



Fotografie: Giuseppe Toppers | Danto

Hunkeler organiseert tiende Innovationdays

Het slimme Zwitserse succesmodel

Het sneeuwt begin februari flink in Luzern, maar dat deert de Zwitserse carnavalsvierders absoluut niet. Stefan Hunkeler laat het feestgedruis grotendeels aan zich voorbijgaan. Carnaval is aan hem niet zo besteed en bovendien viert hij veel liever de geslaagde tiende aflevering van 'zijn' Innovationdays, een evenement 'met weinig show maar veel informatie'.

De Innovationdays worden elk twee jaar georganiseerd door Hunkeler, specialist in 'paper processing', oftewel het verwerken en afwerken van papier en drukwerk in rotatieve printomgevingen. In Nederland wordt Hunkeler sinds 2011 vertegenwoordigd door Amstel Graphics, tot tevredenheid van Stefan Hunkeler: 'Dat zijn vernünftige Leute. Nederland is voor ons een schwierig land. Wij hebben die markt in het verleden niet actief genoeg bewerkt, ons marktaandeel is te laag in vergelijking met omringende Europese landen. Met Amstel Graphics hebben we een vertegenwoordiger die er helemaal voor gaat. De eerste nieuwe installaties zijn onlangs gerealiseerd en er volgen er meer. Amstel Graphics brengt veel kennis en ervaring uit de grafische machinehandel mee en beschikt over een uitstekend service-apparaat. Dat is voor onze oplossingen belangrijk. Die mogen nooit stilstaan.'

Omzetgroei

Stefan Hunkeler kijkt tevreden terug op de afgelopen jaren. De groei in omzet zette onverminderd door en liet zowel in 2011 als in 2012, het jaar waarin het familiebedrijf haar 90-jarig bestaan vierde, een plus van tien procent zien. Ook voor 2013 rekent hij weer op zo'n zelfde stij-

ging in omzet. Hoe doen ze dat? Hunkeler reageert met een glimlach: 'Je moet je concentreren op de golfbeweging en op het juiste moment voor de juiste markt en de juiste partners kiezen.'

Marktsegmenten

Hunkeler besloot al voor 2000 zich minder op de grafische industrie te richten en duidelijk in te zetten op de hoogvolume printmarkt. Inmiddels komt 80 procent van de omzet uit Hunkeler's apparatuur en software die voor, achter en in de printsystemen van vrijwel alle grote

merken te vinden zijn. De belangrijkste markt is die van direct mail en de transactionele en promotionele formulieren: 'Die is goed voor zo'n 50 procent van onze omzet, maar het is geen groeimarkt meer.' Die groei wordt wél verwacht in soft-

ware (nu tien procent van de omzet) en in de publishing-markt (nu dertig procent) van boeken, kranten, magazines en brochures.

Inkjet

Tijdens de Innovationdays van 2013 werd duidelijk dat de opkomst van inkjet, die in Luzern in 2011 ook al

zichtbaar werd, zich in sneltreinvaart doorzet in de hoogvolume printmarkt. Bovendien zijn de techniek, de snelheid en de kwaliteit zodanig verbeterd dat bijvoorbeeld de boekenmarkt nu definitief veroverd kan worden. Op de beursvloer was dit

'Je moet op het juiste moment voor de juiste markt en de juiste partners kiezen'



VAN OPEN HUIS NAAR INNOVATIONDAYS
 Het succes van de Innovationdays is begonnen in Wikon, op een half uur rijden van Luzern. Dat is de thuishaven van Hunkeler AG. De eerste 'Open Huis' uitvoeringen werden in eigen fabriek gehouden. In 2005 verplaatste het evenement zich naar de hoofdstad van het kanton Luzern, gelegen aan de idyllische 'Vierwaldstättensee'. De fabriekshal werd vervuld voor een grote sporthal, naast het stadion van de plaatselijke FC Luzern. De vorige editie in 2011 was de eerste editie, die plaatsvond in de gloednieuwe en zeer energiezuinige expositiehal van het beurscomplex 'Allmend'. Inmiddels is ook het naburige 'oude' voetbalstadion vervangen door een moderne voetbalarena en wordt de laatste hand gelegd aan een nieuwe hal. Zwitserland deelt kennelijk niet mee in de economische malaise in Europa en houdt vast aan een eigen koers, gericht op groei.

Vader Franz en zoon Stefan Hunkeler, de tweede en derde generatie binnen het Zwitserse familiebedrijf

om de informatie voor bezoekers en niet om de show. Daarom presenteren we hier alles neutraal onder één dak. Toch ontbrak het, een jaar na het spectaculaire debuut op Drupa, in Luzern aan de nieuwe nanografische persen van Landa: 'We hadden ze er graag bij gehad. We zijn ook in overleg geweest, maar het is nog te vroeg.' Misschien de volgende keer? 'Ik weet nog niet wat of wanneer we iets van Landa's persen gaan zien, maar ik denk wel dat er in ieder geval iets van gaat komen.'

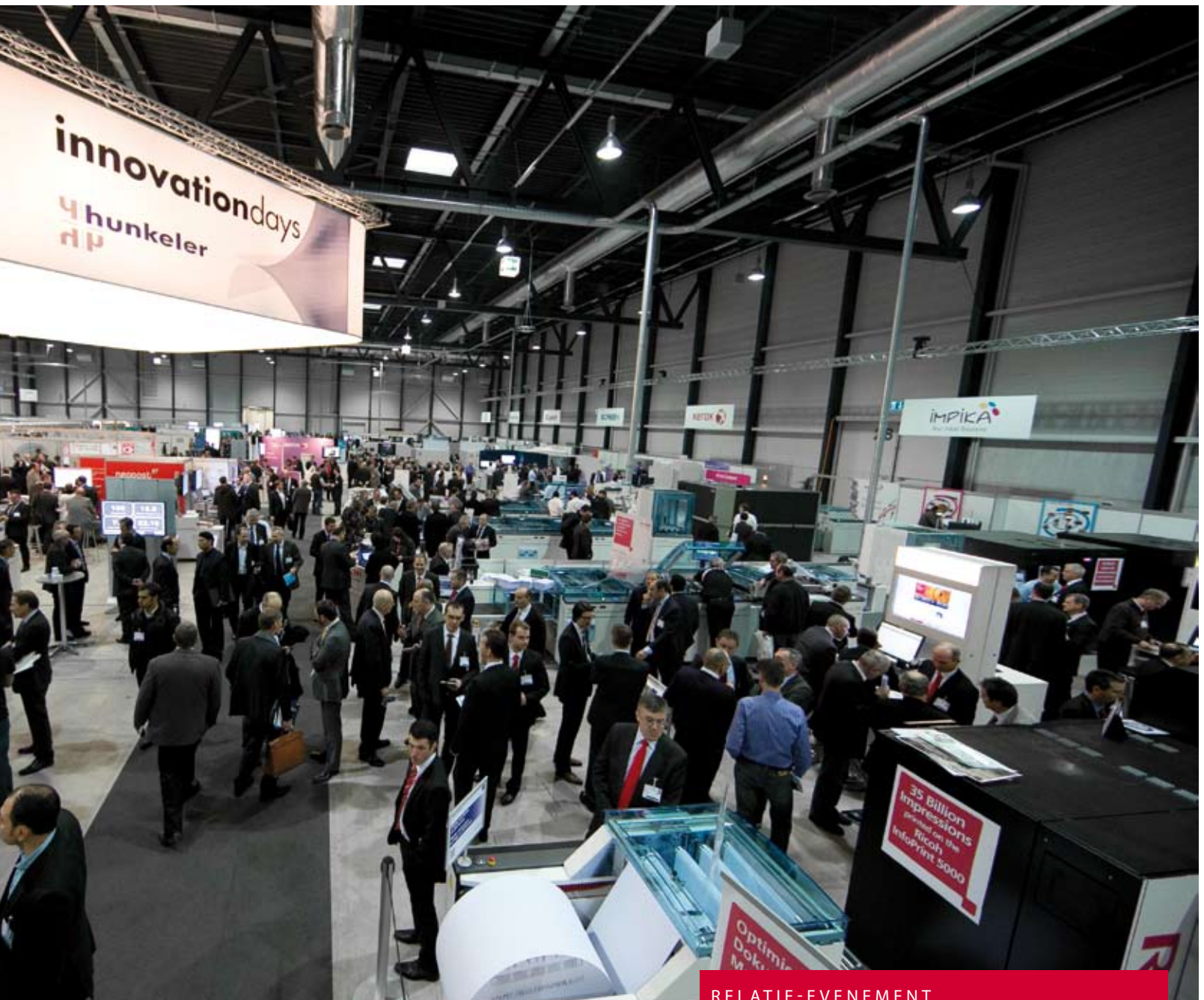
Op naar 2015
 De tiende editie van de Innovationdays telde ditmaal vijf beursdagen, in plaats van de traditionele vier. Hunkeler wil daarmee niet zozeer meer bezoekers trekken: de

ruim 5.000 bezoekers, veelal 'beslissers', moeten vooral meer tijd en ruimte krijgen om hun informatie te vergaren. Ook voor de volgende aflevering, in 2015, staan weer vijf dagen ingepland. Maar Stefan Hunkeler is nog niet helemaal zeker over de invulling ervan: 'In principe beschikt het beursgebouw dan over twee hallen en zouden we dus het vloeroppervlak kunnen verdubbelen. Maar groter is niet altijd beter. En we willen graag focus kunnen behouden, zowel bij Hunkeler als bij ons evenement. Veel deelnemers zeggen tegen ons:

marktsegment dan ook dominant aanwezig: overal werden katernen geprint, inline of offline gevouwen en, gelijmd of zelfs genaaid, verder afgewerkt.

Partners
 Hunkeler organiseert de Innovationdays telkens volgens het beproefde 'Zwitserse model': 'We werken samen met allerlei partners die vaak

veel groter zijn dan wij, maar onze kennis en kunde toch nodig hebben om het systeem compleet te maken.' En dus waren vrijwel alle grote fabrikanten van rotatieve printsystemen (maar ook van allerlei afwerkapparatuur) weer aanwezig op de sober ingerichte beursvloer, waar ruim dertig volledige printstraten in actie kwamen: 'We willen complete oplossingen laten zien. Het gaat ons vooral



‘Hou het zoals het is.’ Maar ondertussen verandert de markt en de industrie.’

Nieuwe rol

‘Kijk eens naar Drupa, dat minder dagen gaat tellen, of naar Ipex, dat het moeilijk heeft. Daarmee verandert wellicht ook de rol die ons gespecialiseerde evenement straks gaat spelen en daardoor kunnen wij juist weleens meer bezoekers gaan trekken. En wat kunnen we hen dan laten zien? Misschien moeten we meer aandacht aan de vellenprinters

besteden, een markt waarin wij nu ook flink investeren. Of misschien zijn er dan interessante oplossingen voor verpakkingen: een markt waar iedereen wel een rol zou willen spelen, maar ook een markt die weer zo divers is dat je wel voor voldoende focus moet zorgen.’ Stefan Hunkeler is er nog niet helemaal uit, maar herhaalt: ‘Je moet je concentreren op de golfbeweging. En dan op het juiste moment voor de juiste markt en de juiste partners kiezen.’

[peter zwetsloot]
redactie@compres.nl

RELATIE-EVENEMENT

De Hunkeler Innovationdays heten tegenwoordig gewoon ‘Innovationdays’. Daarmee wil de grondlegger benadrukken dat het gaat om een ‘open’ vakbeurs voor oplossingen voor de hoogvolume printomgevingen. De Innovationdays richten zich op professionals in de grafische, transactie- en direct mailwereld. Tijdens de Innovationdays worden de nieuwste ontwikkelingen en oplossingen voor het verwerken en afwerken van papier en drukwerk gedemonstreerd. Hunkeler zelf is hofleverancier van oplossingen aan de voor- en de achterkant van de printer. Het concept van de Innovationdays wordt compleet gemaakt door de aanwezigheid van alle toonaangevende printermerken en meer dan 80 leveranciers van hardware- en softwareoplossingen voor en na het printproces. Dat geeft een compleet beeld. De belangstelling voor de gratis toegankelijke Innovationdays groeit nog altijd. Dit jaar kwamen er meer dan 5.000 bezoekers. Dat is ruim 20% meer dan in 2011.