Heidelberg Nachrichten

Das Heidelberger Kundenmagazin
Seit 1930 • Ausgabe 251 • 2004

DIE RICHTIGE VEREDELUNG
Passende Lösungen für jeden Drucker

ABGEBRANNT ODER WEGGESPÜLT
Versicherungen im Fadenkreuz

LENTIKULARDRUCK IN PERFEKTION
Klenke-Druck in Dissen, Deutschland

Bernhard Schreier

Liebe Leserin, lieber Leser,
mit dem vorliegenden Exemplar der Heidelberg Nachrichten halten Sie ein Stück Fortschreibung unserer Tradition in Händen: Schon in seiner ersten Ausgabe im Jahr 1930 versprach unser Kundenmagazin, dem interessierten Leser „Anregungen und Ratschläge für fortschrittliche Drucker“ zu präsentieren.

Dieser Tradition wollen wir – nach einer mehrjährigen Auszeit – auch mit den neuen bzw. neu aufgelegten Heidelberg Nachrichten treu bleiben. Die jüngste Ausgabe, Nummer 251, erhalten Sie in neuem Layout und neuem Format, aber noch immer mit dem Anspruch, Ihnen, unseren Partnern aus der Printmedienindustrie, wertvolle Informationen zu liefern. Informationen, die für Ihren betrieblichen Alltag nützlich sind. Informationen über neuartige Technologien. Und Informationen, die Ihnen vielleicht sogar helfen, Ihr Geschäftsmodell zu bereichern.

Wir wollen Ihnen Tipps und Tricks für die tägliche Praxis an die Hand geben, Sie mit innovativen Produkten und Lösungen aus dem Hause Heidelberg vertraut machen und Ihnen beispielhafte Betriebe unserer Branche vorstellen.

Und nun viel Spaß beim Lesen!

Mit freundlichen Grüßen, Ihr

Bernhard Schreier
Vorstandsvorsitzender Heidelberger Druckmaschinen AG

Inhalt

Profile

Qualität und Geschwindigkeit
Auslieferung sofort nach Fertigstellung. Sprint Copy S.L., Barcelona, Spanien, hängt die Messlatte sehr hoch. ▸ 12

Innovationen

Differenzierung durch Druckveredelung
Wie teuer muss Veredelung sein? Was bringen die preiswerten Alternativen und welche bieten sich an? Fragen über Fragen, die Antworten darauf gibt es auf Seite ▸ 34

Perspektiven

Den Stillstand verhindern
Die schottische Druckerei McVicar aus Glasgow hatte kein Glück im Unglück, denn die Versicherung bezahlt nicht. Das Überleben nach einem Brand sichert jetzt Tatendrang und Engagement. ▸ 58

Profile

4 SchmelzTiegel New York City
Jimmy Lin macht Druck für Minderheiten.
8 Ende gut, alles gut!
Die Faller KG aus Waldkirch, Deutschland, hat den Engpass Weiterverarbeitung gelöst.
12 Qualität und Geschwindigkeit
Das sind die Erfolgsfaktoren von Sprint Copy S.L. aus Barcelona, Spanien.
15 Glückwunsch zum Fünfzigsten
Die Aumüller KG aus Regensburg, Deutschland, setzt auf neueste Technik.

Spektrum

18 Nachrichten und Meldungen
aus der Heidelberg-Welt.

Lösungen

22 Auf eigenen Wegen
Die Eigenentwicklung des Suprasetters: Ein Interview erklärt Technik und Hintergründe.
24 Mittelformat – aber keine Mittelklasse
Eine der vielseitigsten Druckmaschinen ist die Speedmaster CD 74.
28 Zwei für alle Fälle
Die Printmaster PM 52 und PM 74.

Innovationen

30 Unglaubliche Effekte
Klenke-Druck in Dissen, Deutschland, ist mit einer Speedmaster SM 52 mit UV-Ausstattung im Lentikulardruck auf Erfolgskurs.
34 Differenzierung durch Druckveredelung
Welche Alternativen gibt es?
38 Edle Drucke auf der drupa 2004
Die Heidelberg-Druckjobs im Rückblick.
42 Gekühlt getrocknet hält besser
Multicolor aus Ellerau, Deutschland, hat als erstes Unternehmen in Europa CoolCure im Einsatz; viele Probleme wurden damit gelöst.

Chancen

46 Impulse durch UV-Druck
Entwicklungen und Tendenzen.
50 Regionen im Wettlauf um den Druckmarkt
China ist als riesiger Binnenmarkt auch für Investoren interessant. Auf drei Regionen konzentriert sich das Geschehen.

Perspektiven

54 Standort mit Ausblick
Leipzig: Seit 125 Jahren ein Zentrum für die Druckweiterverarbeitung.
58 Den Stillstand verhindern
Drucker McVicar aus Glasgow, Schottland, baut nach Brand auf Eigeninitiative.
60 „Versicherungsschutz ist immer nur ein Zusatzschutz“
Nützliche Tipps gibt Versicherungsexperte Gerhard Bugla.

Service

62 Termine & Messen
63 Impressum

CONCEPT PRESS

SchmelzTiegel New York City

Die Produktionszeiten waren vielen Kunden von Concept Press Inc. aus New York City, USA, einfach zu lang. Das Unternehmen stellte daher von einer Vierfarben- auf eine Achtfarben-Speedmaster SM 74 mit Wendung und Lackwerk um. Inzwischen konnten neue Kunden gewonnen werden, da sich hohe Qualität und kurze Lieferzeiten schnell herumgesprochen haben.

New York ist mit über zwölf Millionen Einwohnern aus allen Nationen die wohl multikulturellste Stadt der Welt. Als ein New York im kleinen Maßstab kann man auch das 1994 gegründete Druckunternehmen Concept Press bezeichnen. Das Unternehmen liegt im New Yorker Stadtteil Long Island. Gründer und Geschäftsführer ist der Chinese Jimmy Lin. Die wenigsten der etwa 75 Fest- und Teilzeitangestellten haben Englisch als Muttersprache, und das trifft auch auf die Kunden von Jimmy Lin zu. „Nur 20 Prozent unserer Druck-Jobs sind in englischer Sprache, der überwiegende Teil der Aufträge wird für ethnische Minderheiten in New York City und dem Umland gedruckt: in Spanisch, Japanisch, Chinesisch, Italienisch, Hebräisch, Arabisch und Koreanisch, um nur einige Sprachen zu nennen“, erzählt Lin. Etwa 80 Prozent seines 20-Millionen-US-Dollar-Jahresumsatzes macht Unternehmer Lin im Rollendruck, den Rest mit seiner Speedmaster SM 74 im Akzidenzdruck.

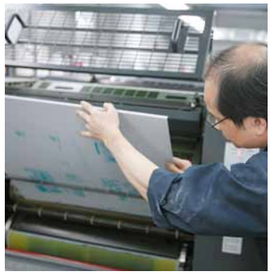
Der Rollendrucker, der unter anderem eine japanische Tageszeitung für die Ostküste der USA und ansonsten überwiegend Magazine druckt, setzt für die Produktion der Umschläge und bei qualitativ hochwertigen Auflagen seit Januar auf eine Achtfarben-Speedmaster SM 74. „Den Kunden waren die Auslieferungszeiten von fast einer Woche für ein Magazin mit beispielsweise 112 Seiten und einer 10.000er Auflage zu lang. Wir haben deshalb in den letzten Monaten Aufträge verloren. Daher war es für uns wichtig, von einer Vierfarben-

Erfolgreich in New York: Jimmy Lin, Geschäftsführer Concept Press Inc.

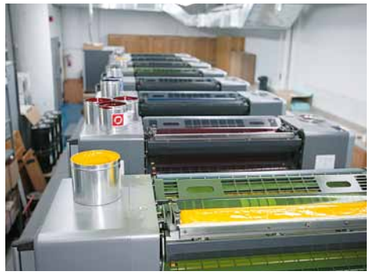
auf die Achtfarben-Speedmaster umzustellen und damit Zeit-, aber auch Qualitätsvorteile zu erzielen“, berichtet Lin. Die neue Speedmaster erreicht bis zu 15.000 Bogen in der Stunde – selbst im Schön- und Widerdruck. Das ermöglicht Jimmy Lin, seine Aufträge heute in weniger als zwei Tagen abzuarbeiten. Weitere gewünschte Zeitersparnis bieten Lin die Preset-Funktionen an der neuen Speedmaster 74. Die Preset-Einstellungen, die am Prinect CP2000 Center vorgenommen werden, umfassen die Formatanpassungen der seitlichen Stapelanschläge, der Ziehmarke sowie die in die Ziehmarke integrierte Doppelbogenkontrolle und die geschwindigkeitskompensierte Blasluft am Saugkopf. Für Jim Guner, türkisch-stämmiger Produktionsleiter bei Concept Press, verhilft das serienmäßige Alcolor-Filmfeuchtwerk zu weiteren Qualitätssteigerungen, „denn es bringt einen dünnen, gleichmäßigen Feuchtmittelfilm auf die Druckplatte und erhöht damit die Brillanz der Bilder.“

32 Sprachversionen am CP2000 Center – darunter auch Chinesisch. Ausschlaggebend für den Kauf der SM 74 war für Jimmy Lin aber auch, dass das CP2000 Center über 32 Sprachversionen verfügt, darunter Chinesisch. Denn für seinen Drucker Ho Ruo Li, einen gebürtigen Chinesen, ist Englisch eine Fremdsprache, und es war wichtig, dass die gesamte Bedienung über das CP2000 Center auch in seiner Muttersprache möglich ist. Damit werden Bedienungsfehler auf Grund von Verständigungsproblemen mit der Maschine ausgeschlossen. Zu viel Automation möchte der Wahl-New-Yorker Lin allerdings gar nicht, denn er möchte keinen seiner Mitarbeiter entlassen. Aber auch er hat erkannt, dass sein betrieblicher Workflow noch optimiert werden muss, damit die Rüstzeiten verkürzt werden und somit die Auslieferung schneller abgewickelt werden kann. Jimmy Lin: „Es reicht nach meiner Auffassung nicht aus, in immer schnellere Maschinen zu investieren, wenn es zu lange dauert, bis der Druck-Job in die Maschine genommen werden kann.“

„Nur jene Drucker, die modernste Maschinen einsetzen, können höchste Qualität zu konkurrenzfähigen Preisen anbieten.“ Jimmy Lin



Mit geübter Hand: Drucker Ho Ruo Li beim Plattenwechsel an seiner Speedmaster SM 74.



Farbwerkpanorama: Die Achtfarben-Speedmaster bei Concept Press.

Ho Ruo Li legt die Papierstapel sorgsam ein.

Neuer Anleger steigert Produktivität. Jim Guner ist von der Qualität der neuen Speedmaster überzeugt, vor allem der neue Anleger steigert die ohnehin hohe Produktivität der Maschine zusätzlich. „Der Bogentransport ist absolut sicher, da der neue Anleger mit getrennten Hub- und Schleppsaugern arbeitet und durch Kontrollelemente an den Vordermarken und den Ziehmarken permanent überwacht wird. Danach werden die Bogen mit einem zentralen Saugband weitertransportiert. Dadurch sind keine Transportrollen mehr nötig, und die Gefahr von Markierungen wird eliminiert“, berichtet Guner. Viele Funktionen am neuen Saugbandanleger wurden automatisiert und helfen Guner und Drucker Ho dabei, schnelle Wechsel auf andere Formate und Grammaturen durchzuführen. „Die sehr gute Zugänglichkeit sämtlicher Stellelemente am Anleger erleichtert uns die tägliche Arbeit“, meint Guner, den auch das AutoPlate an der neuen Maschine begeistert. Guner: „In weniger als einer Minute je Druckwerk sind die Druckplatten in der Maschine. Die Rüstzeiten werden damit weiter gesenkt.“ Weitere Zeitersparnis bietet Concept Press aber auch der Hochstapelausleger, denn er reduziert die Anzahl der Stapelwechsel bei höheren Auflagen, und wie beim Anleger sind alle Auslegerteile, die den Bogentransport, die Stapelbildung und die Trocknung betreffen, gut zugänglich. „Und auch für den Ausleger lassen sich die wichtigsten Funktionen am CP2000 Center zentral und einfach einstellen“, sagt Jim Guner. Die Bedruckstoffstärken von 0,03 bis 0,6 mm, die auf der SM 74 verarbeitet werden können, und das maximale Bogenformat von 530 x 740 mm sowie ein maximales Druckformat von 510 x 740 mm sind für die Einsatzbereiche bei Concept Press ideal.

Jimmy Lin ist ein Visionär und denkt bereits an morgen: „Wir sind mit der neuen SM 74 auf dem richtigen Weg und werden auch in Zukunft weiter investieren. Nur jene Drucker, die modernste Maschinen einsetzen, können auch höchste Qualität zu konkurrenzfähigen Preisen anbieten und auf dem Markt dauerhaft bestehen.“ Das Geschäft zieht inzwischen wieder an für den Drucker auf Long Island, und dank der neuen Maschine konnten auch schon neue Kunden gewonnen werden. Doch für weitere Expansion ist zur Zeit, obwohl bereits zirka 4.000 Quadratmeter an Fläche in seinem Fabrikgebäude zur Verfügung stehen, kein Platz mehr. Ein Problem, das Jimmy Lin in naher Zukunft noch lösen will, damit er auch in Zukunft wachsen kann wie bisher. ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.conceptpress.net

FALLER

Ende gut, alles gut!

Die 1882 gegründete mittelständische Firma Faller KG aus Waldkirch, Deutschland, mit über 70 Millionen Euro Jahresumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr, hat sich von einer reinen Druckerei zu einem Systemlieferanten für Sekundärverpackungen aus Karton und Papier entwickelt. Mit Heidelberg Maschinen, wie beispielsweise vier Speedmaster CD 74 und zwei Diana Pro, produzieren die 660 Mitarbeiter an drei Standorten über eine Milliarde Faltschachteln und eine Milliarde Packungsbeilagen sowie 500 Millionen Haftetiketten pro Jahr.

Peter Ganter, Produktionsleiter bei Faller. Das Unternehmen ist auf Verpackungen für Medikamente spezialisiert.

Immer wieder werden die Zuschauer vor den Fernsehern über Epidemien und ansteckende Krankheiten unterrichtet. Die Bilder über Schrecken und Elend sprechen meist für sich. Diese Epidemien können jedoch, dank der modernen Medizin, zumeist schnell bekämpft werden. Zuletzt, vor wenigen Monaten, grassierte zum Beispiel die Vogelgrippe in Asien. Diese Krankheit wird hauptsächlich mit einem Medikament bekämpft, und dieses ist nicht für eine solche Epidemie auf Vorrat angelegt. In einem solchen Notfall müssen daher nicht nur die Medikamente in kürzester Zeit produziert werden, sondern natürlich auch deren Verpackungen. Die entsprechenden Faltschachteln in diesem Fall wurden im badischen Waldkirch mit einer Auflage von 250.000 Stück innerhalb von nur fünf Arbeitstagen gedruckt und ausgeliefert. Ein ungeplanter Auftrag, und trotzdem erfolgte die Lieferung just in time! Dies zeigt, wie wichtig eine perfekte Organisation und modernste Maschinenausstattung für eine Druckerei sein kann.

Marktanteil von 27 Prozent. Der Globalisierung begegnet Faller durch Kooperation mit den Allianzen COPACO/COPAPHARM Europe, die gemeinsam der drittgrößte Lieferant für Sekundärpackmittel in Europa sind. Im deutschen Pharma-Faltschachtelmarkt hat sich die August Faller KG durch den Ausbau des Dienstleistungsangebotes zur Nummer zwei katapultiert – und das bedeutet einen Marktanteil in diesem Segment von 27 Prozent. Möglich wurde dieser Erfolg durch eine optimale strategische Planung und eine organisatorische Ausrichtung in so genannte PharmaServiceCenter sowie durch den Einsatz modernster Maschinen. In den beiden PharmaServiceCentern in Waldkirch und Binzen werden Faltschachteln und Packungsbeilagen für die Pharma-Industrie hergestellt. Am dritten Standort in Schopfheim, dem EtikettenCenter von Faller, hat man sich auf Haftetiketten spezialisiert. Über 92 Prozent der Faller-Produktion ist für den Pharma- und Gesundheitsbereich.

Die Kundenliste des Unternehmens umfasst rund 150 Namen, zu denen viele der ganz Großen aber auch mittlere und kleinere Unternehmen der Pharmaindustrie gehören. Kunden aus Frankreich, Österreich, Benelux und der Schweiz bestellen bei Faller, dessen Exportanteil bei knapp 20 Prozent liegt. In einem eigenen Entwicklungscenter kreiert Faller auch kundenspezifische Verpackungslösungen. Knapp die Hälfte der Produkte besteht aus Verpackungen für rezeptpflichtige Medikamente, die dem Arzneimittelgesetz unterliegen und eine einfache grafische Gestaltung aufweisen. Die andere Hälfte besteht aus freiverkäuflichen Produkten mit einem hohen grafischen Anspruch. „Deren Anteil wird allerdings durch die gesetzliche Neuregelung in Deutschland, die im Rahmen der Gesundheitsreform erfolgt, stetig steigen“, prognostiziert Nikolaus Reichenbach, Niederlassungsleiter von Faller in Waldkirch, die künftigen Geschäftsaussichten.

Partnerschaft und Service zahlen sich aus. Als qualifizierter Zulieferer verfolgt Faller sein integriertes Pharmakonzept und möchte in Zukunft verstärkt eine komplette Linie anbieten, bestehend aus Faltschachteln, Beipackzetteln und Etiketten. Mit einem Kunden als Vorreiter wurden hier bereits vielversprechende Erfolge erzielt. So konnte dieser Kunde durch eine „Just-in-time-Belieferung“ komplett auf den Bau eines Hochregallagers verzichten und damit richtig Kosten sparen. „Momentan beliefern wir nur 60 Prozent unserer Kunden gleichzeitig mit Faltschachteln und Beipackzetteln“, erklärt Reichenbach. „Das möchten wir in der Zukunft ausbauen, auch um unseren Kunden eine noch bessere Dienstleistung zu liefern“, so Reichenbach weiter. Hier liegt noch ein großes Einsparpotenzial, da laut Reichenbach zirka zehn Prozent der Packmittel bei der Pharmaindustrie entsorgt werden. Eine gezielte Einkaufs- und Bestellpolitik würde dies verhindern. Allerdings ist dies ein Prozess, der bei den Firmen eine gewaltige Organisationsumstellung bedeutet – und einen entsprechenden Zeitbedarf. Doch mit solchen

Die Diana Pro bietet hohe Flexibilität in der Faltstation, auch unterschiedliche Faltfolgen sind möglich.

strategischen Planungen lassen sich die Kunden dauerhaft an Faller binden. Das Unternehmen will den steigenden Ansprüchen seiner Kunden, auch was die Qualität der Produkte angeht, dauerhaft gerecht werden. Seit etwa einem Jahr sind bei Faller zwei Speedmaster CD 74, eine Sechs- und eine Vierfarben, im Einsatz. Eine zusätzliche Speedmaster CD 74-4+L ist vor wenigen Wochen neu hinzugekommen, und eine weitere Speedmaster CD 74-6+L wurde soeben installiert.

Der hohe Anspruch, den Faller gegenüber seinen Kunden erfüllt, wird auch an die eigenen Lieferanten gestellt. Als es darum ging, für das Werk Waldkirch in die neuen Druckmaschinen zu investieren, ging man generalstabsmäßig vor: Es gab eine Ausschreibung mit einem umfangreichen Pflichtenheft inklusive diverser Drucktests. Nicht weniger als fünf Druckmaschinenhersteller nahmen daran teil. Den Zuschlag erhielt schließlich Heidelberg. „Wir haben schnell gemerkt, dass Heidelberg auf unserer Wellenlänge liegt“, erinnert sich Reichenbach und ergänzt: „Auch Heidelberg versteht sich als Lösungsanbieter, dem Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie ein reibungsloser Service wichtig sind“.

Flaschenhals Weiterverarbeitung – alles im Griff! Bei einer vollstufigen Druckerei wie Faller ist die Weiterverarbeitung entscheidend für das Endprodukt. All das, was die schnellen Druckmaschinen drucken, muss schließlich durch diesen Flaschenhals hindurch. Ganz wichtig dabei, der Flaschenhals darf niemals verstopfen, sprich: die Maschinen müssen alle Anforderungen bewältigen können und Ausfallzeiten auf Wartungsintervalle reduziert werden. Deshalb erfüllen insgesamt zwölf Diana-Klebemaschinen, davon zwei Diana Pro, an den zwei Unternehmensstandorten in Waldkirch und Binzen die hohen Anforderungen hinsichtlich Rüstzeit, Variantenvielfalt, Produktivität und Sicherheit. „Ein nahezu unbegrenztes Spektrum an Faltschachteln kann mit den beiden Diana Pro verarbeitet werden. Die modulare Bauweise gestattet uns den idealen Einsatz der Maschine, egal ob Faltschachtelkarton oder Wellpappe verarbeitet wird“, beschreibt Nikolaus Reichenbach die Maschine. Die Diana Pro kann dabei über DigiSet einfach eingestellt werden. Bei Faller werden die beiden Diana Pro ausschließlich zur Klebung von Sonderkonstruktionen eingesetzt. „Das Ausrichtemodul nach dem Einzug ist uns für eine exakte Klebung eine große Hilfe“, erklärt

Ende gut, alles gut. Fertige Produkte verlassen gut verpackt das Unternehmen.

„Ein nahezu unbegrenztes Spektrum an Faltschachteln kann mit den beiden Diana Pro verarbeitet werden.“ Nikolaus Reichenbach

Reichenbach.

An der bei Faller eingesetzten Diana Pro kann darüber hinaus bei Bedarf mit einem Erweiterungsmodul der Faltweg um 1.500 Millimeter verlängert und mit der Packmaschine Japack Pro sowie mit dem Jagfeed, einem Voranleger für Zuschnitte, weiter aufgerüstet werden. Bei längsnahtgeklebten Schachteln erreicht die Diana Pro dann zum Beispiel Geschwindigkeiten von bis zu 650 Metern in der Minute. Dies bedeutet, dass bis zu 200.000 Faltschachteln je Stunde produziert werden können. Die Maschine verarbeitet Faltschachtelkarton von 200 bis 900 Gramm pro Quadratmeter und Wellpappen aus N-, F-, E- und B-Welle. Das Faltschachtelspektrum, welches auf der Diana Pro verarbeitet werden kann, ist nahezu unbegrenzt: normale längsnahtgeklebte sowie konische Faltschachteln, Kleinschachteln, Faltbodenschachteln mit und ohne Vorbruch der Rillinien 1 und 3, Faltstülpschachteln mit Einfach- und Doppelfaltung, Mehrkammerschachteln, Schallplatten- und CD-Hüllen, Versandtaschen, 4- und 6-Punkt-Aufrichteschachteln und weitere Spezialschachteln.

Die Diana Pro ist zudem bereits serienmäßig mit einer Videoüberwachung der Überleitstation ausgestattet. Der Monitor ist so am Einleger positioniert, dass der Bediener beim Einlegen der Zuschnitte problemlos die Maschine kontrollieren kann. „Mit solchen Maschinen können wir bei Bedarf, wie bei der Vogelgrippe, schnell reagieren. Das gibt uns und unseren Kunden zusätzliche Sicherheit“, erklärt Reichenbach zufrieden. ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter:
www.august-faller.de

SPRINT COPY

Qualität und Geschwindigkeit ...

... sind die Erfolgsfaktoren von Sprint Copy S.L. Mitten in Barcelona, Spanien, von einer Frau gegründet, liegt die Druckerei, die mit einem modernen Auftritt, pfiffigen Ideen, preiswerten und qualitativ hochwertigen Drucksachen ihre Kunden zufrieden stellt. Das Unternehmen vertraut dabei auf eine Vierfarben-Speedmaster SM 52.

Firmengründerin Rosa Anna Borrás Fontanills und Sohn Luis Martínez Borrás an ihrer Speedmaster SM 52.

Angefangen hat Rosa Anna Borrás Fontanills 1975 mit einem einfachen Kopierladen auf 50 Quadratmetern. Das Unternehmen wuchs schnell unter ihrer Leitung. Nach etwa fünf Jahren wurde in eine erste Offset-Druckmaschine investiert, dann folgte eine GTOZ, die noch heute ihre Dienste verrichtet. Heute macht das Unternehmen mit 16 Mitarbeitern auf über 600 Quadratmetern rund 80 Prozent seines Jahresumsatzes von etwa 1,5 Millionen Euro mit dem Offsetdruck, den Rest mit dem Kopierladen.

Das mit dem Wachstum ist in einer Stadt wie Barcelona allerdings so eine Sache, denn die Mieten für Gewerberäume wie auch für Wohnraum sind in den letzten Jahren explosionsartig gestiegen. Daher ist das Unternehmen im wahrsten Sinne des Wortes dreigeteilt. Die drei Standorte sind in Ladenlokalen mit kleinen Eingängen untergebracht, wie sie für die Städte auf der iberischen Halbinsel typisch sind. Sie geben erst wenn man eingetreten ist, den Blick in die Tiefe frei und verraten dann ihre tatsächliche Größe. Die Zentrale mit dem Kopierladen ist in der gleichen Straße, gegenüber dem Drucksaal gelegen. Wenige Meter daneben ist in eigenen Räumen die Vorstufe untergebracht.

Zu den Kunden von Sprint Copy gehören bekannte, darunter auch internationale Unternehmen. „Mit hochwertigen Druckprodukten, die in mittleren Auflagen und vor allem mit kurzen Produktionszeiten hergestellt werden, sind wir sehr erfolgreich“, meint Luis Martínez Borrás (35), Geschäftsführer und Sohn der Firmen-Gründerin Rosa Anna Borrás Fontanills.

Stabile Geschäftsbeziehung. Ein Lager gibt es, auch wegen des engen Raumangebots, nicht. Ist ein Druckjob beendet, geht er sofort in den Versand, damit die Kunden erst gar keine Wartezeiten in Kauf nehmen müssen. Die Geschäftsbeziehungen zu den Kunden bestehen in den meisten Fällen bereits seit vielen Jahren, teilweise sogar seit der Gründung des Unternehmens. Darauf ist man bei Sprint Copy mit Recht stolz. „Möglich sind solche stabilen Geschäftsbeziehungen aber nur, wenn man regelmäßig in moderne Ausstattung investiert und den Kunden die Qualität nach dem neuesten Stand der Technik anbieten kann. Daher haben wir uns auch für die Speedmaster SM 52 entschieden“, berichtet Luis Martínez Borrás. Es ist die einzige Maschine im A3-Format, die auch als Achtfarben-Maschine lieferbar ist und die weltweit den höchsten Marktanteil im Formatbereich 35 x 50 cm besitzt.

Typisch für Barcelona: Die kleinen Hauseingänge verbergen die eigentliche Größe, erst im Inneren öffnet sich der Blick auf die Druckhalle. (Bild oben)

Carlos Garcia bedient den Schleppsauger des Anlegers an der Speedmaster SM 52: „Bis zu 15.000 Bogen in der Stunde werden zuverlässig verarbeitet.“ (Bild Mitte)

Sprint Copy arbeitet ohne Lagerräume. Carlos Gonzalez Osete: „Alle Aufträge werden sofort nach der Fertigstellung ausgeliefert.“

„Mit hochwertigen Druckprodukten, die in mittleren Auflagen und vor allem mit kurzen Produktionszeiten hergestellt werden, sind wir sehr erfolgreich.“ **Luis Martínez Borrás**

Für den Einsatzbereich bei Sprint Copy ist die Vierfarben-Speedmaster 52 optimal, denn sie verfügt über eine bedienerfreundliche Maschinensteuerung und eine ideale Anbindung an den Prepress-Bereich. „Der Anleger garantiert uns mühelosen Format- und Materialwechsel, und das vom Dünndruckpapier bis hin zu leichten Kartonagen. Die Seitenmarken und Bedruckstoffstärken sind zeitsparend auf Knopfdruck steuerbar“, berichtet Luis Martínez Borrás. Der Anleger an der SM 52 ist mit kombinierten Hub- und Schleppsaugern ausgestattet, die auch bei Höchstgeschwindigkeit die Bögen sicher trennen. Lichtaugen überwachen ständig die Ankunftszeit des Bogens an den Vordermarken und die Ausrichtung des Bogens in Laufrichtung. Jede Abweichung wird dem Bediener sofort signalisiert. An- wie Ausleger sind schnell und ohne Einsatz von Werkzeugen einstellbar. Auch die Ziehmarken und die Trägerwelle der sechs Vordermarken sind vom Steuerpult aus einstellbar. „Die Formate der SM 52 von 105 x 145 mm als kleinstem bis 370 x 520 mm als größtem Bogen sowie die Höchstgeschwindigkeit von 15.000 Bogen in der Stunde sind für unsere Auftragsstruktur optimal“, so Luis Martínez Borrás.

Bei Sprint Copy werden Flyer, Kataloge, Umschläge, Geschäftsberichte und Bücher etc. auf der Speedmaster 52 in der gewünschten Qualität produziert. Daneben hat das Unternehmen auch eine moderne Vorstufe und bietet den Kunden die Gestaltung der Produkte über die eigene Layoutabteilung sowie den klassischen Kopierladen an. Luis Martínez Borrás plant, in den nächsten Jahren zu expandieren: „Vielleicht ziehen wir in den nächsten Jahren auch in ein Gewerbegebiet vor die Tore der Stadt um, denn für größere Maschinen steht hier im Stadtzentrum von Barcelona einfach kein bezahlbarer Raum mehr zur Verfügung“. ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.sprintcopy.com

Die Vierfarbvariante der Speedmaster SM 52 bei Sprint Copy. Qualität lässt Kunden immer wieder kommen.

AUMÜLLER

Glückwunsch zum Fünfzigsten ...

... neuen Druckwerk. Von allem etwas zu können und nirgendwo richtig perfekt zu sein ist der Aumüller Druck KG in Regensburg, Deutschland, nicht gut genug. Während andere Druckereien ihr Dienstleistungsspektrum ausweiten, von der Vorstufe bis zum Finishing, und sich in Abenteuer wie Verlags- und Agenturgründungen stürzen, konzentriert man sich in Regensburg auf den Bogenoffsetdruck im Format 70 x 100. Mit Heidelberger Speedmaster-Modellen kann den Kunden hochqualitativer Druck angeboten werden. Eine neue Achtfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung kam jetzt hinzu.

Die Brüder Christian (44) und Stefan Aumüller (45) sind seit 1987 im elterlichen Unternehmen als geschäftsführende Gesellschafter tätig. „Das Unternehmen gibt es bereits seit 1888. Eine große Wachstumsphase hatten wir in den 1990er Jahren. Heute arbeiten insgesamt 90 Mitarbeiter im Unternehmen. Der Jahresumsatz liegt bei 18 Millionen Euro, und wichtige Auftraggeber sind zum Beispiel BMW, Audi, Adidas und verschiedene Kunstverlage. Prospekte, Kataloge, Kunstbände und Broschüren in Auflagen von 300 bis 300.000 Exemplaren sind die typischen Produkte des Hauses“, berichtet Christian Aumüller.

Mit 40 Druckwerken in Regensburg ist das Unternehmen bereits sehr stark aufgestellt. Hinzu kommt, dass keine der eingesetzten Maschinen älter als zweieinhalb Jahre ist. Eine Speedmaster SM 102 wurde vor wenigen Wochen installiert. „Wir haben zwei Zehnfarben-, zwei Achtfarben- und eine Vierfarben-Maschine in Regensburg. Damit arbeiten wir in drei Schichten“, berichtet Stefan Aumüller. Seit gut fünf Jahren wird mit 40 Druckwerken am Standort in Regensburg gedruckt, und jedes Jahr wird eine Maschine ausgewechselt. „Es handelt sich dabei natürlich nicht um echte Ersatzinvestitionen. Wir wollen immer die neuesten Modelle im Betrieb haben“, erklärt Christian Aumüller.

Es gibt wenige Druckereien, die in den letzten Jahren so investiert haben wie Aumüller. „Das hängt mit unserer Strategie zusammen. Und die besagt, dass wir uns klar auf den Bogenoffset im 70 x 100 Format konzentrieren und hier höchste Qualität anbieten wollen. Dazu gehört für uns, dass wir immer mit dem modernsten Equip- ▸

Michael Trauner am Prinect CP2000 Center der Speedmaster SM 102.

Auch die kaufmännische Abteilung ist wichtig für den Erfolg der Aumüller Druck KG in Regensburg.

Im Lager warten hochwertige Printprodukte auf den Versand.

ment arbeiten. Wir sehen uns also nicht als Mediendienstleister, sondern als leistungsfähige Drucker“, erklärt Stefan Aumüller. In der Kundenkommunikation wird dies betont, und die meisten Kunden erkennen diesen Einsatz an. „Unseren Kunden können wir mit dieser Strategie eine sehr große Kapazität anbieten und auch kurzfristige und sehr hohe Auflagen realisieren. Mit neuesten Maschinen können wir gleichmäßige Qualität bieten. Und weil wir eben zwei Zehnfarben und zwei Achtfarben einsetzen, gibt das auch Produktionssicherheit. Innerhalb eines Auftrags können wir jederzeit die Maschinen wechseln, und niemand wird einen Unterschied erkennen. Und dann kommt noch die enorme Schnelligkeit der neuen Maschinen von der Rüstzeit bis zum Druck hinzu“, meint Christian Aumüller weiter. Viel Erfahrung mit den großen Speedmaster-Baureihen kommt dem Unternehmen im Kontakt mit den Kunden zugute: 1996 wurde die weltweit erste Zehnfarben-SM 102 bei Aumüller aufgebaut.

Gute Unternehmensstrategie = Erfolg. Auch in der Mitarbeiterzahl macht sich die Firmenstrategie bemerkbar, denn das Unternehmen hat in Relation zu den Druckwerken wenige Mitarbeiter. „Wir sind nicht in der Vorstufe tätig und in der Weiterverarbeitung ganz gezielt aktiv – mit Schneiden, Falzen, Sammelheften. Normalerweise hätte eine Druckerei mit unseren Mitarbeiterzahlen zirka 25 Druckwerke, denn die meisten Mitarbeiter stehen dann für kaufmännische Tätigkeiten oder für das Finishing und die Vorstufe bereit. Unsere Strategie ist auf unseren Standort Regensburg zugeschnitten, einem Randgebiet. Unsere Kunden sitzen in München, Nürnberg, Stuttgart und noch weiter weg, d.h. die Kunden kommen nur zu uns, wenn sie einen klaren Vorteil sehen. Auf unserem Gebiet besser zu sein als der Wettbewerb ist unser größter Vorteil“, erklärt Christian Aumüller.

Viele der Kunden kommen zur Druckabnahme in das Unternehmen und sind von den neuen Maschinen beeindruckt. „Glaubwürdiger als mit unseren neuen Speedmaster-Maschinen kann man sich den Kunden gegenüber kaum als moderner Dienstleister präsentieren“, so Christian Aumüller. Ein weiterer großer Vorteil im ständig neuesten Maschinenbestand besteht für das Unternehmen darin, dass die Produktivität im Unternehmen stetig steigt. Und dies wirkt sich erheblich auf die Kostenstruktur aus: „Gerade die letzten Entwicklungen von Heidelberg haben sich sehr stark auf die Produktivität ausgewirkt. Früher waren wir eigentlich nur bei großen Aufträgen kostenmäßig interessant. Das hat sich, bedingt durch die kurzen Einrichtezeiten und durch das CtP, gewandelt. Die Summe der stetigen Verbesserungen an den Speedmaster-Modellen hat zu einer deutlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit beigetragen“, so Stefan Aumüller. Hierzu beigetragen hat auch ImageControl, das Mess- und Regelsystem, an das alle vier langen Wendemaschinen angeschlossen sind. Dies stellt besonders bei Druckaufträgen mit höchsten Qualitätsansprüchen eine über die Auflage konstante Färbung sicher.

Preset Plus Anleger und modifizierte Wendung. Mit der modifizierten Wendeeinrichtung an der neu installierten Speedmaster, bei der ein Vollzylinder mit einer veränderten Kontur eingebaut ist, wird der Übergabepasser insbesondere bei dünnen, statischen Materialien nochmals verbessert und eine höhere Druckqualität im Schön- und Widerdruck erreicht. Durch den weiterentwickelten Druckzylindermantel PerfectJacket Plus, der eine noch feinere Trägerstruktur aufweist, gelingen noch einmal erhebliche Qualitätssteigerungen beim Schön- und Widerdruck. Stefan Aumüller erklärt: „Da beim Schön- und Widerdruck die druckfrische, erstgedruckte Seite durch die gesamte Maschine transportiert wird, damit die Gegenseite bedruckt werden kann, spielen die Druckzylinder, bzw. deren Zylinderoberfläche, eine wichtige Rolle für die Qualität des Druckprodukts.“ Auch mit dem für die Umführzylinder 1 und 3 verfügbaren und für alle Speedmaster-Modelle nachrüstbaren Transfer-Jacket Plus, bei dem die Oberfläche mit einem extrem farbabweisenden Lack versehen ist und durch den sich der Kontakt mit der Druckfarbe minimiert, lassen sich Einsparungen hinsichtlich der Reinigungszeiten realisieren. Außerdem kann mit dem Transfer-Jacket Plus ein größeres Materialspektrum verarbeitet werden, und dies sowohl im Schön- als auch im Widerdruck.

Das beste Beispiel für einen der vielen Bausteine, die zu einer wesentlichen Steigerung der Produktivität beitragen, ist der neue Preset Plus Anleger mit zentralem, einzelnem Saugband und pneumatischen Ziehmarken, der bei Aumüller bereits im Einsatz ist. Dieser erhöht die Automatisierung der Maschine zusätzlich. So wie die gesamte neue Speedmaster SM 102 durch die hohe Automatisierung zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit beiträgt. Am neuen Preset Plus Anleger verläuft der Transport des Bogens vom Stapel zum Anlegertisch ruhig und zuverlässig. „Die schonende Bogenführung sorgt für deutlich mehr Druckqualität, die selbst bei schwierigen Materialien eine kantengenaue Stapelbildung ermöglicht“, meint Stefan Aumüller.

„Wir haben in den letzten drei Jahren sehr positive Geschäftsergebnisse erzielt und sind durchschnittlich fünf bis zehn Prozent in jedem Jahr gewachsen. Im letzten Jahr wurde den Mitarbeitern auch eine Sonderprämie ausgezahlt“, berichtet Stefan Aumüller. Dies wäre ohne die konsequente strategische Ausrichtung, zu der auch der Einsatz modernster Maschinen zählt, nicht möglich gewesen. ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter:
www.aumueller-druck.de

Leistungsfähigkeit in Reih und Glied: Eine neue Achtfarben-Speedmaster SM 102 komplettiert die Druckhalle bei der Aumüller Druck KG.

Speedmaster SM 52-8

Die Speedmaster SM 52 wurde anlässlich der drupa 2004 erstmals als Achtfarben-Maschine mit komplett überarbeitetem Bogentransfersystem und erweitertem Funktionsumfang präsentiert. Mit dieser A3-Maschine lassen sich nun auch vier über vier sowie bis zu achtfarbige Druckaufträge in einem Durchgang produzieren.

// Neuer Schwung bei **Add Print** in Australien //

Produktivitätssteigerung um 60 Prozent

Australien. Neuer Schwung bei Add Print in Australien: Durch die Einführung einer Heidelberg Vorstufen- und Drucklösung steigerte das australische Familienunternehmen seine Produktivität binnen kürzester Zeit um rund 60 Prozent und realisierte signifikante Kostensenkungen.

Seit 1999 ist Echuca, gut zweieinhalb Autostunden entfernt von Melbourne, die Heimat des Familienbetriebs Add Print von Russell und Sue McGowan. Mit viel Unternehmergeist beleben die McGowans seither das Druckgeschäft in der bei Touristen sehr beliebten australischen Ortschaft. Im vergangenen Jahr entschied sich Add Print zu neuen Investitionen in die Produktion. Die Wahl fiel auf eine Heidelberg Speedmaster SM 52 Zweifarben-Maschine und einen Polysetter 52 Polyesterplattenbelichter – eine leistungsfähige Kombination, von der die Produktivität des Familienbetriebs maßgeblich profitierte. Vorbei sind heute die Zeiten, als Russell McGowan werktags und an Wochenenden morgens um drei zu arbeiten begann, um allen Aufträgen gewachsen zu sein. Russell McGowan: „Mit unserer neuen Speedmaster 52 arbeiten wir deutlich effektiver und wirtschaftlicher als zuvor. Durchschnittlich wickeln wir unsere Aufträge heute rund 60 Prozent schneller ab."

Auch der Polysetter 52 sorgt für nachhaltigen Mehrwert: Während früher auf externe Partner zurückgegriffen wurde, erledigt Add Print heute die komplette Plattenbelichtung inhouse und spart dabei Zeit und Geld. Mit dem Heidelberg Polysetter 52 System, das mit der Meta Dimension RIP Software betrieben wird und dadurch alle Vorteile neuester JDF- und PDF-basierter RIP-Technologie bietet, gelingt das Belichten fast wie von selbst. Auch die Kundenservices von Heidelberg lassen Russel McGowan der Zukunft entspannt entgegenblicken: „Zuverlässiger Vor-Ort-Kundendienst und die neuartigen Remote-Services von Heidelberg geben uns die Sicherheit, unsere Aufträge stets perfekt, schnell und pünktlich abwickeln zu können".

Weitere Informationen: www.addprint.com.au

Einfach fabelhaft!

Singapur. Träume werden in Singapur wahr: Francis Siow gründete 1993 den Familienbetrieb „Fabulous Graphic", der zwei Jahre später in einer GmbH mit dem Namen „Fabulous Printers Pte. Ltd." aufging. Gemeinsam mit seinem Partner A.K. Samy leitete er damit eine wahrhaft „fabelhafte" Erfolgsgeschichte ein. Was 1996 mit einer gebraucht gekauften Druckmaschine und drei Mitarbeitern begann, wuchs dank gezielter Technologie-Investitionen bis heute zu einem 60-Mann-Unternehmen an, das über modernster Drucktechnologie verfügt. Für das kommende Jahr peilt das Unternehmen einen Gewinn von rund sechs Millionen Euro an. Die Rating-Agentur „DP Information Network Group" listete die „Fabulous Printers" unter den fünfzig am schnellsten wachsenden Unternehmen Singapurs. Als stolzer Geschäftsführer eines „Fastest Growing 50"-Betriebs plant Francis Siow nun, auch den größeren regionalen Markt in Angriff zu nehmen – unterstützt von seiner Speedmaster CD 102 wird ihm zweifellos auch das gelingen.

Weitere Informationen: www.fabulousprinters.com

Fabulous Printers auf Erfolgskurs in Singapur //

Prinect Signa Station 1.0

Mit Prinect Signa Station 1.0 präsentiert Heidelberg eine komplett neu entwickelte Ausschiesssoftware, die die Erstellung und das Management von Druckbögen vereinfacht: Schnell und unkompliziert führt die JDF-basierte Software den Anwender mittels eines Assistenten Schritt für Schritt durch den Ausschießprozess. Zudem bietet das Ausschießkonzept der neuen Prinect Signa Station hohe Flexibilität: Durch die Trennung von Falz- und Druckbogen kann auf Änderungen im Produktionsplan, beispielsweise auf den Wechsel von einer Speedmaster SM 74 zu einer Speedmaster SM 102, schnell reagiert werden. Zudem lassen sich mehrere Falzbögen auf einem Druckbogen positionieren oder auch ein Falzbogen in Verbindung mit einzelnen Druckobjekten wie z.B. Visitenkarten oder Einzelseiten kombinieren. Darüber hinaus erzeugt die Prinect Signa Station zuverlässige Daten für den Druck und die Druckweiterverarbeitung, die die Rüstzeiten minimieren und Fehleingaben im Prinect Workflow nahezu ausschließen. Prinect Signa Station 1.0 wurde erstmalig auf der drupa 2004 vorgestellt.

Prosetter: Nachfrageschub aus Osteuropa

Slowenien. Heidelberg freut sich über große Absatzerfolge des CtP-Systems Prosetter. Insbesondere in den Wachstumsmärkten Osteuropas wird derzeit stark in die Violett-Technologie investiert, deren wirtschaftliches Konzept die Druckunternehmen anspricht. Nachfrageschwerpunkte liegen in der Tschechischen Republik, in Russland sowie in Slowenien. So nutzt beispielsweise die slowenische Druckerei Trajanus gleich drei Prosetter-Systeme an zwei Standorten. Nachdem im Jahr 2002 mit dem Prosetter 102 der Einstieg in den CtP-Markt gelungen war, investierte Trajanus bereits im darauf folgenden Jahr in ein zweites Prosetter-Gerät. Für einen zweiten Druckereistandort bestellte das Unternehmen nun auf der drupa 2004 einen neuen Prosetter 74, mit dem Trajanus nicht nur für den eigenen Bedarf produziert, sondern in Zukunft auch Druckereien aus der Region mit belichteten Druckplatten versorgt.

// Osteuropa investiert in Violett-Technologie //

Quickmaster DI-46-4 Pro mit ProSpot

Die Quickmaster DI-46-4 Pro ist nun mit der neuen Bebilderungstechnologie ProSpot verfügbar. Vorteile: bessere Druckqualität durch harmonische Rasterverläufe und ein detailreiches Druckbild. Ebenfalls neu sind Prinect MetaDimension als Raster Image Processor (RIP) und die Remote-Service-Funktionalität der QM DI Pro.

Sidney Anversa Victor, Gründer der vielfach ausgezeichneten Druckerei Congraf in São Paulo, blickt zuversichtlich in die Zukunft.

Ausgezeichneter Verpackungsdruck

Brasilien. Als Sidney Anversa Victor 1972 in einem kleinen Schuppen die Druckerei Congraf gründete, druckte er zunächst vor allem Visitenkarten und Hochzeitseinladungen. Heute ist die ehemalige „Garagenfirma" zu einem Unternehmen mit 100 Mitarbeitern angewachsen, das im Süden São Paulos auf insgesamt 4.000 Quadratmetern Firmengelände hochwertige Verpackungen druckt. Als Lohn für die harte Arbeit wird Congraf regelmäßig mit Lorbeeren überhäuft: Allein fünf Auszeichnungen beim renommierten „Fernando Pini Printing Excellence Award" sowie zwei Auszeichnungen durch die Verpackungs-Fachzeitschrift „EmbalagemMarca" und ein Qualitätspreis der Firma Avon sprechen eine deutliche Sprache. Dank seiner Speedmaster CD 74 mit sechs Farbwerken plus Lack scheut Sidney Anversa Victor auch künftig keinen Vergleich mit der Konkurrenz.

Weitere Informationen: www.congraf.com.br

Congraf, Brasilien: Mit Lorbeeren überschüttet //

Dymatrix 106 CSB

Die neue Bogenstanzmaschine Dymatrix 106 CSB (CSB steht für Cutting, Stripping, Blanking – also Stanzen, Ausbrechen und Nutzentrennen) stanzt, prägt und rillt Papier bei einer Verarbeitungsgeschwindigkeit von bis zu 9.000 Bogen pro Stunde.

Modular Coating System für Speedmaster SM/CD 102

Auch mal Lack gewünscht? Der Einstieg in das Lackieren ist so leicht wie nie zuvor. Das Modular Coating System (MCS) für die Speedmaster SM/CD 102 ist die wirtschaftliche Alternative zu einem konventionellen Lackierwerk bei einer Auftragsstruktur mit registerunkritischen Lackieranwendungen – und dies bei niedrigen Investitionskosten. Das Kammerrakelsystem lässt sich anstelle der Gummituchwascheinrichtung innerhalb kürzester Zeit ins letzte Druckwerk einer Speedmaster SM 102 und einer Speedmaster CD 102 ohne Lackierwerk einsetzen. Dadurch kann das Enddruckwerk statt Druckfarbe nun auch vollflächig Schutz-, Glanz- oder Mattlacke auftragen. Diese auf der drupa 2004 an einer Zehnfarben SM 102 gezeigte Lösung führt bei allen Kunden mit Zehn- oder Zwölffarben-Maschinen zu großer Nachfrage.

SUPRASETTER

Auf eigenen Wegen

Mit der Vorstellung des Suprasetters auf der drupa schlägt Heidelberg ein neues Kapitel in der CtP-Technologie auf. Nach der Prosetter-Familie im Violettbereich basiert nun auch die Technik im Thermalbereich auf eigenen Forschungsleistungen. Heidelberg Nachrichten (HN) sprach mit den beiden Experten Hansjürgen Krausbeck und Andreas Forer über den neuen Plattenbelichter.

HN: Der Suprasetter stellt ein völlig neues Thermal-CtP-System dar, das komplett von Heidelberg entwickelt wurde. Wozu der Forschungsaufwand, sind die alten Systeme nicht schon gut genug?

A. Forer: Sicherlich präsentierten die bisherigen Systeme immer den neuesten Stand der Technik – zumindest zu dem Zeitpunkt, zu dem sie in den Markt eingeführt wurden. Die Ansprüche unserer Kunden sind jedoch gestiegen; Modularität, Flexibilität und natürlich auch Produktivität sind die Herausforderungen, denen wir uns gestellt haben. Unsere Kunden zählen ja darauf, dass wir unsere Produkte aus den Bereichen Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung optimal aufeinander abstimmen. Und das können wir eben am besten, wenn wir dies inhouse umsetzen.

HN: Und wieso hat Heidelberg nicht wie in der Vergangenheit auf eine Kooperation gesetzt?

A. Forer: Das stimmt so ja nicht ganz. Heidelberg ist in den vergangenen Jahren zwar erfolgreiche Partnerschaften in der Bebilderungstechnik eingegangen, die CtP-Familie Prosetter mit Violettdioden-Technologie ist aber bereits eine vollständige Eigenentwicklung. Dieser Schritt war auch im Thermalbereich notwendig, um den Anforderungen unserer Kunden bestmöglich gerecht zu werden. Dabei blicken wir auf die Erfahrung von mehr als 3.000 produzierten und installierten CtP-Einheiten im Markt. Die verwendete Technik stellt für uns eine Kernkompetenz dar, die mit Blick auf die Zukunft natürlich auch weiterentwickelt wird.

Der Suprasetter: Das modulare CTP-System von Heidelberg.

HN: Können Sie die Technik kurz beschreiben?

H. Krausbeck: Der Suprasetter ist ein thermales CtP-System mit Außentrommelbebilderung. Er ist äußerst flexibel und unterstützt alle bei Heidelberg gängigen sowie auch Heidelberg-fremde Plattenformate. Im Vier-Seiten-Format ist er als Suprasetter 74, im Acht-Seiten-Format als Suprasetter 105 erhältlich. Es gibt ihn mit fünf Geschwindigkeitsstufen und in verschiedenen Automatisierungsvarianten, vom manuellen Betrieb bis zum vollautomatischen System mit Single beziehungsweise Multi Cassette Loader. Wie der Prosetter stellt auch der Suprasetter ein modulares System dar, bei dem sich der Kunde seine ideale Konfiguration zusammenstellen kann, abgestimmt auf Kapazitätsbedarf und Investitionsmöglichkeit. Bei steigenden Ansprüchen kann der Suprasetter jederzeit vor Ort aufgerüstet werden, was dem Kunden ein hohes Maß an Investitionssicherheit bietet.

HN: Und wie steht es mit der allgegenwärtigen Frage nach mehr Leistung?

H. Krausbeck: Hohe Produktivität von bis zu 30 Platten in der Stunde erzielen wir vor allem durch unser neu entwickeltes Lasersystem sowie durch parallel ablaufende Prozesse. So stanzen wir mit höchster Präzision direkt im Gerät, auch während der Bebilderung einer anderen Platte, und wir haben durch den doppelbödigen Schwenktisch die Möglichkeit, Platten vorzuladen. Auch die automatische Separierung und Ablage des Zwischenlagepapiers im Loader geschieht parallel zur Bebilderung. Und es besteht sogar die Möglichkeit, die Plattenbebilderung direkt vom Maschinenleitstand via Prinect CP2000 Center anzustoßen. Wir sprechen hierbei von „Plate on demand".

HN: Und das neue Lasersystem?

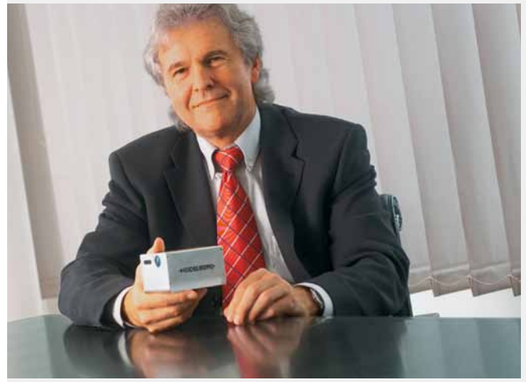
H. Krausbeck: Das Lasersystem ist komplett von Heidelberg entwickelt und kommt beispielsweise auch in der neuen Speedmaster 74 DI zum Einsatz. Es basiert auf Lasermodulen, die etwa die Größe eines Mobiltelefons haben. Je mehr Lasermodule, desto höher ist der Plattendurchsatz je Stunde. Zusätzliche Module kann man auch nach dem Kauf noch nachrüsten. Darüber hinaus verfügen die Lasermodule über ein intelligentes Diodensystem, durch das Produktionsausfälle nahezu eliminiert werden.

HN: Kann man also sagen, dass mit den Prosetter- und Suprasetter-Familien zwei Technologien vorliegen, die den Bedürfnissen nach modernen CtP-Lösungen gerecht werden?

A. Forer: Richtig. Vor allem da beide Technologien das gleiche modulare Konzept aufgreifen, wie wir es bereits in ähnlicher Form von Prinect kennen. Damit sind unsere Kunden auf individueller Basis bestens gerüstet für eine erfolgreiche Zukunft.

HN: Vielen Dank für das Gespräch. ■

Andreas Forer, 34, Leiter Produkt Management Imaging Systems für CtP und Direct Imaging Produkte, ist seit 1997 bei der Heidelberger Druckmaschinen AG tätig. Er hat Druckereitechnik studiert und einen Master-Abschluss in internationalem Marketing.



Hansjürgen Krausbeck, 57, hier mit einem Lasermodul in der Hand, hat Informatik studiert und ist seit 1972 bei Heidelberg beschäftigt. Er war für die Einführung der CtP-Systeme Trendsetter, Topsetter und Prosetter zuständig und ist seit 2001 Produktmanager für das neue CtP-System Suprasetter.

Brillanter, bunter, schöner. Die Anforderungen an Drucker und deren Maschinen steigen tagtäglich. Die Veredelung von Druckprodukten ist heute eine Forderung von Kunden, die damit eine deutliche Abgrenzung gegenüber ihrer Konkurrenz erreichen wollen. Die Heidelberg Speedmaster CD 74 ist eine hochflexible Maschine im Mittelformat, die es Druckereien ermöglicht, auch bei angespannter Wirtschaftslage besondere Veredelungen anzubieten und sich damit einen klaren Wettbewerbsvorteil zu sichern.

SPEEDMASTER CD 74

Mittelformat –

aber keine Mittelklasse

Die Speedmaster CD 74 ist seit Ende 2000 auf dem Markt. Mit weltweit über 3.000 installierten Druckwerken hat sie Maßstäbe im modernen Druckmaschinenbau gesetzt. Die Gründe: Sie verarbeitet ein breites Spektrum an Bedruckstoffstärken – von 0,03 bis 0,8 mm – und dies ohne Umstellung der Transfergreifer. Diese Flexibilität und die einfache Bedienung sorgen für hohe Produktivität und wirtschaftliches Drucken. Die Speedmaster CD 74 gibt es sowohl im Verpackungsformat 60,5 x 74 cm als auch im Akzidenzformat 53 x 74 cm.

Die Speedmaster CD 74 mit Wendung.
„Mit der erfolgreichen Schöndruckbaureihe kam der Wunsch zahlreicher Anwender nach einem Wendesystem auf. Kein Wunder, denn gerade kleine und mittelständische Druckereien – und die machen den Großteil der Druckbranche aus – setzen oftmals eine einzige Maschine der Formatklasse 50 x 70 cm ein und fordern von dieser eine maximale Flexibilität – ob im ‚Geradeaus'-Druck oder im kombinierten Schön- und Widerdruck. Diesen Kundenwunsch hat Heidelberg umgesetzt und zur drupa 2004 die Speedmaster CD 74 mit Wendesystem vorgestellt", erklärt Thomas Frank, Leiter Produktmanagement 50 x 70 bei Heidelberg.

Hierfür wurde das bewährte Grundprinzip der Drei-Trommel-Wendung beibehalten; gleichzeitig verfügt diese Maschine über einen doppeltgroßen Transferzylinder unmittelbar vor der Speichertrommel. Das Durchmesserverhältnis des neuen Drei-Trommel-Systems beträgt also 2-2-1. Und so funktioniert es: Der doppeltgroße Transferzylinder übernimmt den Bogen vom Druckzylinder des Druckwerks, das sich vor der Wendung befindet, und führt ihn der ebenfalls doppeltgroßen Speichertrommel zu. Eine exzentrisch geformte Wendetrommel reicht den Bogen an das nachfolgende

Hochgeschwenkter Zwischendecktrockner: Schnell und problemlos zwischen den einzelnen Druckwerken versetzbar. Je nach Druckauftrag an der erforderlichen Stelle.

UV-Ausstattung Ausleger: Trocknermodule mit bewährtem Einschubmodul und Schnellanschlüsse für den UV-Endtrockner.

Zukunftsorientiert im Mittelformat: Die neue Speedmaster CD 74 UV.

„Mit der Doppellackmaschine eröffnen sich für Designer und Agenturen völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten.“

Olaf König

Druckwerk weiter. Das alles geschieht mit höchster Registerhaltigkeit. Auf diese Weise können Bedruckstoffe bis zu einer Stärke von 0,8 mm im kombinierten Schön- und Widerdruck mit einer Spitzengeschwindigkeit von bis zu 15.000 Bogen pro Stunde verarbeitet werden. Mehr noch: Zusammen mit dem maximalen Papierformat von 60,5 x 74 cm erschließen sich hier neue, interessante Nutzungsmöglichkeiten.

Die Speedmaster CD 74 für den UV-Druck. Die CD 74 Wendemaschinen sind ideal für den Einsatz in Akzidenzbetrieben mit einem breiten Bedruckstoffspektrum, für Verpackungs- und Etikettendruckereien sowie für Betriebe, die vorwiegend Grußkarten oder Buchumschläge mit Rückseitendruck herstellen.

„Die Speedmaster CD 74 erlaubt neben den Serienmodellen für den Schöndruck und den Wendebetrieb vielfältige Konfigurationen aus Druck- und Lackierwerken, die maßgeschneidert auf die Situation im Drucksaal zusammengestellt werden, ob als Doppellackmaschinen, komplett integrierte UV/Hybrid-Maschinen ab Werk oder mit Lackieren vor und nach dem Drucken in einem Durchgang“, berichtet Andreas Lang, Leiter Produktmanagement Sondermaschinen im Format 50 x 70 bei der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Dass UV-Farben und -Lacke in der Printmedienindustrie immer beliebter werden, ist keine Neuigkeit. Und auch die „harten Fakten“, was sie alles können, sind bekannt: Sie haften besser auf nicht-saugenden Materialien, sind scheuerfest und besitzen hohe Glanzwerte. Die Speedmaster CD 74 UV ist diesem Trend gefolgt: Sie wurde als erste Maschine der Welt mit dem BG-Label „optimiert für UV-Druck“ ausgezeichnet, eine Anerkennung für die volle Integration aller für den UV-Druck notwendigen Ausstattungselemente. Sie setzt hiermit neue Standards bezüglich ihrer Prozess-, Bedien- und Investitionssicherheit. Kunden, die bereits in diese Maschinentechnologie investiert haben, schätzen besonders die rasche und sichere Inbetriebnahme sowie die leichte Bedienbarkeit und Zugänglichkeit der Maschine und ihrer Systemkomponenten.

Die Speedmaster CD 74 Doppellackmaschine. Wenn Lösungen im High-End-Akzidenzdruck und für Spezialanwendungen im Etiketten- und Faltschachteldruck gefragt sind, bietet sich die Speedmaster CD 74 Doppellackmaschine an. „Mit dieser neuen Technik eröffnen sich auch für Agenturen und Designer völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten. Mit hoher Automatisierung, standardisierten Abläufen und der Integration von Prozessen in der Maschine lassen sich Material und Kosten einsparen. Die Druckerei kann somit ausgefallene Kundenwünsche realisieren – und dies zu konkurrenzfähigen Preisen“, resümiert Olaf König von Königsdruck in Berlin. König kaufte als erster bei Heidelberg eine Doppellackmaschine mit zwei Zwischenwerken (LYYL) im Format 50 x 70. Bei dieser Konfiguration entsteht zwischen den beiden Lackierwerken eine längere Verlaufsstrecke und mehr Raum für zusätzliche Trockner. Höhere Produktionsgeschwindigkeiten sind in den meisten Fällen möglich, und meistens lassen sich dadurch auch noch höhere Glanzergebnisse gegenüber einer Maschine mit einem Zwischenwerk erzielen.

Zukunftsweisende Maschine im Mittelformat. Die unterschiedlichen Speedmaster CD 74 Varianten haben eines gemeinsam: Alle Konfigurationen werden aus einem gemeinsamen, modular konzipierten Baukasten aufgebaut – je nach Kundenanforderung. Während die am häufigsten gewählten Modelle aus fünf oder sechs Druckwerken und einem Lackwerk für den Einsatz im Akzidenzdruck bestehen, legen spezialisierte Betriebe im Verpackungs- und Etikettendruck Wert auf erweiterte Funktionalität, wie acht Druckwerke mit UV-Vollausstattung oder sechs Farben und Doppellack mit zwei Trockenwerken. „Mit der jüngst hinzugekommenen Speedmaster CD 74 Duo für das Aufbringen von Deckweiß, Gold-, Silber- und Perleffekten vor dem Offsetdruck wird deutlich, dass die CD 74 bereits heute ein breites Anwendungsspektrum abdeckt und erhebliches Potenzial für weitere Entwicklungen hat“, so Andreas Lang und ergänzt: „Sie ist deshalb die zukunftsweisende Maschine im Mittelformat.“ ■

Die Technik im Detail: Die Speedmaster CD 74 ist durch ihre Technologie die richtungsweisende Druckmaschine im Mittelformat. Mit Wendeeinrichtung ist sie wahlweise als Vier-, Fünf- und Sechsfarben lieferbar. Reine Schöndruckmodelle sind sogar mit bis zu acht Farben erhältlich. Die umstellbare Wendeeinrichtung beispielsweise zwischen zweitem und drittem Farbwerk (siehe Bild) erlaubt die gewohnt hohe Schön- und Widerdruckqualität einer Speedmaster, wobei auch dicke, biegesteife Bedruckstoffe verarbeitet werden können.

DAS PRINTMASTER-KONZEPT

Zwei für alle Fälle

Vor die Kaufentscheidung gestellt, lautet die Frage für zukunftsorientierte Druckereien: Welche Ausstattung erlaubt zugleich eine qualitativ hochwertige UND eine rundum wirtschaftliche Auftragsabwicklung zur langfristigen Sicherung des Unternehmens? Kommt darauf an. Heidelberg beantwortet diese Frage deshalb mit zwei Produktlinien.

Der Saugbandanleger an der Printmaster PM 52 kann bequem vom PressControl-Anlegerpanel aus eingerichtet werden.

Im Bogenoffset stellt Heidelberg seinen Kunden zwei Baureihen zur Wahl: Die Speedmaster- und die Printmaster-Familie. In Hinblick auf die Druck- und Maschinenqualität bieten beide Produktlinien den gleichen hohen Qualitätsstandard, den die Heidelberg-Kunden gewohnt sind. „Die Printmaster-Baureihen teilen sich gewisse Grundbausteine mit der bewährten Speedmaster-Linie. Wesentliche Unterschiede bestehen in erster Linie im Auslegersystem, der Endgeschwindigkeit und der Standardausstattung“, so Bernhard Seidl, verantwortlicher Produktmanager für die PM 74 bei Heidelberg. Die Printmaster-Modelle haben grundsätzlich platzsparende Normalstapelausleger und eine geringere Basisausstattung, die jedoch mit sinnvollen Extras der Auftragsstruktur und dem Anspruch des Kunden angepasst werden kann.

Für Ein- und Aufsteiger. Grundgedanke der Printmaster-Reihe ist es, kompakte, preiswerte Maschinen anzubieten, die sich aufgrund ihrer Flexibilität und einfachen Bedienung besonders für Einsteiger im mehrfarbigen Offsetdruck eignen oder aufstrebenden Unternehmen ein risikofreies Wachstum ermöglichen. Folglich verfügt die Printmaster bereits über Basisfunktionalitäten, die alle Erfordernisse zur Abwicklung von kleinen und mittleren Auflagen abdecken. „Egal ob sich ein Betrieb für das günstige Einstiegsmodell oder das automatisierte Modell für höhere Produktivitätsanforderungen entscheidet, die Printmaster-Reihe hält für jeden Auftrag und Kundenwunsch ein geeignetes und vor allem wirtschaftliches Modell parat“, erklärt Frank Süsser, Produktmanager PM 52 bei Heidelberg.

Sowohl PM 52 als auch PM 74 verfügen über ein vielfältiges Angebot an Sonderausstattungen. Nummerieren, Perforieren, Wende- und Wascheinrichtung sind nur einige Beispiele. Last but not least überzeugen die kompakten Printmaster-Varianten auch durch Benutzerfreundlichkeit: „PressControl“ bürgt durchgängig für unmissverständliche Direktbedienung. Die Gleichung „eine Taste = eine Funktion“ erleichtert und beschleunigt die Arbeit.

PM 74 mit Plus an Produktivität. Anlässlich der drupa 2004 präsentierte Heidelberg die neue Generation der Printmaster PM 74: Ein neuer Anleger sorgt mit einem zentralen Saugband und einer pneumatischen Ziehmarke für verkürzte Rüstzeiten und ein spürbares Plus an Produktivität, da der Format- und Bedruckstoffwechsel noch einfacher und komfortabler wird. Weitere Vorteile eröffnen zahlreiche optionale Automatisierungskomponenten: Neben der Gummituch- und Druckzylinderwascheinrichtung stehen nun auch eine automatische Farbwerkwascheinrichtung sowie eine Farbwerktemperierung zur Verfügung. Im Standard wird die Printmaster PM 74 mit dem manuellen Plattenspannsystem EasyPlate geliefert. Mit dem optional erhältlichen „AutoPlate“-Plattenspannsystem lassen sich Produktivität und Bedienungskomfort noch weiter steigern.

Investitionssicher und flexibel: die PM 52. Im A3-Format zu Hause ist die Printmaster PM 52. Seit Mai 2004 wird die Ein- bis Fünffarben-Maschine, wahlweise mit vollautomatischer Bogenwendung, in Serie ausgeliefert. Aufgrund ihrer Eignung für Papierformate von 105 x 145 mm bis 370 x 520 mm und für Bedruckstoffstärken von bis zu 0,4 mm eröffnet sie ein breites Auftrags- und Bedruckstoffspektrum. Im Standardlieferumfang enthaltene Ausstattungen wie Saugbandanleger, Alcolor-Filmfeuchtwerk, hochvolumiges Farbwerk, fernverstellbares Umfang- und Seitenregister und das Plattenspannsystem EasyPlate mit Positionierlauf für einen einfachen und schnellen Plattenwechsel garantieren Druckbetrieben bereits in der Basisversion ein hohes Nutzenpotenzial und Investitionssicherheit. Wer noch mehr Produktivität und Bedienkomfort wünscht, kann auf optionale Ausstattungskomponenten zurückgreifen.

Heidelberg nimmt im Bereich der Workflow- und Integrationsfähigkeit eine Vorreiterrolle ein, daher eignen sich auch die Mehrfarben-Modelle der Printmaster 52 und Printmaster 74 in Verbindung mit der optionalen Farb- und Registerfernsteuerung Prinect Classic Center sowie dem Prinect Online Kit für eine Einbindung in die vernetzte Druckerei. ■

SPEEDMASTER SM 52

Unglaubliche Effekte

Lentikulardruck liegt im Trend: 50er Jahre Tiegel wird zu aktueller Speedmaster von 2004.

Einer der Pioniere auf dem Gebiet des Lentikulardrucks ist die Druckerei Klenke aus Dissen in Niedersachsen, Deutschland. Mit einer Fünffarben-Speedmaster SM 52 mit Lackwerk und UV-Ausstattung gelingen Produkte mit unglaublichen Effekten.

Innerhalb eines Bruchteils einer Sekunde verwandelt sich ein Heidelberg Tiegel in eine Speedmaster. Rund 50 Jahre Forschung und Entwicklung liegen zwischen den beiden Maschinen. Neueste Technik, Qualität und Tradition lassen sich optisch kaum besser darstellen für einen Druckmaschinenbauer wie Heidelberg. Zu sehen ist der Vorgang nicht in einem Werbespot oder in einem Film, sondern auf Folie gedruckt. Realisierbar ist dies heute dank der Lentikular-Drucktechnik und UV-Druckmaschinen. Solche Szenen lassen sich mit speziellen Produktionsmethoden zwar auf fast jeden Bedruckstoff zaubern, allerdings sind hierzu mehrere Schritte notwenig, beispielsweise das Aufkaschieren der Lentikularfolie. Mit einer UV-ausgestatteten Druckmaschine kann aber direkt auf die Rückseite der Folie gedruckt werden. Dies spart nicht nur Zeit, denn mit dem Einzug der UV-Drucktechnik hat sich der Lentikulardruck auch qualitativ erheblich verbessert. Er bietet der Werbeindustrie eine zusätzliche Quelle innovativer Ideen und ist eine weitere kreative Einsatzmöglichkeit für Druckmaschinen mit UV-Ausstattung.

Lentikular-Bilder, im Volksmund als Wackel- oder Wechselbilder bekannt, erobern dank verbesserter Produktionsmethoden neue Einsatzgebiete. Nur wenige Druckereien können diese Kunst des Drucks bislang realisieren. Dazu zählt Klenke Druck. Begonnen hat alles 1977, als sich Manfred Klenke (62) mit einer Siebdruckerei in die Selbstständigkeit gewagt hat. Mit seinen 21 Mitarbeitern erwirtschaftet Klenke Druck heute rund 2,3 Millionen Euro Jahresumsatz. Über 80 Prozent der Kunden sind überregionale Unternehmen und Agenturen.

„Mein erstes Geld habe ich durch das Bedrucken von Möbelfronten verdient. Hinzu kamen dann erste Aufträge einer Offset-Druckerei für Kunststoff-Aufkleber im Siebdruck. So sind wir immer weiter in den grafischen Bereich hineingewachsen“, berichtet Manfred Klenke stolz. Drei Jahre nach der Gründung kam Joachim Hartmann (55), sein Partner, ein ausgebildeter Buch- und Offset-Drucker mit Meisterbrief, dazu. „Wir haben uns von vornherein schwerpunktmäßig für Foliendruck interessiert und hatten den Siebdruck und den Foliendruck mit Offsetmaschinen für die Kunststoffbedruckung“, erklärt Joachim Hartmann.

Dank kleinem Format mit bester Qualität. Bei Klenke hat man sich auf kleine Bogen spezialisiert und als Sonderanfertigung eine Fünffarben-Speedmaster SM 52 mit Lackwerk und UV-Ausstattung zugelegt. Ein großer Vorteil und einer der wesentlichen Kaufaspekte für die Maschine ist die Möglichkeit der Diagonalverstellung der Druckplatten, die eine optimale Passereinstellung erlaubt. Als fünfte Farbe wird überwiegend Deckweiß eingesetzt.

Doch bevor es in die Druckmaschine geht, müssen die Druckdaten in der Vorstufe bearbeitet werden. Ein „einfaches“ Wechselbild setzt sich aus Bild eins und Bild zwei zusammen. Diese beiden Bilder werden, vereinfacht dargestellt, über eine spezielle Soft-

„Eine minimale Ungenauigkeit von Druckwerk zu Druckwerk reicht bei einem Wechselbild bereits aus, um es unbrauchbar werden zu lassen.“ Manfred Klenke

ware in Streifen zerlegt. Ein Streifen eines Bildes kommt dann hinter die linke Seite der Linse, und der zugehörige Streifen des zweiten Bildes wird auf die andere Seite der gleichen Linse gelegt. Wird das fertige Bild hin- und herbewegt, erscheint Bild 1 oder Bild 2. Der Aufbau eines 3D-Bildes ist ähnlich.

Die Entscheidung für das kleine Druckformat fiel aber auch wegen des exakten Passers an der Speedmaster SM 52. „Wenn die in Streifen zerlegten und wieder zusammengesetzten Bilder nur minimal verrutschen oder aus dem Passer laufen, dann habe ich ein unbrauchbares Produkt, denn das potenziert sich über die gesamte Breite einer Folie. „Das Problem dabei sind die Toleranzen. Die Zylinderabwicklung differiert von Maschine zu Maschine und/oder von Druckwerk zu Druckwerk. Diese Abweichungen sind zwar nur unwesentlich und für normale Drucke auch völlig irrelevant, aber eben nicht im Lentikulardruck“, meint Manfred Klenke. Zusätzlich erwärmt sich durch die mechanische Belastung der Bedruckstoff, und dies führt zu Verzug. Diese Abweichungen potenzieren sich. Beim normalen Druck lassen sich diese Ungenauigkeiten für das Auge kaum feststellen. „Das ist der Unterschied zur Lentikulartechnik, denn wenn ich hier eine Druckverschiebung um wenige Pixel habe, erhält man sofort eine entsprechende Farbverschiebung im Bild“, erklärt Manfred Klenke. Eine minimale Ungenauigkeit von Druckwerk zu Druckwerk reicht bei einem Wechselbild bereits aus, um es unbrauchbar werden zu lassen. Wenn beispielsweise Magenta nur minimal vor den anderen Farben steht, dann würde bei einem Bildwechsel das Magenta als erste Farbe springen. „Bei einem menschlichen Gesicht wäre die Magentafarbe zuerst zu sehen bevor die anderen Farben ‚nachspringen‘. Es muss also sehr präzise gearbeitet werden. Eine kleinformatige Maschine kommt diesen Ansprüchen sehr entgegen. Wobei bei höheren Auflagen die Kalkulation natürlich höherpreisig ausfällt. Die Sauberkeit der Drucke, die Wiedergabe und das Endprodukt sind im kleinen Format sehr viel besser und genauer“, ist Manfred Klenke überzeugt.

128er Raster und höher. Für den Lentikulardruck sollte bereits „Erfahrung“ im UV-Druck vorliegen. Für die Aufbereitung der Daten muss eine besondere Software eingesetzt werden. In der Produktion läuft der Druck wesentlich langsamer ab, denn Abwicklungsverhältnisse und Passerdifferenzen im Hundertstel-Bereich haben gravierende Auswirkungen auf die Endprodukte und führen schnell zu hoher Makulatur. Ein doppelter Zeitaufwand sollte daher angesetzt werden, selbst bei erfahrenen Druckern. Auch das Raum- und Lagerungsklima spielt eine noch größere Rolle als im herkömmlichen Offsetdruck, denn die Dehnung und Schrumpfung bei thermoplastischen Folien ist sehr groß. „Wir arbeiten im 128er Raster und höher, je nach Aufgabe, bei 75 Linsen pro Inch. Wechsel- und 3D-Bilder beinhalten eine große Menge an Informationen. Diese müssen exakt aufgelöst und in Rasterweiten

UV-Profis unter sich: Joachim Hartmann und Manfred Klenke. (von links)

Lentikular – so funktioniert es

Die Wirkungsweise von Lentikular erfolgt durch ein enges Aneinanderreihen von gleichartigen Linsenstreifen, der sog. Sammellinse, auf einer speziellen Folie. Hinterlegt werden Bilder, die am PC in Streifen zerlegt und mit speziellen Programmen wieder zusammengeführt werden (interlaced) – je nach der gewünschten Wirkung mit zwei bis 25 Teilbildern/Streifen unter jedem Linsenstreifen. Je nach gewünschtem Effekt werden auch unterschiedliche Folien und Platten mit einer entsprechenden Anzahl Linsen je Zentimeter eingesetzt. Die Aufgabenstellung bestimmt die Größe und Art der einzusetzenden Linse. Wobei der Preis häufig einen Kompromiss fordert.

Zur Verdeutlichung: Bei einem Standardbild werden bei 80 lpi (31 lcm) 3,15 Linsen je Millimeter Bild eingesetzt. Eine Streifenlinse, auf der alle gewünschten Phasen des ausgesuchten Effekts untergebracht werden müssen, ist lediglich etwa 0,32 Millimeter schmal. Im Lentikulardruck können selbst die ausgefallensten Gestaltungswünsche realisiert werden. Dazu gehören:

- **Morphing (Verwandlungseffekte)**
  Verwandlung eines Bildes A zu einem Bild B. Bis zu zwölf Phasen sind möglich. Hierbei kann keine Tiefenwirkung erzielt werden, im Vordergrund steht der Veränderungseffekt.
- **3D-Effekte**
  Im Prinzip sehen hierbei die beiden menschlichen Augen mit unterschiedlichen Blickwinkeln auf das gleiche Objekt. Dabei werden fünf bis zehn Quellbilder aus verschobenen Perspektiven oder aus drei bis vier Ebenen (Vordergrund, Bildebene, Hintergrund) eingesetzt.
- **Zoom-Effekte**
  Im Prinzip wie das Morphing aufgebaut. Je nach Blickwinkel erscheint das dargestellte Objekt aber nicht verändert, sondern es nähert oder entfernt sich.
- **Flip 2/3 (Wackel- bzw. Wechseleffekte)**
  Durch den veränderten Blickwinkel auf das Objekt wechselt dieses den Inhalt: Aus einem hässlichen Frosch wird ein hübscher Prinz.
- **Animation/Motion (Bewegungseffekte)**
  Auf dem Objekt findet eine kurze Handlung statt. Durch veränderten Blickwinkel entsteht der Eindruck, als würden Bewegungsabläufe entstehen: Das Verdeck an einem Fahrzeug schließt und öffnet sich.

Es können verschiedene der beschriebenen Effekte miteinander kombiniert werden, dies hängt aber von den vorhandenen Vorlagen, der Größe der verwendeten Bilder und damit von der eingesetzten Linsenart ab.

umgesetzt werden. Je mehr Infos, umso feiner muss die Auflösung sein“, erklärt Manfred Klenke.

Die Grenze des technisch Machbaren. „Die Dateigrößen, die in der Lentikulartechnik systembedingt eingesetzt werden, sind enorm. Besonders bei der Umsetzung von dreidimensionalen- oder Animationseffekten sind bis zu zwölf oder mehr Einzelbilder zu einem Datensatz zu verarbeiten und hinter jede Lentikularlinse zu drucken“, bestätigt auch Harald Lutsch, Geschäftsführer von 3D-Images aus Eppingen, Deutschland. Das Unternehmen bietet sämtliche für die Lentikulartechnik erforderlichen Dienstleistungen an. Nach Meinung von Harald Lutsch sind bei spektakulären Effekten wie einer Videoanimation mit mehr als 18 Einzelbildern Rasterauflösungen mit bis zu 200 bis 240 Linien/cm notwendig. „Nur mit diesen feinen Rastern können die einzelnen Bildphasen trennscharf als Linienmuster hinter jeden Linsenstreifen gedruckt werden. Eine spezielle Rasterwinkelung passend zu Motiv und Linsenausrichtung ist zusätzlich entscheidend, um eine Moirébildung zu verhindern“, berichtet Lutsch. Die Punktform und die minimale Punktgröße mit 20µm und kleiner sind weitere Aspekte. Nicht jeder Film- oder Plattenbelichter und die dabei eingesetzten Materialien sind diesen Anforderungen gewachsen. Lutsch ist überzeugt: „Mit den notwendigen Ansprüchen für den Lentikulardruck stößt man an die Grenzen des technisch Machbaren. Aber nur so ist eine hochwertige Produktion in der Lentikulartechnik gewährleistet.“ ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.klenke-druck.de

DRUPA 2004-NACHLESE

Differenzierung durch Druckveredelung

Die Anmutung von Faltschachteln, Broschüren und Büchern muss mit der Zeit gehen. Die Zielgruppen werden kleiner, und die Ansprüche an Haptik und Qualität steigen stetig. Daher erlebt die Diskussion über die Veredelungsmöglichkeiten zur Differenzierung von Druckerzeugnissen derzeit eine Hochkonjunktur. Einige Verfahren stehen hierbei zur Auswahl, doch welches ist das beste? Der nachfolgende Artikel stellt die gängigen Anwendungen gegenüber, die Heidelberg zur drupa 2004 zeigte.

Eine einladende Tasse Kaffee, daneben ein paar herrliche Kaffeebohnen und dazu der Duft von frischem Kaffee – ein Poster gedruckt auf einer konventionellen Heidelberg Speedmaster CD 74 mit Dispersionslackierung, war einer der Publikumsmagneten in den Heidelberg Hallen auf der drupa. Eine teure Spezialuhr auf alukaschiertem Material mit UV-Farben, einem UV-Mattlack sowie einem hochglänzenden UV-Spotlack war eines der Highlights in Halle 3, ebenfalls gedruckt auf einer Speedmaster CD 74 – doch diesmal mit vollintegrierter UV-Ausstattung auf dem Heidelberg/IST Partnerstand (siehe auch Artikel über CD 74 UV in dieser Ausgabe). Dies sind nur zwei von vielen Beispielen, wie aus bedrucktem Papier ein echter Hingucker wird.

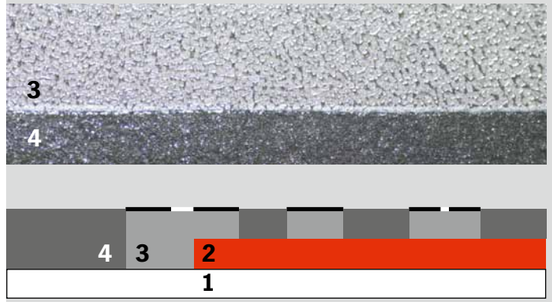
UV-Farben und -Lacke für hochwertige Druckerzeugnisse. Die UV-Lackierung spielt heute in immer mehr Märkten eine wichtige Rolle. Hoher Glanz, eine ungewöhnliche Struktur oder spezielle visuelle Eindrücke sind ein Nutzen der UV-Farben; eine kratzfeste Schutzschicht und das „Haften“ auf nicht-saugenden Oberflächen ein weiterer. Druckereien, die diese Veredelungstechniken anbieten können, haben einen erkennbaren und lohnenden Wettbewerbsvorteil. Deshalb werden bei Heidelberg mittlerweile mehr als zehn Prozent der Maschinen mit UV-Ausstattung bestellt – mit derzeit stark steigender Tendenz.

„In Glanz, Haptik, Schutzwirkung und Scheuerfestigkeit sind UV-Produkte konventionellen Druckerzeugnissen klar überlegen“, attestiert Andreas Lang, Leiter Produktmanagement für die Sondermaschinen im Format 50 x 70 bei Heidelberg. Er relativiert aber: „Es muss nicht immer gleich UV-Druck sein, denn bei einem geringen Auftragsanteil mit UV-Lackierungen können die so genannten Hybridfarben der ökonomischere Einstieg in die UV-Technologie sein.“ Die Hybridfarben, ein modifiziertes UV-Farbsystem, vereinen die Eigenschaften der konventionellen und der UV-Farben in sich. „Im Ergebnis unterscheiden sich Hybridfarben nicht von UV-Farben, das Handling ist jedoch bei einem Mischbetrieb zwischen UV und konventionellen Systemen einfacher, da mit den gleichen Feuchtmittelzusätzen gearbeitet wird, Kombinationswaschmittel verwendet werden können und die Punktzuwächse nicht so groß sind wie bei UV-Farbsystemen. Hybridfarben erleichtern also den Einstieg in UV, dennoch sollte der Lernaufwand für die neue Technik nicht unterschätzt werden“, so Lang weiter.

Die verfahrenstechnischen Besonderheiten bei UV- und Hybridsystemen erfordern ein spezialisiertes Know-how und zum Teil erhebliche Investitionen in die Maschinenvorbereitung. Diese Investition macht sich jedoch mehr als bezahlt, wenn es der Druckerei gelingt, sich attraktiv im Markt für hochwertige Druckerzeugnisse zu positionieren und entsprechendes Auftragsvolumen auf die Maschine zu bringen. Manchmal reicht jedoch auch ein Lackieren mit konventionellen wasser- oder ölbasierten Lacken aus.

Effekt- und Schutzlackierung mit konventionellen Dispersions- und Öldrucklacken. Damit lassen sich mechanischer Schutz, schnelle Weiterverarbeitung und interessante Effektwirkungen erreichen, ohne in zusätzliche Maschinenausstattungen zu investieren. Sie sorgen in bestimmten Anwendungen im Veredelungsbereich für interessante Effekte, die insgesamt dezenter ausfallen als bei UV- und Hybrid-Farbsystemen.

Drip-Off-Vergrößerung



Aufbau

1 Papier/Bedruckstoff
2 Konventionelle Farben
3 Mattlack mit aufliegendem Thermoglanzlack – an diesen Stellen nicht glänzend
4 Hochglanz-Thermolack – an diesen Stellen glänzend

Übersicht der wichtigsten Inline-Druckveredelungen

	UV/Hybrid-Lacke	Öldrucklacke	Dispersionslacke	Drip-Off-Verfahren
Glanz	++	0	+	+
Scheuerfestigkeit	++	0	+	+
Matt-/Glanz-Effekte	++	–	–	+
Haftung auf nicht-saugenden Bedruckstoffen	++/+	–	0	–
Trocknung/Härtung	++	–	0	0

++ sehr gut + gut 0 durchschnittlich – gering

Auf der drupa 2004 zeigte Heidelberg als erster Druckmaschinenhersteller, wie anspruchsvolle Matt-/Glanzeffekte mit konventionellen Druckmaschinen hergestellt werden können. Mit dem so genannten Drip-Off-Verfahren wird im letzten Farbwerk der Druckmaschine ein spezieller Öldruck-Mattlack auf die gewünschten matten Flächen der Druckform aufgebracht. Im nachgeschalteten Lackwerk wird danach eine vollflächige Dispersionslackierung mit einem hochviskosen Hochglanz-Thermolack aufgebracht. Durch die Erwärmung mit einem separaten Heizaggregat sinkt die Viskosität des Lackes, so dass sich dieser sehr gut verarbeiten lässt. Der Glanzlack perlt an den Mattlack-Stellen ab, und die Mattierung bleibt erhalten. Von daher auch der Name Drip Off, der übersetzt „abtröpfeln“ bedeutet.

Durch die unterschiedliche Oberflächenbeschaffenheit und den Kontrast zwischen matten und glänzenden Teilflächen lassen sich vielfältige optische Effekte erzielen, wie samtiges Aussehen oder spiegelnde, silbrige Eindrücke. „Mit diesem neuen Lackierverfahren bietet Heidelberg seinen Kunden einen kostengünstigen Einstieg in die Inline-Veredelung an. Sie empfiehlt sich in erster Linie für Kunden im Akzidenzbetrieb, die mit interessanten Effekten den Wertgehalt ihrer Druckprodukte verbessern wollen. Drip Off ist aber auch für die Verpackungs- und Etikettenproduktion eine ideale Anwendung, wenn die Akzentuierung der Drucksachen durch Matt/Glanzeffekte gefragt ist“, erklärt Dirk Kummer, Leiter Produktmanagement bei der Heidelberg Deutschland Vertriebs GmbH. Der Rüstvorgang ist praktisch identisch zum konventionellen Offsetdruck. Eine Zusatzinvestition in eine speziell ausgestatte Druckmaschine ist nicht erforderlich, da komplett mit konventionellen Farb- und Lacksystemen gearbeitet wird. Die Drip-Off-Lackierung kann an allen Speedmaster-Maschinen mit mindestens fünf Druckwerken und einem Lackierwerk mit Kammerrakel eingesetzt werden. Andreas Lang bestätigt: „Mit dem Drip-Off-Verfahren bieten wir unseren Kunden ein alternatives Matt-/Glanzverfahren an, welches sich insbesondere als Einstieg in die Welt der veredelten Druckproduktion eignet. Aber eben nicht nur, wie uns viele überzeugte Anwender seit der drupa bestätigen.“

Druckprodukte, die nicht nur das Auge ansprechen. Neben den optischen und haptischen Effekten lässt sich auch der Geruchssinn durch Druckprodukte ansprechen, nämlich durch Duftlacke. Duftlacke sind eine Sonderform der Dispersionslacke. Sie bestehen zusätzlich zur Grundkomposition der Lacke aus mikroverkapselten Duftstoffen, die beispielsweise die Düfte von Pflanzen, Gewürzen und Lebensmitteln imitieren. Duftlackanwendungen werden meist als Spotlack aufgetragen und anschließend mit einem Matt- oder Glanzlack veredelt, wobei die Stellen mit Duftlackauftrag beim abschließenden Schutz- oder Effektlackauftrag ausgespart werden.

„Ob nun konventionelle Öldruck- und Dispersionslacke, Drip-Off- oder UV-Lacke für die jeweilige Anwendung die richtigen sind, hängt allein von dem durch den Kunden gewünschten Ergebnis ab. Unsere Geschäftspolitik ist darauf ausgerichtet, unseren Kunden für ihre Verfahren die benötigte Maschinenkonfiguration zu liefern. Diese soll sie in der Umsetzung ‚ihrer‘ spezifischen Effektpalette bestmöglich unterstützen, um so Wettbewerbsvorteile zu sichern. Heidelberg selbst wird es daher vermeiden, Druckverfahren als solche zu patentieren, um allen Kunden gegenüber unparteiisch aufzutreten. Natürlich beraten wir unsere Kunden, aber die Entscheidung, was wie gedruckt wird, muss letztlich beim Kunden liegen“, ist der Heidelberger Technologie-Vorstand Dr. Jürgen Rautert überzeugt.

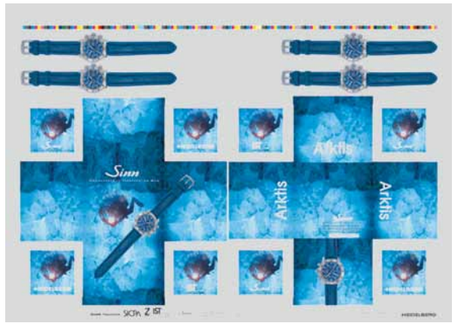
Wie auf Heidelberg Speedmaster-Maschinen eine Differenzierung durch Druckveredelung ausgeführt werden kann, zeigen die auf den folgenden Seiten abgebildeten Druckbeispiele von der drupa 2004.

Edle Drucke auf der drupa 2004

In den Heidelberg-Hallen 1 und 2 sowie im UV-Technology Center gemeinsam mit Partner IST Metz in Halle 3 präsentierte die Heidelberg Druckmaschinen AG mit großem Erfolg auf der drupa 2004 Spezialeffekte wie Matt-/Glanzkontraste, Duftlacke oder Metallicfarben mit konventionellen sowie mit Hybrid- und UV-Farb- und Lacksystemen. Heidelberg zeigte im UV-Technology Center auf, dass die Arbeit mit UV-Druck durch technische Verbesserung ein sicher zu beherrschendes Verfahren darstellt. Auch der Umweltschutz wird dabei berücksichtigt. Eine Speedmaster CD 74-6+LX mit kompletter UV-Ausstattung produzierte vier verschiedene Druckjobs des Spezialuhrenherstellers Sinn, die das technisch Machbare bei der Inline-Veredelung eindrucksvoll demonstrierten.

Postkarten im Lentikulardruck. Zu den interessantesten Bedruckstoffen zählen Lentikularfolien. (Der Anwenderbericht auf Seite 30 dieser Heidelberger Nachrichten berichtet ausführlich über Lentikulardruck.) Die auf der drupa gedruckten Postkarten zeigen beispielsweise Sinn-Uhren vor der Skyline von Frankfurt in einem 3D-Effekt. Ein Blickfang, denn einer Studie von Market Watch zufolge ziehen 88 Prozent der Konsumenten dreidimensional gestaltete Werbemittel einer „flachen" Darstellung vor. Lentikularbilder haben auch einen hohen Sicherheitsaspekt und sind besonders für Banken, auf EC- und Kreditkarten, sowie für Versicherungen und Markenartikel geeignet. Daneben werden Lentikularbilder z.B. eingesetzt für extravagante Produkte in der Buch- und Magazinumschlagsproduktion, bei hochwertigen Verpackungen für Videos, Kosmetika, Spielwaren sowie für CD-Einleger, Mousepads, und Mailings.

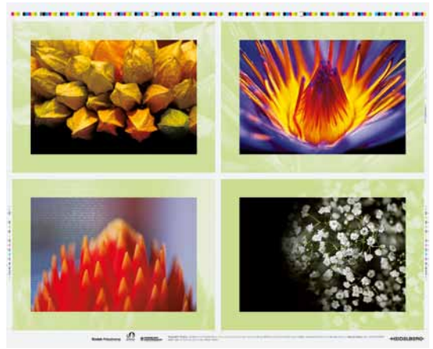
Verpackungen auf aluminiumbedampftem Papier. Hier wurde unter anderem UV-Deckweiß auf aluminiumbedampftes Papier gedruckt, was zu einer Tiefenwirkung führt. Durch Spotlackierung werden verschiedene Elemente des Druckjobs und die Markennamen der beteiligten Firmen hervorgehoben. Diese auf der drupa gedruckte Premium-Verpackung setzt Sinn für eine limitierte Uhren-Auflage ein.



Poster mit Matt/Glanz-Effekt. Bei diesem Job wurden Druckergebnisse mit speziellen Effektlacken in drei Varianten gegenübergestellt, um die verschiedenen optischen Eindrücke vergleichen zu können. Das Uhrenmotiv wurde einmal als reiner UV-Job gedruckt mit anschließendem vollflächigem UV-Glanzlackauftrag, die häufigste Anwendung mit UV/Hybridsystemen. Danach wurde das gleiche Motiv mit UV-Farben, einem UV-Mattlack im Druckwerk und einem UV-Spotlack im Lackierwerk modifiziert, um dann in der dritten Variante mit Hybridfarben, einem Effektlack und einer vollflächigen UV-Hochglanzlackierung produziert zu werden.

Poster mit Aniva-UV. Exklusiv zeigte Heidelberg auch Poster mit Unterwasserwelten, die erstmalig mit Aniva-UV-Farben der Firma Epple gedruckt wurden. An deren Entwicklung war Heidelberg beteiligt. Damit lässt sich nun auch im UV-Druck ein Mehr an Brillanz, Tiefenwirkung und Lebendigkeit durch die Farbraumerweiterung darstellen. Die kräftigen Farben erwecken eine höhere Aufmerksamkeit. Auf der konventionellen CD 74 in Halle 2 wurden auf einer 1 über 5 plus Lack Wendekonfiguration duftlackierte und Matt- oder Glanzposter mit konventionellen Farb- oder Lacksystemen demonstriert.

Poster mit Kaffee- bzw. Teeduft. Bei diesem Beispiel wurden zunächst eine Sonderfarbe plus vier Skalenfarben Schöndruck aufgetragen. Im sechsten Druckwerk wurde ein Duftlack spotlackiert über die Druckplatte auf der Kaffee- bzw. Teetasse aufgebracht und abschließend dispersionsschutzlackiert (mit Aussparung an der Duftlackstelle). Danach wurde die Maschine in wenigen Minuten umgestellt auf Wendebetrieb, und zwar auf Karton mit einer Grammatur 450 g/m^2. Mit der Sonderfarbe wurden entsprechende Rezepte auf die Rückseite gedruckt, dann gewendet und dann die vier Skalenfarben und die Lackierung auf der Vorderseite aufgebracht.



Poster mit Drip-Off. Vier Motive wurden in dem Poster „Blütenzauber“ zusammengefasst. Diese zeigten verschiedene, mit dem im Text beschriebenen Drip-Off-Verfahren hergestellte, dezente Matt/Glatt-Variationen, die mit einer Sonderfarbe für den Rahmen, einem Vierfarbsatz für die Bilder sowie dem Öldruckmattlack und dem Vollflächenglanzlack erzeugt wurden. Auf der konventionellen CD 102 in Halle 1 wurden Effekte mit Metallic-Pigmenten gezeigt.

Poster VW Concept Car mit MetalFX. Auf einer CD 102-6+L wurde die optische Wirkung von Metallic-Effekten gezeigt. Im ersten Druckwerk wurde MetalFX Silber als Grundfarbe mit aufgetragen, danach die vier Prozessfarben hinzugedruckt. Die lasierenden Farben erzeugen so den Eindruck von hellen und leuchtenden Metallic-Farben.

Kreative Köpfe nutzen innovative Drucktechniken: Klaus Nagel und Tim Balke von Multicolor Ellerau. (von links)

SPEEDMASTER CD 102

Gekühlt getrocknet hält besser

Das 1959 als Siebdruckerei gegründete Unternehmen Multicolor Druck- und Selbstklebetechnik GmbH & Co. KG, Ellerau, ist einer der führenden Hersteller bedruckter und selbstklebender Produkte in Europa. Mit einem neuen, selbstentwickelten Kleber und mit UV-Drucktechnik von Heidelberg hat das Unternehmen die Tür weit aufgestoßen, um mit innovativen Produkten einen neuen Markt zu erobern. Seit zwei Jahren ist eine Speedmaster CD 102-6+LYLX mit Doppellackwerk und UV-Ausstattung und als erste Maschine in Europa auch mit CoolCure UV im Einsatz. Eine Vielzahl neuer selbstklebender Produkte werden damit in Ellerau produziert.

„Die Voraussetzung für den Erfolg ist der Einsatz der richtigen Technik – und natürlich erfahrene Mitarbeiter.“ Tim Balke

Lauter, bunter, schriller. Die Werbung muss sich heutzutage schon eine Menge einfallen lassen, damit sich die mit Reizen überfluteten Kunden noch für ein Produkt interessieren. Kaum jemand macht sich dabei Gedanken darüber, wie viele Plakate beispielsweise benötigt werden, um in einem Kaufhaus auf die verschiedenen Waren aufmerksam zu machen. Oftmals handelt es sich dabei um Saisonprodukte, die schon nach Tagen oder wenigen Wochen wieder aus den Regalen verschwinden. Die dafür aufgehängten Plakate haben dann schnell ausgedient. Außerdem bekommen sie leicht Risse und Knicke usw. und müssen auch deshalb häufig ausgetauscht werden. Und zur nächsten Saison müssen dann wieder neue gedruckt werden. Einfacher geht das mit Lösungen auf PVC- und Folien-Basis: Das Material ist witterungsbeständig und abwaschbar. Leicht zu bedrucken ist es hingegen nicht. Bei Multicolor, mit 40 Mitarbeitern und rund 6,5 Millionen Euro Jahresumsatz, beherrschen die UV-Offset- und Siebdruck-Spezialisten dieses Geschäft in Perfektion. Dabei sind aber die Bedruckfähigkeit des Materials und der hochqualitative Druck nur eine Herausforderung an die Mitarbeiter; die andere besteht darin, einen Schritt weiter zu gehen und perfekte Lösungen anzubieten.

Die in Ellerau produzierten Plakate, Mousepads, Sticker oder Notizzettel usw. werden deshalb auf Wunsch mit einem neuen Kleber, Microtac, behandelt. „Microtac ist ein lösemittelfreier und umweltverträglicher Klebstoff und ist eine Multicolor-Entwicklung, die auch patentrechtlich geschützt ist. Der Kleber erlaubt es, jedes Produkt ohne Fachkenntnisse blasen- und knickfrei auf beispielsweise Fensterscheiben zu kleben und beliebig oft wieder abzuziehen und erneut zu verwenden. Dies gelingt sowohl auf Fenstern, Fußböden und Türen als auch auf Tischen oder an Wänden. Bei Bedarf können die Produkte auch eingelagert und zu einem späteren Zeitpunkt wieder verwendet werden“, berichtet Tim Balke (31), Leiter des Zentralen Auftragsmanagements und zuständig für den Vertrieb bei Multicolor. Der Clou dabei ist, dass der verwendete Kleber keine Rückstände hinterlässt und somit auch keine aufwändige Reinigung ansteht, wenn ein Plakat aus der Fensterscheibe genommen wird.

Gute Zukunftsperspektiven für Folien-Plakate. „Sicher kennt jeder die neuen Salat-Plakate für die Aktion ‚Ich liebe es‘, die zur Zeit bundesweit bei McDonalds läuft. Sie hängen in den Fenstern und an den Bestellschaltern. Die appetitlichen Plakate wurden mit der Münchner Agentur Heye & Partner bei uns realisiert“, erklärt Tim Balke. Viele Agenturen und Endkunden sehen für diese „Folien-Plakate“ eine gute Zukunft, denn sie können jederzeit wieder abgezogen und umgehängt werden – je nach Bedarf. „Das gelingt auch mit getönten Fensterklebefolien in PKWs, Promotion-Stickern, Aufklebern für technische Anwendungen und Warnhinweise, Thekenmatten sowie Schreibunterlagen“, meint Edgar Siller, Geschäftsführer bei Multicolor. Ein Mousepad, das nicht mehr auf dem Tisch herumrutscht, super dünn ist und dem auch der umgestürzte Kaffee nichts anhaben kann, – ist beispielsweise ein wirkungsvoller Werbeauftritt, der dauerhaft im Sichtfeld des Kunden liegen bleibt. Dies sind nur einige wenige Beispiele von vielen, die sich dank UV-Druck und Microtac bei Multicolor realisieren lassen. Auch andere große Unternehmen wie Springer gehören zu den Kunden von Multicolor. Für die Bild-Zeitung werden beispielsweise der „Ein Herz für Kinder“-Aufkleber, Deckenaufhänger, Rubbelkarten, Promotion-Aufkleber, Dispenser oder auch Regalwobbler produziert.

Die Voraussetzung für den Erfolg ist der Einsatz der richtigen Technik – und natürlich erfahrene Mitarbeiter. Maschinenführer wird ein Drucker in Ellerau daher erst, wenn er mindestens zehn Jahre Berufserfahrung

Olaf Herzog (vorne) und Michael Marquardt an der Speedmaster CD 102 bei Multicolor in Ellerau. Die Doppellackiermaschine mit verlängerter Auslage für das Inline-UV-Lackieren besitzt eine Absaugung des Farbnebels über jedem Farbwerk.

gesammelt hat. Gut 90 Prozent der Aufträge werden dabei auf Folie, lediglich 10 Prozent auf Papier gedruckt, und dies erfordert auch eine gute und langjährige Ausbildung der Mitarbeiter. Für andere Spezialgebiete, wie diverse Klebebeschichtungen, die Veredelung mit Thermofarben, Rubbelfarben, Duftlacken oder Glitzergold, stehen die Siebdruckspezialisten in Ellerau bereit.

Trocknung ohne Wärme. Das Problem beim Bedrucken von Folien oder auch Hart-PVC-Material, die bei Multicolor im Einsatz sind, ist die entstehende Hitze bei der UV-Trocknung. Diese führt zu Verzug im Material und damit zu Passerproblemen, insbesondere immer dann, wenn der Siebdruck mit dem Offsetdruck kombiniert wird. Und dies ist in Ellerau der Fall. Ein Stapel kann beim herkömmlichen UV-Druck in der Auslage bis zu 80 Grad erreichen und muss erstmal langsam auskühlen, teilweise bis zu drei Tage lang, bevor er weiterverarbeitet werden kann. An eine zügige Weiterverarbeitung ist dann nicht zu denken. Mit der bei Multicolor eingesetzten CoolCure UV-Technik können die Temperaturen auf ein verträgliches Maß gesenkt werden (fünf bis zehn Grad über Drucksaaltemperatur). Es kann also sofort an die Weiterverarbeitung der Bogen gegangen werden, und es muss weniger Energie für die Trocknung eingesetzt werden. Auch die Raumtemperatur steigt nicht mehr so an. Diese erhöht sich normalerweise durch die aufgeheizten Stapel ebenfalls. Deren Abkühlung erfolgte bisher über die Klimaanlage und reduziert sich ebenso – und damit auch der Stromverbrauch – zusätzlich. „Dies war vor allem bei dem kurzfristigen McDonalds-Auftrag für die Sommer-Salat-Aktion für uns wichtig, denn dieser musste innerhalb von fünf Werktagen abgearbeitet werden. Und da die Aufträge ohnehin immer kurzfristiger werden, ist es für uns wichtig, dass wir mit der neuen Speedmaster in Verbindung mit CoolCure UV höhere Geschwindigkeiten produzieren können. Vor allem die schnelle Weiterverarbeitung ist ein gewaltiger Fortschritt für uns“, meint Edgar Siller. Bei Multicolor wird im UV-Druck mit 6.000 Bogen/h für Hart-PVC und mit bis zu 8.000 Bogen/h bei Folien gedruckt. Die Auflagen starten bei 1.000 und gehen bis etwa 30.000 Bogen. Rund 80 Prozent der Produktion liefert Multicolor innerhalb Deutschlands aus. Ein wichtiger Auslandsmarkt sind beispielsweise die USA.

Wie funktioniert CoolCure UV? Während konventionelle Offsetfarben durch Oxidation und Wegschlagen der Bindemittel trocknen, wird der Trocknungsprozess bei UV-Farben durch eine Bestrahlung mit UV-Licht erreicht. Die flüssigen Bindemittelbestandteile der UV-Farben vernetzen dabei in Sekundenbruchteilen zu einem festen Film. „Der Begriff Härtung umschreibt diesen Vorgang besser als die herkömmliche Bezeichnung der Trocknung. Der Vorteil der Härtung ist, dass die Farbe sofort kratz- und scheuerfest ist und die Weiterverarbeitung vorgenommen werden kann“, berichtet Jens Arne Knöbl. Der UV-Spezialist, Produktmanager bei der Heidelberger Druckmaschinen AG, ergänzt: „Der Einsatz von speziellen UV-Farben ist bei diesem Vorgang ebenso wenig erforderlich wie umfangreiche Modifikationen an der Druckmaschine Die UV-Endtrockner, Kaltluftgebläse, DryStar-Trockner, UV-Zwischentrockner und anderes UV-Equipment an der Maschine sind normaler Serienstand und werden entweder von Heidelberg oder der Firma IST Metz geliefert. Daher ist auch eine Nachrüstung des CoolCure UV-Systems in den meisten Fällen möglich.“

Tim Balke hinter dem automatischen Farbverrührer InkMove.

Hochviskose Farben im Farbkasten werden durch InkMove in Bewegung gehalten.

Problematisch sind dabei die hohen Temperaturen, die am UV-Trockner entstehen. Die dabei eingesetzte Energie wird fast zu zwei Dritteln in Wärme ungewandelt. Die Wärme zieht dann teilweise in den Bedruckstoff ein, das Material verzieht sich, und dies erschwert das register- und passergenaue Drucken, denn für viele Materialien ist diese Temperatur zu hoch. Reduzierte Maschinengeschwindigkeiten, lange Auskühlzeiten oder die Aufteilung eines Auftrags sind daher die Folgen, und diese wirken sich negativ auf die Produktivität aus. Mit CoolCure UV, beim Rollendruck bereits als Inertisierung bekannt, können die Temperatur-Probleme des UV-Drucks umgangen werden. Dabei wird im Trocknungsprozess der Sauerstoff zwischen UV-Strahler und Bedruckstoff entzogen bzw. durch Stickstoff ersetzt. Dies geschieht in der so genannten CoolCure UV-Inertisierungskammer, einer Gemeinschaftsentwicklung von Heidelberg und der IST Metz GmbH. Hintergrund: Sauerstoff-Moleküle behindern die Aushärtung der Farben und dem wurde bislang durch höhere Strahlerleistung, bei der mehr Wärme entsteht, entgegengewirkt. Stickstoff ist ungefährlich, umweltverträglich und bei Raumtemperatur ein geruchloses, unreaktives, unbrennbares und ungiftiges Gas, das auch ein Hauptbestandteil der Atemluft ist. „Durch dieses Verfahren wird weniger UV-Strahlung und damit auch weniger Energie benötigt. In der Folge erwärmt sich der Bedruckstoff nicht so stark, und es kommt zu einer besseren Aushärtung der Farben. Selbst dünne Folien können dann ohne Zeitverlust weiterverarbeitet werden, und auch der bekannte UV–Geruch der Druckprodukte reduziert sich dank CoolCure sehr stark“, erklärt Jens Arne Knöbl. Sinnvoll ist dieses Verfahren nicht nur für Kunststoffe, sondern auch für Papier und Karton.

„Ein weiterer Vorteil des UV-Drucks in Verbindung mit CoolCure UV ist beispielsweise auch, dass Deckweiß in hohen Schichtdicken ohne Probleme aushärtet. Mit ein Grund, warum die Inertisierung für Multicolor bei den nächsten Maschinenanschaffungen eine Grundvoraussetzung sein wird“, ist Siller überzeugt. Die Vermarktung der UV-Produkte mit dem Microtac-Kleber läuft zur Zeit noch über Kunden und namhafte Agenturen der Druckerei, soll aber künftig auf eine breitere Basis gestellt werden. „Das Druckvolumen, vor allem im UV-Druck, wird in den nächsten Jahren sicherlich stark zulegen, denn die immer anspruchsvollere Werbung verlangt nach neuen Produkten. Die Kombination von UV-Foliendruck mit Microtac-Kleber ist dabei ein Zukunftsmarkt, der uns ein besonders starkes Wachstum bringen wird“, resümiert Edgar Siller. ■

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.multicolor.de

Impulse durch UV-Druck

Seit einigen Jahren entwickelt sich der UV-Druck zu einem Umsatzmotor für die Printmedienindustrie. Der Umsatz der UV-Offset-Druckereien, im Vergleich zu den Wettbewerbern im konventionellen Markt, hat sich in den vergangenen Jahren beinahe verdreifacht. Der Nachfragetrend gilt weltweit. Eine Führungsrolle übernimmt dabei der US-Markt ...

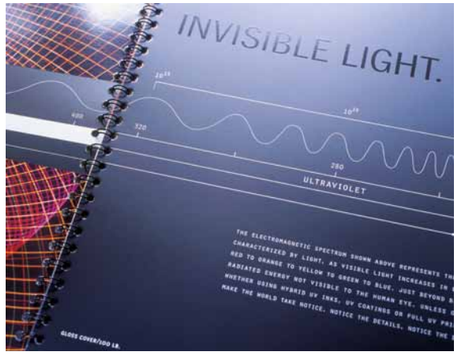
John Dowey, Heidelberg, USA, und Jens Arne Knöbl, UV-Experte bei Heidelberg, Deutschland. (von links)

Am Anfang der Erfolgsstory steht der Verpackungsdruck in den USA: UV-Offsetverfahren werden hier bereits seit den späten 90er Jahren vielerorts für außergewöhnliche Bedruckstoffe sowie zur Umsetzung von anspruchsvollen oder ungewöhnlichen Designentwürfen genutzt. Inzwischen ziehen andere Produktsparten der amerikanischen Printmedienindustrie nach: Auch im Etiketten-Bereich sind beispielsweise hohe Zuwachsraten festzustellen. Grund für das Interesse an den Potenzialen der Technologie ist das sich wandelnde Kaufverhalten der Kunden: „Viele Industriezweige setzen heute auf Marken- und Luxusgüter, um sich am Markt zu etablieren und sich vom Preiskampf bei Billigprodukten zu distanzieren“, erklärt John Dowey, Vice President Sheetfed Product Management, Heidelberg USA. Nach dem Motto „Edel verpackt ist halb verkauft“ bieten der außergewöhnliche Glanz und die besondere Haptik von UV-Druckprodukten dafür die ideale Entsprechung.

Zweistellige Zuwachsraten. Der Nachfragetrend gilt weltweit: „Der Umsatz der UV-Offset-Druckereien hat sich im Vergleich zu ihren Wettbewerbern im konventionellen Markt in den vergangenen Jahren beinahe verdreifacht. Inzwischen werden im Bereich des Schmalbahn-Flexodrucks mehr als 90 Prozent aller verkauften Maschinen mit UV-Technologie ausgeliefert“, berichtet Jens Arne Knöbl, Produktmanager für Peripherie-Systeme bei Heidelberg. Bereits heute liefert Heidelberg einen beträchtlichen Anteil seiner weltweit führenden Druckmaschinen aller Formatklassen als UV-Version aus. Dieser Anteil wird künftig weiter steigen. Für Europa rechnen sowohl Fachpresse wie auch Maschinenproduzenten bei den UV-Druckmaschinen mit einem jährlichen Wachstum von sieben Prozent sowie zehn Prozent bei UV-Trocknern und gar vierzehn Prozent bei UV-Farben und –Lacken.

Von dieser Entwicklung profitieren auch die Hybrid-Anwendungen, für die Heidelberg seit Mitte der 90er Jahre mehr als vierzig Maschinenkonfigurationen im US-Markt installiert hat. Die positive Entwicklung im Hybrid-Druck resultiert aus den besonderen Strukturen des Marktes in den Vereinigten Staaten, da dieser überwiegend von Akzidenzdruckern bestimmt wird. Auf die weltweiten Märkte übertragen lässt sich dieser Trend jedoch nicht. Generell gilt, dass die Wahl des Farbsystems immer in Abhängigkeit von der Auftragsstruktur des Anwenders erfolgen sollte: Sind ausreichend UV-Aufträge vorhanden, ist auf jeden Fall die Wahl einer reinen UV-Maschine die richtige Entscheidung.

Ökologisch unbedenklich. Ausgeräumt sind heute Umwelt- und Gesundheitsbedenken, die vor allem in Europa lange Zeit als Argument gegen den UV-Druck angeführt wurden. In Zusammenarbeit mit der deutschen Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung ist es Heidelberg beispielsweise gelungen, UV-Pakete zu entwickeln, die höchste Sicherheitsstandards für Mensch und Umwelt bieten. Auch Farben und Lacke wurden entscheidend weiterentwickelt: UV-Farben kommen heute ohne Lösemittel aus, so dass umweltschädliche Emissionen entfallen. Produktmanager Jens Arne Knöbl: „UV-Druck ist heute genauso sicher wie der konventionelle Offsetdruck. Und da auch auf Druckbestäubungspuder verzichtet werden kann, profitieren neben Umwelt und Mensch auch die Druckunternehmen durch deutlich geringere Ausgaben für Betriebsmittel. So können sich viele Unternehmen die Devise „Save money with a



Mit der Verpackungsindustrie fing alles an. Heute ist UV-Druck im Akzidenz-, Etiketten- und Spezialdruckmarkt immer stärker verbreitet.

clean conscience“ („Geld sparen mit reinem Gewissen“) auf die Fahnen schreiben.

Rasante Entwicklung in den Staaten. „Die rasante Verbreitung der Hybrid- und UV-Technologie am US-Markt wurde entscheidend durch die Entwicklungsarbeit von Heidelberg gefördert“, meint John Dowey, Heidelberg USA. Bereits kurz nach der drupa 95 installierte das Unternehmen in seinem Demo-Center in Chicago eine Speedmaster CD 102-6+LYL und begann, in Zusammenarbeit mit Zulieferern und Kunden die Einsatzmöglichkeiten von konventionellen Farben, wasserhaltigen Grundierungen und UV-Lacken für die Inline-Veredelung zu erforschen. Die Ergebnisse legten das Fundament für die Entwicklung und den Einsatz von Hybrid-Farben, die auf konventionellen Offsetdruckfarben basieren und zusätzlich eine Beimischung von rund 25 Prozent UV-Farbe enthalten. Der entscheidende Durchbruch gelang in Sacramento, Kalifornien, wo Fong & Fong Lithographers in Kooperation mit einem Farblieferanten und einem Herstellerunternehmen für Trockner das Zusammenspiel von Prozessen und Farben unter UV-Einsatz erforschten. Als Testmaschine fungierte eine Speedmaster CD 102 mit UV-Endtrocknersystem. Am Ende der Testreihen standen wichtige Erkenntnisse über funktionierende Farbmischungen und ein Prozess namens „CoCure“. Heidelberg erkannte den Nutzen dieser Resultate und war 1997 der erste Druckmaschinenhersteller in den USA mit einer funktionsfähigen Demonstrationsmaschine, die den neuen Prozess perfektionierte: Im Showroom in Los Angeles installierte das Unternehmen eine spezielle Speedmaster CD 102 Sechsfarben-Maschine, die mit Lackierungseinheit, zwei Trocknungs-Einschubkassetten, Infrarot und Heißluft sowie einem UV-Einschub ausgestattet war. Multiple Anschlussmöglichkeiten erlaubten eine variable Positionierung der UV-Lampen und sorgten für hohe Flexibilität. Diese Konfiguration stellte sicher, dass Farben vor dem Druckvorgang mit UV-Licht „geflasht“ werden konnten, und optimierte Glanz, Haftfähigkeit sowie Kontrollierbarkeit des gesamten Prozesses.

Im Lauf der nächsten Monate und Jahre rückte Heidelberg USA die Technologie auf Leitmessen wie der Print 97, der Print 01 und der Graph Expo 2002 immer stärker ins Rampenlicht. Dabei kooperierte man mit führenden Branchenverbänden wie GATF und NAPL, um die US-Drucker zu informieren. Im Jahr 2003 veröffentlichte Heidelberg USA eine Broschüre mit dem Titel „Beyond Visible“ (siehe Fotos oben), die viele der möglichen Effekte von Hybrid-/UV-Farben und -Lackierungen zeigte. Die herstellende Druckerei, Williamson Printing, Dallas, wurde dafür sogar mit einem „Bennie“-Preis in der Kategorie „Man sagte, so etwas wäre nicht möglich“ ausgezeichnet.

Geeignet für alle Kundengruppen. Was zunächst als Spezialdruckverfahren für die Verpackungsindustrie startete, findet heute immer stärkere Verbreitung in den Akzidenz-, Etiketten- und Spezial-Druckmärkten. Begünstigt haben diese Entwicklung nachhaltige Verbesserungen in Hinblick auf die Qualität von Farben und Lacken sowie zunehmend leistungsfähigere UV-Trocknersysteme. Daher ist es heute problemlos möglich, Produkte in einem einzigen Arbeitsdurchlauf herzustellen, die früher gar nicht oder nur in mehreren Arbeits- und Nachbearbeitungsgängen hätten hergestellt werden können. Immer mehr Akzidenzdruckereien in den USA nutzen heute die augenscheinlichen Vorteile von UV-Produkten als strategisches Erfolgsrezept, um die Aufmerksamkeit von Kunden auf sich zu lenken. Doch die Nachfrage ist nicht nur angebotsinduziert: „Kunden, vornehmlich Designer auf der Suche nach einem ‚natürlichen Look’, verlangen ausdrücklich nach der Technik“, berichtet John Dowey. Beispielsweise zum Druck auf ungestrichenem Papier: Hierbei wird die Farbe ausgehärtet ehe sie in die Fasern des Bedruckstoffs eindringt. So entsteht ein Gesamteindruck mit hoher Farbsättigung und Detailtreue, der durch Farbenpracht wie Lesbarkeit besticht. Aber auch auf ungestrichenem Papier findet die Anwendung von Hybrid- und UV-Farben (ohne Lackierung) zunehmend Verbreitung: Der so erzielte Seidenglanz entfaltet ein neues Gefühl von Qualität. Automobilkataloge, Geschäftsberichte und selbst die Musterbroschüren von Papierherstellern werden heute häufig im Hybrid- oder UV-Druck hergestellt. UV-Offset erlebt in den USA aber auch und gerade auf Plastik und Metallfolien einen Boom: Kundenbonus- und Werbekreditkarten machen einen steigenden Anteil bei den Aufträgen aus.

Boom auch bei Farben und Trocknern. Nach Angaben eines der größten US-Farbenherstellers steigt der Verbrauch an UV-tauglichen Farben und Lacken (Hybrid und UV) jährlich um etwa 15 Prozent. Das übertrifft die Wachstumsrate von konventionellen Verbrauchsstoffen um fast ein Zehnfaches. Einst als kurzlebige Mode belächelt, gewinnen Hybrid-Farben zusehends an Akzeptanz: Am Markt findet sich eine stetig wachsende Bandbreite an verfügbaren Typen wie Perlglanzeffekt-Farben (Iriodin), metallische und fluoreszierende Lacke sowie Überzüge mit einer Vielzahl von möglichen Spezialeffekten.

Ebenfalls positiv entwickelt sich der Markt für UV-Trocknersysteme: Im Gegensatz zur allgemein eher stagnierenden Nachfrage am Markt für Peripheriegeräte berichten alle namhaften Hersteller von großen Auftragseingängen – egal ob Heidelberg, IST-Metz, Grafix NA oder Nordson-Spectral. Und das nicht nur in Verbindung mit der Bestellung neuer Druckmaschinen, sondern verstärkt auch von Druckbetrieben, die gezielt in die Zukunftsfähigkeit ihres Equipments investieren.

Ist der UV-Druck demnach ein Verfahren für jedes Druckunternehmen? UV-Experte John Dowey: „Jeder Drucker sollte sich der enormen Möglichkeiten von UV- und Hybrid-Verfahren bewusst sein, jedoch zunächst die Bedürfnisse seiner Kunden sehr genau prüfen und dann überlegen, ob sich eine Investition auch tatsächlich rechnet.“ ■

So funktioniert CoCure:

Unter dem Begriff „CoCure“, nicht zu verwechseln mit dem Trocknungsverfahren „CoolCure UV“, verbirgt sich ein Druck- und Lackierungsverfahren, bei dem spezielle Hybridfarben und UV-Lacke zusammen genutzt werden. Die von der Graphic Arts Technical Foundation (GATF) ausgezeichnete Technologie wurde von Grafix North America und amerikanischen Druckunternehmen entwickelt und zur Marktreife gebracht. Sie eignet sich vor allem für Druckereien, die nur gelegentlich die speziellen Effekte und Vorteile von UV-Lacken oder -Farben nutzen möchten, jedoch Investitionen in eine voll ausgestattete UV-Maschine scheuen. In der Praxis ist „CoCure“ heute vornehmlich unter der Bezeichnung „Hybrid-Druck“ bekannt.

„Die rasante Verbreitung der Hybrid- und UV-Technologie am US-Markt wurde entscheidend durch die Entwicklungsarbeit von Heidelberg gefördert.“ John Dowey

CHINA

Regionen im Wettlauf um den Druckmarkt

Als Bi Sheng um 1040 nach Christus den Druck mit beweglichen Lettern erfand, konnte sich seine Form des Buchdrucks in China zunächst lange Zeit nicht durchsetzen. Der Grund: Es gibt im Chinesischen zu viele Schriftzeichen, um sie alle im Setzkasten vorrätig zu halten. Heute stellt sich die Lage ungleich anders dar: Die chinesische Druckindustrie boomt wie selten zuvor; regionale Wachstumszentren entstehen.

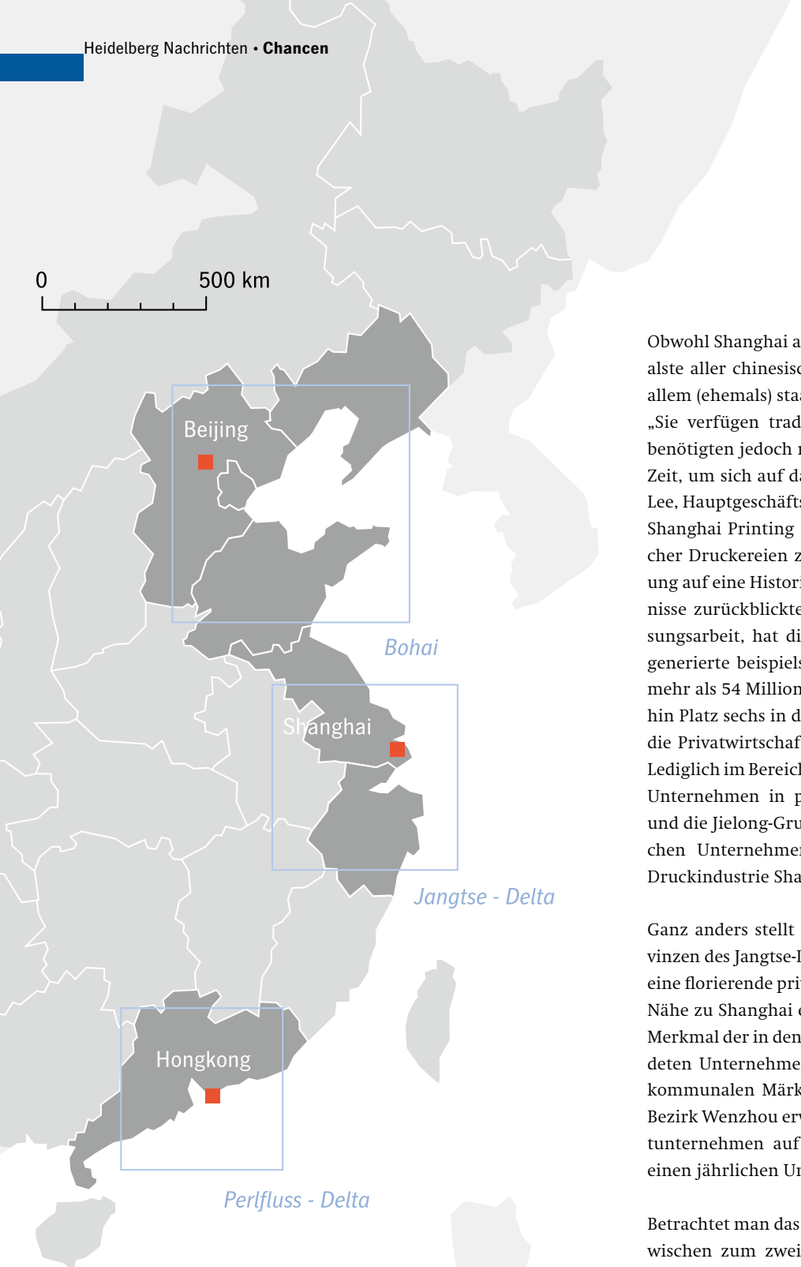
Hohe Dynamik kennzeichnet nicht nur Chinas Straßenverkehr.

Als im Jahr 2003 erstmals eine Rangliste der 100 führenden Druckunternehmen Chinas veröffentlicht wurde, kristallisierten sich drei regionale Schwerpunkte heraus: 33 Unternehmen stammten aus dem Jangtse-Delta, 31 aus dem Perlfluss-Delta und weitere 14 aus der Bohai-Region. Somit bündeln drei Regionen 78 Prozent der Spitzenunternehmen, die mit mehr als 1,8 Milliarden Euro auch einen entsprechenden Anteil von fast 80 Prozent des Gesamtumsatzes der Top-100 erzielen. Nachdem über Jahrzehnte hinweg die Hauptstadt Peking das alleinige Zentrum der chinesischen Druckindustrie darstellte, übernahmen im Laufe der 90er Jahre das Perlfluss-Delta mit der Provinz Guangdong und den Städten Shenzhen und Wenzhou sowie das Jangtse-Delta mit dem Handelszentrum Shanghai und den Provinzen Zhejiang und Jiangsu die Führungsrolle in der Branche. Während diese Regionen einen enormen Wachstumsschub erlebten, stagnierte die Entwicklung in Peking zusehends.

Am Scheideweg: Das Perlfluss-Delta. Noch Ende der 80er Jahre war die Druckindustrie des Perlfluss-Deltas weitgehend unbekannt: Die 2.128 Druckereien der Provinz Guangdong erwirtschafteten im Jahr 1987 gerade einmal einen Gesamtumsatz von knapp 100 Millionen Euro. Ein scheinbar unbedeutender Vorfall signalisierte im gleichen Jahr das Erwachen der Region: Bei der Qualitätsbewertung landesweiter Bücher und Zeitschriften stachen die Druckereien Jianan und Meiguang aus Shenzhen, dem Zentrum der Guangdong-Provinz im Perlfluss-Delta, deutlich aus der Masse hervor. Rund fünfzehn Jahre später erwirtschaftete das Perlfluss-Delta im Jahr 2002 bereits einen Umsatz von über 5,4 Milliarden Euro. Auszeichnungen für Druckereien der Region gehören heute schon fast zum Alltag – nicht nur auf nationaler, sondern auch auf internationaler Ebene. Zu verdanken hat das Perlfluss-Delta sein sprunghaftes Wachstum vor allem seiner Nähe zu Hongkong. Bereits vor dem Einsetzen des Reformkurses der chinesischen Führung verlagerten Investoren aus der damaligen britischen Kronkolonie ihre Aktivitäten an den Perlfluss. Zudem erhielt die Provinz Guangdong bereits frühzeitig wirtschaftliche Sonderrechte. Unter diesen günstigen Umständen entwickelte sich die Region schnell auch zu einem Hotspot für weitere Investitionen. Etablierte Unternehmen aus Hongkong, wie zum Beispiel C & C Printing, Leefung Packaging Printing, Starlight, Hung Hing, Tims und Takung, machten beispielsweise die Stadt Shenzhen rasch zu einer Branchenhochburg, die mit Peking und Shanghai scheinbar mühelos Schritt aufnehmen konnte. Im Gefolge der Pionierunternehmen aus Hongkong siedelten sich auch multinationale Firmen wie RR Donnelly, das größte Druckunternehmen der USA, oder Toppan in Shenzhen an. Von den derzeit mehr als 2.000 ausländisch finanzierten Druckunternehmen in ganz China sind den offiziellen Statistiken zufolge fast 50 Prozent im Perlfluss-Delta zu finden.

Aktuell scheint die Druckindustrie im Perlfluss-Delta jedoch an einem Scheideweg zu stehen: Das Jangtse-Delta gewinnt zusehends an Bedeutung. Bereits einige aus dem Ausland finanzierte Druckunternehmen expandierten nach Nordosten. Noch eilt dem Perlfluss-Delta der Ruf voraus, *der* Produktionsstandort Hongkongs und Chinas zu sein. Jedoch dürfte es der Region schwer fallen, ihren Status auf absehbare Zukunft zu verteidigen.

Auf dem Sprung an die Spitze: Das Jangtse-Delta. War der Wachstumsschub der Druckindustrie im Perlfluss-Delta vor allem auf die Zufuhr ausländischer Finanzmittel und Technologien zurückzuführen, so spielen für die dynamische Entwicklung der Druckindustrie im Jangtse-Delta andere Aspekte eine Rolle. Trotz ihrer gemeinsamen Lage im Fluss-Delta lassen sich in Shanghai und den Provinzen Jiangsu und Zhejiang unterschiedliche Entwicklungstendenzen nachzeichnen. ▸



Küstennähe kennzeichnet die drei Zentren der chinesischen Printmedienindustrie.

Obwohl Shanghai als Zentrum der Region allgemein als internationalste aller chinesischen Metropolen gilt, verteidigen hier noch vor allem (ehemals) staatliche Druckbetriebe ihre Dominanz am Markt. „Sie verfügen traditionell über eine solide technologische Basis, benötigten jedoch nach dem Anlaufen der Reformbewegung einige Zeit, um sich auf das neue System einzustellen“, erklärt Chan Seng Lee, Hauptgeschäftsführer von Heidelberg China. Ein Beispiel ist die Shanghai Printing Group, in der 1995 eine Vielzahl kleiner staatlicher Druckereien zusammengeführt wurden, die seit ihrer Gründung auf eine Historie von zehn Jahren rückläufiger operativer Ergebnisse zurückblickten. Heute, nach über acht Jahren harter Anpassungsarbeit, hat die Gruppe ihren Platz am Markt gefunden und generierte beispielsweise im Jahr 2002 Umsatzerlöse in Höhe von mehr als 54 Millionen Euro – ein beachtliches Ergebnis, das immerhin Platz sechs in der Top-100-Liste bescherte. Demgegenüber spielt die Privatwirtschaft in Shanghai (noch) eine untergeordnete Rolle. Lediglich im Bereich Verpackungsdruck finden sich zwei bedeutende Unternehmen in privater chinesischer Hand: die Zijiang-Gruppe und die Jielong-Gruppe. Insgesamt liegt der Anteil von nicht-staatlichen Unternehmen und Joint Ventures am Gesamtumsatz der Druckindustrie Shanghais derzeit erst bei etwa 30 Prozent.

Ganz anders stellt sich die Situation in den weniger urbanen Provinzen des Jangtse-Deltas, Jiangsu und Zhejiang, dar: Hier findet sich eine florierende private Druckwirtschaft, die trotz der geografischen Nähe zu Shanghai eine Eigendynamik entwickelt hat. Strategisches Merkmal der in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren gegründeten Unternehmen ist ihre Fokussierung auf die regionalen und kommunalen Märkte. Mit beträchtlichem Erfolg: In Longgang im Bezirk Wenzhou erwirtschaften beispielsweise einige hundert Privatunternehmen auf einem Areal von rund 80 Quadratkilometern einen jährlichen Umsatz von mehr als 423 Millionen US-Dollar.

Betrachtet man das Jangtse-Delta als Ganzes, hat sich die Region inzwischen zum zweitwichtigsten Zentrum auf der Druckerei-Landkarte Chinas entwickelt. Schätzungen zufolge beläuft sich die Gesamtproduktion auf einen Wert von rund 3,9 Milliarden Euro. Somit könnte das Jangtse-Delta mit dem Perlfluss-Delta schon bald gleichziehen. Robin Goettle, Marketing Manager von Heidelberg China und Branchenkenner: „Die Perspektiven für die Zukunft sind rosig: Das Delta profitiert von der wachsenden Bedeutung des Wirtschaftsstandorts Shanghai und verfügt daher im Druckbereich über ein beträchtliches Wachstumspotenzial.“ Multinationale Großdruckereien wie zum Beispiel RR Donnelly, Toppan, Lee Fung Packaging Printing und C & C Printing, die sich in und um Shanghai angesiedelt haben, geben in Kombination mit den lebhaften Expansionsbemühungen der Privatunternehmen in den umliegenden Provinzen nachhaltige Impulse, die schon bald dazu führen könnten, dass das Perlfluss-Delta übertroffen wird.

Im Schatten Pekings: Die Bohai-Region. Im direkten Vergleich mit den beiden führenden Regionen nimmt sich die Druckindustrie der Bohai-Region eher bescheiden aus: Peking als Hauptstadt und traditionelles Druckereizentrum Chinas ist unverändert von hoher Bedeutung, stellt aber aktuell lediglich fünf Unternehmen unter den Top-100. Ein weiterer Hotspot der Region ist Tientsin, das lange im Schatten Pekings schlummerte. Immerhin sieben Unternehmen der Stadt zählen zu den führenden Unternehmen Chinas – Tendenz steigend.

Dabei bietet die Bohai-Region auf den ersten Blick einen guten Nährboden für die Ansiedlung von Druckbetrieben. Zum Beispiel für Verlagsdruckereien: Rund 30 Prozent des gesamten chinesischen Druckvolumens an Büchern und Zeitschriften entfallen auf Peking. Addiert man noch die Kapazitäten von Provinzen wie Shandong, Liaoning, Tientsin und Hebei hinzu, bindet die Bohai-Region einen Anteil von mehr als 40 Prozent des gesamten chinesischen Verlagsdruckmarkts. Trotzdem erwirtschaftete die größte Buchdruckerei der Region im Jahr 2002 lediglich Umsatzerlöse von etwas mehr als 19 Millionen Euro. Hier zeigt sich eine massive Kluft zu den vergleichbaren Unternehmen aus südlicheren Regionen mit ausländischem Investitionshintergrund. Als Ursache gilt vor allem die hohe politisch-kulturelle Bedeutung der Bohai-Region: Reformen und Öffnungsansätze werden aus diesem Grund – vor allem im Großraum Peking – bislang noch sehr vorsichtig umgesetzt. Wirtschaftliche Sonderrechte, wie sie am Perlfluss- und Jangtse-Delta bereits seit langer Zeit bestehen, fehlen weitgehend. Nicht nur in der Printmedienindustrie mangelt es daher an Engagement von Investoren. Somit verwundert es nicht, dass die Druckressourcen in Peking und dem Rest der Bohai-Region mangels Markteintrittschancen anderer Unternehmen noch mehrheitlich in staatlichen Händen liegen.

In jüngerer Zeit mehren sich allerdings in Peking die Anzeichen für einen Wandel der Rahmenbedingungen: Vor und nach dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation (WTO) öffnete der konservative Pekinger Druckmarkt einen Spalt breit seine Pforten: Den aus Hongkong finanzierten Unternehmen Artron und C & C Printing wurde Einlass gewährt, und auch die China Printing Group Co. Ltd. durfte ihre Gründung bekannt geben. Mit dem „Beijing Printing Industrial Garden“ wurde zudem ein Gewerbegebiet von etwa 200 Hektar Größe als Entwicklungsbasis für privatwirtschaftliche Druckereien freigegeben. „Finden die in Peking zu beobachtenden Öffnungstendenzen ihre Fortsetzung, wird davon auch der Rest der Bohai-Region profitieren – und das dritte Zentrum der chinesischen Druckindustrie könnte zum Höhenflug ansetzen“, erklärt Chan Seng Lee von Heidelberg China. Weitere chinesische Provinzhauptstädte könnten zudem in den kommenden Jahren zu neuen Zentren heranreifen: Seit dem vergangenen Jahr steht hier der Einzelhandel für Bücher, Zeitungen und Zeitschriften dem ausländischen Kapital offen. ■

Chan Seng Lee, Hauptgeschäftsführer von Heidelberg China, hat den Markt im Visier.

Heidelberg in China:

Über seine Partner ist Heidelberg in China schon seit fast einem halben Jahrhundert aktiv. Die Landesgesellschaft Heidelberg China Ltd. wurde im Jahre 1998 mit Hauptsitz in Peking gegründet. Weitere Niederlassungen finden sich in Shanghai, Shenzhen, Guangzhou und Hongkong. Am Standort Shenzhen gibt es zudem das „Print Media Center“, einen Standort des Netzwerks der Print Media Academy. Aktuell beschäftigt Heidelberg China Ltd. mehr als 500 Mitarbeiter.

DEUTSCHLAND

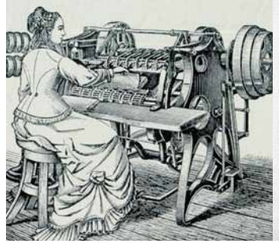
Standort mit Ausblick

Wir schreiben das Jahr 1879. August und sein Bruder Hugo Brehmer kommen nach Leipzig, um einen neuen Markt zu erobern. Im Gepäck aus den USA: eine Technik, die Bücherbinden erstmals massentauglich macht. Heute produzieren ihre Nachfolger unter dem Dach von Heidelberg Postpress unverzichtbare Standards für die Druckweiterverarbeitung. In diesem Jahr feiert der Standort stolze 125 Jahre Druckweiterverarbeitung in Leipzig.

Es beginnt mit einer Klammer aus Stahldraht und einer unschlagbaren Idee. In Philadelphia entwickeln der deutsche Auswanderer August Brehmer und der amerikanische Berufserfinder Henry Renno Heyl um 1870 ein Verfahren, mit dem das manuelle Binden von Büchern mit Nadel und Zwirn endgültig der Vergangenheit angehören soll. Die Technik nennt sich Drahtheften und ist faszinierend einfach: Eine Maschine heftet Kartonagen mit u-förmigen Klammern aus Stahldraht zusammen, indem die beiden Spitzen der Klammer auf der anderen Seite des Heftguts umgebogen werden.

Brehmer und Heyl wollten zunächst nur Faltschachteln produzieren. Doch die Vorteile des Drahtheftens für die Buchbindung lagen auf der Hand. „Erstmals war es möglich, Bücher preiswert und in großer Zahl zu produzieren“, so Christian Breyer, Standortleiter der Heidelberger Druckmaschinen AG in Leipzig. Er berichtet weiter: „Die Erfindung der Drahtheftmaschine bedeutete für das Buchbindergewerbe, was Schnellpresse und Setzmaschine für den Buchdruck waren.“ Bereits 1876 präsentiert ein US-Unternehmen das erste drahtgeheftete Buch überhaupt: den Katalog zur Weltausstellung in Philadelphia – in Millionenauflage. August und Hugo Brehmer sind elektrisiert: Für sie ist es höchste Zeit, mit der neuen Technik ihre Heimat Deutschland zu erobern.

Blick auf Leipzig mit dem Turm des „Neuen Rathaus“ und der Kuppel des Bundesverwaltungsgerichts.



1872

August Brehmer und Henry Renno Heyl erfinden die Drahtheftung

1879

Gründung der Maschinenfabrik Gebrüder Brehmer in Leipzig Plagwitz

1883

Erste Brehmer Fadenbuchheftmaschine mit neuem Verfahren

1910

Etwa 50 Prozent der produzierten Waren gehen in den Export nach England, Österreich, Russland, Frankreich und Südamerika

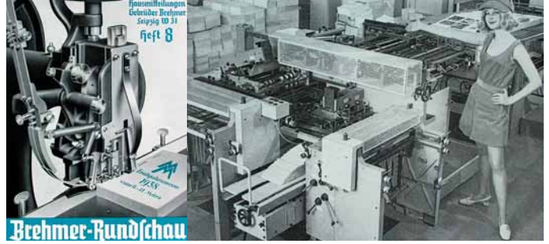
Rasanter Aufstieg. Tatsächlich sieht es so aus, als habe der Markt geradezu auf die beiden Brüder gewartet. 1879 gründen die Brehmers ihre Maschinenfabrik in Leipzig Plagwitz. Die angehende Industriemetropole ist zu diesem Zeitpunkt bereits unangefochtene Buch-Hauptstadt Deutschlands, im legendären grafischen Viertel reihen sich die namhaftesten Verlage und Medienhäuser aneinander. 1881 bereits sind allein in Leipziger Buchbindereien 29 brehmersche Drahtheftmaschinen in Betrieb. Die „Illustrierte Zeitschrift für Buchbinderei“ schwärmt damals: „Ein einigermaßen geschicktes Mädchen lernt die Handhabung der Maschine in wenigen Tagen und ist dann fähig, je nach Gattung der Arbeit, das vier- bis zehnfache Quantum einer Handnäherin in derselben Zeit zu heften.“

Startete die Maschinenfabrik Brehmer 1879 mit 52 Arbeitern, sind es sechs Jahre später schon 227. Schon 1883 muss eine neue, größere Fabrik her. August und Hugo lassen ein Areal von 35.000 Quadratmetern bebauen; die Gebäude sind heute wichtige Kulturdenkmäler in Leipzig. Es dauert nicht lang, und das Unternehmen produziert 2.500 Maschinen im Jahr. „Die Fabrikate finden in ganz Europa Verbreitung. Es werden Drahtheftmaschinen nach Indien, Ägypten, nach den La-Plata-Staaten wie nach andren überseeischen Plätzen ausgeführt“, schreibt der ansonsten eher zurückhaltende Verein Deutscher Ingenieure im Jahre 1887 voller Anerkennung.

„Höchste Qualität, das Eingehen auf individuelle Kundenwünsche, die kontinuierliche Optimierung der Produktpalette – mit diesen Erfolgsfaktoren stieg die Maschinenfabrik Brehmer unaufhaltsam zum Marktführer auf“, erklärt Christian Breyer. Ein Beispiel für die hohe Qualität ist die Anfang der 1920er Jahre vorgestellte Drahtheftmaschine Nr. 21. Sie ist so erfolgreich, dass sie bis 1960 produziert wird. Die zeitgleich entwickelten Sammelhefter nehmen das Grundprinzip der heutigen Heidelberg Stitchmaster vorweg: Verschiedene Maschinenabschnitte übernehmen Zusammenführen, Heften und Schneiden der Papierbögen und legen die gehefteten Produkte automatisch aus.

Anfang der 1930er Jahre zählt Brehmer 135.000 ausgelieferte Drahtheftmaschinen. Die Kundenliste liest sich wie das „Who’s who“ der Branche. Doch Leipzig, Weltstadt der polygrafischen Industrie, stehen finstere Zeiten bevor. Erste wirtschaftliche Einbrüche hat es bereits in der Weimarer Republik gegeben. Jetzt treiben die Nationalsozialisten die grafische Industrie von Leipzig in die Bedeutungslosigkeit. 1944 schließlich ereilt Leipzig das Schicksal so vieler Städte in Europa: Sie geht, und damit das berühmte grafische Viertel, im Bombenhagel unter.

Unter Hammer und Zirkel. Brehmer hat Glück im Unglück. Die Maschinenfabrik im Vorort Plagwitz übersteht den Krieg fast unbeschadet. Doch die Stadt liegt nun im Machtbereich der Sowjetunion, und die Wirtschaft wird auf die Planwirtschaft umgestellt. Das neue sowjetisch gesteuerte System überführt die Betriebe ins „Volkseigentum“ – sie werden verstaatlicht. In der 1949 gegründeten DDR gilt die Erfüllung des Produktionsplans. Private Firmen werden zu Volkseigenen Betrieben (VEB), später zu Kombinaten zusammengeschlossen. Brehmer heißt erst VEB Falz- und Heftmaschinenwerk Leipzig, später VEB Leipziger Buchbindereimaschinenwerke und schließlich Kombinat Polygraph Leipzig.



1942 Umstellung auf Kriegsproduktion

1948 Enteignung, „VEB Polygraph, Gebrüder Brehmer“

1965 Vorstellung des Fadensiegelns

1990 Die Wende: Neugründung Brehmer Buchbindereimaschinen GmbH

1991 Unter Leitung von McCain Manufacturing; Bezug der neuen Zentrale in Leipzig Nord-Ost

1999 Brehmer wird zusammen mit der Stahl-Gruppe Teil von Heidelberg Postpress

2004 Vorstellung der neuen Stitchmaster ST 350 auf der drupa

„Trotz Planwirtschaft kamen aus Leipzig auch weltmarkttaugliche Produkte, die ihre Kunden fanden und hohe Wertschätzung genossen“, meint Stephan Plenz, Leiter Postpress bei Heidelberg. So präsentierten die Nachfolger der Gebrüder Brehmer auf der Leipziger Frühjahrsmesse 1965 den Sammelhefter 735 – mit kompletter Fließstrecke und einer Leistung von 10.000 Broschüren pro Stunde. Und die neu entwickelten Fadensiegelmaschinen brachten eine fast revolutionäre Alternative zu herkömmlichen Bindeverfahren: Die Falzbögen werden dabei mit Heftklammern aus Spezialfäden mit thermoplastischem Anteil geheftet. Stephan Plenz: „Das Fadensiegeln vereint die Haltbarkeit der Fadenheftung und die niedrigen Herstellungskosten der Klebebindung.“

Heidelberg Postpress. 1990 folgte der nächste Umbruch: Das Ende der DDR ist gleichzeitig das Ende des Kombinats Polygraph, aus dem VEB wird eine private GmbH. Der Name „Brehmer Buchbindereimaschinen“ weckt alte Traditionen, die Besitzer und die Firmenzentrale in Leipzig Nord-Ost sind neu: 1991 erwirbt zunächst die McCain Manufacturing Corp. aus Chicago das Unternehmen, 1994 folgt der Falzmaschinenhersteller Stahl GmbH & Co. KG Ludwigsburg. Zum Jahreswechsel 1998/99 übernimmt die Heidelberger Druckmaschinen AG Stahl und damit auch den Standort Leipzig. „Die sächsische Metropole ist ein Schwerpunkt der Druckweiterverarbeitung innerhalb der Heidelberg-Gruppe“, erklärt Dr. Jürgen Rautert, Vorstandsmitglied von Heidelberg und für Technik sowie Postpress verantwortlich. „In Leipzig investieren wir zugleich in die Kompetenz von morgen – durch die Ausbildung und das Studienangebot für unseren Nachwuchs“, so Dr. Rautert weiter.

An der Konstruktion und Herstellung von Sammelheftern, Fadensiegelmaschinen und Klebebindern arbeiten heute 280 Mitarbeiter in Leipzig. Die auf der drupa 2004 vorgestellte Stitchmaster ST 350 setzt die Erfolge der Brehmer-Sammelhefter mit hochmoderner Technologie fort, und im 125. Jahr seines Bestehens hat der Standort damit beste Zukunftsaussichten. ■

Der Stitchmaster ST 350, vorgestellt auf der drupa 2004. Die Markteinführung ist für den November 2004 geplant.

Ein beliebter Treffpunkt der Leipziger ist der zentral gelegene Marktplatz.

Leipziger Allerlei

Leipzig erhielt 1165 seine Stadtrechte und ist mit 495.000 Einwohnern neben Dresden die wichtigste Metropole in Sachsen, Deutschland. Sie ist die älteste Messestadt der Welt und besitzt das monumentalste Denkmal auf dem europäischen Kontinent, das Völkerschlachtdenkmal. Es ist zugleich das Wahrzeichen Leipzigs und erinnert an den Sieg der verbündeten europäischen Truppen im Jahr 1813 vor den Toren der Stadt über die französischen Truppen des Kaisers Napoleon. Leipzig war über lange Zeit die deutsche Buchstadt Nummer eins. Schon 1479 entstand hier die erste Buchdruckerei. Heute ist Leipzig eine moderne Universitätsstadt mit zahlreichen kulturellen Events, berühmten Einkaufs-Passagen und vielen Kneipen und Szene-Cafés – in denen es weit mehr gibt als nur Leipziger Allerlei: ein buntes Gemüse, das im „Original“ mit Krebsschwänzen verziert und mit Krebsbutter beträufelt wird. Ideal zu Braten von Kalb- oder Schweinefleisch, zu Steaks und Schnitzeln. Als Beilage serviert man Salzkartoffeln.

VERSICHERUNG

Den Stillstand verhindern

Im Laufe ihres langen Lebens kann einer Druckmaschine viel zustoßen. Schäden durch Feuer, Wasser und technische Defekte führen dabei immer zum gleichen Ergebnis: Maschinenstillstand und damit Ärger mit den Kunden. Im schlimmsten Fall kommt es gar zum Verlust der Aufträge und enormen wirtschaftlichen Folgeschäden für die Druckerei. Mit einem zweckmäßigen Schutz durch Versicherungen, einer vernünftigen Vorsorge und einem schnellen Herstellerservice spart man Kosten und sichert die Zukunft der Druckerei.

Nur zufällig entdeckten zwei Sicherheitskräfte im schottischen Glasgow kurz vor Mitternacht den Brand bei der Druckerei McVicar. Gegen 20 Uhr hatte ein Wechselstromgenerator in einem Firmenlastwagen Feuer gefangen, das schnell auf den Drucksaal mit 70 Tonnen Papier und die Druckmaschinen übersprang. Bei rund 425 Grad Celsius schmolzen Kabel und Telefone, Stahlträger brachen zusammen. Der Taschenfalzapparat Ti 52 und die Schneidemaschine Polar 78 wurden völlig zerstört. An einem Heidelberg Zylinder und den Ein- und Zweifarben-GTO entstanden ebenfalls Schäden. „Das Feuer war sehr ungewöhnlich, weil sich kein Rauch entwickelte“, erklärt der Geschäftsführer der Glasgower Druckerei, Jim McVicar.

McVicar hatte Glück im Unglück: Nachdem 37 Feuerwehrleute mit sechs Einsatzwagen insgesamt sechs Stunden lang löschten, konnte der Druckbetrieb schon zwei Tage später wieder aufgenommen werden. Der Schaden belief sich insgesamt auf 680.000 britische Pfund*. Jim McVicar ist von seiner damaligen Versicherung enttäuscht und wartet bis heute auf sein Geld: „Eigentlich hätten wir die Türen zusperren und abwarten sollen, bis alle Ermittlungen abgeschlossen sind. Die Mitarbeiter hätten wir in der Zwischenzeit in Urlaub geschickt und auf das Geld der Versicherung gewartet. Aber hätten wir das gemacht, gäbe es McVicar Printers and Publishers heute nicht mehr.“ Diesen Rat gab ihm damals seine Versicherung. Statt ihn zu befolgen, begannen die Mitarbeiter schon an der einen Seite der Druckerei mit den Aufräumarbeiten, als es auf der anderen Seite noch brannte. Bereits einen Tag nach dem Brand trafen die bestellten Ersatzteile von Heidelberg sowie Techniker ein, die alle notwendigen Reparaturen an den Maschinen ausführten. Von der Versicherung hat Jim McVicar nicht einen einzigen Penny gesehen, um den Schaden zu decken. Diese behauptete, dass die Druckerei nicht ausreichend versichert gewesen sei. McVicar ging von einer vollständigen Schadensdeckung für die Betriebsunterbrechung aus. Die Assekuranz war hier ganz anderer Meinung. So blieb ihm nichts anderes übrig, als die Kosten komplett allein zu tragen. Nach dem Brand hat er gleich zu einer anderen Versicherung gewechselt. Gegen seine damalige Versicherung allerdings hat er ein gerichtliches Verfahren einleiten lassen, das zwei Jahre nach dem Brand immer noch nicht ausgestanden ist. Trotz allem ist Jim McVicar stolz auf sich, seine Mitarbeiter und den Heidelberg Service, die mit vereinten Kräften den Betrieb innerhalb kürzester Zeit wieder einsatzbereit gemacht haben. „Ein Gewinner gibt niemals auf!“ bemerkt er abschließend.

* 680.000 britische Pfund = ca. 1.020.000 Euro = ca. 1.252.000 US-Dollar

Jim McVicar ist kein Einzelfall. Tagtäglich müssen Druckereien wegen Feuer, Hochwasser oder Erdbeben ihre Arbeit vorübergehend einstellen. Dementsprechend sollten Druckereichefs rechtzeitig Vorsichtsmaßnahmen treffen. Denn die meisten Druckereien müssen feste Terminaufträge erledigen. Ausfälle oder Terminverschiebungen können sich die Kunden oft nicht erlauben. Fällt die Druckmaschine aus und kann eine Reparatur nicht schnell erfolgen, erhält in der Regel eine andere Druckerei den Auftrag. Zum Schaden durch den Schaden kommt dann auch noch der Ausfall an Aufträgen hinzu.

Wunderwaffe Risikomanagement. Das Stichwort für einen umfassenden Schutz heißt Risikomanagement. Dabei kommt es darauf an, die optimale Vorsorge zu vernünftigen Kosten zu treffen. Diese Vorsorge besteht aus drei Teilen: Die Basis bilden jene Maßnahmen, die der Unternehmer selbst treffen kann, um Katastrophen zu verhindern oder deren Auswirkungen abzumildern. Dazu zählen bauliche Sicherheitsmaßnahmen wie beispielsweise Brandschutzwände, funktionierende Feuerlöscher und Alarmvorrichtungen, Sprinkleranlagen, Schulungen der Mitarbeiter sowie Feuerlöschübungen mit der örtlichen Feuerwehr. Diese Maßnahmen kosten zwar Geld, die Kosten können aber häufig über günstigere Versicherungsprämien kompensiert werden. Auch Jim McVicar hat direkt nach dem Brand einen Feueralarm mit Rauchdetektor installieren lassen, um die Risiken zu mindern. Die zweite Komponente bietet der Hersteller der EDV-, Druck-, Schneide- und Falzmaschinen. Dabei sind eine hohe Qualität der Maschinen, schnelle Ersatzteillieferungen und professioneller weltweiter Service – wie bei Heidelberg üblich – entscheidende Kriterien. Kommt es zum Schaden, hilft der Hersteller mit Ersatzmaschinen und Ersatzteilen. Die Druckerei verliert dann keine Kunden, und der Schaden hält sich in Grenzen. Die dritte Komponente bilden Versicherungen, die eintretende Schäden für das Unternehmen verträglich auffangen.

Versicherer sind kein Allheilmittel. Entsprechende Versicherungen sollten für Gebäude, „die kaufmännischen und technischen Betriebseinrichtungen sowie Vorräte wie zum Beispiel Betriebsstoffe und Produktionsstoffe, aber auch Fertigprodukte abgeschlossen sein“, rät Dieter Schimana vom weltweit agierenden Versicherungsmakler MARSH, mit dem auch Heidelberg zusammenarbeitet. Eine zusätzliche Betriebsunterbrechungsversicherung deckt Umsatzausfälle abzüglich ersparter variabler Kosten für die Dauer der Reparatur. Das heißt, wenn nicht gedruckt wird und weder Lacke noch Papier verbraucht werden, können diese Kosten auch nicht von einer Versicherung über eine Betriebsunterbrechungsversicherung ersetzt werden. Die Fixkosten, die auch anfallen, wenn nicht gedruckt wird, dagegen schon. Die versicherten Unterbrechungszeiten sind häufig begrenzt und werden oft mit dem Versicherungsschutz bei Elementarschäden (Sturm, Wasser, Erdbeben, Feuer) kombiniert.

All-Risk-Policen – der ideale Versicherungsschutz. Bei der Versicherung der Druckmaschine wird zwischen einem Maschinenausfall allgemein (Sachschäden) und dem so genannten Maschinenbruch (Konstruktionsfehler, Wartungsfehler, lose Schrauben usw.) unterschieden. Bei finanzierten Maschinen (Kredit, Miete, Leasing) sollte eine Restschuldversicherung oder auch ein Unterdeckungsschutz abgeschlossen werden.

Manche Versicherungen erweisen sich im Schadenfall als wenig kulante Partner. Besonders der Fall McVicar zeigt, dass nicht jedes Unternehmen, welches sich richtig versichert wähnt, auch im Schadenfall Geld bekommt. Den passenden Versicherungsschutz zu finden ist nicht einfach. In liberalen Märkten – wie innerhalb der Europäischen Union – gibt es Standards. Doch auch dort müssen die Klauseln und das Kleingedruckte beachtet werden. In England, wo Versicherungsschutz generell über Makler eingekauft wird, beraten diese bei der optimalen Gestaltung der Verträge. In Latein- und Südamerika muss – wie etwa in Mexiko oder Brasilien – die Versicherung vor Ort eingekauft werden. Dort empfiehlt es sich, einen guten Makler oder einen Netzwerkversicherer zu Rate zu ziehen.

Ähnliches gilt auch für Asien – mit Ausnahme des liberalisierten Japan. Gerade in Malaysia, Thailand oder China ist der Markt stark reguliert. „Bezüglich der Besonderheiten des Marktes ist es umso wichtiger, das internationale Know-how eines erfahrenen Experten zu nutzen. Nur dann ist garantiert, dass der über die lokalen Versicherungsgesellschaften eingekaufte Versicherungsschutz dem in den Industrieländern gewohnten Anspruch gerecht wird“, meint Schimana. Der Versicherungsexperte von Heidelberg, Gerhard Bugla, empfiehlt eine All-Risk-Police. Diese versichert alles, was nicht ausdrücklich ausgenommen ist. „Eine gute All-Risk-Police hat keine oder nur sehr wenige Ausschlüsse“, so Bugla.

Damit Ausfälle die Ausnahme bleiben. Ein Ausfall ist zwar versicherbar, aber der beste Versicherungsschutz hilft wenig, wenn der Ausfall zu lange dauert. In den meisten Fällen ist der Drucker damit aus dem Geschäft. Und ein Kunde, der zur Konkurrenz geschickt werden muss, ist möglicherweise für immer verloren. „Daher sehen wir“, so Bugla, „den Versicherungsschutz, unabhängig von der Art

der Versicherung, immer als letzte Stufe der betrieblichen Absicherung."

Heidelberg hat auch im Falle von McVicar gezeigt, dass man bereit ist, schnell zu helfen. „Wir können heute weltweit innerhalb von 24 Stunden jedes benötigte Ersatzteil zur Verfügung stellen", betont Bugla. Hotline, Notfallpläne und Adresslisten gehören ebenso dazu wie ein entsprechendes logistisches System und Ersatzteillager in den Schlüsselregionen der Welt. Die Produktqualität der Druckmaschinen, die Liefersicherheit sowie der Service von Heidelberg ergänzen eine wichtige Schutzstufe. Die Versicherungen vervollständigen diese Absicherung.

Darüber hinaus empfiehlt es sich für große und auch für kleine Unternehmen, Vorsorge zu treffen. Ein funktionierendes Sprinklersystem hätte beispielsweise bei McVicar den Schaden begrenzt und verhindert, dass die Produktion überhaupt stillgestanden hätte. Partnerverträge garantieren, dass Kollegen kurzzeitig Aufträge übernehmen können. Gute Versicherungspartner unterstützen mit Brandschutzbesichtigungen und machen Verbesserungsvorschläge, um künftigen Schäden vorzubeugen oder sie zu begrenzen. „Dazu gehören oft nur organisatorische oder bauliche Änderungen, wie die Auslagerung des Papier- und Farbenlagers oder deren Abtrennung vom Drucksaal mit Brandschutzwänden. Im Verhältnis zu Schadensereignissen relativ preiswerte Alternativen", meint Bugla.

Ist die Wahrscheinlichkeit für Brandschäden gering, lassen sich die Police und somit auch die Prämien verringern. „Wenn man als Unternehmen lange Phasen schadlos überstehen kann, dann haben sich auch die Investitionen in die Sicherheit schnell ausgezahlt", lautet Buglas Fazit. ■

„Versicherungsschutz ist immer nur ein Zusatzschutz"

„Aus unternehmerischer Sicht sind Versicherungen unabdingbar, um die Substanz zu schützen. Aber um den Betrieb am Laufen zu halten, ist unternehmerische Verantwortung mit Weitblick notwendig", erklärt Gerhard Bugla im Interview über die Funktion von Versicherungspolicen für die Kunden der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Der vierfache Familienvater Gerhard Bugla (48) ist Volljurist und seit 1998 Leiter der Versicherungsabteilung / Head of Corporate Insurance und zugleich Geschäftsführer der firmeneigenen Versicherungsvermittlungsgesellschaft „Print-Assekuranz Vers. Verm. GmbH" bei Heidelberg. Bugla war bereits im industriellen internationalen Versicherungswesen für ABB (Mannheim) und die BASF (Ludwigshafen) tätig.

HN: Herr Bugla, wie sollte eine Druckerei abgesichert sein?

G. Bugla: Die Sicherung kommt immer vor der Versicherung. Das heißt, der Betrieb muss sicher ausgestattet sein. Wir legen sehr großen Wert auf eine hohe Betriebssicherheit, denn was nutzt die beste Versicherung, wenn der Drucker aus dem Geschäft ist? Gewisse Sicherheitsstandards halte ich daher für unabdingbar. In aller Regel können Sach- und auch Folgeschäden für den Betrieb mit solchen Vorsorgemaßnahmen niedrig gehalten werden. Kommt es dennoch zum Schaden, ist es wichtig, entsprechend versichert zu sein.

HN: Und wo finde ich die richtige Versicherung?

G. Bugla: Wir lassen durch Experten – wie Makler oder Netzwerkversicherer, die zu unserem Partnerunternehmen gehören – prüfen, ob es möglich ist, dass wir vor Ort versichern und welche Versicherungspolicen die günstigste Lösung für den Kunden sind.

HN: Beim Kauf einer Druckmaschine wollen Kunden nicht an Schäden denken. Wie hilft Heidelberg, wenn doch etwas passiert?

G. Bugla: Man muss hier vor dem Kauf ansetzen. Zunächst sollte der Kunde vor dem Erwerb einer Maschine nicht nur auf den Preis achten, sondern auch auf die Liefersicherheit und den Service des Herstellers. Wenn Sie sich die Lebenszeit eines Produktes anschauen – bei unseren Produkten ein Jahrzehnt und länger – dann haben Kunden natürlich ganz andere Ansprüche an den Service. Als Hersteller sind wir daher bemüht, eine gute Kundenbeziehung aufzubauen. Das ist wie in einer guten Ehe: Die Stärke der Beziehung zeigt sich erst, wenn Höhen und Tiefen gut bewältigt werden können. Genau da sehe ich die Stärke von Heidelberg. Bei uns stimmt nicht nur die Qualität der Produkte, sondern auch der Service im Schadenfall. Dem Kunden muss geholfen werden, denn er steht im Fokus unseres Handelns.

HN: Wie ist mit nichtversicherbaren Risiken – so genannten Ausschlüssen – umzugehen?

G. Bugla: Versicherungsverträge enthalten oft eine ganze Menge von Ausschlüssen. Das ist nichts Bösartiges, sondern liegt am Selbstverständnis der Versicherer. Die unternehmerische Eigenverantwortung wollen Versicherer den Druckern eben nicht abnehmen. Sie wollen nur den nicht kalkulierbaren Schadensbereich absichern. Und dazu gehören beispielsweise laufende Kosten.

Dies ist auch eine Frage des Geldes. Jede Absicherung, die der Drucker verlangt, muss er auch bezahlen. Die Prämien haben sich – durch die Erkenntnisse der Attentate in den USA am 11. September 2001 – verteuert. Durch die Anschläge wurde deutlich, dass Betriebsunterbrechungsschäden deutlich höher liegen können als der eigentliche Sachschaden.

Nochmals: Versicherungen nutzen dem Kunden nichts, wenn er nicht rechtzeitig in die Produktion zurückkommt. Der Markt ist heute so, dass Auftraggeber schnell zur Konkurrenz abwandern. Und wenn sie dort erst einmal gute Erfahrung gemacht haben, ist es zu spät. Da hilft es wenig, wenn eine Versicherung den Schaden reguliert.

HN: Wie kann man Regressansprüche abwehren, beispielsweise wenn die Auslieferung der wichtigen Tageszeitung nicht termingerecht gelingt?

G. Bugla: Da sind schnell die Grenzen einer Versicherung spürbar. Das Risiko, ob beispielsweise Anzeigenkunden wegen dem Nichterscheinen wichtiger Anzeigen Schadenersatzansprüche erheben, ist nicht überschaubar. Einiges an Haftung lässt sich sicherlich auch – juristisch wirksam – vertraglich, z.B. in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, ausschließen. Da kommt wieder die Eigenverantwortung zum Tragen. Der Drucker muss sich die Frage stellen, ob er einen Großteil seines unternehmerischen Gewinns an Versicherungen überweisen möchte. Ein vernünftiges Risikomanagement für alle Lebenslagen ist daher wichtiger denn je. ■

Termine & Messen

Teilnehmer aus acht Nationen trafen sich bei der letzten Summer University der PMA zum fachlichen Wissensaustausch in Heidelberg.

In unserem Termin- und Messekalender finden Sie Informationen zu wichtigen Ereignissen der Druck- und Medienindustrie. Weitere Details zu den einzelnen Veranstaltungen finden Sie unter den angegebenen Internetadressen oder direkt bei den Kontaktpersonen des jeweiligen Veranstalters.

■ Termine Nordamerika

USA: GraphExpo
Mit mehr als 40.000 Fachbesuchern gehört die GraphExpo in Chicago zu den wichtigsten Fachmessen der Druckindustrie weltweit und ist die größte nationale Messe der USA für Druckvorstufe, Druck-, Publishing- und Weiterbearbeitungstechnologien.
Ort: Chicago, Illinois, USA
Zeit: 10.-13. Oktober 2004
Kontakt: Graphic Arts Show Company, Inc.
Telefon: 001-703-264-72 00
Fax: 001-703-620-91 87
E-Mail: info@gasc.org
Internet: www.graphexpo.gasc.org

USA: PMA Winter University 2005
Die nächste Winter University der Print Media Academy findet in Miami, USA, statt. Hochkarätige Referenten gehen unter anderem den Fragen nach, wie Druckunternehmen vielversprechende Trends für ihr Geschäft identifizieren und sich intern auf diese Trends einstellen können. Aber auch Wege zur Produktivitätssteigerung und Methoden zum Erschließen neuer Märkte sowie zur optimierten Produktvermarktung werden thematisiert. Das praxisnahe Seminar richtet sich an Entscheidungsträger aus dem Management oder der Produktion von Betrieben der Printmedienindustrie mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. Veranstaltungsort ist das Double Tree Surfcomber Hotel in South Beach.
Ort: Miami, Florida, USA
Zeit: 6.-11. Februar 2005
Kontakt: Martina Brand, Print Media Academy
Telefon: 0049-(0)-6221-92 49 06
Fax: 0049-(0)-6221-92 49 29
E-Mail: pma-seminare@heidelberg.com
Internet: www.print-media-academy.com

■ Termine Asien

China: ICIF 2004 International Cultural Industry Fair
Die erste internationale kulturelle Industriemesse Chinas mit mehr als 500 internationalen Unternehmen aus der TV-, Audio-, Video- und Verlagsindustrie.
Ort: Shenzhen, VR China
Zeit: 18.-22. November 2004
Kontakt: Shenzen International Cultural Industry Conference Ltd.
Telefon: 0086-755-88 31 00 28
Fax: 0086-755-88 31 00 08
E-Mail:szicif@163.com
Internet: www.szicif.com

■ Termine Europa

Frankreich: Emballage
Internationale Fachmesse für Verpackung und Verpackungstechnologien. Auch Druckmaschinen und -technologien für den Verpackungsdruck stehen im Messefokus.
Ort: Paris, Frankreich
Zeit: 22.-26. November 2004
Kontakt: Valérie Queffelec
Telefon: 0033-(0)-14 96 85 44 44
E-Mail: vqueffelec@exposium.fr
Internet: www.emballageweb.com

Frankreich: Intergraphic Paris
Fachmesse für alle Beteiligten aus der grafischen Industrie mit Ausstellern aus den Bereichen Design, Multimedia und Kreation.
Ort: Paris, Frankreich
Zeit: 12.-14. Januar 2005
Kontakt: Golding
Telefon: 0033-(0)-1 41 40 41 40
Fax: 0033-(0)-1 42 70 96 83
E-Mail: contact@golding.fr
Internet: www.intergraphic.cc

Italien: Medprint
Die wichtigste Messe der Mittelmeerregion für Druck- und Publishing-Technologien. Vertreten sind Druckvorstufe, Druck, Publishing und Papierverarbeitung.
Ort: Neapel, Italien
Zeit: 21.-24. Oktober 2004
Kontakt: Centrexpo Spa
Telefon: 0039-(0)-23 19 10 91
Fax: 0039-(0)-2 34 16 77
E-Mail: centrexpo@centrexpo.it
Internet: www.medprint.it

Faxen, schreiben oder mailen … und die Heidelberg Nachrichten kommen!

Sie können die nächsten Ausgaben der Heidelberg Nachrichten auch für Ihre Kunden und/oder Mitarbeiter abonnieren oder zusätzliche Exemplare nachbestellen. Kopieren Sie einfach dieses Formular, füllen es aus, und senden es an:

Heidelberger Druckmaschinen AG
Heidelberg Nachrichten (PMA, 10. OG)
Kurfürsten-Anlage 52-60
69115 Heidelberg
DEUTSCHLAND
Telefax: 0049-(0)-62 21-92-50 42
E-Mail: Heidelberg.News@heidelberg.com

Service Heidelberg Nachrichten

☐ Senden Sie ___ zusätzliche Exemplare der aktuellen Ausgabe an:
☐ Senden Sie ___ Exemplare künftig bitte auch an:

☐ Deutsch ☐ Englisch ☐ Französisch ☐ Spanisch

Firma/Abteilung: _____

Funktion: _____

Anrede: _____

Vorname/Name: _____

Adresse: _____

_____

_____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Speziell interessieren mich folgende Themen:

_____

_____

Ich willige in die Speicherung meiner Daten durch die Heidelberger Druckmaschinen AG bzw. deren Niederlassungen ein. Ich bin damit einverstanden, dass meine persönlichen Daten dazu verwendet werden, mich über Produkte, Leistungen und Serviceangebote ausschließlich von Heidelberg zu informieren.

☐ Ja ☐ Nein Unterschrift: _____

Der Nutzung meiner Daten zum Zweck der Werbung oder der Markt- und Meinungsforschung kann ich jederzeit gegenüber der Heidelberger Druckmaschinen AG bzw. deren Niederlassungen widersprechen.

IMPRESSUM

© Heidelberger Druckmaschinen AG,
Ausgabe 251, Jahrgang 2004

Herausgeber
Heidelberger Druckmaschinen AG
Kurfürsten-Anlage 52-60
69115 Heidelberg
Deutschland
www.heidelberg.com
Adriana Nuneva, Senior Vice President - Global Marketing

Projektteam, Heidelberger Druckmaschinen AG
E-Mail: Heidelberg.News@heidelberg.com

Matthias Tritsch, Projektleitung
Tel: 0049-(0)-62 21-92 -45 70
Fax: 0049-(0)-62 21-92 -49 49
E-Mail: Matthias.Tritsch@heidelberg.com

Dietmar Seidel, Redaktionsleitung
E-Mail: Dietmar.Seidel@heidelberg.com

Stefanie Woytowitz, Ressort Solutions
E-Mail: Stefanie.Woytowitz@heidelberg.com

Redaktionsbeirat, Heidelberger Druckmaschinen AG
Daniela Bethonico (Latin America), Dominique Bouffard (France), Robert Crooker (Business Trends), Christopher Curran (USA), Manuela Deufel (Germany / Switzerland), Irene Duffy (UK), Brian Ellis (Canada), Jasmine Ho (Asia Pacific), Karl Kowalczyk (Applications), Andreas Lang (Product Line Management), Henriette Larsen (Nordics), Rainer Manderbach (Eastern Europe / Asia), Hans-Dieter Siegfried (Communications), Volker Trapmann (Western Europe / Middle East / Africa)

Redaktion
SIGNUM public relations GmbH, Mannheim, Deutschland
Jürgen Ströbele, Chefredaktion
E-Mail: Stroebele@signum-web.de

Gestaltung & Produktion
SIGNUM communication GmbH, Mannheim, Deutschland
Christian Westenhöfer, Projektleitung
E-Mail: Christian.Westenhoefer@signum-web.de
www.signum-web.de

Druck
Gedruckt in der Bundesrepublik Deutschland

Produktionsverfahren
Druckplatten: CtP
Druck: Speedmaster SM 102
Finishing: Stahlfolder
Fonts: Heidelberg Gothic, Heidelberg Antiqua

Titelbild
Peter Ganter, Faller Druck GmbH,
Waldkirch, Deutschland

Der Inhalt der Beiträge gibt nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers wieder.
Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck oder elektronische Verbreitung nur mit Zustimmung des Herausgebers.

Drucken ist die Kunst, Papier mit Kraft aufzutanken. **Passion for Print.**

HEIDELBERG