

# Heidelberg

## Nachrichten

Das Kundenmagazin  
Seit 1930 • Ausgabe 252 • 2005

### ERFOLGREICHES TEAM

Linda & Paul Ramirez, Paramus, USA

### ALLE DINGE FLIESSEN

Workflows aus dem Prinect-Baukasten

### MASSGESCHNEIDERTES MODELL

Passende Finanzierung für Druckereien

HEIDELBERG



### Liebe Leserin, lieber Leser,

vor allem kleinere und mittelgroße Druckbetriebe sprechen mit uns häufig über die Vor- und Nachteile von Workflow-Lösungen: Solche Systeme werden mal als zu teuer, mal als zu kompliziert oder zu überdimensioniert empfunden. Die Vorteile, wie die Optimierung der Geschäftsprozesse und den schnellen Kapitalrückfluss, sind vielen Kunden noch nicht richtig klar. Um Licht ins Dunkel der Prozessoptimierung zu bringen, nehmen wir für Sie in diesem Heft unseren Prinect-Baukasten auseinander, rechnen Ihnen Amortisationszeiten für exemplarische Investitionen vor und machen Sie mit der Münchener Color-Gruppe bekannt, die vier „Sub-Unternehmen“ erfolgreich mit Prinect verknüpft hat.

Darüber hinaus vermitteln wir Ihnen Einblicke in die Geschäftsmodelle von PIP Printing aus den USA sowie Cezar Ltd. aus Polen, wägen das Für und Wider unterschiedlicher Finanzierungsmodelle ab, machen Sie mit einer neuen Generation langer Wendemaschinen vertraut und präsentieren Ihnen die Speedmaster XL 105 quasi im „großformatigen Detail“. Zu guter Letzt bieten wir Ihnen in unserer neuen Kolumne „Tipps & Tricks“ noch einige Hilfestellungen zum Umgang mit unterschiedlichen Prinect-Modulen an. Bitte lassen Sie mich wissen, wo wir Ihnen noch weitere Informationen und Beratung zukommen lassen können. Wir freuen uns auf Ihre Anmerkungen und Kommentare. Vielen Dank!

Mit freundlichen Grüßen, Ihr

Bernhard Schreier  
Vorstandsvorsitzender Heidelberg Druckmaschinen AG

## Inhalt

### Profile



#### Erfolgreiches Team

Die neue Printmaster QM 46-2 ergänzt den Maschinenpark der Druckerei Ramirez in Paramus, New Jersey, USA. ▶ 8

### Profile

- 4 **Internationale Märkte im Visier**  
Mit seiner Investition in eine Speedmaster CD 102 Duo will Cezary Nazar über die polnischen Grenzen hinaus Kunden gewinnen.
- 8 **Erfolgreiches Team**  
Linda und Paul Ramirez aus Paramus, USA, drucken erfolgreich im Franchise-System PIP Printing & Document Services.
- 10 **Harmonisches Netzwerk mit vielen Extras**  
Die vier Unternehmen der Color-Gruppe aus München, Deutschland, sind durch den Prinect-Workflow ideal miteinander vernetzt.

### Spektrum

- 16 **Nachrichten und Meldungen**  
aus der Heidelberg-Welt.

### Innovationen



#### „Vollkommen aufgelöst“

Raster-Experte Bernd Zipper nimmt die neuen frequenzmodulierten Raster unter die Lupe. ▶ 34

### Lösungen

- 20 **Alles fließt!**  
Die Prinect-Lösungen von Heidelberg im Überblick.
- 24 **Der Drucksaal wird unabhängig!**  
Die Plattenproduktion mit Plate-on-Demand stellt jeden Auftrag sicher.
- 26 **Schnell und flexibel**  
Eine neue Generation an langen Wendemaschinen bietet individuelle Produktionsmöglichkeiten.

### Innovationen

- 30 **„Wir werden unser Service-Angebot noch weiter ausbauen!“**  
Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG, steht der HN in einem Interview Rede und Antwort.
- 34 **„Vollkommen aufgelöst“ – Highend-Raster der neuen Generation im Einsatz**  
Die Vorteile der neuen frequenzmodulierten Rasterverfahren.
- 36 **Neue Maßstäbe für den industriellen Offsetdruck**  
Die Speedmaster XL 105 bietet neue Chancen für die Druckproduktion.

### Perspektiven



#### Nasser Hintern inklusive

Heidelberg Nachrichten erklärt die traditionelle Taufzeremonie, durch die junge deutsche Nachwuchsdrucker offiziell in den Kreis der „Schwarzünstler“ aufgenommen werden: Das Gautschen. ▶ 58

### Chancen

- 40 **Wann wird der JDF-Standard etabliert sein?**  
Branchenkennner und Technologieexperten erörtern den Stand der Entwicklung von „Vernetzung und JDF“.
- 46 **Das maßgeschneiderte Modell bringt Wettbewerbsvorteile**  
Die passende Finanzierung für Druckereien.
- 51 **„Wir verstehen uns als Berater“**  
Interview mit dem Heidelberg-Finanzvorstand Dr. Herbert Meyer über Finanzierungskonzepte.

### Perspektiven

- 52 **Ein Orden für die Presse**  
Hinter den Klostermauern von St. Paul im schweizerischen Freiburg verbirgt sich eine hochmoderne Druckerei.
- 56 **Genial – oder genial daneben?**  
Alle Jahre wieder gibt der niederländische Buchdruckerverband KVGGO seine „Kerstnummer Grafisch Nederland“ heraus.
- 58 **Nasser Hintern inklusive**  
Erst durch die traditionelle Druckertaufe, dem Gautschen, werden deutsche Nachwuchsdrucker in den Kreise der Jünger Gutenbergs aufgenommen.

### Service

- 60 **Tipps & Tricks**
- 62 **Termine & Messen**
- 63 **Impressum**



CEZAR LTD., POLEN

## Internationale Märkte im Visier

In Bialystok, rund 200 Kilometer nordöstlich von Warschau, unweit der polnisch-weißrussischen Grenze, befindet sich der Sitz von Cezar Ltd. Seit zwölf Jahren hält Eigentümer Cezary Nazar das Druckhaus mit veredelten Etiketten kontinuierlich auf Wachstumskurs. Mit einer neuen Heidelberg Speedmaster CD 102 Duo zielt Cezar nun verstärkt auf internationale Märkte.

Das Druckhaus Cezar verkörpert das aufstrebende Polen: Ein junges Unternehmen, das mit großem Engagement an seinem Erfolg arbeitet. Am Stammsitz in Bialystok, der Hauptstadt der polnischen Provinz Podlasien, sowie zwei weiteren Vertriebs- und Vorstufenstandorten in Warschau und Danzig beschäftigt das Unternehmen derzeit 230 Mitarbeiter – zu Beginn der 1990er Jahre waren es sechs. Das Wachstum von Cezar spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung wider. Seit 1995 verzehnfachte das Unternehmen den Jahresumsatz auf heute etwa 15 Millionen EURO. Zufrieden gibt sich Cezary Nazar damit nicht. Seine Vision: Cezar soll zu einem europaweit führenden Druckunternehmen mit technolo-

gischer Vorreiterrolle aufsteigen. Im Zuge dieser Entwicklung plant er, bis 2010 die Zahl der Mitarbeiter zu verdoppeln und den Jahresumsatz auf 100 Millionen Euro zu steigern. Neben dem Etikettendruck, der weit über fünfzig Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht, steht zukünftig der Druck hochwertiger Verpackungen im Mittelpunkt seiner strategischen Überlegungen.

Wichtigste Kunden der Druckerei sind Diageo und die SPI Group. Beide Unternehmen sind weltweit führende Anbieter von Spirituosen, des Weiteren der Pflegemittelhersteller Gillette. „Es erfordert speziell konfigurierte Druckmaschinen und viel fachliches Know-

how, um anspruchsvolle Weltunternehmen zu gewinnen“, erklärt Cezary Nazar. Zumeist sind monatelange Vorgespräche und mehrfache Teilnahmen an intensiven Qualitätsaudits notwendig, um derart anspruchsvolle Kunden zu überzeugen. Jährlich produziert Cezar mehr als eine Milliarde Etiketten für Weltmarken wie Smirnoff oder Moskovskaya, außerdem für spezielle Wodkasorten wie Stolichnaya, Stoli Flavored und Kaznacheyskaya. Bei den Labels handelt es sich um hochveredelte Druckprodukte, die unter Einsatz von UV-Lacken sowie Gold- und Silberfolien hergestellt werden. Um die Markenprodukte fälschungssicher zu machen, kommen zusätzlich Hologramme und Sicherheitsmarken zum Einsatz. Die Lieferziele der in Bialystok gedruckten Labels liegen vor allem in Russland, Lettland, Litauen, Deutschland, England, Belgien und der Slowakei. Der unternehmenseigene Fuhrpark mit sechs LKWs sorgt dafür, dass die Druckerzeugnisse ihre Zielorte pünktlich erreichen.

Ein Blick in das Druckereigebäude belegt, dass Cezar international keine Vergleiche zu scheuen braucht. Mit modernstem Maschinenpark in Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung, produziert das Unternehmen im Drei-Schicht-Betrieb seine hochwertigen Etiketten, Inmould-Labels und aufwändigen Verpackungen. Jüngste Investition ist eine Heidelberg Speedmaster CD 102-LY-6+LYL, die im Oktober 2004 die Produktion aufnahm und die bisher genutzte Heidelberg Speedmaster CD 74-6+LX ergänzt. Der Installation vorangegangen waren zahlreiche Gespräche mit Druckmaschinenherstellern. Cezary Nazar: „Wir benötigten eine leistungsfähige Offset-Maschine zur Inline-Produktion von Druckerzeugnissen mit hohem Veredelungsanteil, die uns in Sachen Qualität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit nachhaltige Vorteile und Verkaufsargumente liefert.“ Wie diese Maschine aussehen sollte, kristallisierte sich in intensiven Gesprächen mit Heidelberg heraus. Schritt für Schritt entwickelte Heidelberg eine individuelle Spezifikation für die Speedmaster CD 102 Duo mit Flexodruckwerken vor und nach den Offset-Druckwerken.

In einem mehrmonatigen Prozess entstand so eine 70x100-Maschine, die die bisherigen Druckkapazitäten von Cezar verdoppelt und die Spielräume in der Inline-Fertigung sowie der Veredelung nachhaltig erweitert. „13.000 Druckbögen pro Stunde und Flexodruckwerke vor und nach den sechs Offsetdruckwerken bedeuten für uns einen produktionstechnischen Quantensprung“, berichtet Cezary

Für Cezary Nazar ist ‚Competence in Print‘ der Schlüssel zum Erfolg.



Nazar. Die neue Druckmaschine ermöglicht sowohl konventionelle Farben und wässrige Lacke als auch UV-Farben und -Lacke, Metalure oder Perlglanz-Effektpigmente einzusetzen – und das einzeln oder in Kombination. Cezary Nazar: „Die Konfiguration versetzt uns in die Lage, aufwändige Veredelungsprozesse zeit- und kosteneffizient in einem einzigen Durchgang mit höchster Druckqualität zu realisieren.“ Auch bei den Bedruckstoffen gibt es eine große Bandbreite. Kartonagen bis zu einer Stärke von einem Millimeter lassen sich ebenso bedrucken wie beschichtete, unbeschichtete oder metallisierte Papiere, Lamine und Folien. „Diese Flexibilität im Hinblick auf Material und Farben nutzen wir gezielt zur Akquise von Kunden und Aufträgen. Mit kreativen Entwürfen und Druckmustern demonstrieren wir, was alles machbar ist. So unterstreichen wir unsere Druckkompetenz und stimulieren neue Bedürfnisse“, so Cezary Nazar. Neben der bisherigen Nischenstrategie im Etiketten- und Inmouldruck, der mehr als 50 Prozent des Umsatzes erzielt, sollen die Kapazitäten der neuen Maschine zukünftig verstärkt durch Aufträge im Verpackungsdruck und im Akzidenzdruck ausgelastet werden. „Innerhalb von fünf Jahren wird sich die Investition amortisieren“, zeigt sich der polnische Druckereibesitzer zuversichtlich.

**CoolCure für effizientere Prozesse.** Ein Stickstofftank hinter dem Druckereigebäude weist auf eine weitere Besonderheit der Speedmaster CD 102 Duo bei Cezar hin. Die Maschine ist zusätzlich mit der Inertisierungseinrichtung CoolCure UV ausgestattet. Die von IST-Metz und Heidelberg entwickelte Einrichtung für sauerstoffreduziertes Drucken dichtet zunächst die Kammer zwischen UV-Trockner und Substrat ab. Anschließend eingeblasener Stickstoff verdrängt den reaktiven Sauerstoff. Dadurch härten UV-Farben schneller und besser aus. Zugleich kann die Leistung der Trockner ▶



„Es erfordert viel fachliches Know-how, um anspruchsvolle Weltunternehmen als Kunden zu gewinnen.“ Cezary Nazar

reduziert und Energie gespart werden. „Durch den Einsatz von CoolCure können wir deutlich schneller produzieren und weiterverarbeiten. Selbst temperaturempfindliche Materialien bereiten keine Probleme, da Verzug im Material und Passerprobleme ausbleiben“, berichtet Cezary Nazar. Als weiteren Vorteil der CoolCure-Ausstattung nennt er die optimierte Aushärtung von Deckweiß: „Selbst bei dicken Schichten erzielen wir bestmögliche Resultate“. Ein Lächeln erntet, wer Cezary Nazar nach den Kosten des Stickstoffs und des Lagerungstanks befragt. „Angesichts der Effizienzgewinne in der Produktion bewegen sich die Kosten in einem mehr als vernünftigen Rahmen – selbst die Reinigungskosten für den Drucksaal sind monatlich höher“, erklärt er.

**Neue Kunden überzeugen.** Der ambitionierte Unternehmer ist zuversichtlich, die Kapazitäten seiner neuen Veredelungsmaschine durch steigende Verpackungsaufträge auslasten und zudem zeitkritische Akzidenzaufträge von Großunternehmen gewinnen zu können. Seit der Inbetriebnahme im Oktober 2004 sind bereits Erfolge zu verzeichnen. „Wir standen seit längerer Zeit mit dem Pflegemittelhersteller Gillette in Kontakt und warteten auf eine Gelegenheit, unsere Leistungsfähigkeit zu demonstrieren“, sagt Cezary Nazar. Aufgrund der neuen „Duo“ war es schließlich möglich, für Gillette einen eiligen Auftrag für die Werbekampagne des neuartigen Rasiersystems M3Power mit dem englischen Fußballstar David Beckham zu übernehmen. Mittwochs lagen die Daten für den Auftrag vor, bis Samstag wurde die gewünschte Auflage gedruckt und bereits am folgenden Montag kamen die fertigen Werbematerialien in London zum Einsatz. „Das war nur möglich, weil der gesamte Auftrag in einem einzigen Durchgang auf unserer neuen Druckmaschine zu realisieren war“, erläutert der Druckereibesitzer.

Um sowohl Forschung und Entwicklung voran zu treiben als auch die Qualität der Produktion zu überwachen, setzt Cezar auf ein eigenes Laboratorium mit 20 Mitarbeitern. Hier werden beispielsweise alle in der Druckproduktion eingesetzten Spezialfarben und -lacke selbst gemischt und abgefüllt. „Unser Bedarf ist so vielfältig und bisweilen so kurzfristig, dass wir flexibler sind, wenn wir Spezialfarben selbst herstellen. Außerdem halten wir so unser Wissen zu Farbrezepturen, vor allem zu Hybridfarben aus konventionellen und UV-Farben, im Haus. Lediglich die Grundfarben beziehen wir von Sun Chemical“, berichtet Cezary Nazar. Auch Lamine entstehen bei Cezar im eigenen Laboratorium und werden dort auf ihre Druckeigenschaften hin erforscht.

**Innovationsgeist als Marketingstrategie.** Investitionen in Drucktechnologie wie die Heidelberg Speedmaster CD 102 Duo sind bei Cezar fester Bestandteil der Vermarktungsstrategie. Regelmäßig bilden Einsatzmöglichkeiten moderner Drucktechnik den thematischen Schwerpunkt von Veranstaltungen, die das Unternehmen in Warschau organisiert. „Wir laden ausgewählte Vertreter von internationalen Großunternehmen und Agenturen sowie Etiketten- und Verpackungsdesigner ein, um gemeinsam über innovative Technologien und Produkte zu diskutieren und die Leistungspotenziale unseres Unternehmens zu präsentieren“, erklärt Cezary Nazar. Für weitere Maßnahmen vertraut Cezar auf professionelle Unterstützung durch internationale Werbe- und PR-Agenturen. Aber auch Cezary Nazar selbst ist gefordert: „Ebenso wichtig wie ein professionelles Marketing ist es, Kundenbindung durch persönlichen Kontakt herzustellen – daher verbringe ich viel Zeit unterwegs.“ Nicht gelten lässt der agile Pole das Vorurteil, als osteuropäische Druckerei nur aufgrund niedriger Lohnkosten im Wettbewerb bestehen zu können. „Unser Schlüssel zum Erfolg lautet ‚Competence in Print‘. In Verhandlungen mit internationalen Kunden geben nicht nur gute Preise, sondern auch moderne Drucktechnologie, fachliche Kompetenz und konsequente Qualitätsorientierung den Ausschlag“, sagt der Unternehmer. ■

#### Daten & Fakten

- Cezar Bialystok  
Szosa Baranowicka 78, 15-521 Zascianki, Polen  
Tel.: +48 85 740 25 40, Fax: +48 85 741 88 22  
E-Mail: [cezar@cezar.pl](mailto:cezar@cezar.pl)  
[www.cezar.pl](http://www.cezar.pl)
- [www.heidelberg.com/hd/CD102Duo](http://www.heidelberg.com/hd/CD102Duo)



Der Drucksaal bei Cezar (Bild oben) und Agnieszka Ambrozej (Bild Mitte), Mitarbeiterin im eigenen Laboratorium, in dem unter anderem Spezialfarben und -lacke erforscht und hergestellt werden.

Die Qualität muss stimmen: Marcin Falkowski prüft die gedruckten Bögen.



PIP PRINTING, USA

# Erfolgreiches Team

Die schnelle Produktion kleiner Auflagen ist die Spezialität der Druckerei von Linda und Paul Ramirez in Paramus, USA.

Klein ist das Familienunternehmen aber nicht, denn es gehört zu einer großen Franchise-Kette. Basis des Geschäftserfolgs ist die gesunde Kundenbeziehung, hohe Qualität, guter Service und vor allem starke Partner. Eine neue Printmaster QM 46-2 trägt ebenfalls ihren nicht unerheblichen Beitrag dazu bei.

Am Telefon wirkt Linda Ramirez (64) dynamisch, sympathisch und voller Elan. Im persönlichen Gespräch vor Ort kommt auch schnell die Geschäftsfrau zum Vorschein. Ihren Erfolg hat sie sich hart erarbeitet und er war für die Lehrerin nicht selbstverständlich. Lehrerin? Ja, richtig, denn nach 20 Jahren in ihrem Beruf musste sich Linda Ramirez 1983 nach einem neuen Job umsehen. Für die Rente fühlte sie sich damals noch zu jung. Bei der Franchise-Kette PIP Printing & Document Services bestand für sie die Möglichkeit, sich in eine Druckerei einzukaufen. So kam sie ins Druckgeschäft, das sie nach Paramus verschlug, circa 15 Kilometer westlich von New York City im US-Bundesstaat New Jersey gelegen. „Über das Druckgeschäft wusste ich am Anfang nichts“, erinnert sich Linda. Doch dank starker Partner gelang ihr eine fast unglaubliche Erfolgsgeschichte. Einer dieser Partner, im wahrsten Sinne des Wortes, ist ihr Ehemann Paul, der Linda seit 1989 in der Druckerei unterstützt.

Zusammen mit ihrem Mann Paul ist Linda Ramirez Geschäftsführerin der PIP Printing & Document Services. Die Spezialgebiete der vollstufigen Druckerei liegen im Digital- sowie im Offsetdruck – ausschließlich für regionale Geschäftskunden. Die Kunden erhalten ihr fertiges Produkt komplett aus einer Hand, denn die Drucksachen werden direkt im Haus weiterverarbeitet. Dieser Service zahlt sich aus, erklärt Linda: „Seit wir die Druckerei übernommen haben, pflegen wir den Kontakt zu unserem Kundenstamm. Viele arbeiten schon seit 20 Jahren mit uns zusammen. Darauf sind wir besonders stolz“. Mit insgesamt elf Angestellten produziert die Druckerei hauptsächlich Flyer, Broschüren, Briefpapier und Postkarten im Auflagenbereich von 1.000 bis 10.000 Exemplaren.

**Höchste Qualität, auch bei kleinsten Auflagen.** „Unsere Kunden legen sehr viel Wert auf hohe Qualität. Die verdanken wir unseren Maschinen und gleichermaßen unseren Mitarbeitern“, ist sich Linda Ramirez sicher. Seit Anfang 1996 wird in ihrer Druckerei auf einer Printmaster QM 46-2 produziert. Diese Maschine hat Linda und Paul gut gedient – insgesamt ist sie 25 Millionen Drucke gelaufen. Inzwischen sind an diesem Modell viele Verbesserungen vorgenommen worden, die die tägliche Arbeit erleichtern und zu einer



Linda und Paul Ramirez, die Geschäftsführer der PIP Printing & Document Services in Paramus.

noch höheren Wirtschaftlichkeit beitragen. Aus diesem Grund fiel den beiden Unternehmern die Entscheidung für die neue Printmaster leicht. Nach acht Jahren war es Zeit für eine neue Maschine und da die beiden Geschäftsführer mit der Leistung der alten Printmaster zufrieden waren, kauften sie im Oktober letzten Jahres das neueste Modell dieser Baureihe. Und da es die 10.000ste Printmaster war, die Heidelberg produziert hatte, fand sogar eine offizielle Feier und die Übergabe der Maschine auf der Druck-Fachmesse GraphExpo 2004 in Chicago, USA, statt.

**Automatisch wirtschaftlich.** Durch extrem kurze Rüstzeiten ist die Printmaster besonders attraktiv für die schnelle Produktion von Klein- und Kleinstauflagen. Täglich werden bis zu zwölf unterschiedliche Jobs auf der Maschine in Paramus produziert. Alle hochwertigen Produkte, überwiegend zweifarbige Drucksachen, die innerhalb kürzester Zeit produziert sein müssen, laufen über die Maschine. Eine zweite Druckmaschine erledigt die übrigen Aufträge.



Die Druckerei von PIP Printing. Scott Lynch arbeitet an der neuen Printmaster QM 46-2. Die fertigen Produkte verpackt Jose Pagan. (von links)

Weiterhin besitzt die Printmaster eine sehr hohe Druckqualität, ist einfach zu bedienen und kommt mit wenig Platz aus. Genau richtig also für die Druckerei von Linda und Paul Ramirez. „Die Printmaster QM 46-2 passt ideal in unseren Betrieb und in unsere Auftragsstruktur“, bestätigt Paul. „Wir möchten unsere Verkaufszahlen weiter steigern und dabei soll uns diese modernere Druckmaschine unterstützen“, fügt er hinzu. Durch den automatischen Plattenwechsel mit AutoPlate und die zentrale Formateinstellung für den An- und Ausleger ist sie noch produktiver als bisher. Darüber hinaus können durch die automatische Gummituchwascheinrichtung sowie Registerinstellungen im Druckbetrieb die Einrichtzeiten verkürzt und damit die Produktionskosten gesenkt werden. Die Entscheidung für die Printmaster trafen die beiden Geschäftsleute aber auch wegen des guten Verhältnisses zu Heidelberg: „Das Unternehmen und sein Service haben sich schnell zu einem echten Partner für uns entwickelt, der uns von Anfang an mit gutem Rat zur Seite stand“, bestätigt Linda.

**Drucken im Franchise-System.** Mit ihrer Druckerei sind die Eheleute Ramirez erfolgreiche Franchise-Nehmer der PIP Printing & Document Services mit Sitz in Mission Viejo, Kalifornien. Der durchschnittliche Jahresumsatz einer PIP Franchise-Druckerei liegt bei ungefähr einer halben Million US-Dollar. Das Prinzip ist identisch mit den bekannteren Franchise-Ketten von McDonalds oder Burger King: Der Franchise-Nehmer ist einer von vielen Betrieben innerhalb derselben Kette, bleibt dabei aber rechtlich selbstständig. Sein wirtschaftlicher Erfolg hängt also zum größten Teil von seinem eigenen Einsatz ab. Der Franchise-Geber ist immer im Hintergrund und unterstützt die Unternehmen in Fragen rund um Produkt, Service und Management. Typische Unternehmen im PIP Franchise-System sind kleine und mittelständische Druckereien, die im kleinformatigen Offsetdruck tätig sind. Viele von ihnen produzieren ebenfalls auf kleinen Maschinen wie der Printmaster QM 46-2. „Unsere Franchise-Nehmer schätzen eben die Produkte und den Service von Heidelberg“, erläutert Catherine Monson. Die Präsidentin von PIP Printing & Document Services schätzt Familie Ramirez: „Wir sind froh, dass wir Unternehmer wie Paul und Linda im Verbund haben, die den Mehrwert des Franchise-Systems auch an ihre Kunden weitergeben“, erklärt sie und ergänzt: „Unser Ziel ist es, individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Lösungen bei unseren Franchise-Nehmern anzubieten“. Auch untereinander pflegen die Unternehmen im Franchise-System ein freundschaftliches Verhältnis. So haben Linda und Paul ihre alte Printmaster an eine

befreundete Druckerei der Franchise-Kette gegeben, so dass sie dort noch einige Jahre ihre Dienste tun kann. „Sie bleibt damit in der Familie und fördert mit ihrer guten Qualität das Image der gesamten Franchise-Kette, und damit auch unseres“, meint Linda schmunzelnd. Das Franchise-System ist ein weiterer starker Partner für die darin verknüpften Druckereien wie die von Linda und Paul Ramirez.

Als sie vor mehr als zwanzig Jahren zum ersten Mal die Pforten ihrer eigenen Druckerei öffnete, wusste Linda Ramirez nicht wirklich, was auf sie zukommen würde. Doch ihr Mut zu Neuem und ihre Geschäftstüchtigkeit haben sich ausgezahlt. Zu keinem Moment hat sie ihre Entscheidung bereut. Heute sind sie und ihr Mann Paul mit ihrer Druckerei in der PIP Franchise-Kette erfolgreicher als je zuvor. ■

## Daten & Fakten

- PIP Printing & Document Services  
37 Spring Valley Ave  
Paramus, New Jersey 07652-2637, USA  
Tel: 001-201-843-6556  
E-Mail: pipparamus@earthlink.net  
www.pip.com/paramusnj
- www.heidelberg.com/hd/QM46

## PIP Printing & Document Services

Führender Franchise-Geber für Lösungen aus dem Bereich Druck- und Geschäftskommunikation, gegründet 1965. Insgesamt gibt es über 300 PIP Franchise-Zentren in den gesamten Vereinigten Staaten sowie einige in Großbritannien. PIP ist damit der größte Franchise-Geber in den USA. Sir Speedy, PIP Printing & Document Services und Multi Copy sind Markennamen dieser Kette. Ihr Angebot umfasst digitale Dienstleistungen, Online-Bestellservices und hoch entwickelte Technologien, die es Unternehmen ermöglichen, Dokumente jederzeit und an jedem Ort zu entwerfen, zu bestellen und zu verwalten.

Weitere Informationen: [www.pip.com](http://www.pip.com)

COLOR-GRUPPE, DEUTSCHLAND

# Harmonisches Netzwerk mit vielen Extras

Im Süden der bayerischen Hauptstadt München arbeiten die vier Unternehmen der Color-Gruppe unter einem Dach. Gemeinsam verstehen sich Color-Medienservice, Color-Offset, Color-Press und Color-Falz als innovativer Full-Service-Dienstleister für die Medienproduktion von Entwurf über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung. Integrierte Workflows gewährleisten durchgängige Prozesse und nahtlose Kommunikation.

Von Color-Offset zur Color-Gruppe: Seit ihrer Gründung im Jahr 1975, verwandelte sich die „klassische“ Druckerei im Münchener Stadtteil Sendling in eines der modernsten deutschen Dienstleistungsunternehmen für Printmedienproduktion. „Je nachdem was unsere Kunden wünschen, bieten wir jeden nur erdenklichen Service zwischen Ideenfindung, Konzeptentwicklung, Druckproduktion und logistischer Abwicklung“, erklärt Peter Wagstyl, einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter der Unternehmensgruppe.

Die Philosophie der Color-Gruppe beruht auf einem gemeinsamen Selbstverständnis als „Medienofficin“ mit ganzheitlichen Services rund um das Thema Unternehmenskommunikation. Die integrierte Kreativagentur berät Kunden partnerschaftlich von der Anfangsidee bis zur Auslieferung. „Wir verbinden originelle Ideen mit innovativen Produktionsprozessen, um den Marktauftritt des Kunden zu einem vollen Erfolg zu machen“, verspricht Christian Leuthner, Leiter des Bereichs Media Solution und kreativer Ansprechpartner der Color-Gruppe. Die umfassende Geschäftsphilosophie prägt das Denken und Arbeiten in allen Bereichen der Unternehmensgruppe. „Vernetzung be-

ginnt bei uns nicht erst im Workflow, sondern bereits in den Köpfen, um alle Bedürfnisse unserer Kunden abdecken zu können“, verdeutlicht Peter Wagstyl.

**Frühzeitig „vernetzt“ Denken gelernt.** Ausschlaggebend für die organisatorische Aufteilung der Gruppe in die vier rechtlich eigenständigen GmbHs Color-Medienservice, Color-Offset, Color-Press und Color-Falz waren Sicherheitsüberlegungen zur Minderung des geschäftlichen Risikos. Als Pilotprojekt diente 1987 die Gründung des Weiterverarbeitungsbereichs. Color-Falz tritt seither als eigenständige Buchbinderei auf und lastet freie Kapazitäten unabhängig von hauseigenen Druckaufträgen durch zusätzliche Finishing-Aufträge von externen Kunden aus. Das gleiche Prinzip gilt auch für die Kreativ- und Vorstufendienstleistungen von Color-Medienservice sowie die Digitaldruckproduktion von Color-Press. „So können alle Teilunternehmen flexibel agieren und mehr Umsatz generieren“, sagt Wolfgang Huber, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter der Color-Gruppe. Der Erfolg bestätigt den eingeschlagenen Weg: Mit rund 110 Mitarbeitern erwirtschaftete die Color-Gruppe im Geschäftsjahr 2004 einen Jahresumsatz von zusammen mehr als 14 Millionen Euro.

Aufgrund ihrer Struktur ist es für die Color-Gruppe besonders wichtig, dass die Schnittstellen zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen, und damit zwischen den Wertschöpfungsstufen der Printmedienproduktion einen schnellen und reibungslosen Durchlauf von Aufträgen gewährleisten. „Mit Blick auf die Verrechnung von Kosten und Leistungen benötigen wir nicht nur leistungsfähige, sondern vor allem auch transparente Prozesse, um die Anteile jedes Einzelunternehmens präzise zuordnen zu können“, sagt Peter Wagstyl.

Für klare Sicht und effiziente Workflows sorgen die Prinect-Lösungen von Heidelberg. Sie integrieren den gesamten Produktionsprozess – von der Auftragsannahme bis zur Auslieferung. Nur wenige Unternehmen weltweit gingen das Thema „Vernetzung“ so früh und konsequent an wie die Color-Gruppe. „Gedanklich setzen wir uns bereits seit Mitte der neunziger Jahre mit den technologischen Möglichkeiten zur Vernetzung von Prozessen auseinander“, erklärt Peter Wagstyl. Nach intensiven Sondierungsgesprächen mit Heidelberg-Mitarbeitern konkretisierten sich schließlich 1998 die Gedankenspiele zu handfesten Planungen. „Zu diesem Zeitpunkt ▶



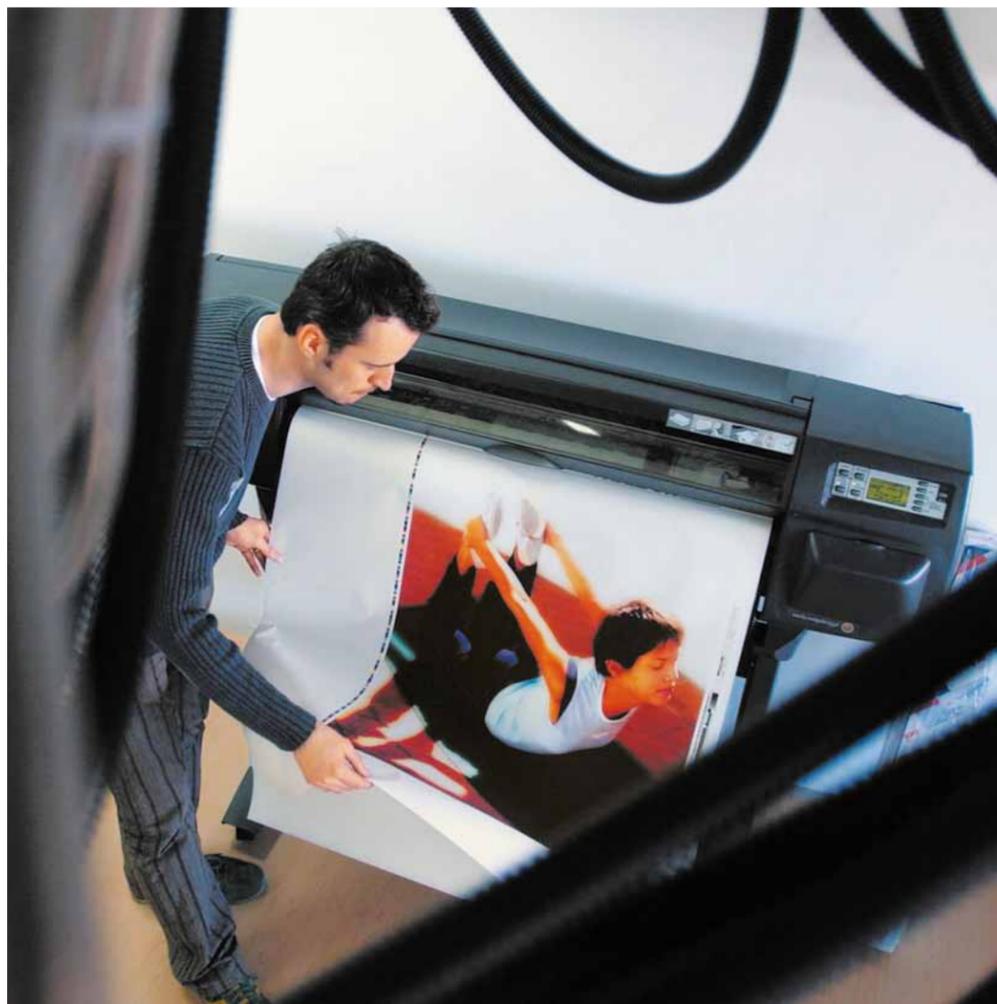
„Erfolgreiche Netzwerker“: Peter Wagstyl, Ralf Paringer, Michael Grill, Christian Leuthner, Wolfgang Huber – das Führungsteam der Color-Gruppe, unter dem Dach des Olympiastadions in München. (von links)



Marco Friedrich und Stefanie Bezdán in der von Grund auf mit Prinect-Lösungen zukunftsorientiert aufgebauten Color-Medienservice GmbH.

gründeten wir als Vorstufendienstleister die Color-Medienservice GmbH und nutzten die Möglichkeit, den neuen Geschäftsbereich mit Prinect-Lösungen von Grund auf zukunftsorientiert zu gestalten“, berichtet Michael Grüll, Geschäftsführer der Color-Medienservice GmbH. „Einen Auftrag von der Kalkulation bis zu Finishing und Auslieferung ohne Mehrfacheingaben von Kundendaten und Spezifikationen realisieren zu können, dieser Gedanke faszinierte uns“, erinnert sich der gelernte Schriftsetzer, der innerhalb der Gruppe für die Umsetzung aller Vernetzungsprojekte verantwortlich ist.

**Durchgängige Workflows realisiert.** Die Color-Gruppe machte Nägel mit Köpfen: Die Entwicklung einer vernetzten Systemlandschaft erfolgte unter den besonderen Vorzeichen des Geschäftsmodells. „Wir legten besonderes Augenmerk auf eine sichere betriebswirtschaftliche Zuordnung von Aufwand und Leistungen“, verdeutlicht Peter Wagstyl. Wird ein neuer Auftrag angenommen und beispielsweise in der Color-Offset GmbH im Managementinformationssystem Prinance angelegt, kann er ohne nochmalige Eingabe von Daten in jedem der vier Unternehmen der Color-Gruppe weiterbearbeitet werden. Prinect ermöglicht einen nahtlosen Fluss von Auftragsinformationen und Prozessen. Als Datenaustauschformat

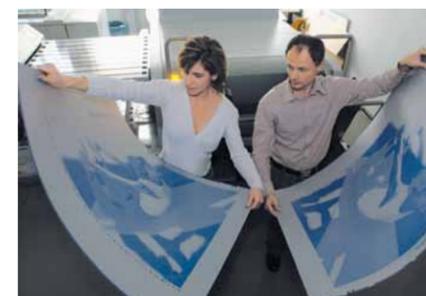


zwischen Softwarelösungen und Maschinen dient JDF (Job Definition Format). In der Vorstufe setzt die Color-Gruppe auf das Zusammenspiel von Prinance und dem Prinect Printready Workflow. Prinance überträgt die Auftragsdaten mittels JDF direkt in die Produktionsstrukturen von Prinect Printready. Die zum Auftrag gehörenden Dokumente werden in die dafür von Printready vorbereiteten Ordner gespeichert. Auch die weitere Verarbeitung der Daten und die Ausgabe als Proof oder Druckplatte mit Prinect MetaDimension als RIP erfolgt JDF gesteuert.

„Im Prepress realisieren wir momentan den größten Nutzen. Alle Abläufe greifen sicher und schnell ineinander. So können wir etwa drei- bis fünfmal so viele Aufträge bewältigen wie früher – und das mit der gleichen Personalstärke“, weiß Michael Grüll. Als Schnittstelle zwischen Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung setzt die Color-Gruppe das Prinect Prepress Interface ein. Automa-

tisch wird aus den digitalen Daten der Vorstufe ein auftragspezifisches Farbprofil erstellt und zur Voreinstellung an der Druckmaschine verwendet. Am Maschinenleitstand Prinect CP2000 Center erhält der Drucker bei Color-Offset online seine digitale Auftrags tasche einschließlich Vorschau bild und allen notwendigen Einstellparametern für die drei Heidelberg Speedmaster Maschinen SM 102-6+LX, SM 102-5P sowie SM 52-2. Das Farbmess-System Prinect Image Control hilft beim Einrichten und der Fortdrucküberwachung: Die Daten der gemessenen Druckbögen werden kontinuierlich mit den Sollwerten verglichen und zur Anpassung der Kennlinien und Profile an die Vorstufe gesendet. Veränderte Druckbedingungen führen automatisch zu einem angepassten Prozess, sowohl bei Proof als auch bei Druckplattenerstellung – und das bei laufender Produktion.

Simultan zur Übertragung werden Auftrags-



Gemeinsam mit Signa Station-Operator Margit Kernl prüft Michael Grüll, Geschäftsführer der Color-Medienservice GmbH, die Druckplatten eines Auftrags.

daten in den Drucksaal ebenfalls über Prinect Prepress Interface Ausschießschemata sowie Falz- und Schneidemarken an die Weiterverarbeitung geleitet. In Verbindung mit Compucut und Compufold sorgt Prinect Signa Station für mehr Effizienz im Finishing mit den Schneidmaschinen Polar 137 Autotrimm und Polar 78 ED. „Das Schneidprogramm ist mit wenigen Mausklicks erstellt und nur selten sind noch Anpassungen notwendig“, ist Michael Grüll überzeugt. Wo früher auf Zuruf gearbeitet wurde, sorgen heute automatisierte Prozesse für Sicherheit und Geschwindigkeit. „Dadurch ist es im Finishing möglich, Zeitverluste wieder auszugleichen, die zuvor eventuell entstanden sind“, ergänzt Peter Wagstyl. Sein Kollege Michael Grüll weist auf einen weiteren wichtigen Aspekt hin. „Automatisierter Datenfluss verringert das Risiko von Fehleingaben spürbar. Jede Schnittstelle, die von der Technik übernommen wird, hilft die Ausschussquote zu reduzieren.“

#### „Just in time“ spart viel Platz und Geld.

Für die Führungsmannschaft der Color-Gruppe war die Vernetzung der unmittelbaren Produktionsprozesse jedoch noch nicht genug. Mit Blick auf die Effizienz der Kerngeschäftsprozesse wurde die Materialwirtschaft in den Fokus genommen. „Warum sollte in der Druckbranche nicht funk-



Jede der GmbHs firmiert unter dem gleichen Slogan, aber unter eigenem Logo. Die Zugehörigkeit zur Color-Gruppe sowie deren rechtliche Eigenständigkeit wird damit betont.

tionieren, was in der Automobilindustrie bereits seit Jahren erfolgreich praktiziert wird?“, fragten sich die Köpfe der Color-Gruppe und schritten zur Tat.

Innerhalb weniger Monate war ein System zur „just-in-time“ Belieferung realisiert und hilft seitdem unnötige Kapitalbindung zu vermeiden. „Wir holten alle unsere Papierlieferanten mit ins Boot und werden heute sechsmal pro Woche beliefert. Dadurch verschwinden wir praktisch keine Ressourcen mehr für die Lagerhaltung“, berichtet Peter Wagstyl. Was mit Papier funktioniert, soll zukünftig auch auf alle anderen Verbrauchsmaterialien ausgeweitet werden. Wolfgang Huber: „Auf den vier Etagen unseres Unternehmensgebäudes sind uns enge räumliche Grenzen gesetzt. Gelingt es uns, alle Zulieferer in ein ganzheitliches „just-in-time“ Materialversorgungssystem einzubinden, sparen wir viel Geld und Zeit für zusätzliche Lager Räume und -wege“.

Um sich von Wettbewerbern abzuheben und trotz anhaltenden Preisdrucks erfolgreich zu sein, verfolgt die Color-Gruppe eine konsequent qualitätsorientierte Geschäftsstrategie. „Wir bieten unseren Kunden einen eindeutigen Mehrwert durch qualitativ hochwertige Produkte und Services. So heben wir uns klar gegenüber der Konkurrenz ab“, er-

läutert Peter Wagstyl. „Klasse statt Masse“, lautet seine Devise. „Die Kunden schätzen unsere Kompetenz im Bereich kleiner und mittlerer Auflagen mit hohen Umfängen und Qualitätsanforderungen, die wir schnell, flexibel und zuverlässig produzieren“, erklärt der Geschäftsführer.

#### Kundenorientiert Zusatznutzen schaffen.

Das Qualitätsdenken der Color-Gruppe geht stets einher mit dem Wunsch nach einer kontinuierlichen Verbesserung erreichter Standards und der Entwicklung von zusätzlichen Nutzenpotenzialen für die Kunden. „Hochwertige Druckprodukte sind das Mindeste, was wir unseren Kunden bieten möchten. Unser Ziel ist jedoch, Kunden zu begeistern und langfristig zu binden – etwa durch besondere Farbeffekte und Veredelungen“, berichtet Ralf Paringer, Produktionsleiter bei Color-Offset. Als Grundvoraussetzung für derartige Zusatzangebote investiert die Color-Gruppe seit Jahren kontinuierlich in den Aufbau drucktechnischen Know-hows. Ein Engagement, das sich lohnt, wie beispielsweise die Eigenentwicklung „Color-Magic®“ zeigt. Das patentierte Verfahren erreicht durch den Einsatz von höher pigmentierten Farben im Druck einen nachhaltig erweiterten Farbraum und ermöglicht eine naturgetreuere Wiedergabe ▶



von Farben. Die besten Verfahren und das größte handwerkliche Know-how nützen jedoch wenig, wenn die Prozesse in der Printmedienproduktion nicht aufeinander abgestimmt sind. „Um optimale Ergebnisse in Verbindung mit der Farbe zu erreichen, müssen auch die Bilder aus den RGB-Daten heraus entsprechend bearbeitet werden. Mit passenden Workflows und einer präzisen Vorbereitung legen wir daher bereits in unserer Medienstufe den Grundstein für beste Ergebnisse im Drucksaal“, verdeutlicht Michael Grill.

**European Printer of the year.** Wie erfolgreich die Münchener Firmengruppe ihr qualitätsorientiertes Denken in die Druckpraxis umsetzt, belegt eine Auszeichnung des Papierherstellers Sappi: Im Jahr 2004 wurde die Color-Gruppe als „European Printer of the year“ mit einem „Gold Award“ in der Kategorie Kalender und Plakate ausgezeichnet. Ein für die Banknotendruckerei Giesecke & Devrient hergestellter Kalender begeisterte die Fachjury. Das Besondere: Jede Seite stellte die Entwicklung einer bestimmten Landeswährung dar und enthielt jeweils eine echte

Banknote. „Neben der originellen Idee überzeugete unser Kalender vor allem durch die sorgfältige Produktion unter Verwendung eines FM-Rasters, Metalldruckfarben, unterschiedlichen Spot-Lackierungen und aufwändige Reliefprägungen“, erläutert Christian Leuthner, der kreative Ansprechpartner für die Kunden der Color-Gruppe.

Entsprechend der Geschäftsstrategie sprechen die Services der Color-Gruppe vor allem regionale Mittelstands- und Großunternehmen an, die genau diese Qualitäten wünschen und zu schätzen wissen. Zu den Kunden aus Industrie, Werbung, Finanzdienstleistung und Verlagswesen gehören namhafte Unternehmen wie beispielsweise BMW, Siemens, McDonalds, Agip, Osram oder die Hypo Vereinsbank, die bei der Color-Gruppe aufwändige Geschäftsberichte, Imagebroschüren, Jubiläumsschriften sowie Kalender produzieren lassen. Peter Wagstyl: „Überall dort, wo Druckprodukte und Leistungen in höchster Qualität gefordert werden, sind wir stark.“

Großen Wert legt das Management der Color-

Gruppe auf eine gut diversifizierte Kundenstruktur. Um Abhängigkeiten zu vermeiden, wird sorgsam darauf geachtet, dass mittelfristig kein Einzelkunde mehr als fünf Prozent am Gesamtumsatz erreicht. „Gerade in konjunkturell schwierigen Zeiten, wenn ein Ausfall von Forderungen nie völlig auszuschließen ist, hat sich diese Maxime bestens bewährt“, erklärt Wolfgang Huber. Neben der Kundenbindung zählt daher auch die systematische Akquise von Neukunden zu den alltäglichen Herausforderungen des Vertriebsteams und der Geschäftsleitung.

**Das Informationsbedürfnis steigt.** „Natürlich möchten wir, dass der Kunde sich bei uns wohl fühlt und von unseren Services und Produkten begeistert ist. Nur dann bleibt er uns treu – selbst wenn ein Konkurrent einmal billiger anbietet“, ist Wolfgang Huber überzeugt. Auch in dieser Hinsicht profitiert die Color-Gruppe von ihren vernetzten Workflow-Systemen. „Wir registrieren ein steigendes Informationsbedürfnis auf Kundenseite, dem wir mit unseren Prinect-Funktionalitäten zur Auftragsverfolgung gerne entsprechen“, ergänzt Peter Wagstyl.

Automatisch aus dem System erzeugte Statusmeldungen sorgen für Transparenz und stärken auf Kundenseite das Vertrauen in die Zuverlässigkeit der Dienstleistungen. Über Webconnect kann sich der Kunde darüber hinaus mit einem persönlichen Passwort jederzeit in das System der Color-Gruppe einloggen und in Echtzeit einen Überblick über den Status aller offenen Aufträge und Anfragen verschaffen. Im Gegenzug schaffen Statusmeldungen und Internet-Services neue Freiräume für die Mitarbeiter der Color-Gruppe. Seit die Kunden regelmäßig über den Stand der Bearbeitung Ihres Auf-

samen Rückfragen zu befreien, um Freiräume zur Klärung wichtiger Fragen und echter Probleme zu schaffen.“ Nach einer Phase der Eingewöhnung lernten die Mitarbeiter diese Vorteile für die tägliche Arbeit schnell zu schätzen. Inzwischen ist das Arbeiten in vernetzten Strukturen zum Alltag geworden. „Unsere Auszubildenden lernen konventionelle Betriebsabläufe in der Druckproduktion eigentlich nur noch außerhalb unseres Unternehmens kennen.“

**Engagiert in die Zukunft.** „Unserem Unternehmen geht es gut und wir sehen uns in der Pflicht, andere an unserem Erfolg teilhaben zu lassen“, erklärt Peter Wagstyl. Die Color-Gruppe unterstützt daher als Sport-Sponsor die Spielvereinigung Unterhaching, den kleinsten von drei Münchener Fußball-Bundesliga-Vereinen. Außerdem engagiert sie sich für die Anton-Schrobenhauser-Stiftung „kids to life“, eine Organisation, die sich für Kinder einsetzt, die in Heimen aufwachsen. „Das macht richtig Spaß und wir nutzen gerne unsere Kundenveranstaltungen, um für die Anliegen der Kinder zu werben“, so der Geschäftsführer weiter. Darüber hinaus wird das Thema „Ausbildung“ groß geschrieben. Rund 15 Prozent der gesamten Belegschaft besteht aus Auszubildenden. Viele davon haben die Möglichkeit, nach Ende der Ausbildung bei der Color-Gruppe ihre berufliche Karriere fortzuführen. „Mit unserem jungen Team verfügen wir über eine gute Basis, um auch in Zukunft gemeinsam erfolgreich zu sein“, meint Peter Wagstyl.



Peter Wagstyl prägt als geschäftsführender Gesellschafter gemeinsam ...

trags informiert werden, ging die Anzahl der Nachfragen um die Hälfte zurück. Wolfgang Huber: „Eines unserer Hauptanliegen ist es, unsere Mitarbeiter von unnötigen Routinen, vermeidbaren Mehrfacheingaben und müh-



... mit seinem Kollegen Wolfgang Huber, dem Sohn des Unternehmensgründers, die Strategie der Color-Gruppe.

läufig ins Hintertreffen geraten. Vor allem, weil es an der notwendigen Kontrolle und Transparenz fehlt, um so effizient und qualitätsorientiert zu arbeiten wie es der Markt erfordert“, sagt Geschäftsführer Wolfgang Huber. Mit Blick auf die Geschäftsstrategie und den Maschinenpark plant die Color-Gruppe ihr Engagement im Bereich der Veredelung auszuweiten. Investitionen in eine Fünf- oder Sechsfarben-Maschine mit integrierten Veredelungsmöglichkeiten sind bereits beschlossene Sache. Peter Wagstyl: „Mit neuen Technologien in der Inline-Veredelung runden wir unsere Services ab und bieten unseren Kunden jenen besonderen Mehrwert, den sie von uns erwarten.“ ■

#### Daten & Fakten

- Color-Gruppe
- Geretsrieder Straße 10
- 81379 München
- Deutschland
- Tel.: 00 49 89/78041-0
- Fax: 00 49 89/78041-200
- E-Mail: info@color-gruppe.com
- www.color-gruppe.com
- www.heidelberg.com/hd/Prinect

# Nachrichten & Meldungen

## Erste Zwölffarben Speedmaster Nordamerikas



**Kanada.** Zu ihrem 40. Geburtstag bereitete sich die kanadische Battlefield Graphics aus Burlington am Ontario-See ein ganz besonderes Geschenk: Das Unternehmen investierte als erster Betrieb Nordamerikas in eine neue Zwölffarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung samt Inline-Lackiersystem MCS (Modular Coating System) und CutStar-Rollenquerschneider. In dieser Konfiguration kann die Maschine sowohl sechs über sechs Farben wie auch fünf über fünf Farben samt Lack-Applikationen auf beiden Seiten drucken. Paul und Jerry Theoret, die Köpfe des 78 Mitarbeiter zählenden Familienbetriebs, drucken mit ihrer jüngsten Maschine von Heidelberg vor allem Geschäftsberichte, Kataloge und aufwändige Prospekte. Die neue Speedmaster dient vor allem der Produktivitätssteigerung, ergänzt aber auch die Produktionslandschaft von Battlefield, welche die CTP- und Proofing-Technik, Farbmanagementsysteme, UV-Druckequipment sowie Maschinen fürs Stanzen und Heften umfasst.

Weitere Informationen: [www.battlefieldgraphics.com](http://www.battlefieldgraphics.com)

Paul und Jerry Theoret, die beiden Geschäftsführer von Battlefield Graphics, mit ihrer neuen Speedmaster SM 102 und dem CutStar.

## CIP4 Interoperability Konferenz in Heidelberg



**Deutschland.** Vom 24. bis 29. Januar war die Heidelberger Druckmaschinen AG Gastgeber der siebten „Interoperability Konferenz“ der CIP4-Organisation. 85 Teilnehmer aus über 30 internationalen Unternehmen der Printmedien-Industrie trafen sich in der Print Media Academy in Heidelberg.

Ziel der Konferenz war die Etablierung des Job Definition Formats (JDF) als offenen Branchenstandard voranzutreiben und seine Funktionalitäten zu erweitern. Dazu erarbeiteten die Teilnehmer zusätzliche Austauschmöglichkeiten des Datenformats zwischen den unterschiedlichen Workflow-Systemen verschiedener Hersteller. Mit JDF können ähnliche Vorgänge in grafischen Betrieben auf verschiedene Arten beschrieben werden. Jedoch scheitern in der Praxis Datentransfers häufig noch an der mangelnden Interoperabilität zwischen Schreiber und Leser.

CIP4 löst das Problem durch so genannte „Interoperability Conformance Specification (ICS) Dokumente“. Sie beschreiben einzelne Schnittstellen detailliert und eindeutig. Alle Workflow-Systeme bzw. -Komponenten, die den Spezifikationen entsprechen, können so problemlos miteinander kommunizieren.

„Die Konferenz hat das Bestreben von CIP4, JDF weiter in der Printmedien-Industrie zu etablieren, einen klaren Schritt nach vorne gebracht. In einigen Jahren wird JDF genauso selbstverständlich sein wie beispielsweise das PDF-Format,“ so Dr. Rainer Prosi, Chief Technical Officer bei CIP4. „JDF dient auch als Basis für den Heidelberg Prinect Workflow. Heidelberg wird mit seinem Engagement bei CIP4 die Entwicklung von JDF weiterhin maßgeblich unterstützen“, ergänzt Jörg Bauer, Vice President Productmanagement Prinect bei Heidelberg.

Bei der siebten CIP4 Interoperability Konferenz in der Print Media Academy in Heidelberg trafen sich Ende Januar 85 Teilnehmer aus über 30 internationalen Unternehmen.



Viele Details an der neuen Diana X 115/135, wie beispielsweise die Steuerung über einen Touchscreen, sorgen für eine vereinfachte Bedienung und erhöhen die Produktivität.

## Nahezu unbegrenzte Möglichkeiten mit der Diana X 115/135

Mit der Diana X 115/135 präsentiert die Heidelberger Druckmaschinen AG eine komplett neu entwickelte Generation von Faltschachtelklebmaschinen. Durch ihre modulare Bauweise und die damit verbundenen Kombinationsmöglichkeiten, deckt sie die verschiedensten Kundenbedürfnisse ab. Je nach Bedarf kann die Diana X 115/135 durch Zusatzmodule nach- und umgerüstet werden. Dazu zählen beispielsweise das Drehmodul, das Faltbodenmodul oder das Mehrzweckmodul 150. Nicht Heidelberg definiert die Maschine, sondern allein der Kunde. Die Diana X 115/135 ist damit eine Universalmaschine mit bisher unerreichten Möglichkeiten. Der Kunde kann zwischen einer kompakten Kurzbauf orm für alle Standardzu-

schnitte sowie einer leistungsfähigen Langbauf orm für höchste Produktivität und Spezialversionen mit beliebigen Modulkombinationen zur Verarbeitung von Sonderzuschritten wählen. Die Diana X 115/135 ist die ideale Maschine für Verpackungsdrucker und Weiterverarbeitungsspezialisten, die hohe Flexibilität und Produktivität und darüber hinaus geringe Rüstzeiten und reduzierte Produktionskosten anstreben. Verbesserte Eigenschaften, wie etwa die Steuerung über ein Touchscreen und vollautomatische Umstellung über AutoSet sorgen für mehr Anwenderfreundlichkeit. Die neu konzipierte Faltstation und die verlängerten Faltwege gewährleisten dabei eine sehr gute Faltqualität bei höheren Leistungen.

## Erfolgreicher Aufbau in Nah-Ost

**Ägypten.** Dass er eines Tages Flyer, Broschüren, Kalender oder auch Geschäftsberichte für international agierende Großkonzerne wie General Motors, Microsoft, Nokia oder auch Esso drucken würde, hätte Hesham A. Hegazy im Jahr 1986 sicher nicht zu träumen gewagt. Damals bestand sein Betrieb „El Gezira“ aus gerade vier Mitarbeitern und zwei gebrauchten GTO. Zwölf Jahre später hatte sich das Unternehmen in Kairo etabliert, und unterstützt durch ein Finanzierungsmodell des Heidelberg-Vertriebspartners Youssef Allam & Co., nannte Hegazy zwei neue GTO sein Eigen. Im Jahr 2001 kamen seine ersten beiden Speedmaster hinzu, dabei wurde eine GTO durch eine SM 52-

4 ersetzt und eine SM 74-4-H erweitert den Maschinenpark von „El Gezira“ erheblich. Nur wenig später sorgte ein CTP-System für eine erneute Steigerung der Produktivität. Auf der drupa 2004 entschloss sich Hegazy im Zuge eines weiteren Finanzierungskonzepts in eine Vierfarben-Speedmaster SM 102 zu investieren. Seit Ende vergangenen Jahres produziert er auf dieser Maschine Magazine, Geschäftsberichte und Kataloge. Heute genießt „El Gezira“ mit seinen inzwischen 110 Mitarbeitern in Kairo und Umgebung einen guten Ruf.

Weitere Informationen: [Elgezirapress@hotmail.com](mailto:Elgezirapress@hotmail.com)



Geschäftsführer Hesham A. Hegazy verzeichnet mit seiner Druckerei „El Gazira“ in Kairo einen stetigen Aufwärtstrend.

## Suprasetter überzeugt

**Schweiz.** Die UD Print AG ist ein führendes Druckereunternehmen der Zentralschweiz und zugleich mit 80 Mitarbeitern die größte Druckerei der Stadt Luzern. Als erster Testkunde weltweit unterzog die Schweizer Firma den neuen Suprasetter einer intensiven Prüfung. Auf einem Suprasetter H 105 wurden dazu seit Juni 2004 über 15.000 Platten im Format 70x100 belichtet. „Aufgrund des positiven Verlaufes des Betatestes entschieden wir uns, den gesamten Workflow zu kaufen. Nicht nur der Suprasetter, sondern auch das Gesamtkonzept überzeugte uns“, erklärt Bruno Schleiss, Leiter der Abteilung CtP bei der UD Print AG. Die Testinstallation umfasste einen Suprasetter H 105 mit sechs Lasermodulen und einem Single Cassette Loader. Zum Einsatz kam auch der Heidelberg Prinect MetaDimension Workflow.

„Mit dem Praxistest bewiesen wir die Leistungsfähigkeit unserer Produktkombination. Von den positiven Ergebnissen werden alle Kunden profitieren“, kommentiert Hans-Jürgen Ratjen, Projektleiter der Heidelberger Druckmaschinen AG den Erfolg.



Zufrieden mit dem neuen Suprasetter: Bruno Schleiss, Abteilungsleiter CtP und Projektleiter Beta-Test Suprasetter, Remo Zemp, Mitarbeiter Abteilung CtP, Ulrich Bigler, Direktor der UD Print AG und Vorsitzender der Geschäftsleitung der UD Medien Gruppe sowie Nikolaus Fontana, Mitarbeiter Abteilung CtP (von links).

## Sicherheitssiegel für Remote Service



**Deutschland.** Ende vergangenen Jahres zertifizierte die TÜV Informationstechnik GmbH die internetbasierte Plattform für Remote Services von Heidelberg. Als erster Maschinenbauer erhielt Heidelberg das „Trusted Site Security“ Zertifikat, das dem Remote-Service-Angebot von Heidelberg den Einsatz sicherer Technologien und Verfahren bescheinigt, insbesondere in Hinblick auf die Übertragung von Daten über das Internet. Die Anwender können sich somit darauf verlassen, dass kein unbefugter Dritter Einsicht in ihre Daten erhält und alle mit der Remote Service-Plattform kommunizierenden Systeme sicherheitstechnisch überprüft sind. Das Zertifikat überreichte Antonius Sommer, Geschäftsführer des TÜViT an Manfred Jurkewitz, Leiter Forschung und Entwicklung, Dr. Jürgen Rautert, Vorstand Technik, und Tom Oelsner, Projektleiter Remote Service.

## Printmaster GTO

**Dnjestr.** Bereits im Jahre 1516 ließ Thomas Morus seinen Romanhelden Raphael Hythlodius durch einen Staat reisen, den es eigentlich nicht gibt. Heute hätte Hythlodius wohl an der Republik Dnjestr seine wahre Freude. Das Utopia der Gegenwart liegt wie eine Enklave zwischen Moldawien und der Ukraine, ist kaum 5.000 Quadratkilometer groß und zählt rund 600.000 Einwohner. Die Republik ist auf keiner Landkarte zu finden, hat keine diplomatischen Auslandsvertretungen, ist nirgends politisch anerkannt – und doch gibt es sie. Das von seinen Nachbarn geduldete Land verfügt über eine eigene Armee, eigene Nummernschilder, eigene Briefmarken und sogar eine eigene Währung. Gedruckt wird das Dnjestr-Geld, das schon außerhalb Moldawiens wertlos ist, auf einer Printmaster GTO. Insgesamt 20 GTO-Druckwerke und vier S-Offset-Druckwerke hat Heidelberg bislang an die Republik geliefert. Die Wurzeln der Republik Dnjestr liegen übrigens in der 14. russischen Panzerdivision, die sich dort entlang des Dnjestr-Flusses „selbstständig“ gemacht hat.



## Subkontinent im Kommen

**Indien.** Mit einer Fläche von 3,3 Mio. Quadratkilometern misst Indien zwar nur ein Drittel der USA, hat aber mit rund einer Milliarde Menschen mehr als dreimal so viele Einwohner. Und die Region wächst weiter – vor allem in wirtschaftlicher Hinsicht: Jährliche Steigerungsraten von sechs bis sieben Prozent verheißen auch der Druckindustrie signifikante Zuwächse. Um daran teilhaben zu können, hat Heidelberg ein Programm zur Förderung der indischen Printmedienbranche initiiert. Das für zehn Jahre angelegte Programm sieht unter anderem vor, die besten Absolventen von Druckerschulen zu unterstützen, Trainings- und Demonstrationsmöglichkeiten an Heidelberg-Maschinen zu ermöglichen, Finanzierungskonzepte für Kunden auszubauen und die Verkaufs- und Servicekapazitäten zu erhöhen. „Wir wollen mit Indien ein weiteres starkes Standbein im asiatischen Markt aufbauen, um unsere führende Position in der Region zu unterstützen“, so Günter Zorn, Leiter der Region Asien/Pazifik bei Heidelberg.

Weitere Informationen: Ole.Rasmussen@heidelberg.com

## Kombi-Zertifizierung

Der Technische Überwachungsverein (TÜV) Süd hat die gesamte Wertschöpfungskette des Kerngeschäftes von Heidelberg gemäß ISO 9001 und ISO 14001 rezertifiziert – und zwar an den Standorten Amstetten, Brandenburg, Heidelberg, Kiel und Wiesloch. Durch dieses jüngste Überwachungsaudit wurden nun alle Prozesse unter dem Dach eines gemeinsamen Kombi-Zertifikates vereint. Entsprechend umfangreich ist dessen Geltungsbereich: vom Marketing über Produktmanagement, Entwicklung, Beschaffung und Produktion bis hin zum Service inklusive der unterstützenden Funktionen. Die Zertifizierung nach internationalen ISO-Normen ist nicht nur fester Bestandteil der Qualitäts- und Umweltpolitik von Heidelberg mit dem Ziel der ständigen Verbesserung der Kundenzufriedenheit, sondern auch Beleg für die entsprechenden Aktivitäten. Dies gilt umso mehr, als die hauseigenen Standards von Heidelberg die Anforderungen der ISO-Normen sogar übertreffen.



## „reddot design award“ für Heidelberg Prinect Workflow



reddot design award  
winner 2004

Eine internationale Expertenjury des Design Zentrums Nordrhein Westfalen verlieh der Heidelberger Druckmaschinen AG für ihren Prinect Workflow den „reddot design award“ für hohe Designqualität in der Kategorie „Digital Media“. Die Ehrung der Preisträger fand am 3. Dezember 2004 in der Essener Philharmonie statt. Die Jury lobte vor allem die klare Strukturierung und übersichtliche Gestaltung sowie die gute Benutzerführung des Workflow-Systems.

„Der ‚reddot design award‘ für Prinect zeigt, dass Heidelberg ein Workflow-System im Angebot hat, das aufgrund seiner Bedienerfreundlichkeit auch kleinen und mittleren Druckereien den Einstieg in die Prozessintegration erleichtert“, freut sich Jörg Bauer, Vice President Product Management Prinect, über die Auszeichnung. Workflowapplikationen von Prinect lassen sich ergonomisch mit Tastatur und Maus, als auch über ein Touchscreen-Display an den Maschinen eingeben.

WORKFLOW-MANAGEMENT

# Alles fließt!

„Panta rei“, alle Dinge fließen, glaubte der griechische Philosoph Heraklit. Im Druckereialltag zeigt sich oft ein anderes Bild: Viele Abläufe weisen Brüche auf, die den Auftragsfluss behindern und eine wirtschaftliche Produktion erschweren. Prinect-Lösungen von Heidelberg integrieren alle Arbeitsprozesse zu einem ganzheitlichen System und bringen Aufträge sicher ans Ziel.

Ein Druckprodukt ist das Ergebnis vieler Prozesse. Sind Auftragsdaten fehlerhaft oder gehen Arbeitsschritte nicht reibungslos ineinander über, kostet das viel Zeit und bares Geld – wertvolle Ressourcen, die gerade bei klein- und mittelständischen Unternehmen knapp sind. Jörg Bauer, Vice President Prinect bei Heidelberg: „Bei den heute üblichen kleineren Auflagen nimmt der Anteil der Einrichtphasen an der Durchlaufzeit überproportional zu. Prinect beschleunigt und automatisiert die Zeit bis zum ersten Fortdruckbogen dank optimierter Daten erheblich. Das senkt sowohl die Kosten als auch die gesamte Durchlaufzeit von Aufträgen.“

## Lösungen für Produktion, Farb- und Auftragsmanagement.

Druckbetrieben, die ihre Wertschöpfungskette spürbar verbessern und gleichzeitig Kosten senken möchten, bietet Heidelberg mit Prinect schnellen Praxisnutzen in den drei Themenschwerpunkten Produktion sowie Farb- und Auftragsmanagement. Für die Druckproduktion bietet Heidelberg Produkte zur Optimierung der Prozesskette von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung. Nutzt eine Druckerei beispielsweise zum Ausschließen bereits eine Prinect Signa Station und möchte die Daten automatisch zur Voreinstellung ihrer Falz- und Schneidemaschinen verwenden, halten die Prinect Production Solutions die richtige Lösung bereit. In diesem Beispiel sind das Prinect Compucut und Compufold.

Das Farbmanagement mit Prinect trägt darüber hinaus dafür Sorge, dass Proof und Druckresultate übereinstimmen und zudem die richtigen Voreinstellendaten an die Druckmaschine kommen. Großen Praxisnutzen schafft beispielsweise die Farbdatenbank am Prinect CP2000 Center. Einfach und sicher kann hier auf Knopfdruck die richtige Farbvorstellung der Druckmaschine für verschiedene Papierklassen und Farben vorgenommen werden. Mit zusätzlichen „Helfern“ aus der Palette der Prinect Color Solutions lässt sich dieser Vorgang sogar automatisch erledigen. Vielfach genügt ein Update

vorhandener Geräte, um die Einrichtzeiten und die Makulatur deutlich zu reduzieren. Prinect-Lösungen schaffen aber auch dort nachhaltige Vorteile, wo Kundenanforderungen erfasst und kalkuliert werden: im Auftragsmanagement. Wurde ein Auftrag tatsächlich in der erwarteten Zeit zu den kalkulierten Kosten produziert? In welchem Stadium der Bearbeitung befindet sich ein Auftrag aktuell? Wie kann die Information schnell und mit geringem Aufwand an die Kunden weitergegeben werden? Ein mit Prinect integriertes Management Informationssystem (MIS) beantwortet auf Knopfdruck diese und viele andere Fragen mit aktuellen Daten aus der Vorstufe oder von der Druckmaschine. Ebenso einfach und selbstverständlich wie Prinect die Auftragsdaten vom MIS übernimmt, verteilt Prinect diese über alle Stufen der Produktion weiter – und zwar ohne mühsame und fehlerträchtige Mehrfacheingaben.

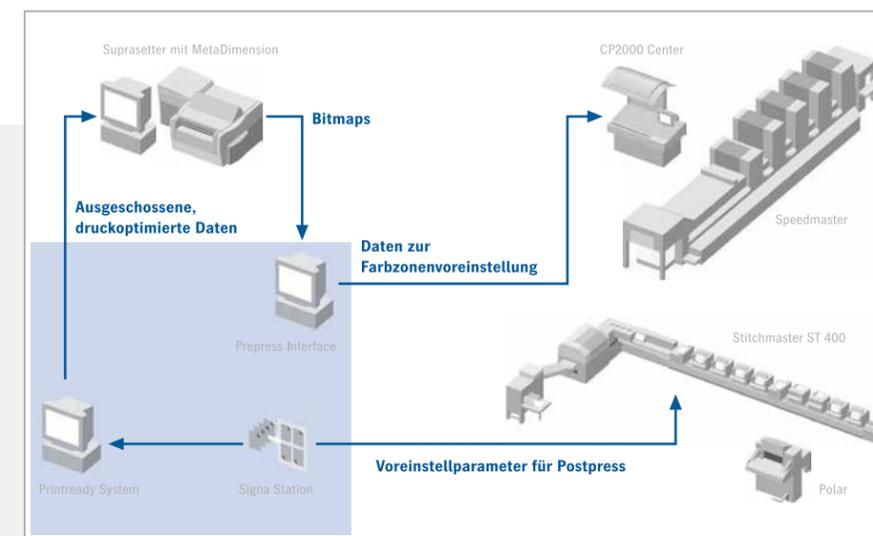
Alle Beispiele machen deutlich, dass jedes Prinect Produkt bereits für sich einen hohen Mehrwert bietet, der durch Integration in durchgängige Prozesse weiter gesteigert werden kann. Mit der Investition in eine Speedmaster Druckmaschine oder ein CtP-System von Heidelberg entscheiden sich Druckbetriebe automatisch für Prinect und damit für hochgradige Zukunftssicherheit. Ob weitere Prinect-Lösungen eingebunden und wie intensiv diese genutzt werden sollen, liegt im eigenen Ermessen und den jeweiligen Bedürfnissen eines Unternehmens. Prinect bietet für jeden Bedarf die richtige Lösung, damit Druck- und Mediendienstleister noch besser und schneller auf die Wünsche von Kunden reagieren und gleichzeitig wirtschaftlicher arbeiten können – auch und gerade für kleine Betriebe. Frei nach dem Motto „Print and Connect“ schafft Heidelberg mit Prinect eine zukunftsorientierte Basis für integrierte Prozesse von Druckunternehmen. Dabei ist der Weg der Daten immer klar überschaubar – vom Management in die Bearbeitungsprozesse, von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung und natür-

lich wieder zurück zum Management. Alle Prinect-Komponenten basieren auf offenen Standards wie PDF, PPF und JDF, dadurch wird ein optimaler Datenaustausch mit Zulieferern und Auftraggebern erheblich erleichtert.

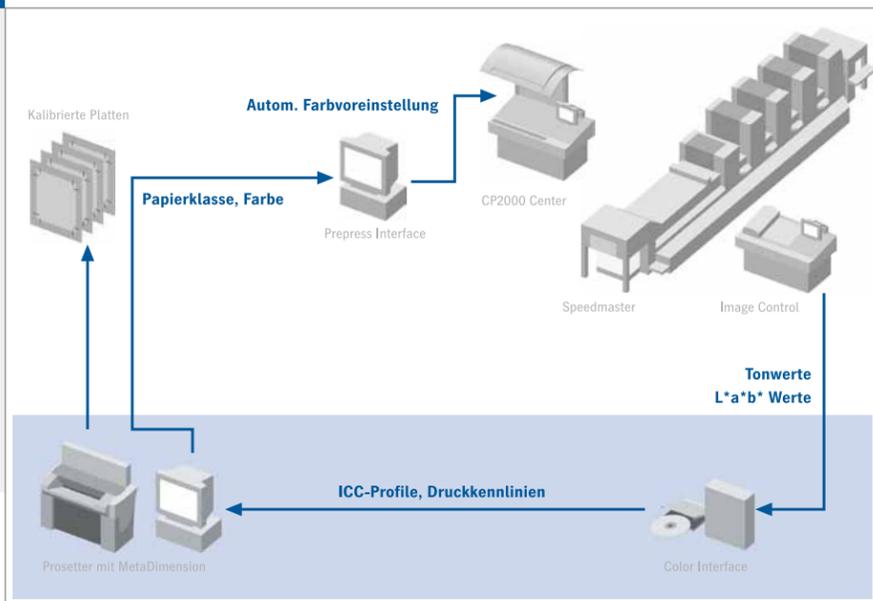
**Prinect Production Solutions.** Oberstes Ziel der Prinect Production Solutions ist es, Druckbetrieben zu kürzeren Auftragsdurchlaufzeiten und mehr Produktivität zu verhelfen. Der erste Schritt zur Realisierung des integrierten Workflows und damit die Basis ist die durchgängige Verfügbarkeit der Inhalts- und Voreinstellendaten. Beispielsweise sorgt der Prinect-Prepress-Workflow bestehend aus Prinect Signa Station, Prinect MetaDimension und Prinect Printready für nachhaltige Effizienz in der Vorstufe von Druckbetrieben. Prinect Signa Station liefert die Ausschließeschemata in Form von PDFs an Prinect Printready. MetaDimension kommt als RIP zum Einsatz und versorgt über das Prinect Prepress Interface den Drucksaal und die Weiterverarbeitung mit Voreinstellendaten. Der Drucker am Maschinenleitstand Prinect CP2000 Center erhält so online die benötigten PPF-Daten einschließlich eines Vorschabilds und der Einstellparameter für die Druckmaschine. Damit liefert der Workflow alle Inhalts- und Voreinstellendaten, die im Drucksaal und in der Weiterverarbeitung erforderlich sind, um Maschinen für einen Auftrag automatisiert vor einzustellen. Noch während sich der vorhergehende Job im Druck oder der Weiterverarbeitung befindet, wird der nächste bereits für die Produktion vorbereitet. „Bereit seit Ende der neunziger Jahre ist die Voreinstellung auf Basis der PPF-Daten verfügbar und bildet damit die Grundlage für verkürzte Durchlauf- und Rüstzeiten bei gleicher Personalstärke“, berichtet Jörg Bauer. Prinect Production Solutions wirken aber auch über die Produktionsräume einer Druckerei hinaus. Die Internet-Option Remote Access erlaubt

es Druckereien beispielsweise, Proofs mit dem Kunden zeitsparend und sicher online abzustimmen.

**Prinect Color Solutions.** Farbsicherheit ist stets eine Herausforderung. Proof und Druck müssen schnell zur Übereinstimmung gebracht und auf Farbschwankungen muss sofort reagiert werden. Die Prinect Color Solutions stellen leistungsfähige Tools zur Kalibrierung, Profilerstellung und Kontrolle bereit, die für ein schnelles „In-Farbe-kommen“ sorgen. „Kontinuierliches Anpassen der Druckkennlinien basierend auf Daten aus laufender Produktion und die Nutzung der passenden ICC-Profile führen nicht selten zu Einsparungen von rund 25 Prozent bei Einrichtzeit und Makulatur“ erläutert Bernd Utter, Produktmanager Prinect bei Heidelberg. Zunächst überprüft das Prinect Printready System die vom Kunden gelieferten PDF-Dokumente auf Vollständigkeit und Druckfähigkeit. Farbwerte werden an den Druckfarbraum angepasst und ein Proof über den RIP Prinect MetaDimension ausgegeben. Anschließend gehen die Daten zur Herstellung der Druckplatten an den Belichter, während parallel eine PPF-Datei generiert und über das Prinect Prepress Interface an den Maschinenleitstand CP2000 Center weitergereicht wird. Die Besonderheit der Prinect-Lösung ist, dass zur Berechnung der korrekten „Farbzonenöffnung“ nicht mehr alleine die motivabhängige Flächendeckung berücksichtigt wird, sondern gleichzeitig noch Farbtyp, Papierklasse und der gewünschte Färbungsstandard. Dementsprechend werden die Farbvorstellungen gewählt und bereits der erste Abzug ist nahe am OK. Das Farbmess-System Prinect Image Control dient als Schnittstelle zwischen Vorstufe und Druck und hilft beim Einrichten sowie bei der Fortdrucküberwachung. Aber nicht nur der laufende Job wird immer am Sollwert gehalten, es geht noch weiter. Ändert sich beispielsweise durch eine neue Farbe die



**Prinect Production Solutions**  
 Durch die Integration von Prinect Printready System und Prinect Signa Station stehen einmal erstellte Ausschließeschemata direkt für die Voreinstellung des Sammelhefters ST 400 zur Verfügung. Printready erhält ebenfalls die Ausschließeschemata übermittelt und ergänzt sie mit den druckoptimierten Einzelseiten zum Ganzbogen, der zur Belichtung und zum Proof an MetaDimension übergeben wird. Prinect Prepress Interface erzeugt Daten zur automatischen Farbvorstellung der Speedmaster-Druckmaschine.



**Princt Color Solutions**  
 Bei der Anschaffung eines neuen CtP-Systems entschied sich ein Druckbetrieb für einen Prosetter mit Princt MetaDimension. Gleichzeitig wurde Princt Image Control um die Software Color Interface erweitert. Image Control erfasst nun Änderungen im Druckprozess und leitet diese zur Anpassung von Platten und Proof an die Vorstufe weiter. Dadurch werden automatisch auch die Daten zur Einstellung der Farbzonen am Princt CP2000 Center optimiert.

Tonwertzunahme, wird dies bei der Messung registriert und sofort zur Anpassung von Kennlinien und Profilen an die Vorstufe übermittelt. Damit ist der nächste Plattensatz wieder an die veränderten Druckbedingungen angepasst. „Unser Ziel ist ein Farbmanagement, welches auch in der täglichen Produktion einfach zu beherrschen ist. Dazu bieten wir mit den Princt Color Solutions eine ideale Basis, die außerdem dazu beiträgt wirtschaftlicher zu arbeiten“, so Princt-Produktmanager Bernd Utter.

**Princt Management Solutions.** Ein Auftrag wurde kalkuliert und in die Produktion gegeben. Aber wo befindet er sich aktuell? Und vor allem: Was hat seine Herstellung letztlich genau gekostet? Princt Management Solutions liefern Antworten auf diese Fragen: Die Lösungen bilden die betriebswirtschaftlichen Prozesse des Druckdienstleisters ab und sorgen von der Kalkulation über die Disposition und Betriebsdatenerfassung bis hin zu Rechnungsstellung, Versand und Nachkalkulation für klare Sichtverhältnisse. Das Management-Informationssystem leitet den Benutzer Schritt für Schritt durch die Kalkulation von Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung. Einmal erfasste Auftragsdaten stehen später durch die Princt-Komponenten automatisch in allen nachgelagerten Arbeitsstufen zur Verfügung. Systemgestützte Rückmeldungen innerhalb des Princt Workflows ermöglichen es, schnell und zuverlässig auf Nachfragen reagieren zu können. Dadurch erlaubt Princt eine präzise Auftragsverfolgung im integrierten MIS. Das sorgt für Transparenz und schafft Vertrauen bei den Kunden. Für das Management halten übersichtliche Reporting- und Controlling-Tools vielfältige Analyseoptionen bereit und geben detailliert Auskunft über den aktuellen Stand der Produktion.

**Princt-Lösungen rechnen sich schnell.** Druckbetriebe erwarten

zu Recht, dass sich neue Investitionen schnell rechnen. Wie Princt-Installationen bei Referenzkunden beweisen, entsprechen die Heidelberg-Lösungen dieser Forderung in hohem Maße: „Individuelle Konfigurationen und kurze Amortisationszeiten trotz unterschiedlichster Integrationsziele und Rahmenbedingen zeichnen unsere Lösungen in der Praxis aus“, betont Jörg Bauer. Eine Druckerei mit weniger als 20 Mitarbeitern unternahm beispielsweise mit einem MIS und Princt Printready erste Integrations Schritte in den Bereichen Auftragskalkulation und Vorstufenautomatisierung. Das Unternehmen produziert Akzidenzien von Handzetteln bis hin zu Büchern in kleinen Auflagen. Aufträge legt die Sachbearbeitung nun im MIS an und kalkuliert diese schnell und sicher. Die Auftrags- und Produktionsdaten werden zentral erfasst und stehen allen Beteiligten zur Verfügung. Damit realisierte die Druckerei eine Grundlage für jederzeit auswertbare Kalkulationen und erhöhte die Kostentransparenz nachhaltig. Gegenüber der zuvor praktizierten manuellen Kalkulation und Datenweitergabe benötigt die Druckerei heute etwa 65 bis 70 Prozent weniger Zeit. Zusätzlich wurde in der Vorstufe mit Princt Printready ein durchgängig automatisierter Workflow installiert. Dadurch reduzierte sich die Bearbeitungszeit pro Auftrag dank integrierter Arbeitsabläufe um durchschnittlich 30 Prozent. Besonders wichtig mit Blick auf die spezielle Auftragsstruktur des Betriebs war außerdem, dass für Wiederholaufträge benötigte Druckplatten nun dank Printready innerhalb von nur 15 Minuten bereitgestellt werden können. Dadurch ist das Unternehmen bei unveränderter Personalstärke in der Lage, deutlich mehr Aufträge und deutlich wirtschaftlicher zu produzieren. Gemessen an den Umsatzsteigerungen durch die verbesserte Produktivität und Effizienz amortisierte sich die Investition in den Princt-Workflow bereits innerhalb von 24 Monaten. Dabei wurden zusätzliche Nutzenpotenzi-

ale wie etwa eine verbesserte Kundenbindung noch nicht berücksichtigt.

Eine andere mittelständische Akzidenzdruckerei mit rund 100 Mitarbeitern optimierte das Farbmanagement in Vorstufe und Drucksaal mittels Princt Color Solutions und den Print Color Management Services von Heidelberg. Ziel des Unternehmens war es, den hohen Qualitätsansprüchen der Kunden besser zu entsprechen, ohne dafür den personellen Aufwand und den Materialeinsatz ausweiten zu müssen. Die Princt-Lösungen zeigten schnell Wirkung: Beispielsweise verkürzte die durch PPF-Dateien voreingestellte Farbsteuerung die Einrichtzeiten der Maschinen erheblich und führte zu einer nachhaltigen Verringerung der Makulatur. Außerdem gewährleistet der automatisierte Abgleich von Ist- und Soll-Werten der Druckergebnisse während des Fortdrucks über Princt Image Control eine zuverlässig konstante Qualität für die gesamte Auflage eines Auftrags. Auch in diesem Fallbeispiel dauerte es nicht lange, bis sich die Investition in Princt-Lösungen rechnete. Allein die Einsparungen beim Material und Rüstzeiten führten dazu, dass sich der finanzielle Aufwand nach rund einem halben Jahr amortisiert hatte. Die beiden skizzierten Praxisbeispiele sind typisch für Integrationsprojekte in der Druckbranche und zeigen, dass die Princt-Familie trotz unterschiedlicher Erwartungen und Ziele für jeden Bedarf eine passende Lösung bereit hält.

**Vielfältige Vorteile schrittweise einführen.** Princt Solutions führen die Arbeitsbereiche Produktion sowie Farb- und Auftragsmanagement im Druckereibetrieb zuverlässig zusammen – für einen optimalen Informationsfluss im Arbeitsprozess. Der Name Princt bürgt nicht nur für Produktionseffizienz und -sicherheit, sondern auch für flexible Nutzungsmöglichkeiten in Abhängigkeit von indi-

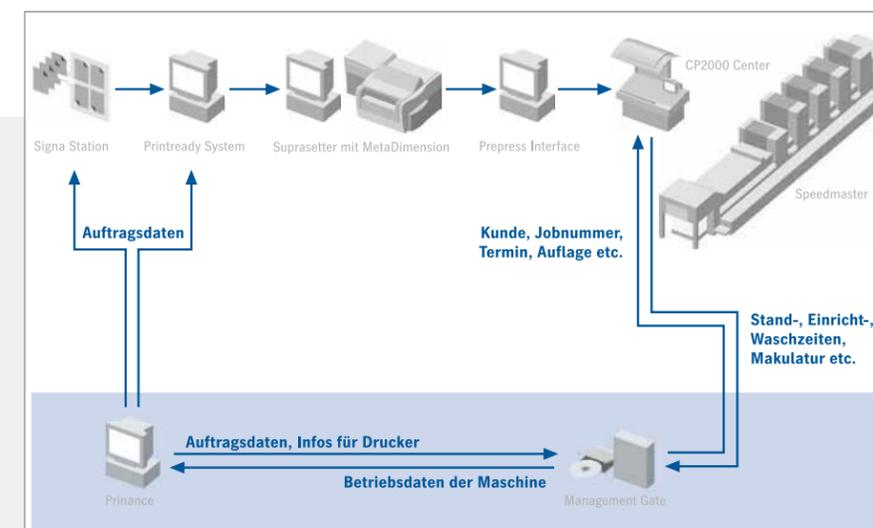
**Princt = Integriertes Workflowsystem**

- Princt bietet vierfachen Mehrwert durch:
- Optimierte Voreinstellungen aller Maschinen.
  - Ein nachhaltig verbessertes Farbmanagement aufgrund der Integration von Management, Prepress und Press.
  - Die direkte Übernahme von Produktionsdaten aus dem MIS und deren sicheren Verteilung über alle Bearbeitungsstufen per Jobticket.
  - Schnelle Rückmeldung von aktuellen und zuverlässigen Produktionsdaten an das MIS.

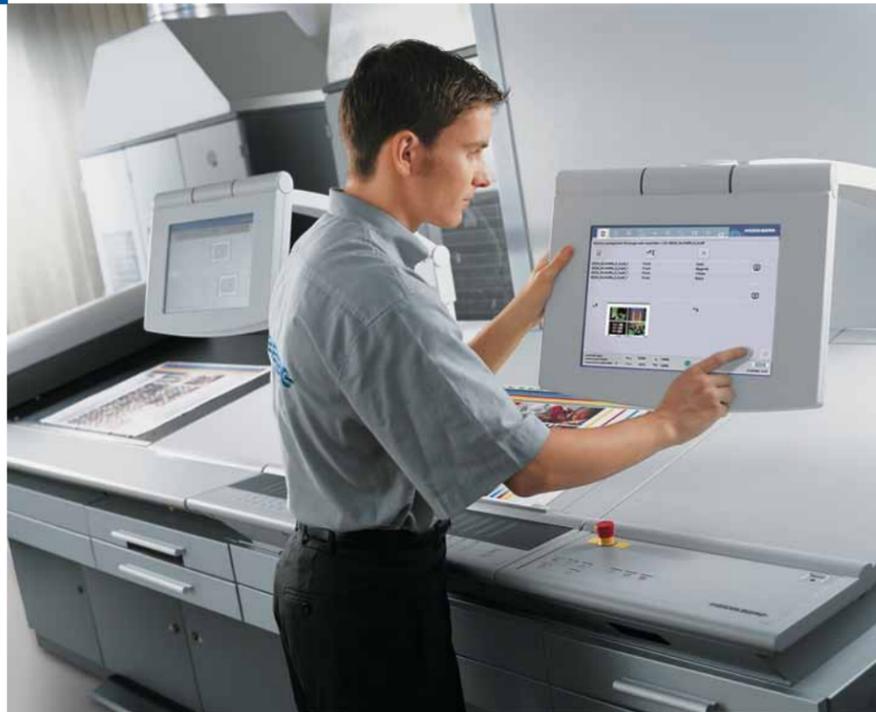
viduellen Bedürfnissen und vorhandenen Investitionsspielräumen. Die Modularität und schrittweise Ausbaufähigkeit aller einzelnen Princt-Komponenten machen dies möglich. Und last but not least rechnen sich Princt-Workflow-Lösungen für Druckereien nachweislich schnell – unabhängig vom Grad der Vernetzung und der Größe der Betriebe. Jörg Bauer: „Besonders kleinen und mittleren Druckereien gibt das die notwendige Sicherheit, um den Einstieg mit geringem Aufwand und ohne Risiko Schritt für Schritt anzugehen und so die entscheidende Weichenstellungen für die Zukunft vorzunehmen.“ ■

**Daten & Fakten**

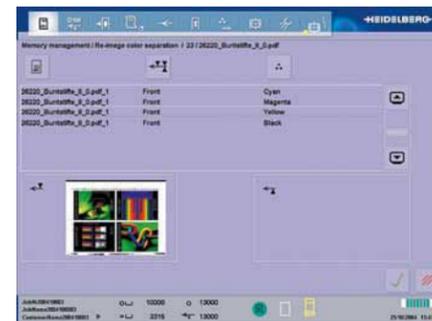
■ [www.heidelberg.com/hd/Princt](http://www.heidelberg.com/hd/Princt)



**Princt Management Solutions**  
 Der bestehende Produktionsablauf wurde ergänzt um Princt Prinace und Princt Management Gate. Alle produktionsrelevanten Daten leitet Prinace sowohl an die Vorstufe als auch an den Drucksaal weiter. Nach einer Produktion stehen die Maschinendaten für eine Nachkalkulation zur Verfügung.



Am Maschinenleitstand Prinect CP2000 Center sind alle Auftragsdaten zur Plattenbelichtung jederzeit abrufbar. Per Touchscreen wird die Funktion Plate-on-Demand komfortabel und ohne Verzögerung gestartet.



## PLATE-ON-DEMAND

# Der Drucksaal wird unabhängig!

Ein Schreckensszenario jeder Druckerei: Nachtschicht – eine Druckplatte ist defekt und die Vorstufe nicht besetzt. Doch kein Grund zur Panik. Mit Plate-on-Demand – Plattenproduktion auf Knopfdruck – kann auch dieser Auftrag termingerecht fertig gestellt werden.

Der Wind im Wettbewerb weht rauer. Gerade kleine und mittelständische Druckereien sind auf eine reibungslose und rasche Produktion angewiesen, um profitabel zu arbeiten und Kunden zu binden. Kleinere Auflagen in immer schnellerer Abfolge erhöhen die Bedeutung von Rüst- und Ausfallzeiten. Verursachen defekte Druckplatten unvorhersehbare Produktionsverzögerungen, weil gerade kein Mitarbeiter der Vorstufe verfügbar ist, wird das nicht nur teuer, sondern führt auch zu einem Vertrauensverlust beim Kunden.

**Schwierige Situationen meistern.** Für derart kritische Situationen, aber auch für die tägliche Anwendung entwickelte Heidelberg ein Workflow-Konzept, welches das Risiko von Ausfallzeiten drastisch reduziert und Rüstzeiten dank eines durchgängigen Datenhandlings verkürzt: Prinect. Prinect-Lösungen sind modular aufgebaut und bieten alle erforderlichen Funktionalitäten für eine nahtlose Weitergabe von auftragsspezifischen Druckdaten entlang der gesamten Prozesskette. Da Prinect auf dem Job Definition Format (JDF) basiert, ist ein Daten- und Informationsfluss zwischen allen am Druckprozess beteiligten Maschinen problemlos möglich. „So können alle in der Vorstufe erzeugten Daten auch in nachgelagerten Pro-

zessstufen wieder verwendet werden – einfach, sicher und ohne zeitliche Verzögerungen“, erklärt Andreas Forer, Leiter Produktmanagement Heidelberg Imaging Systems. Auch die erforderlichen Auftragsdaten für die Plattenbelichtung sind jederzeit bequem am Maschinenleitstand Prinect CP2000 Center abrufbar. Ein Drucker ist dadurch selbstständig in der Lage, die Belichtung neu zu starten und eine defekte Platte rasch zu ersetzen. Er wählt einfach aus der Liste der in der Vorstufe angelegten Platten die für die Produktion benötigte aus und stößt die Belichtung mit der neuen Funktion Plate-on-Demand wieder an. Eine Touchscreen-Oberfläche sorgt für hohe Benutzerfreundlichkeit. Alle wichtigen Funktionsme-

nüs befinden sich in einer stets sichtbaren Kopfzeile. Die durchgängige Verwendung von Daten im gesamten Produktionsprozess reduziert Durchlauf- sowie Einrichtzeiten und steigert spürbar die Produktivität. Zusätzliche Sicherheit gibt ein Vorschaubild, das den jeweiligen gewählten Auszug visuell darstellt. Voraussetzungen für die Nutzung der Plate-on-Demand Funktion sind die Komponenten Prinect MetaDimension ab Version 5.0, Prinect CP2000 Center ab Version 4.1 und die Aktivierung des Moduls Preset Link. Alle aktuellen Heidelberg CtP-Geräte (Suprasetter, Topsetter und Prosetter) lassen sich ohne spezielle Vorkenntnisse über Prinect CP2000 Center ansteuern – die Belichtungsreihenfolge ist frei wählbar. Spielräume für spürbar verringerte Rüstzeiten ergeben sich außerdem aus der Möglichkeit, digitale Aufträge zunächst in Abhängigkeit von Papierformat und Farbigkeit zu gruppieren, um sie dann aufwandsoptimiert abzarbeiten. Beispielhaft werden im Folgenden die CtP-Belichter der Prosetter- und der Suprasetter-Familien für unterschiedliche Kundenbedürfnisse vorgestellt. In Qualität und Druckverhalten vergleichbar, unterscheiden sie sich in erster Linie im Hinblick auf das Belichtungsprinzip, die verwendbaren Druckplatten und den Durchsatz.

**Einstieg ohne Risiko.** Die Prosetter-Familie eignet sich besonders für kleine und mittelständische Unternehmen, da die Modelle geringe Investitionskosten erfordern, sich durch niedrigere Betriebs- und Servicekosten auszeichnen und wenig Stellplatz benötigen. Der Prosetter arbeitet mit der Violett-Technologie nach dem Innentrommelprinzip und belichtet im 405 nm-Bereich Silberhalogenidplatten oder Fotopolymerplatten im Zwei-, Vier- und Achtseitenformat. Im Vierseitenformat ist der Prosetter bis zu einem Durchsatz von 24 Platten pro Stunde ausbaubar. Die Formatklassen der Prosetter-Modelle decken Druckplattenformate aller Bogenoffset-Druckmaschinen von Heidelberg und der meisten anderen Her-

steller ab. „Die vielen möglichen Optionen und ein attraktiver Preis machen diese Plattenbelichter zu einer interessanten Alternative für alle Akzidenzdruckereien“, erklärt Produktmanager Andreas Forer.

**Für ambitionierte Betriebe.** Der Suprasetter wurde für wachsende Druckumgebungen konzipiert. Das thermale CtP-System mit Außentrommelbelichtung belichtet alle marktgängigen CtP-Thermalplatten mit 830 nm Empfindlichkeit im Vier- und Achtseitenformat. Die Neuentwicklung, die Heidelberg zur drupa 2004 vorstellte, passt sich der Auftragslage problemlos an. Je mehr Lasermodule (zwei, vier oder sechs) eingesetzt werden, desto höher ist der Plattendurchsatz. Im Vier- und Achtseitenformat kann das Gerät bis zu einem Durchsatz von 30 Platten pro Stunde ausgebaut werden. Sein intelligentes Diodensystem (IDS) bürgt dabei für Zuverlässigkeit. Fällt eine Diode aus, setzt das System den Betrieb mit der größtmöglichen zusammenstehenden Menge aktiver Dioden ohne nennenswerte Leistungsminderung fort.

Druckereien, die ihre Produktion schrittweise automatisieren wollen, greifen auf die baugleichen Automatisierungskomponenten, den Single Cassette Loader (SCL) und Multi Cassette Loader (MCL), für Pro- und Suprasetter zurück. Der SCL fasst je nach Plattenstärke bis zu 150 Platten, die er automatisch in die Maschine lädt. Wird er um den MCL erweitert, stehen vier weitere Kassetten für insgesamt bis zu 600 Platten bereit. Ein softwaregesteuertes System im Multi Cassette Loader erkennt das Plattenformat und lädt die passende Kassette automatisch in den SCL – für eine vollautomatische Plattenproduktion über Stunden.

Besondere Erwähnung verdient eine weitere Anwendung, die allein den Prosetter SCL auszeichnet. Bei unterschiedlichen Plattenformaten bietet das manuelle Plattenzuführsystem ein Plus an Flexibilität: Über den Zufuhrschacht zwischen Prosetter und SCL kann der Anwender eine Druckplatte zur Be-

bildung einlegen. So lassen sich bei eiligen Aufträgen mühelos auch Druckplattenformate verarbeiten, die standardmäßig nicht in der Kassette des SCL gefahren werden.

**Fazit.** Plate-on-Demand sorgt im Heidelberg Prinect-Workflow für eine reibungslose Plattenproduktion, indem sie den Datenfluss zwischen Vorstufe und Drucksaal optimiert. Am Prinect CP2000 Center stehen dem Drucker alle Daten für die Steuerung der Belichter und Druckmaschinen zur Verfügung. In Kombination mit den ausbaufähigen Belichtern aus der Prosetter- oder Suprasetter-Familie erreicht der Drucksaal so ein deutliches Plus an Flexibilität – denn Durchsatz und Automatisierungsgrad können bedarfsgerecht an die jeweiligen Anforderungen angepasst werden. ■

## Daten & Fakten

■ [www.heidelberg.com/hd/PoD](http://www.heidelberg.com/hd/PoD)

## Flexibel und wachstumsfähig

Plattenbelichter der Prosetter- und Suprasetter-Familien wachsen mit steigender Zahl der Aufträge und höheren Anforderungen flexibel mit. Die Basisgeräte lassen sich jederzeit durch einen Single Cassette Loader (SCL) oder Multi Cassette Loader (MCL) automatisieren. Die beschleunigten Prosetter F 74 und F 102 erfüllen mit bis zu 24 Platten pro Stunde im 4-Seiten-Format sowie bis zu 18 Platten pro Stunde im 8-Seiten-Format höchste Anforderungen. Die Suprasetter-Modelle H74 und H105 ermöglichen einen Durchsatz von bis zu 30 Platten pro Stunde.

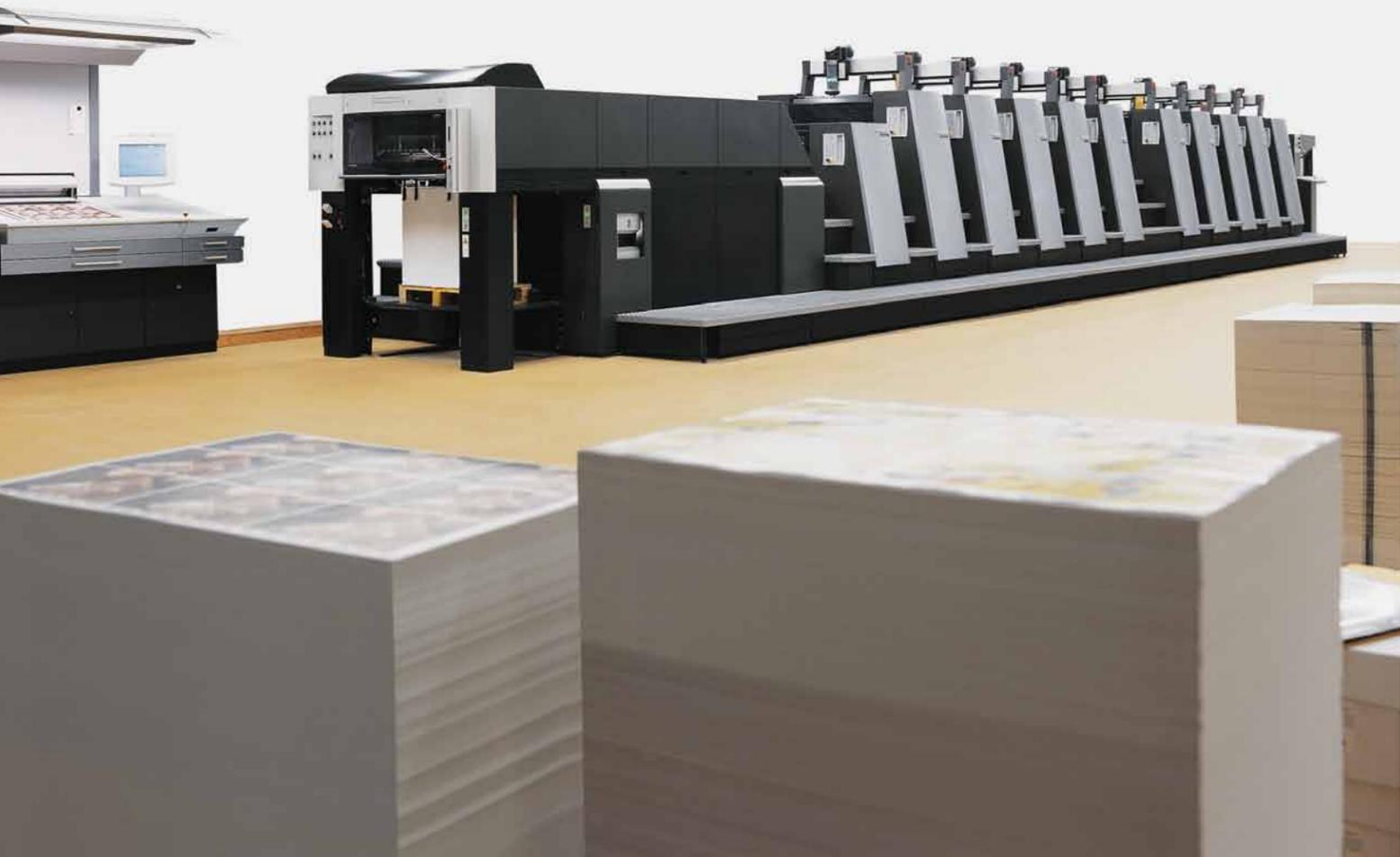
SPEEDMASTER CD 74

# Schnell und flexibel

Bereits zur drupa 2004 präsentierte Heidelberg mit der Speedmaster CD 74 eine Sechsfarben-Version mit neu entwickeltem Wendungssystem und stieß bei den Kunden auf Begeisterung. In Kürze stellt das Unternehmen zudem eine neue Generation an langen Wendemaschinen mit bis zu zehn Farben plus Lack vor und erfüllt damit den Wunsch nach noch mehr Flexibilität bei der Herstellung von Druckprodukten.

Eigentlich ist es ein logischer Schritt und eine konsequente Erfüllung der Kundenwünsche – die Vorstellung der neuen Speedmaster CD 74 mit acht oder zehn Farben, mit Wendung und zusätzlichem Lackierwerk. Warum? Gerade in den letzten Jahren kristallisierte sich zunehmend heraus, dass nicht nur Geschwindigkeit und Produktivität der Druckmaschinen steigen, sondern auch die Wünsche der Kunden nach mehr individuellen Produktionsmöglichkeiten führen immer wieder zur Entwicklung neuer Maschinenkonzepte. Schon die Speedmaster SM 74 hat sich in ihrer Formatklasse seit vielen Jahren hervorragend bewährt und mit der Wendetechnologie bei langen Maschinen Maßstäbe gesetzt. Dank der zuverlässigen Technologie wurden über 160 Achtfarben- und über 30 Zehnfarben-Maschinen weltweit installiert. Während sich die „langen“ Modelle der Speedmaster SM 74 Baureihe seit 1997 weltweit als äußerst produktiv bei der Verarbeitung von Bedruckstoffen bis etwa 250 g/m<sup>2</sup> im Akzidenzbereich erwiesen, kann Heidelberg mit den entsprechenden Speedmaster CD 74 Modellen eine deutlich erhöhte Flexibilität in der Anwendung bieten und damit einen erweiterten Kundenkreis ansprechen.

**Passend für neue Marktanforderungen.** Die langen Speedmaster CD 74 Wendemaschinen eignen sich für die Verarbeitung der unterschiedlichsten Bedruckstoffe, Formate und Materialien. Es lassen sich damit Bedruckstoffe bis 0,8 mm bedrucken – mit höchster Qualität beidseitig in einem Durchgang. Wie bei den bisherigen CD 74 Modellen mit Wendesystem beträgt die maximale Fortdruckgeschwindigkeit auch bei den langen





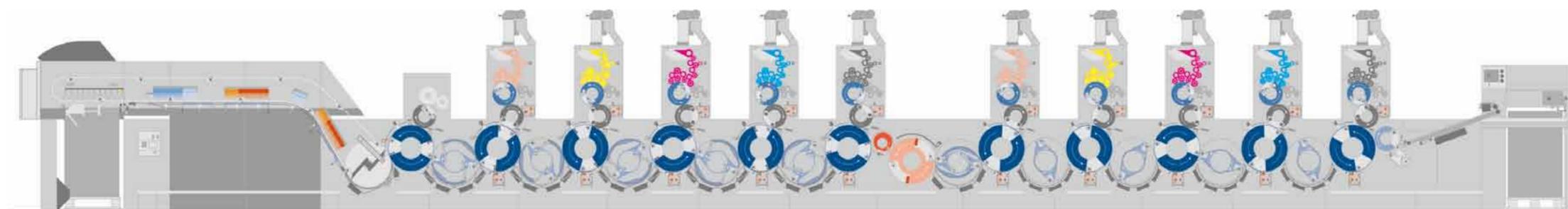
Die vollautomatisch umstellbare Wendeeinrichtung der Speedmaster CD 74.

Modellen im Schön- und Widerdruck 15.000 Bögen in der Stunde, wobei natürlich die individuellen Charakteristika des jeweiligen Druckauftrags letztendlich bestimmend sind für die Geschwindigkeit. Insgesamt verbessert das die Produktivität und verkürzt die Durchlaufzeiten, womit dem immer wichtiger werdenden Wettbewerbsfaktor ‚Lieferzeit‘ Rechnung getragen wird.

Thomas Frank, Leiter des Produktmanagements Format 50x70 cm, erläutert die Vorteile der neuen Maschinengeneration: „Gerade die mittelständischen Betriebe sind darauf angewiesen, ihren Kunden ein breites Anwendungsspektrum bieten zu können – auch hinsichtlich der Verwendung unterschiedlichster Bedruckstoffe. Wenn dann auch noch innerhalb kürzester Zeit geliefert werden muss, sind die vielseitigen langen Wendemaschinen auf Basis der Speedmaster CD 74 die ideale Antwort.“ Insbesondere Akzidenzdruckereien, die im ständigen Wechsel unterschiedlichste Bedruckstoffe verarbeiten und dabei beidseitig 4- und 5-farbig bedrucken, erhalten durch die hoch automatisierte Speedmaster CD 74 Wendemodelle klare Rüstzeitvorteile. Zunehmend werden auch Etiketten und Verpackungen auf der Rückseite bedruckt. „Dabei beschränkt sich der Rückseitendruck meist auf ein oder zwei Farben. Die Vorderseite wird jedoch zunehmend farbig und mit speziellen Effekten versehen. Hier bietet sich auf Basis der Speedmaster CD 74 etwa die Konfiguration 2/6 +Lack an, auf Wunsch auch mit UV-Ausstattung“, berichtet Thomas Frank. Neben dem üblichen Einsatzspektrum langer Wendemaschinen, etwa im Bereich des Broschürenendrucks, eignen sich die Acht- und Zehnfarbenmodelle speziell für den Druck von Umschlägen, Mappen, Verpackungen oder Glückwunsch-, Gruß- und Postkarten.

**Materialvielfalt und kurze Durchlaufzeiten.** Schnell und automatisch wird von dünnen Papieren auf Karton und umgekehrt umgestellt. Auch das Wendesystem wird vollautomatisch auf Knopfdruck eingestellt. Damit sind wesentliche Voraussetzungen gegeben, um hochwertige Druckprodukte wirtschaftlich herzustellen und gleichzeitig auf unterschiedlichste Anforderungen der Kunden flexibel reagieren zu können. Thomas Frank dazu: „Um die Vorteile des beidseitigen Bedrucks in einem Maschinendurchgang auch bei kleinen Auflagen voll ausschöpfen zu können, sind kürzeste Rüstzeiten sowie ein sehr leicht einstellbarer Bogenlauf erforderlich. Hier setzen die langen Speedmaster CD 74 Modelle mit ihrem innovativen Wendesystem neue Maßstäbe. Die Pilotanwender, die mit solchen Modellen seit mehr als 12 Monaten arbeiten und dabei das gesamte Anwendungsspektrum abdecken, bestätigen dies.“

Zudem sind die neuen Modelle der Speedmaster CD 74 auch im sogenannten F-Format mit einem maximalen Bogenformat von 60,5x74 cm erhältlich. Somit ist im Vergleich zu den üblichen Druckmaschinen der 50x70 cm Klasse eine größere Druckfläche gegeben.



„Die langen Speedmaster CD 74 Modelle mit ihrem innovativen Wendesystem setzen neue Maßstäbe.“ Thomas Frank

Gerade für Verpackungs- und Etikettendrucker bietet das F-Format der Speedmaster CD 74 einen noch höheren Nutzungsgrad bei speziellen Nutzenformen.

**Integrierte UV-Technologie schafft Differenzierungspotenzial.** Im Umfeld verstärkten Wettbewerbs ist das Herstellen von Drucksachen mit hohem grafischem Aufmerksamkeitswert für viele Betriebe ein geeignetes Mittel zur Differenzierung. Für den Druck spezieller Veredelungseffekte bietet Heidelberg deshalb die neuen Speedmaster-Wendemaschinen auch mit vollständig integrierter Ausstattung zur Verwendung von UV-Farben und -Lacken an. Hochwertige Verpackungen, beispielsweise für Kosmetika, oder speziell aufgemachte Broschüren lassen sich damit ebenso effizient herstellen wie Pflanzenstecker oder anspruchsvoll bedruckte Anhänger aus Plastikmaterial für Textilien. Plastikkarten vielfältiger Art gehören ebenfalls zum potenziellen Produktionsspektrum. Die Fähigkeit des Speedmaster CD 74 Wendesystems auch mit stärkeren und biegesteifen Bedruckstoffen gut zurecht zu kommen, ermöglicht die schnelle und profitable Herstellung solch spezieller Drucksachen. Die neuen Speedmaster CD 74 Maschinen treffen somit optimal den Bedarf jener Drucker, die nicht nur kostengünstig und produktiv arbeiten, sondern zusätzlich neue Märkte erschließen wollen. Ob Akzidenz- oder Verpackungsdruck – die neue Generation der langen Wendemaschinen eröffnet technische und wirtschaftliche Perspektiven, die es bislang in dieser Maschinenklasse für Druckereien noch nicht gegeben hat. ■

**Daten & Fakten**

■ [www.heidelberg.com/hd/CD74](http://www.heidelberg.com/hd/CD74)



Thomas Frank, 44, ist Wirtschaftsingenieur und seit 1987 bei Heidelberg. Als Leiter Produktmanagement 50x70 war er an der Entwicklung der Speedmaster CD 74 beteiligt und zuständig für deren Markteinführung.

Die langen Speedmaster CD 74 Wendemaschinen mit bis zu zehn Farben plus Lack bieten ein breites Anwendungsspektrum: Mit vollautomatisch umstellbarer Wendeeinrichtung zwischen fünftem und sechstem Druckwerk eignen sie sich sowohl für den Einsatz eines breiten Bedruckspektrums im Akzidenzdruck als auch für beidseitiges Bedrucken im Verpackungsdruck.



EXKLUSIV-INTERVIEW

## „Wir werden unser Service-Angebot noch weiter ausbauen!“

Die Heidelberg Nachrichten sprach mit Bernhard Schreier über konkrete Hilfe, die das Unternehmen bereithält, um Druckereien wettbewerbsfähiger zu machen. Moderne Technik ist dabei nur ein Baustein von vielen für einen dauerhaften Erfolg der Druckunternehmen. Heidelberg unterstützt seine Kunden auch mit dem „größten Sales- und Servicenetzwerk der Branche“.

### **HN: Herr Schreier, wie halten Sie persönlich Kontakt zum Heidelberger Kundenstamm?**

**B. Schreier:** Ich verbringe wesentlich mehr als die Hälfte meiner Arbeitszeit bei beziehungsweise mit Kunden, und zwar weltweit. So habe ich zum Beispiel jüngst auf einer zehntägigen Reise auf verschiedenen Veranstaltungen in China, Indien und Südamerika vor weit mehr als 1.000 Kunden gesprochen. Zahlreiche persönliche Kontakte in Druckereibetrieben vor Ort kamen hinzu. Dabei haben wir – soweit das noch nicht über unsere normalen, vielfältigen Kommunikationskanäle bekannt war – verdeutlicht, dass und wie wir das Vertrauen unserer Kunden in Heidelberg tagtäglich durch unsere Leistungen neu stärken wollen.

### **HN: Was kommt auf die Druckereibetriebe in den nächsten Monaten zu?**

**B. Schreier:** Da sich die Märkte rund um den Globus sehr unterschiedlich entwickeln, sind konkrete Antworten nur in einem aktuellen Marktzusammenhang möglich. Generell gilt jedoch, dass Überkapazitäten und Preisdruck noch für einige Zeit die Branche unserer Kunden kennzeichnen. Ich kann mir allerdings natürlich günstigere Szenarien für unsere Industrie vorstellen. Das heißt auch, dass die Konsolidierung noch fort dauert. Für die weltweite Branche bedeutet dies aller Voraussicht nach, dass sich insgesamt weniger Druckereibetriebe am Markt behaupten können.

### **HN: Wie können sich Druckereien angesichts derartiger Vorzeichen eigentlich aufstellen, um ihr Geschäftsmodell zu sichern oder gar zu wachsen?**

**B. Schreier:** Die Kunst liegt darin, Veränderungen nicht einfach nur mitzumachen, sondern sich gezielt auf Veränderungen auszurichten. Weltwirtschaftlich sehe ich zwei wesentliche Tendenzen: In den sich entwickelnden Ländern – wie beispielsweise China und Indien oder auch Mexiko und Brasilien – werden sich Chancen durch Volumen ergeben: sowohl hinsichtlich der Menge der Aufträge wie auch hinsichtlich der Höhe der Auflagen. In den etablierten Industrienationen ist die Ausgangslage anders: Hier wird es eher darauf ankommen, sich zu fokussieren und zu spezialisieren.

### **HN: Was bietet Heidelberg, um seine Kunden dafür zu rüsten?**

**B. Schreier:** Unsere Kunden in den Schwellenländern wissen, dass sie mit unseren Standard-Produkten werthaltig und produktiv für ihr jeweiliges Geschäft ausgestattet sind oder ausgestattet werden können. In den Industrienationen sind demgegenüber die Ansprüche an Flexibilität und Veredlung weiter gestiegen – auch an uns, weil spezielle Printprodukte besondere drucktechnische Lösungen erfordern. Technologisch können wir dieser Anforderung verstärkt mit Maschinen-Konfigurationen begegnen, die wir speziell auf das Geschäftsmodell des Kunden zuschneiden oder gar mit dem Kunden zusammen entwickeln. Zwar fußen die entsprechenden Maschinen



„Die Früherkennung von Problemen hilft teure Stillstandszeiten zu verhindern oder zumindest zu verkürzen.“ Bernhard Schreier

im Wesentlichen auf Standardkomponenten, doch entspricht die letzte Konfiguration genau dem Sonderwunsch des Kunden. Ende vergangenen Jahres etwa haben wir für einen Kunden eine maßgeschneiderte Speedmaster CD 102 mit insgesamt 16 Werken gefertigt – und damit die längste Bogenoffset-Druckmaschine, die wir als Weltmarktführer je gebaut haben.

#### HN: Und wozu setzt der Kunde diese Maschine ein?

**B. Schreier:** Das will er nicht öffentlich preisgeben, auch um seinen Wettbewerbsvorteil zu schützen.

#### HN: Derartige Sonder-Konfigurationen dürften vor allem für Großbetriebe interessant sein. Was aber ist mit den vielen klein- und mittelständischen Kunden?

**B. Schreier:** Maßgeschneiderte Maschinen wie diese bieten wir natürlich auch im Klein- und Mittelformat an, so dass entsprechende Konfigurationen für jeden Bedarf möglich sind.

#### HN: Und wie beziehungsweise auf was könnte sich das Gros der Kunden spezialisieren?

**B. Schreier:** Zunächst einmal müssen auch klein- und mittelständische Betriebe ihre Kosten und Kostenabweichungen genau kennen und verfolgen. So eine Art „Bauchgefühl“ reicht zu einer realistischen Beurteilung der wirtschaftlichen Perspektiven einfach nicht mehr aus. Das funktionierte vielleicht noch so lange, wie eine verhältnismäßig breit aufgestellte Druckerei dank überwiegend guter Margen manchen Verlust in einem Bereich durch entsprechende Gewinne in einem anderen Bereich verkraften konnte. Heutzutage sind die Mar-

gen jedoch zu dünn, um das Geschäft so zu steuern. Als Druckereibetreiber von heute muss ich vielmehr präzise analysieren, was meine Kunden von mir wollen, was ich besonders gut kann und mit welchem Produkt beziehungsweise mit welchem Kundenkreis ich rentabel wirtschaften. Eine solche Analyse liefert zudem alle Erkenntnisse für die erforderliche Fokussierung des Geschäftsmodells. Wer sich nicht fokussiert, wird im harten Wettbewerb schnell Nachteile erleiden. Gerade in dieser Hinsicht haben die klein- und mittelständische Betriebe gegenüber den großen Unternehmen zumeist erheblichen Nachholbedarf.

#### HN: Wie könnte eine solche Fokussierung aussehen?

**B. Schreier:** Prinzipiell besteht für jeden Drucker die Möglichkeit, sich zu fokussieren, auch für kleinere Betriebe. Da gibt es unterschiedliche Modelle. Wer sich zum Beispiel auf ein bestimmtes Endprodukt spezialisiert, der optimiert seine gesamte Prozesskette darauf hin. Wenn es seinen Kunden aber beispielsweise weniger um die letzte Qualitätsoptimierung als vielmehr um den Engpassfaktor Zeit geht, der setzt sich zum Ziel, durch Einsatz eines passgenauen Workflows Schnellster im Markt zu werden. Wieder ein Anderer könnte sich rund um sein Kerngeschäft zum „Full-Service-Provider“ für eine begrenzte Kundengruppe entwickeln, liefert dieser Klientel auch alles – produziert aber nicht etwa alles selbst, sondern mit Hilfe von Partnern. Es geht also vor allem darum, sich auf ein werthaltiges und nachhaltiges Geschäftsmodell zu konzentrieren, das einem Druckbetrieb dann genügend Rückhalt für die nach wie vor erforderliche Flexibilität bietet. Denn auch in einer erfolgreich belegten Nische muss sich das Geschäftsmodell täglich neu am Markt durchsetzen.

#### HN: Durch welche Mittel will Heidelberg seine Kunden in diesem Prozess unterstützen?

**B. Schreier:** Eins vorab: Im Bogenoffset-Bereich stellen wir als einziger Anbieter Produkte für die gesamte Prozesskette aus einer Hand bereit. Auch im Postpress-Sektor offerieren wir integrierte Lösungen in Prinect-Workflows. Damit steigern wir für unsere Kunden Qualität, Effizienz und Produktivität, im Endergebnis auch ihre Ertragsfähigkeit. Neben dieser hochwertigen und zuverlässigen Hard- und Software wird aber auch „Brainware“ immer wichtiger – Stichwort Print Media Academy-Netzwerk. Um das Know-how unserer Kunden zu stärken, werden wir außerdem unsere Service-Angebote noch weiter ausbauen.

#### HN: An welche Erweiterungen denken Sie konkret?

**B. Schreier:** Mit 5.400 Sales- und Service-Spezialisten in 250 Niederlassungen und in 170 Ländern verfügen wir ohnehin über das größte Sales- und Service-Netzwerk unserer Branche. Unter dem Namen „systemservice“ wollen wir unter anderem unser Trainingsangebot für Operators ausweiten. Außerdem gehört zu diesem Programm ein Simulationstool namens „BizModel“: Hat sich ein Kunde auf ein Geschäftsmodell fokussiert, können wir ihm mit diesem Tool helfen, die Wirtschaftlichkeit seines Geschäftsmodells zu optimieren. Anhand realer Kundendaten identifizieren wir zum Beispiel Prozess- oder Produktengpässe, stellen eine Analyse von Kosten-/Nutzenrelationen an und ermitteln dadurch sozusagen „realistische Ideal-Zustände“. Eine belastbare Grundlage, um die Rentabilität des Unternehmens bei gleichzeitig minimierten Investitionsrisiken zu erhöhen. Remote Services, also Ferndiagnosen per Internet sowie ein neuer Quality Pass – die Analyse von Printprodukten – tragen zur Früherkennung von Problemen bei und helfen dadurch, teure Stillstandszeiten komplett zu verhindern oder zumindest zu verkürzen.

#### HN: Welchen Stellenwert hat die Absatzfinanzierung im Investitionsgüterbereich von Heidelberg?

**B. Schreier:** Natürlich werden derartige Dienstleistungen für Heidelberg-Kunden marktgerecht angeboten. Zusammen mit kompetenten Partnern entwickelt unser Financial Services-Team maßgeschneiderte Modelle. Ungefähr ein Viertel des Heidelberg-Umsatzes wird über diese Dienstleistung begleitet.

#### HN: Was erwartet die Besucher der Heidelberg-Stände auf den diesjährigen Messen wie ChinaPrint in Peking und Print in Chicago?

**B. Schreier:** Für die Besucher der ChinaPrint dürfte unser Workflow-System Prinect von besonderem Interesse sein. Heidelberg-Highlight auf der Print in Chicago wird – neben Prinect – sicher die Speedmaster XL 105 sein, die wir im September erstmals auf dem amerikanischen Kontinent präsentieren.

HN: Vielen Dank für das Gespräch! ■



Bernhard Schreier berichtet im Interview mit den Heidelberg Nachrichten über die Zukunftsaussichten der Branche und der Heidelberger Druckmaschinen AG.

### Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG

Bernhard Schreier (54) ist seit Oktober 1999 Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG. Er studierte Maschinenbau an der Berufsakademie in Mannheim in Verbindung mit der Heidelberger Druckmaschinen AG und schloss das Studium als Diplomingenieur 1978 ab. Er ist seitdem für das Unternehmen u.a. auch an den Standorten in Frankreich und den USA in verschiedenen Positionen tätig gewesen. Bernhard Schreier ist verheiratet und hat drei Kinder.



RASTERTECHNIK

## „Vollkommen aufgelöst“

Brillante Farbwiedergabe, saubere Verläufe und eine hohe Farbstabilität – die Vorteile der neuen frequenzmodulierten

Rasterverfahren liegen auf der Hand. Wie aber sieht es mit dem Einsatz dieser Technologien im „Print-Alltag“ aus?

Bernd Zipper hat für die Heidelberg Nachrichten die heutigen Technologien unter die Lupe genommen.

**F**requenzmodulierte Rasterverfahren sind eigentlich nichts Neues mehr – und alle Jahre wieder kommt ein Hersteller mit einem optimierten Verfahren auf den Markt. Bessere Qualität – höhere Stabilität und keine Probleme mit Moiré-Effekten – so die Versprechen der Hersteller. Auch Heidelberg hat in den letzten Jahren eine Reihe von Entwicklungen in diesem Bereich gemacht. Seit 2003 ist nun „Satin Screening“ auf dem Markt und wird vor allem für „High-End“-Druckprodukte eingesetzt. Und das mit wachsender Begeisterung der Anwender, denn der Markt boomt regelrecht. Vor allem im Bereich von Produktabbildungen, bei denen es auf extreme Detailgenauigkeit und ein besonders „sauberes“ Erscheinungsbild ankommt (z.B. Uhren, Kosmetik, Mode, Automobile), trumpft diese Rastertechnologie

auf. Die detailgetreue Wiedergabe, die hohe Glätte der Abbildungen (insbesondere in den Mittelönen) und die sauberen Verläufe verleihen den Abbildungen einen nahezu fotorealistischen Eindruck.

Im Unterschied zur ersten Generation des Heidelberger FM-Rasters, Diamond Screening, verfügt Satin Screening über eine völlig neue Mikrostruktur mit einer „harmonischen“ Punktverteilung und erzeugt keine sichtbaren eigenen Strukturen im späteren Druck. Während Diamond Screening noch einige „Kinderkrankheiten“ aufwies, etwa im Einsatz von größeren, homogenen Farbflächen und außerdem – je nach Motiv – Unruhen im Bereich der Mittelöne mit sich brachte, ist dies nun durch neue, wesentlich komplexere Algorithmen nicht mehr der

Fall. Durch Satin Screening „wachsen“ Punkte mit einer „würmchenartigen“ Struktur früher zu Zufallsmustern zusammen als in den bisher verwendeten Verfahren. Hierdurch wird eine feinere Detailzeichnung realisiert. Besonders kleine Schriftgrade und verkleinerte Abbildungen profitieren davon. Auch die von konventionellen Rastern bekannten „Sägezahneffekte“ an Bildkanten und gewinkelten Linien werden hierdurch vermieden.

Die Vorteile des FM-Rasters hat auch die GATF (Graphic Arts Technical Foundation) im Jahr 2003 genauer unter die Lupe genommen. In einer Studie stellen die US-Forscher zwar eine höhere Tonwertzunahme fest, attestieren dieser Technologie jedoch eine höhere Reinheit von Farben, bessere Hauttöne und weichere Verläufe. Gleichzeitig wird ana-

lysiert, in welcher Auflösung welche Nachteile zu erwarten sind. Im Gegensatz zu konventionellen Rastern werden FM-Raster nicht in „Rasterpunkten“ gemessen, sondern in „µm“. Die GATF stellte fest, dass die Auflösung eines 30-µm FM-Rasters in etwa mit dem Verarbeitungsspielraum eines 120er-Rasters im konventionellen Bereich vergleichbar ist. Soll die Qualität noch weiter gesteigert werden, erreicht diese Technologie bei einem 20-µm FM-Raster ein optimales Level. Probleme mit Duplex-Bildern oder bei der Verwendung von Sonder-, Hexachrome- oder HiFi-Farben konnten nicht festgestellt werden. Von dem Einsatz eines 10-µm FM-Rasters raten die Forscher ab, da eine höhere Qualität kaum erzielt werden kann und der Arbeitsaufwand und Verarbeitungsspielraum dem Aufwand eines 350er-Rasters entspricht.

Der korrekte Einsatz von Satin Screening verlangt vom Anwender jedoch eine präzise Prozesskalibrierung und eine beständige Prozesskontrolle. Nur dann können die gewünschten, hochqualitativen Ergebnisse erzielt werden. Claus Dünninger vom Mediahaus Biering in München beispielsweise setzt ebenfalls auf Satin Screening. „Für unsere Kunden aus dem Bereich Antiquitäten und Mode bietet sich Satin Screening geradezu an“, so der Vorstufenleiter des Münchner Druckhauses. Das Unternehmen setzt zwei Topsetter 102 im 3B-Format ein und bedient damit drei Speedmaster SM 102 mit sechs, acht und zehn Farben, sowie eine SM 52 mit fünf Farben. In der Vorstufe werden pro Woche rund 600 Platten im 3B-Format belichtet – im Jahr also circa 32.000 Platten, das entspricht 22.000 Quadratmetern. Hinzu kommen nochmals 160 Platten in der Woche für die SM 52, also etwa 8.000 Platten im Jahr. Das verlangt von der Vorstufe einen reibungslosen Ablauf – auch und gerade im Hinblick auf Satin Screening. „Damit Bilder einen fast halbtönenartigen Eindruck hinterlassen, scannen wir alle Bilder in 450 dpi ein und stellen so sicher, dass wir die gewünschten Effekte des Qualitätssprungs auch wirklich erzielen können“, so Dünninger weiter. Das Unternehmen, das unter anderem für BMW und Escada arbeitet, nutzt in erster

Linie matt und glänzend gestrichenes Papier auf den Bogenoffset-Maschinen im Haus. Die Erfahrungen mit Satin Screening in der Kombination Papier und Farbe sind gut.

„Die meisten Jobs, die wir erhalten, sind für 70er Raster aufbereitet – diese Daten lassen sich auch hervorragend im Satin Screening belichten“, erklärt Claus Dünninger. Erste Tests mit hochpigmentierten Farben von Aniva laufen derzeit, um auch hier noch brillantere Ergebnisse zu erreichen. Wie groß war aber der Aufwand, um Satin Screening zu testen und einzuführen? „Wir halten uns sehr stark an den Prozessstandard Offsetdruck und haben die Prozesskalibrierung mit der Altona-Testsuite und einer BMW-eigenen Testform erstellt. Die Ergebnisse waren einwandfrei. Für die Modefirma Escada hat der Einsatz von Satin Screening sogar einen Katalog gerettet, da wir nun moiréfrei drucken können“, gibt sich Claus Dünninger gelassen. So gestaltet sich die Produktion mit Heidelberg's Satin Screening unter Einhaltung des Prozessstandards Offsetdruck weniger problematisch als viele Anwender vermuten. Dünninger bringt es noch einmal auf den Punkt: „Bilder sehen einfach farbiger aus. Das mag dran liegen, dass der Lichtfang anders ist, weil die Punkte insgesamt kleiner sind, aber das Resultat erinnert stark an echte Halbtöne. Einfach brillant.“ ■

### Daten & Fakten

- Bernd Zipper, Jahrgang 1967, ist Technologie- und Strategieberater. Er hat sich auf PDF, interdisziplinäre Medienprojekte und den strategischen Einsatz von Publishing Technologien spezialisiert. Er ist ferner als Fachjournalist für zahlreiche Fachmagazine im In- und Ausland tätig, u.a. für den US-amerikanischen Seybold Report, den Deutschen Drucker und das deutsche Fachmagazin Publishing Praxis. Darüber hinaus ist er Autor der Buchreihe „PDF+Print“. Bernd Zipper ist der Geschäftsführer und Inhaber der ZIPCON Consultinggesellschaft mbH ([www.zipcon.de](http://www.zipcon.de)) in Essen, Deutschland.
- [www.heidelberg.com/hd/SatinScreening](http://www.heidelberg.com/hd/SatinScreening)



Rasterverfahren im Vergleich: Stellt man ein konventionelles Raster (Bild oben, in Vergrößerung) dem FM-Raster „Diamond Screening“ gegenüber (Bild Mitte, in Vergrößerung), ist zu erkennen, dass kein Moiré-Effekt mehr auftritt.



Satin Screening (in Vergrößerung) ist noch feiner als „Diamond Screening“, gibt mehr Details und „farbiger“ anmutende Farbtöne wieder.

SPEEDMASTER XL 105

# Neue Maßstäbe für den industriellen Offsetdruck

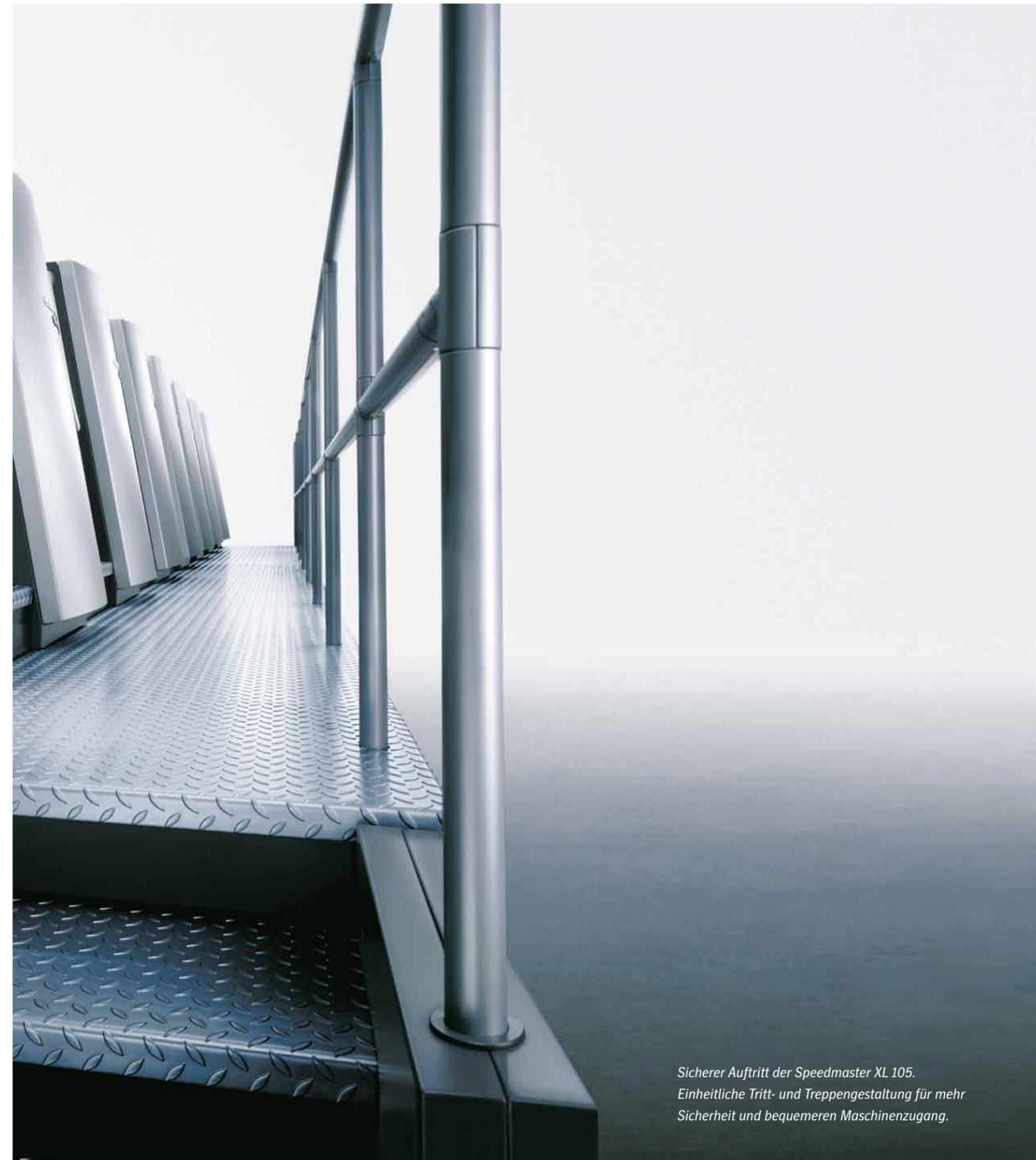
Speedmaster XL 105 – so heißt die aktuelle Maschinengeneration für den hoch industriellen Bogenoffsetdruck. Höchste Produktivität, Qualität und Wirtschaftlichkeit gepaart mit maximaler Automatisierung sorgen für neue Chancen in der Druckproduktion.

**H**ohe Flexibilität und kurze Durchlaufzeiten – und das bei häufigen Farb-, Material- und Applikationswechseln. So sehen die Ansprüche der Kunden an moderne Druckmaschinen aus. Die Druckqualität nimmt zu und Spezialeffekte als Differenzierungsmerkmal gewinnen an Bedeutung. Heidelberg trägt diesen Entwicklungen mit der Speedmaster XL 105 Rechnung: Einfacher Materialwechsel durch Voreinstellungen und abspeicherbare Lufteinstellungen. Schnelle Farbwechsel durch die bewährte Farbkastenfolie und effiziente Wascheinrichtungen. Schnellere, präzisere Lackformwechsel durch das neue Kombispannsystem sowie ein schneller und einfacher Rasterwalzenwechsel mit dem Multi Loader System. Abgerundet wird die hohe Druckqualität durch das neue Farb- und Feuchtsystem Hycolor. „Die Speedmaster XL 105 begründet mit ihrem größeren Bogenformat von 75x105 cm und der maximalen Fortdruckgeschwindigkeit von 18.000 Bogen pro Stunde eine neue Generation von Bogenoffset-Maschinen. Innovationen im Bereich Farb-/Feuchtwerk und Lackierwerk bedeuten für unsere Kunden kürzere Rüstzeiten und stabile Produktionsprozesse bei jeder Druckgeschwindigkeit. Damit können Qualität und Produktionsleistung deutlich gesteigert werden. Das bestätigen unsere XL-Kunden aus der täglichen Praxis“, erklärt Markus Höfer, Leiter Produktmanagement für die Speedmaster XL 105.

**Innovation von Anfang an.** Der Anleger der Speedmaster XL 105 wurde für die Vereinzelung und präzise Anlage von bis zu fünf Bögen pro Sekunde (18.000 Bögen/h) ausgelegt. Bei der Bogenvereinzelung

verläuft der Transport des Bogens vom Stapel zum Anlegertisch so ruhig und so zuverlässig wie nur möglich. Um beides in optimaler Weise zu realisieren, verfügt der Saugkopf über eine automatische Steuerzeitenanpassung, durch die bei Geschwindigkeitserhöhungen die ausreichende Menge Luft zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt wird. Das mehrstufige Bogenüberwachungskonzept an der Maschine verhindert, dass Doppel-, Mehrfach- und schadhafte Bögen in die Maschine gelangen und dabei wichtige Maschinenteile beschädigen. Außerdem bietet es eine größtmögliche Flexibilität in Bezug auf Sonderanwendungen. Ergänzt wird das neue Anlegerkonzept durch wichtige Preset-Funktionen, mit der sich die Rüstzeiten weiter senken lassen. Hierzu gehören beispielsweise die Positionierung der aktiven und passiven Ziehmarke auf das Format, die Formatanpassung der Seitenbläser und des Saugkopfes, außerdem die Höhe der Deckmarken. Voreinstellen lassen sich darüber hinaus die Luftversorgung des zentralen Saugbands, der jeweils aktiven pneumatischen Ziehmarke sowie der Vortriebswalzen im Anlagebereich.

**Robustes Druckwerk für alle Geschwindigkeiten.** „Von außerordentlicher Bedeutung für die Druckqualität ist das Druckwerk. Es muss bei 18.000 Bögen in der Stunde schwingungsarm laufen und eine absolute Passergenauigkeit sicherstellen. Spezielle Kasten-Seitenwände sorgen daher für maximale Steifigkeit und somit für höchste Druckqualität“, erklärt Michael Merz – Leiter der Montage der XL 105. Für einen schnellen und zuverlässigen Plattenwechsel sorgt Auto-plate Advanced. Es zeichnet sich durch höchstmögliche Einspan-



*Sicherer Auftritt der Speedmaster XL 105. Einheitliche Tritt- und Treppengestaltung für mehr Sicherheit und bequemeren Maschinenzugang.*



*Design made by Heidelberg: Gut aussehen und vor allem anwenderfreundlich konzipiert für Höchstleistungen im Drucksaal.*

ngenauigkeit aus. Das Ausspannen der Platten erfolgt vollautomatisch in gestaffelter Reihenfolge. Das Einspannen erfolgt ebenfalls automatisch, sobald das Anliegen an den Registerbolzen durch den Bediener quittiert wurde. Aber nicht nur das Einspannen, auch das sensorüberwachte Plattenausspannen geschieht schnell und zuverlässig.

**Das Farb- und Feuchtsystem Hycolor.** Hycolor heißt das von Grund auf neu entwickelte Farb- und Feuchtsystem. Weniger Anlaufmakulatur, höchste Qualität auch bei Vollflächen, scharfer Punkt bei allen Geschwindigkeiten, hoher Kontrast und schnelle Farbwerkreaktion zeichnen es aus. Realisiert wurde dies mit einer variablen Farbwerksgeometrie und umfangreichen automatisierten Einstellungen. So lassen sich bei Hycolor das Vario System, das Standard-/Kurzfarbwerk, unterschiedliche Hebertakteinstellungen, die Reiberphasenverschiebung als auch die Verreibung der Farbauftragswalzen über das Prinect CP2000 Center einfach bedienen. In der Schaltung Standardfarbwerk ermöglicht das Farbwerk auch bei hohen Farbbelegungen und hohen Fortdruckgeschwindigkeiten eine stabile Einfärbequalität. In der Schaltung Kurzfarbwerk reagiert das Farbwerk noch schneller auf Farbkorrekturen und erhöht die Produktionssicherheit bei geringer Farbabnahme. „Mit Hycolor ist es uns gelungen, ein neues, sehr stabiles und geschwindigkeitsunempfindliches Farb- und Feuchtsystem zu entwickeln. Im Druck- und auch im Lackierwerk haben wir durch einen hohen Automatisierungsgrad und durch robuste Komponenten die Voraussetzungen für höchste Druck- und Lackierqualität geschaffen“, berichtet Frank Kropp, Leiter Entwicklung für die Speedmaster XL 105.

**Lackieren wie mit einem Flexowerk.** Hohe Qualität und minimale Rüstzeiten ermöglicht das neue Lackierwerk der Speedmaster XL 105. Es zeichnet sich aufgrund der gewählten Positionen von Zylindern, Rasterwalze und Kammerrakel durch eine exzellente Zugänglichkeit zu allen Bedienstellen aus. Zudem können sämtliche Pressungen von Rasterwalze zu Lacktuchzylinder und sogar von Lacktuchzylinder zu Druckzylinder parallel sowie einseitig von Antriebs- zu Bedienungsseite unterschiedlich eingestellt werden. Die einseitige Pressungseinstellung erlaubt dem Bediener Unebenheiten der Lackplatte oder der Unterlagen auszugleichen. Kleine Stell-schritte von 0.005 mm ermöglichen dabei eine sehr feine Pressungseinstellung und höchste Lackierqualität auch bei sehr anspruchsvollen Arbeiten. „Neben den optimierten An- und Auslegern der Speedmaster XL 105 ist auch die Bogenübergabe überarbeitet worden. Sie erfolgt durch doppelt-große Übergabezylinder, deren spezielle Form patentiert ist und eine hohe Bedruckstoff-Flexibilität ermöglicht. Ein ebenfalls patentierter „Frontspoiler“ vermeidet Luftverwirbelungen unter dem Bogen speziell bei dünnen Bedruckstoffen und hoher Fortdruckgeschwindigkeit“, weiß Markus Höfer.



*Druckbogen einer Speedmaster XL 105-6 der Firma Raff Dieter GmbH & Co Offsetdruck KG, Riederich, Deutschland.*

**Preset Plus Ausleger.** Völlig neu konzipiert wurde auch der Ausleger. Die Greiferbrücken haben jetzt ein durchströmungsfähiges Profil, wodurch die Luftverwirbelung vor und hinter der Greiferbrücke nahezu vollständig beseitigt wurde. Außerdem wurde der Abstand der Greiferbrücke zur Bogenleitbahn verringert und so die Effizienz der Venturi-Schwebeführung optimiert. Das Ergebnis ist ein praktisch flatterfreier und stabiler Bogenlauf auch bei Höchstgeschwindigkeiten. Von der Bogenübernahme bis zum Stapelmodul wird der Bogen kontinuierlich über ein im Preset definiertes Luftkissen geführt, das von Venturidüsen in der Bogenleitbahn erzeugt wird. Berücksichtigt werden dabei auch die Einflüsse der Luftströmungen, die durch Trockner und Absaugeinrichtungen erzeugt werden. Sämtliche Änderungen der Voreinstellungen können auftrags-spezifisch abgespeichert und für spätere Wiederholaufträge abgerufen werden.

**Peripherie angepasst.** Auch die Peripherie wurde an die hohe Geschwindigkeit von 18.000 Bögen in der Stunde angepasst. Beim Prinect CP2000 Center lassen sich beispielsweise alle wesentlichen Lufteinstellungen vom Anleger über die Druckwerke bis hin zum Ausleger und Trockner auftragsbezogen abspeichern. Mit der Heidelberg Speedmaster XL 105 wurde ein umfassendes Maschinen- und Peripherie-Konzept geschaffen, das zahlreiche Neuerungen und Anpassungen beinhaltet und eine neue Maschinenkategorie für den hoch industrialisierten Bogenoffsetdruck darstellt. ■

#### Daten & Fakten

■ [www.heidelberg.com/hd/XL105](http://www.heidelberg.com/hd/XL105)

# Wann wird der JDF-Standard etabliert sein?



Im Rahmen der Graph Expo 2004 in Chicago, USA, präsentierte Heidelberg die Prinect Experience Tour, die den durchgängigen JDF-Workflow einer vernetzten Druckerei erlebbar machte. Branchenkenner und Technologieexperten nutzten den Anlass, um den Stand der Entwicklung von „Vernetzung und JDF“ zu erörtern. Zum Kreis der Teilnehmer gehörten: William C. Lamparter (PrintCom Consulting Group), James Mauro, Ray Cassino und Dennis Ryan (Heidelberg, USA), Frank Cost (Rochester Institute of Technology), Mark Jones (Imagination Integration LLC) sowie Jörg Bauer (Heidelberg, Deutschland).

**William C. Lamparter:** Die Drucker fragen sich, welche Potenziale JDF tatsächlich bietet. Unsicherheit resultiert vor allem aus der Situation in den Maschinenparks. Schätzungsweise 75 Prozent der genutzten Bogendruckmaschinen sind älter als zehn Jahre. Was passiert, wenn man eine neue Druckmaschine kauft und sich für vernetzte Workflows entscheidet, aber auch drei, sechs oder zehn Jahre alte Druckmaschinen unterschiedlicher Hersteller nutzen möchte?

**Jörg Bauer:** CIP4 entwickelt Spezifikationen für JDF, die sicher stellen, dass Systeme von verschiedensten Herstellern miteinander kommunizieren können. Im Gegenzug ist es die Aufgabe der Hersteller dafür zu sorgen, dass älteres Equipment in Workflows integriert werden kann – beispielsweise durch Konvertierungsfunktionalitäten und -tools. Aus der Sicht von Heidelberg ist es keine Frage, dass Prinect die Integration von älteren Druckmaschinen erlaubt. Beispielsweise bieten wir das Prinect Online Kit zur Integration von älteren CP-Tronic Maschinen an. Je nach Spezifikation und Alter einer Maschine kann es jedoch sein, dass der Grad der möglichen Integration nicht so hoch ist wie bei neueren Maschinen. In jedem Fall ist es aber möglich, eine digitale Auftrags tasche zu lesen und Produktionsdaten aus der Maschine an Prinect zurück zu kommunizieren.

**William C. Lamparter:** Kann man sagen, dass JDF im Jahr 2004 bereits seinen festen Platz in den Kernprozessen der Druckherstellung gefunden hat und bis ins Jahr 2010 seine „Fangarme“ weiter ausstrecken wird?

**Mark Jones:** JDF wird bis zum Jahr 2010 ein etablierter Standard sein, daran gibt es für mich keinen Zweifel.

**Frank Cost:** Übertreiben wir hier nicht etwas zu stark? Um nicht missverstanden zu werden: Würde ich heute eine Druckerei bauen, ginge ich zu Heidelberg und würde einfach alle Prinect-Lösungen kaufen, ein Werk bauen und ein optimaler JDF-Workflow wäre fertig. Allerdings warne ich vor einer übertriebenen Darstellung der Möglichkeiten.

**Ray Cassino:** Heidelberg übernimmt aus diesem Grund zur Zeit zwei Rollen: Einmal verknüpfen wir mit Prinect Prozesse zu einem nahtlosen Ganzen, andererseits arbeiten wir gemeinsam mit anderen Unternehmen in der CIP4-Organisation, um den Standard weiterzuentwickeln. Die Mitgliederentwicklung zeigt, dass wir auf breite Unterstützung treffen. Inzwischen zählt CIP4 schon über 270 Mitgliedsunternehmen – darunter alle großen Hersteller von Druckmaschinen und CtP.

**Frank Cost:** Gibt es bereits eine Maschine oder ein Verfahren, um JDF zu prüfen und zu validieren?

**James Mauro:** Hier muss man zunächst zwischen zwei wichtigen Aspekten differenzieren. Zum einen muss die Struktur eines JDF den Spezifikationen von CIP4 entsprechen, zum anderen muss ein JDF auch tatsächlich sinnvolle Informationen enthalten. Bei Ankunft eines JDF prüft Prinect daher zunächst, ob die Struktur den Spezifikationen entspricht, und im nächsten Schritt, ob die Inhalte Sinn ergeben oder eventuell gar nicht eingelesen oder interpretiert werden können. Dabei ist nicht auszuschließen, dass Struktur und Inhalte stimmig sind, der mangelnde Automatisierungsgrad des Maschinenparks jedoch eine Weiterverarbeitung nicht zulässt.

**William C. Lamparter:** Aber es muss doch möglich sein, JDF durch eine Software zu prüfen, die uns sagt: A ist mit B kompatibel oder bei dieser und jener Maschine ist mit Schwierigkeiten zu rechnen.

**Dennis Ryan:** Kompatibilität ist prinzipiell immer gewährleistet, wenn jedes in den Workflow eingebundene System sich an die Interoperability Conformance Specifications, kurz: ICS, von CIP4 hält. Als Hersteller tragen wir aber natürlich dafür Sorge, dass JDF-Daten für ältere Maschinen konvertiert und verständlich gemacht werden können. Und natürlich beteiligen wir uns an den umfangreichen Interoperabilitätstests von CIP4, um die ICS zu definieren. Ebenso selbstverständlich arbeiten wir intensiv mit Druckern und Herstellern zusammen, um ein Verständnis für deren Anliegen und Ideen zu bekommen. Danach werden die Installationen durch spezifische Tests vorbereitet, um den Kundenerwartungen gerecht zu werden.

**William C. Lamparter:** Das wird dann wohl in den nächsten fünf Jahren so bleiben ...

**Ray Cassino:** Nein, alles wird sehr viel schneller gehen, denn viele Hersteller und Unternehmen sind sehr daran interessiert, dass ihre Produkte oder ihre Prozesse JDF-kompatibel sind. Sie arbeiten sehr intensiv daran, dass schnellstmöglich Lösungen gefunden werden. Wir gehen davon aus, dass die ICS noch dieses Jahr verabschiedet werden (Anmerkung der Redaktion: Dies ist durch die CIP4-Organisation inzwischen bereits geschehen) und anschließend immer mehr Installationen live in der Produktion zum Einsatz kommen. ▶

**Frank Cost:** Ein Problem ist zweifellos, dass



Mark Jones, Vorstand von Imagination Integration LLC, USA, unterstützt Unternehmen als unabhängiger Berater bei Projekten mit den Schwerpunkten Druckvorstufe und vernetzte Produktionsprozesse.



William C. Lamparter, Präsident der Print-Com Consulting Group, USA, ist ein renommiertes Kenner von Druckbranche und -technologie.

Dennis Ryan ist Produkt Manager für Prinect Production Solutions bei Heidelberg USA. Er hat bereits 26 Jahre Erfahrung mit Farbmanagement- sowie Workflowsystemen.



viele Menschen JDF für etwas Intelligentes halten. Dabei gibt es bei JDF keine Intelligenz. Es ist einfach ein hierarchisch strukturiertes Austauschdateiformat, ein leerer Behälter zum Hinterlegen und Entnehmen von Informationen. JDF erledigt auch keine Arbeiten. Es liefert lediglich auf effiziente Weise verlässliche Informationen darüber, was zu tun ist.

**William C. Lamparter:** Einverstanden, aber nicht zur Einrichtung der Maschinen. Diese Informationen muss jemand in das System eingeben. Sonst kann die Maschine nicht automatisch eingerichtet werden.

**Jörg Bauer:** Die Eingabe der Daten ist natürlich notwendig, aber in einer über JDF integrierten Lösung kann man auf die mehrfache Eingabe identischer Daten an mehreren Geräten verzichten. Dadurch eröffnen sich erhebliche Rationalisierungspotenziale. Beispielsweise werden in integrierten Systemen die Papierformate im MIS eingegeben, so dass an der Druckmaschine keine erneute Eingabe erfolgen muss. Weiterhin können Voreinstellwerte voll automatisch aus den Inhaltsdaten eines Druckauftrages errechnet und damit manuelle Einstellarbeiten an Maschinen reduziert werden. Beispielsweise wenn ein Unternehmen Prinect Prepress Interface nutzt, das die Farbprofile aus einem Prepress-System an die Druckmaschine übermittelt. Ganz allgemein gesprochen ermöglichen es integrierte Systeme, die Verantwortung zur Eingabe auftragsrelevanter Daten an bestimmte Personen zu delegieren, die das ganz am Anfang der Prozesskette erledigen. Diese Personen sollten den gesamten Wertschöpfungsvorgang gut kennen und möglichst früh im Prozess – idealerweise bereits während der Kalkulation – alle für den Auftragsdurchlauf erforderlichen Daten eingeben. So werden Mehrfacheingaben vermieden. Denkbar ist sogar eine direkte Einbindung des Print-Buyers,

der über einen Internetzugang selbst den Auftrag spezifiziert.

**Ray Cassino:** Der Vorteil für Druckereien besteht darin, Zeitaufwand und Kosten zu verringern sowie Sicherheit in die Prozesse zu tragen. Return-on-Investment entsteht aber nicht durch JDF, sondern durch die integrierten Workflows innerhalb einer Druckerei. Viele Leute beginnen das zu verstehen.

**William C. Lamparter:** Mit welchen anderen Herstellern hat Heidelberg schon Interoperabilitätstests durchgeführt?

**Jörg Bauer:** Mit allen wichtigen System- und Maschinenherstellern innerhalb von CIP4. Darüber hinaus steht derzeit in Kundenprojekten die Anbindung von MIS an Prinect im Vordergrund. Das Interesse ist sehr groß. Da es weltweit sehr viele verschiedene MIS-Hersteller gibt, finden regelmäßig Treffen mit Experten der unterschiedlichsten Unternehmen statt. Und in allen wichtigen Industriestaaten werden bereits Installationen durchgeführt.

**William C. Lamparter:** Wenn Sie beispielsweise Interoperabilität mit sechs Managementinformationssystemen nachgewiesen haben, müssen Sie sich dann überhaupt noch Sorgen um irgendetwas machen?

**James Mauro:** Das ist von der Implementierung abhängig. Ist es ein Heidelberg-Workflow und gibt es ein MIS eines anderen Herstellers, müssen wir für unseren Kunden sicherstellen, dass alles reibungslos funktioniert. Natürlich ist die dritte Installation mit einem uns bekannten MIS sehr viel einfacher und sicherer als die Erste. Den Drucker interessiert nur, dass die Kombination der Systeme dauerhaft problemlos funktioniert. Hat ein Druckunternehmen eine sehr heterogene Umgebung mit vielen unterschiedlichen Maschinen und Systemen,



Meinungsaustausch: Anerkannte Branchenkenner und Technologieexperten besprechen in Chicago den Status Quo von integrierten Prozessen in Printmedienunternehmen.

empfiehlt sich zusätzlich ein Projektmanager, der sich um das individuelle System kümmert und sicherstellt, dass das Zusammenspiel aller Komponenten den Erwartungen entspricht.

**Mark Jones:** Es wird immer wieder Verbindungen zwischen Produkten unterschiedlicher Hersteller geben, die noch nie vorher realisiert wurden. In solchen Fällen muss der Druckbetrieb, der die Schnittstelle haben will, das Projektmanagement übernehmen. Doch sobald JDF etabliert ist, es also beispielsweise Serienfreigaben für das Zusammenspiel von Rampage-Workflows und der Signa Station mit nachgewiesener Interoperabilität gibt, ändert sich die Situation. Dann implementiert ein Druckbetrieb einfach die Software Pakete, richtet die Schnittstellen ein und alles funktioniert. Wobei natürlich zum Finetuning ein Upgrade der einzelnen Systemkomponenten durchgeführt werden muss.

**William C. Lamparter:** Heidelberg wurde dafür kritisiert, sich zu isolieren und nicht zu kooperieren. Teilweise beruht das auf der Aussage, zunächst Interoperabilität zwischen den eigenen Produkten erreichen zu wollen und erst an zweiter Stelle für Produkte anderer Hersteller.

**Jörg Bauer:** Heidelberg hat sich zunächst sehr stark darauf konzentriert, den CIP4-Standard zu etablieren und eine Definition der ICS zu erreichen. Aufgrund der großen Anzahl weltweit aktiver MIS-Hersteller sind wir aber nicht in der Lage, nur aus Marketinggründen mehr oder weniger ‚privat abgestimmte‘ Schnittstellen zu implementieren, die dann möglicherweise nicht einmal dem CIP4-Standard entsprechen. Viel wichtiger ist es uns, der Verantwortung gegenüber unseren Kunden gerecht zu werden. Denn unsere Abnehmer sind darauf angewiesen, dass ihre integrierten Systeme über Jahre hinweg stabil genutzt werden können.

Führt man sich dann noch das persönliche Engagement von Heidelberg-Mitarbeitern in der CIP4-Organisation vor Augen, wird klar, dass Heidelberg nicht nur Initiator, sondern auch entschiedener Förderer des JDF-Standard ist. Derzeit sind drei Heidelberg Mitarbeiter ständig in der CIP4-Organisation als Mitarbeiter aktiv, zusätzlich senden wir jeweils mehrere Mitarbeiter zu allen Interoperabilitätstests. Rainer Prosi ist Chief Technical Officer von CIP4 und widmet der Organisation sehr, sehr viel Zeit. Auch Christian Anschütz, der Membership Officer, ist von Heidelberg und ich selbst habe einen Sitz im CIP4 Advisory Board.

**William C. Lamparter:** Benötigt man für die Implementierung vernetzter Workflows überhaupt ein MIS? ▶



Als Director of Prepress Product Management gilt das besondere Interesse von Raymond Cassino den neuen CtP-Lösungen, den Verfahren des Digital Proofings sowie den CIP3/CIP4-Technologien. Er arbeitet seit 1997 für Heidelberg USA.



Jörg Bauer ist Vice President Prinect Productmanagement bei Heidelberg Deutschland. Seit zwei Jahren trägt er im Beirat der CIP4-Organisation zur Optimierung integrierter Prozesse für die Printmedienindustrie bei.



Frank Cost ist Professor für digitales Publishing und Drucktechnik am College of Imaging Arts and Sciences des Rochester Institute of Technology, USA. Er berät eine Vielzahl bekannter Unternehmen und Forschungsinstitute im Bereich der grafischen Industrie.



James Mauro ist Produkt Manager für Prinect Lösungen bei Heidelberg USA. Als Sprecher der CIP4-Organisation trägt er maßgeblich zur Weiterentwicklung vernetzter Workflows und des JDF-Standards bei.

**Dennis Ryan:** Wie empfehlen unseren Kunden genau dort anzusetzen, wo der Schuh am meisten ‚drückt‘ und ‚quick wins‘ möglich sind. Ist ein Kunde beispielsweise damit zufrieden, Kalkulation und Abrechnung in Form einer Excel Tabelle oder mit einem nicht integrierbaren Alt-MIS zu erstellen, hat aber akute Probleme mit der Farbvor-einstellung und keine gute Makulaturquote, sollte er natürlich sein Augenmerk zunächst auf die Workflows in der Produktion richten. Unsere bisherigen Erfahrungen zeigen deutlich, dass eine schrittweise Vorgehensweise generell von Vorteil für den Kunden ist.

**William C. Lamparter:** Aber die Unternehmen, die tatsächlich bereits implementieren, verfügen in der Regel über ein MIS. Sonst schafft JDF doch keinen Nutzen?

**Jörg Bauer:** Der Nutzen der Vernetzung von MIS und Produktion steht, wie bereits erwähnt, bei den meisten Druckereien im Mittelpunkt. Dazu gehören das Senden einer elektronischen Auftragstasche an die Produktionsmaschinen sowie entsprechende Rückmeldungen zur Auftragsverfolgung und Nachkalkulation. Weiterhin ergeben sich große Vorteile in der Vorstufe. In der Auftragsbearbeitung werden beispielsweise Druckaufträge spezifiziert, so dass man die Kalkulation durchführen und ein Angebot erstellen kann. Dabei werden sehr viele In-

formationen und Daten erfasst, die man wiederum beim Ausschießen nutzen kann. Wir können diese Informationen als Spezifikationen in ein JDF packen und automatisch eine Vorlage erstellen. Das ist eine große Hilfe, nicht nur im Hinblick auf die Zeitersparnis, sondern vor allem im Hinblick auf die Vermeidung von Fehlern.

**William C. Lamparter:** Aber wer erstellt die Spezifikationen?

**James Mauro:** Das übernehmen die Auftragsbearbeiter der Druckereien. Ich denke, das ist nicht allzu komplex. Die Sachbearbeiter müssen sich dazu nicht mit JDF befassen, sondern lediglich alle notwendigen Informationen in ihre Systeme einpflegen. Sie geben beispielsweise die Bogengröße ein, legen die Anzahl der Seiten fest und sprechen mit dem Kunden darüber, wie viele Farben er möchte. Die Herausforderung besteht nun einerseits für die MIS-Hersteller darin, diese Informationen CIP4/ICS-konform in das JDF zu schreiben, und andererseits für die Workflow-Hersteller darin, diese Daten entsprechend auszuwerten und in automatische Abläufe umzusetzen.

**William C. Lamparter:** Gut, aber sie programmieren nicht den Job. Jemand muss doch aber beispielsweise entscheiden, auf welcher Druckmaschine er laufen soll.

**Jörg Bauer:** Natürlich muss man bereits beim Ausschießen wissen, auf welcher Druckmaschine, besser gesagt: in welchem Format, produziert werden soll. Aber das ist auch schon bei der Kalkulation wichtig. Außerdem kann man die Druckmaschine auch noch zu einem späteren Zeitpunkt zuordnen, etwa mit Hilfe einer elektronischen Plantafel. Für die Nachkalkulation ist dann ebenso wichtig, die Daten auch von dieser Maschine zurückzubekommen, so dass man schnell erkennen kann, wie sich die Änderung im Vergleich zum Plan auf die Kosten ausgewirkt hat.

**Mark Jones:** Bei der Kalkulation weist man natürlich auch die Maschinen zu. Man schätzt ab, wie lange es dauern wird, den Job einzurichten und durch die Maschinen laufen zu lassen – nicht nur für die Druckmaschine, sondern für alle erforderlichen Maschinen. All das erledigt das Programm automatisch auf Grundlage von integrierten Leistungstabellen. Man gibt beispielsweise an, dass es ein Sechsfarben-Job mit einer Auflage von 15.000 Exemplaren ist, weil das für die Einrichtzeit der Maschine relevant ist. Alles andere passiert automatisch. Das Programm kalkuliert dann zuverlässig den voraussichtlichen Aufwand.

## CIP4 und JDF – Was steckt dahinter?

Hinter dem Namen CIP4 verbirgt sich ein internationales Konsortium von Herstellerunternehmen, Organisationen und Druckdienstleistern mit Sitz in der Schweiz. CIP4 hat es sich zur Aufgabe gemacht, JDF als Industriestandard zu etablieren, kontinuierlich weiter zu entwickeln und zu verbreiten.

JDF (Job Definition Format) verfolgt in Verbindung mit dem zugehörigen JMF (Job Messaging Format) das Ziel, durch Kommunikation standardisierter Daten die Integration von Geschäfts- und Produktionsprozessen in der grafischen Industrie voranzutreiben. JDF führt die Informationen aus bisherigen Standards wie etwa PPF (Print Production Format) und Portable Job Ticket Format (PJTF) zusammen. Da JDF vollständig auf der standardisierten, internetfähigen Metasprache XML basiert, können Dateien auch über das Intranet oder das Internet versendet und genutzt werden.

Weitere Informationen:  
[www.cip4.org](http://www.cip4.org)  
[www.heidelberg.com/hd/Cip4](http://www.heidelberg.com/hd/Cip4)

**William C. Lamparter:** Worin besteht der Vorteil bei der automatisierten Maschineneinrichtung? Wenn ich drei Minuten spare, ist das doch fast nichts!

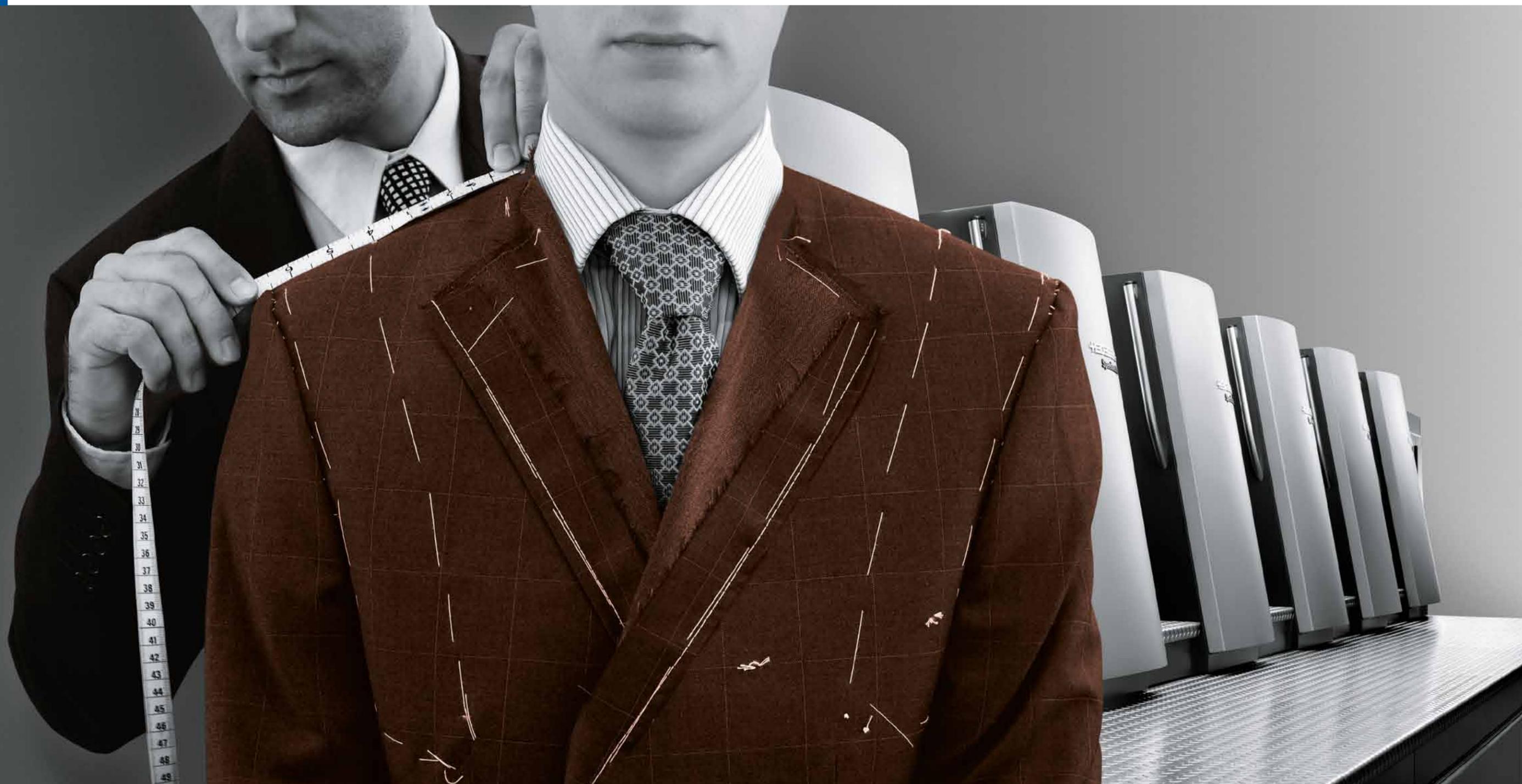
**Dennis Ryan:** Die Automatisierung gewährleistet vor allem eine einheitliche Qualität beim Einrichten. Man kann schließlich beim Einrichten einen sehr gut geschulten Bediener haben, der das perfekt erledigt. Oder auch einen weniger erfahrenen, der falsche Daten eingibt oder die Schneidemaschine inkorrekt einstellt. Der Vorteil liegt also nicht allein in der Zeitersparnis, wenn gleich diese gerade bei immer kleiner werdenden Auflagen und immer kürzeren Durchlaufzeiten erhebliche Kosteneinsparungen ermöglicht. Viel wichtiger ist jedoch, dass die korrekten Auftragsdaten ankommen, nicht mehrfach manuell eingegeben werden müssen – und natürlich auch, dass die Produktionsdaten nach Abschluss des Auftrags zurück in das MIS fließen.

**Jörg Bauer:** Über das JDF, oder genauer gesagt über die JMF-Meldungen, kann die Bearbeitungshistorie verfolgt werden und eine akkurate Nachkalkulation erstellt werden, so dass das Management alle nötigen Daten zur Steuerung des Unternehmens zeitnah zur Verfügung hat.

**William C. Lamparter:** Aber falsche Informationen und Fehler können doch auch in der Planung entstehen und nicht nur beim Bediener an der Maschine.

**Ray Cassino:** Sie haben Recht. Wenn man Auftragsdaten zur automatischen Einstellung direkt in die Maschinen senden will, muss der Auftragsbearbeiter oder der Planer die Produktion gut kennen und verstehen. Daher stellt die Integration durchaus eine Herausforderung für die Mitarbeiter dar. Im Gegenzug bietet Integration jedoch nachhaltige Vorteile, wenn es um Jobkostenberechnung, Kostenkalkulation sowie Produktivität und Qualität geht.

**Jörg Bauer:** Integration macht gut qualifizierte Mitarbeiter keinesfalls überflüssig. Erst eine Kombination aus guten Mitarbeitern und hochintegrierten Systemen ermöglicht eine konstant hohe Produktivität und optimierte Qualität. Nur dadurch kann bei immer kleineren Auflagen und immer kürzeren Durchlaufzeiten die Wettbewerbsfähigkeit erhalten oder verbessert werden. Wie im Beispiel beschrieben, darf man auch nicht vergessen, dass bei der Einführung gewisse Verantwortlichkeiten im Prozess ‚upstream‘ verschoben werden, was bei richtiger Planung und entsprechend frühzeitiger Schulung der Mitarbeiter zusätzliche, nachhaltige Vorteile bietet. ■



FINANZIERUNG

## Das maßgeschneiderte Modell bringt Wettbewerbsvorteile

Bei der Investition in neue Druckmaschinen ist die Auswahl des passenden Finanzierungsmodells wichtig – immerhin bringen möglichst niedrige Finanzierungskosten ein Plus an Wirtschaftlichkeit. Ob Leasing oder Kreditfinanzierung die günstigere Alternative ist, kommt auf die individuelle Situation des Finanzierungskunden an.

Längst vorbei sind die Zeiten, in denen sich Wettbewerb vor allem innerhalb nationaler Grenzen abspielte. Mittlerweile gibt es kaum mehr einen Sektor der Wirtschaft, in dem die Unternehmen nicht täglich im globalisierten Wettbewerb ihre Position behaupten müssen. Druckereien stehen – vor allem bei größeren Aufträgen – in Konkurrenz zu internationalen Wettbewerbern. Durchsetzen können sich nur diejenigen, die mit spitzem Bleistift kalkulieren und dennoch qualitätsorientiert arbeiten. Auch die Finanzbranche sieht sich denselben Bedingungen ausgesetzt. Wie die Industrieunternehmen müssen die Banken um ihre Profitabilität kämpfen. Dazu zählt gerade im Geschäft mit Firmenkunden die Risikoversorge für Kreditausfälle. Die Folge: Wer als Druckunternehmer einen Investitionskredit für neue Maschinen benötigt, hat vielerorts nicht mehr auf die einfache Weise Zugang zu Bankkrediten, wie es noch vor einigen Jahren der Fall war.

Gleichwohl liegt gerade in der Finanzierung ein wichtiger Faktor für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. Dabei geht es nicht allein um die Frage, ob die Finanzierung einer Neuinvestition genehmigt oder abgelehnt wird. Nicht zu unterschätzen sind die Kosten des Finanzierungsmodells – gerade bei den oft hohen Investitionssummen in der Druckbranche, können sich schon geringe Unterschiede beim Zins zu hohen jährlichen Summen addieren. „Für die Unternehmen der Druckbranche stellen solche Neuanschaffungen ja Kerninvestitionen dar, und deshalb können Fehler bei der Finanzierung von Druckmaschinen erhebliche Auswirkungen auf den gesamten Betrieb haben“, betont Holger Ehrsam, Mitglied der Geschäftsleitung der SüdLeasing-Gruppe mit Sitz in Stuttgart, Deutschland, und dort zuständig für das internationale Geschäft.

**Zwei Alternativen im ersten Schritt.** Für Unternehmer ist es sinnvoll, im ersten Schritt sowohl die Kreditfinanzierung wie auch Leasing als Alternativen in Betracht zu ziehen. Beide Varianten haben ihre Vorzüge und Nachteile – doch welche davon überwiegen, lässt sich nicht pauschal beurteilen. „Es kommt auf die individuelle Situation der Druckerei an“, sagt Holger Ehrsam, Spezialist für Value Management und Unternehmensfinanzierung bei der Commerzbank.

Der Leasingvertrag ist praktisch eine Kombination aus Miet- und Kaufvertrag. Das bedeutet: Die Druckerei verbindet dabei die Möglichkeit, die gewünschte Maschine zunächst für einen bestimmten

Zeitraum wirtschaftlich zu nutzen mit der Chance, sie zu einem späteren Zeitpunkt zu erwerben. Denn am Laufzeitende des Leasingvertrages hat der Kunde in der Regel die Möglichkeit, das Vertragsobjekt zu kaufen. Dennoch sollte der Leasingvertrag nicht mit einem herkömmlichen Mietvertrag verwechselt werden, denn es gibt in juristischer Hinsicht einige bedeutsame Unterschiede. So stellt sich Leasing als Dreiecksgeschäft zwischen Hersteller, Leasingnehmer (Nutzer) und Leasinggeber (Finanzierer) dar.

**Ein Beispiel:** Ein Druckunternehmen entscheidet sich dafür, eine neue Bogenoffset-Maschine zu leasen. Es teilt seinen Leasingwunsch dem Hersteller mit, woraufhin dieser die Maschine an den ausgewählten Leasinggeber verkauft. Geliefert wird die Maschine an die Druckerei, welche die vereinbarten Raten an den Leasinggeber überweist. Dieser kann hierbei sowohl eine Tochtergesellschaft des Herstellers als auch ein völlig unabhängiges Leasingunternehmen sein. Im Vergleich zum klassischen Mietvertrag ist der Leasingnehmer jedoch in Haftungsfragen zumeist so gestellt, als hätte er das Wirtschaftsgut direkt vom Hersteller gekauft. Das bedeutet in der Praxis: Der Hersteller ist beispielsweise im Garantiefall der alleinige Ansprechpartner für die Druckerei.

Einer der wichtigsten Vorteile des Leasings gegenüber der Kreditfinanzierung liegt darin, dass im Vergleich zur Bankfinanzierung die Werthaltigkeit der finanzierten Maschine weitaus stärker in die Finanzierungsentscheidung einbezogen wird. Ein Leasinggeber mit hoher Branchenexpertise kann die tatsächliche Wertentwicklung einer Druckmaschine – und damit letztlich das Finanzierungsrisiko – wesentlich genauer einschätzen als eine Universalbank, die bei der Bewertung von Sicherheiten häufig hohe Abschläge vom Buchwert vornimmt. Leasing kann somit oft den besseren Zugang zur Finanzierung bieten, wenn es um die Finanzierung von Druckmaschinen geht – vor allem dann, wenn die Druckmaschine – je nach Hersteller und Wartungszustand – auch noch nach Jahren vergleichsweise hohe Preise im Wiederverkauf erzielen kann.

So vielfältig die Art der Güter, die geleast werden können, sind auch die Möglichkeiten bei der Ausgestaltung des Vertrags. Ob Sonderzahlungen zu Beginn oder am Ende der Vertragslaufzeit, fixe oder variable Leasingraten: Die Möglichkeiten der Vertragsgestaltung lassen beim Leasing große Spielräume zu. Gerade für Druckereien finden sich interessante Leasingkonzepte. Zunächst einmal ist bei der Vertragsgestaltung zwischen „Financial Leasing“ und „Operating Leasing“ zu unterscheiden. Die größere Ähnlichkeit mit einer Kreditfinanzierung hat das Financial Leasing. „Diese Variante entspricht aus Sicht des Leasingnehmers einem fremdfinanzierten Anlagenkauf“, schreibt die schweizerische Bank UBS in ihren Leasinginformationen. Die Verträge laufen fest über mehrere Jahre und sind während der Laufzeit unkündbar. Zumeist sind die Leasingraten so kalkuliert, dass am Ende der Laufzeit die finanzierte Anlage zum größten Teil

## Wie entwickeln sich die Zinsen?

Land	3 Monate		10 Jahre	
	01/05	01/06	01/05	01/06
Euroland	2,1 %	2,4 %	3,7 %	4,8 %
USA	2,6 %	4,1 %	4,3 %	5,5 %
Japan	0,1 %	0,3 %	1,4 %	2,2 %
Großbritannien	4,9 %	4,4 %	4,5 %	4,5 %
Schweiz	0,7 %	1,5 %	2,3 %	3,3 %
Australien	5,3 %	5,8 %	5,4 %	6,0 %
Kanada	2,5 %	3,3 %	4,3 %	5,3 %

12-Monats-Prognose der Deutschen Bank zu 3-Monats-Anlagezinsen und Umlaufrenditen 10-jähriger Anleihen.

abgezahlt ist und dann vom Leasingnehmer übernommen wird. Leasingverträge mit kürzerer Grundlaufzeit werden unter dem Begriff „Operating Leasing“ zusammengefasst. Allerdings sind solche Verträge in der Praxis zumeist nicht kurzfristig kündbar – zumindest nicht ohne finanzielle Nachteile. Aufgrund der oftmals höheren Grundkosten findet diese Variante in der Finanzierung langlebiger und hochwertiger Druckmaschinen kaum Anwendung. Eher zu finden ist das „Operating Leasing“ bei der Finanzierung von schnelllebigem Technikgütern wie beispielsweise IT-Komponenten.

**Modelle mit variablen Komponenten.** In den letzten Jahren hat die Leasingbranche einige Innovationen entwickelt, um die Finanzierung möglichst passgenau auf Nutzung und Ertrag der finanzierten Maschinen abzustimmen. So sind bei manchen Anbietern Verträge möglich, bei denen die Höhe der Leasingrate je nach Auslastung der damit finanzierten Maschine variiert werden kann. Der Leasinggeber hat dann zwar in Zeiten niedriger Auslastung geringere Einnahmen, doch dafür findet der Wertverlust der Maschine langsamer statt, weil sie weniger Betriebsstunden vorzuweisen hat. Der Nutzer wiederum hat den Vorteil, dass die Betriebseinnahmen und -ausgaben durch die Anpassung der Leasingraten in einem für ihn optimalen Verhältnis stehen.

Allerdings ziehen Manfred Grundl und Stephan Knuppertz, zuständig für den Bereich Financial Services der Heidelberger Druckmaschinen AG, in ihrer Bewertung solcher Modelle klare Grenzen. Manfred Grundl: „Dies ist nur dann wirtschaftlich sinnvoll und vertretbar, wenn sich auch eine variable Rate stets am Wertverlust der Maschine orientiert.“ Ohnehin habe die grundsätzliche Variabilität bei der konkreten Vertragsgestaltung meist ihre Grenzen, wenn beispielsweise eine vorgeschriebene Mindestauslastung unterschritten

wird. Damit verbundene Klauseln gewährleisten, dass das unternehmerische Risiko der Auslastung des Investitionsgutes beim Nutzer verbleibt. „Durch die Einrechnung von fixen Pauschalen – zum Beispiel für Ersatzteile oder Serviceleistungen und Versicherungsprämien – sind nutzungsabhängige Modelle in der Praxis meist deutlich teurer als klassische Finanzierungsinstrumente und damit unwirtschaftlich für unsere Kunden“, resümiert Geschäftsführer Stephan Knuppertz.

**Auch klassische Finanzierung hat Vorteile.** Neben der Leasingfinanzierung mit all ihren Varianten hat auch die Kreditfinanzierung durchaus ihre Daseinsberechtigung. Mit dem sorgfältigen Anbietervergleich und einer günstigen Gestaltung des Kreditvertrags lassen sich gerade bei großen Investitionen in erheblichem Umfang Zinsen sparen. Vor allem kapitalkräftige Unternehmen können mit günstigen Bankfinanzierungen ihre Finanzierungskosten minimieren. „Wenn von vornherein ein hohes Maß an Eigenmitteln eingesetzt werden soll, kann die Kreditfinanzierung im Vergleich zu Leasing die günstigere Alternative sein“, gibt Holger Ehrsam zu bedenken. Zum Kreis der klassischen Finanzierungsinstrumente zählen auch der Raten- und Mietkauf. Beim Ratenkauf übernimmt der Hersteller die Funktion des Kreditgebers, so dass der Kunde bei Kauf, Service und Finanzierung aus einer Hand betreut wird. Der Käufer ist von Beginn an Eigentümer des finanzierten Objektes, doch in aller Regel muss dem Kreditgeber eine angemessene Kreditsicherheit gestellt werden. Beim Mietkauf bleibt die Maschine hingegen während der Mietzeit im Eigentum des Vermieters, und der Eigentumsübergang erfolgt automatisch mit der Zahlung der letzten Rate. Zu den betriebswirtschaftlichen Kriterien bei der Wahl zwischen Leasing, Kredit und Raten- oder Mietkauf kommen noch steuerliche und bilanzielle Einflüsse hinzu, die je nach nationalem Steuerrecht und geplanter Finanzierungsform sowohl für Leasing als auch für die klassischen Finanzierungsmodelle Vor- und Nachteile bringen. So müssen beim Financial Leasing die finanzierten Maschinen in der Bilanz aktiviert werden, wenn der Leasingnehmer nach den international verbreiteten Rechnungslegungsstandards US-GAAP oder IAS bilanziert. Auch bei der Umsatzsteuer sind bei Kauf oder Leasing je nach Land unterschiedliche Auswirkungen zu beachten.

**Nutzungsausfall versichern.** Unabhängig davon, welche Finanzierungsform gewählt wird, sollte die fremdfinanzierte Investition gegen Nutzungsausfall versichert werden. Gerade bei wertvollen Druckmaschinen kann bei hohem Fremdfinanzierungsanteil ein längerer Ausfall oder Totalausfall existenzbedrohend sein. Aus die- ▶

## „Fehler bei der Finanzierung von Druckmaschinen können erhebliche Auswirkungen auf den gesamten Betrieb haben“.

Holger Stuhlmann

### Heidelberg Financial Services

In der Sparte Financial Services sind die Aktivitäten der Heidelberger Druckmaschinen AG in der Absatzfinanzierung zusammengefasst. Heidelberg verwaltet weltweit ein Finanzierungsvolumen von derzeit rund 600 Millionen Euro und beschäftigt mehr als 80 Mitarbeiter im Bereich Beratung und Kreditmanagement. Über den Globus verteilt, bieten sechs Finanzierungsgesellschaften und zahlreiche Finanzierungsexperten in den Vertriebsgesellschaften den Kunden vor Ort Beratung und Vermittlung in Finanzierungsfragen.



Manfred Grundl (links) und Stephan Knuppertz sind die beiden Geschäftsführer der Heidelberg Print Finance Deutschland und leiten gemeinsam das weltweite Geschäft mit Absatzfinanzierungen.

sem Grund verlangen sowohl kreditgebende Banken als auch Leasinggesellschaften zumeist eine angemessene Deckung dieser Risiken durch eine Maschinenversicherung. Beim Leasing von kapitalintensiven Maschinen kann in den ersten Jahren ergänzend dazu eine Unterdeckungsversicherung in Betracht gezogen werden. Denn: Im Fall des Totalverlustes erhält der Leasingnehmer den versicherungstechnischen Marktwert ersetzt. Je nach Leasingvariante kann dieser jedoch eine Zeitlang niedriger sein als der Buchwert der Maschine beim Leasinggeber, so dass der Leasingnehmer einen Teil der Wertdifferenz selbst tragen müsste. Durch eine Unterdeckungspolice wird diese Differenz ausgeglichen.

Angesichts der vielen Details, die einerseits die wirtschaftliche, andererseits die steuerliche Kalkulation beeinflussen, ist die Finanzierungsplanung sowohl für den Financier als auch für den Investor eine anspruchsvolle Aufgabe. Der Nutzer der Maschine muss seine finanziellen Möglichkeiten realistisch einschätzen. Dabei gilt es die Chancen und Schwankungsrisiken bei der Auslastung objektiv zu ermitteln und zu überlegen, ob die Maschine langfristig im Betrieb eingesetzt werden soll oder auf Grund technologisch bedingter Innovationszyklen schon bald wieder zum Austausch ansteht. „Dabei geht es oft nicht primär um die Frage, ob die Finanzierung in der Ausgestaltung eines Leasing- oder Kreditvertrags realisiert wird“, sagt Manfred Grundl. Wichtiger ist vielmehr, dass das Finanzierungsmodell optimal an den Cash-Flow des Kunden angepasst werden kann. Diese Flexibilität ist natürlich nur in einem betriebswirtschaftlich sinnvollen Rahmen möglich, denn: „Letztlich kann und darf weder eine Leasinggesellschaft noch ein Hersteller das unternehmerische Risiko für eine Investition ihres Kunden übernehmen“, betont Grundl weiter.

Unabhängig davon, ob eine Maschine über externe Kapitalgeber oder über die konzerneigenen Finanzierungsgesellschaften der Heidelberger Druckmaschinen AG finanziert wird, bieten die Finanzierungsberater des Unternehmens Praxishilfe beim Erstellen eines tragfähigen Finanzierungskonzeptes. Angesichts der immer komplexer werdenden Anforderungen bei Finanzierungen wird diese Fachkompetenz gerade von kleineren und mittelständischen Druckereien gerne genutzt, bestätigt Stephan Knuppertz: „Sowohl für den Kunden wie auch für uns gewinnt die Sparte Financial Services immer mehr an Bedeutung.“ ■



Heidelberg-Finanzvorstand Dr. Herbert Meyer im Gespräch mit dem HN-Team.

## „Wir verstehen uns als Berater“

Die Heidelberg Nachrichten sprach mit Dr. Herbert Meyer, Finanzvorstand der Heidelberger Druckmaschinen AG, über das Thema „Finanzierung von Equipment in der Druckbranche“.

### HN: Herr Dr. Meyer, was macht die Heidelberger Druckmaschinen AG im Bereich der Absatzfinanzierung genau?

Dr. H. Meyer: Heidelberg sieht die Kernaufgabe seiner Financial-Services-Sparte in der Vermittlung zwischen seinen mittelständischen Kunden und Finanzdienstleistern wie Banken und Leasinginstituten auf der ganzen Welt. Darüber hinaus bieten wir Finanzierungen über unsere konzerneigenen Print-Finance-Gesellschaften an.

### HN: Machen Sie damit anderen Finanzierern wie Banken oder Leasinggesellschaften Konkurrenz?

Dr. H. Meyer: Wir verstehen uns nicht als Konkurrenten zu Finanzierern, sondern als unabhängige und neutrale Berater, die bei Bedarf auch eine eigene Finanzierungslö-

sung erarbeiten können. In den meisten Ländern arbeiten wir vorrangig vor Ort mit renommierten Banken und Leasinggebern zusammen. Das kann aber bisweilen schwierig sein, wenn etwa in einem Land der Finanzmarkt erst im Aufbau begriffen ist oder aufgrund hoher Branchenkonzentration und Margendruck die Banken sehr restriktiv bei der Kreditvergabe sind. Wenn in solchen Fällen eine Druckerei trotz guter Bonität kaum Möglichkeiten zur Finanzierung vorfindet, können wir eine eigene Lösung anbieten – der Schwerpunkt unserer Tätigkeit liegt in diesem Bereich.

### HN: Wie ist dabei die Vorgehensweise?

Dr. H. Meyer: Wenn der Kunde dies wünscht, unterstützen wir ihn bei der Erstellung eines Finanzierungskonzeptes. Wir sind sehr erfolgreich dabei, Drucker und Finanzierungspartner zusammen zu bringen. Diesen Prozess verantwortungsbewusst zu moderieren ist letztlich wichtig für die gesamte Branche, um zu vermeiden, dass betriebswirtschaftlich sinnvolle Investitionsvorhaben an ungeklärten Vorbehalten in der Finanzierung scheitern ...

### HN: ... die ja häufig auf den Zahlen aus der Vergangenheit aufbauen.

Dr. H. Meyer: Richtig. Bei vielen Unternehmen, die heute eine Kerninvestition vornehmen möchten, sehen nach Jahren der Rezession in der Druckindustrie für einen Financier die Bilanzen auf den ersten Blick wenig attraktiv aus. Hier gilt es, beim Financier Verständnis für Prozesse und Ertragspotenziale in der jeweiligen Druckerei zu schaffen. Ob der Kunde am Ende über seine Hausbank, über einen unserer Partner oder über uns selbst finanziert, ist zweitrangig. Wichtig ist, dass Kunden, die über eine ausreichende Kreditbonität verfügen, die Kompetenz unserer Berater nutzen können, um für ihre Investitionen die optimale Finanzierung aufzustellen. ■



# Ein Orden für die Presse

Ein Frauenorden der katholischen Kirche gibt eine Tageszeitung heraus? Der Orden ist Eigentümer einer Druckerei, die noch dazu als Aktiengesellschaft geführt wird und zu der sogar zwei Buchläden, einige Verlage und ein Kopierladen gehören? Diese seltsame Kombination ist wohl einmalig in der Welt und nur im schweizerischen Freiburg zu finden – in der Druckerei von St. Paul.

Wer das ehemalige Kloster mit der Hausnummer 42 auf dem Boulevard de Pérolles in Freiburg betritt, atmet sofort ein Stück Geschichte ein. Im Aufgang zum zweiten Stock erblicken Mitarbeiter und Besucher aus buntem „Kirchenglas“ gefertigt das lebensgroße Bild von Johannes Gutenberg, dem Erfinder des Buchdrucks mit beweglichen Lettern. Das Tageslicht, das durch die Glasfassade fällt, lässt ihn hell erstrahlen. Das Kloster

und seine Bewohner, die Ordensschwwestern von St. Paul, haben sich von Beginn ihrer Gründung an neben dem Wirken für die katholische Kirche dem Druck und der Pressearbeit verpflichtet. Die Schwestern haben sich mittlerweile in ein neues Wohnhaus, gleich in der Nähe, zurückgezogen und der Druckerei das gesamte Anwesen überlassen. Im oberen Stockwerk befinden sich heute die Büroräume der Druckerei, aber auf den Gängen stehen noch immer die alten, höl-

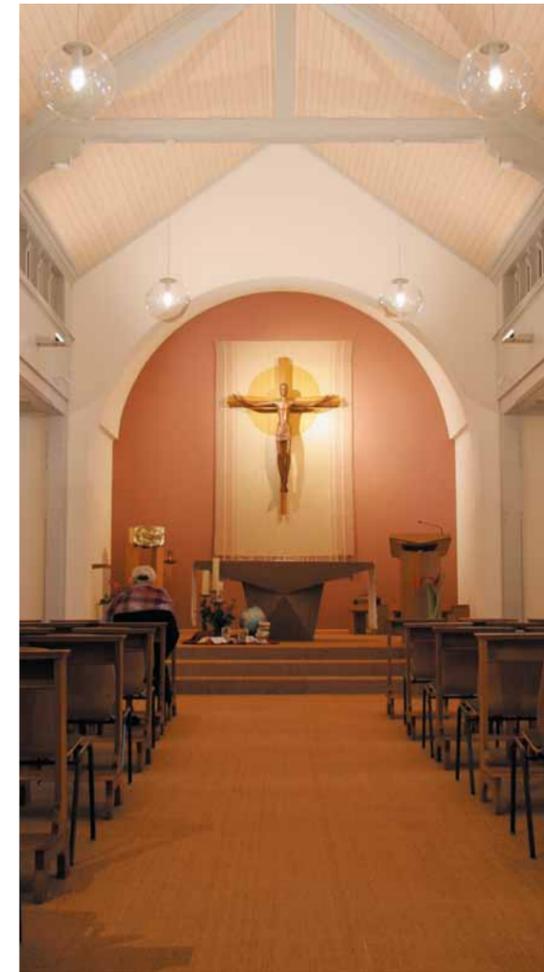
zernen Kleiderschränke der Schwestern, die hier einst lebten. Und unter dem Dach, zwei Stockwerke über dem Drucksaal, findet sich, wohl einmalig auf der Welt, noch eine wunderschöne Kapelle des Ordens.

**Es war einmal ...** Alles begann am 1. Oktober 1871 mit dem Erscheinen der ersten Ausgabe der „La Liberté“, der französischsprachigen Tageszeitung im Kanton Freiburg. Gründer des Pauluswerks und der Schwesterngemeinschaft St. Paul war der katholische Priester Joseph Schorderet. Die Schwestern wurden von Beginn an für die Pressearbeit sowie zu Mitarbeitern der Druckerei ausgebildet und in der Vorstufe eingesetzt. „La Liberté“ ist heute die auflagenstärkste Tageszeitung in der Region, eine der besten in der französischsprachigen Schweiz, und noch heute sind die Ordensschwwestern die Herausgeberinnen der Zeitung. „Es ist eine Zeitung, die alle Bereiche abdeckt, wie eine normale Tageszeitung, mit einem starken internationalen Teil“, so Schwester Alice Fries, die aus Winterthur bei Zürich in der Schweiz stammt und im Oktober 1959 in den Orden eingetreten ist. Sie hat ununterbrochen in der Druckerei gearbeitet und ist noch immer für den Papierreinkauf sowie administrative Aufgaben verantwortlich.

Die Paulus-Schwesterngemeinschaft wurde 1873 gegründet. In seiner Hochphase gegen Ende der 1950er Jahre, zählte der Orden etwa 240 Schwestern. Heute sind es noch etwa 120, wobei Novizen in den letzten Jahren überwiegend aus den Niederlassungen außerhalb der Schweiz hinzugekommen sind. In sechs Ländern ist der Orden tätig: Schweiz, Frankreich, Kamerun, Vietnam, Madagaskar und dem Senegal. Der Orden unterhält auch dort Druckereien. Es handelt sich dabei überwiegend um Missionsdruckereien, die im Dienst der Kirche stehen. Zu Beginn wur-

den in den Missionen überwiegend Druckprodukte im Zusammenhang mit der Missionierung hergestellt. Heute werden dort vor allem auch Geschäfts- und Werbedrucksachen, beispielsweise in Kamerun sowie im Senegal, gedruckt. In Frankreich hatte der Orden ebenfalls eine Druckerei, die seit etwa drei Jahren selbstständig ist. Mit den Druckereien steht man in einem guten Kontakt, unterstützt auch die Verbesserung der Ausbildung vor Ort und hilft bei der Beschaffung von neuen Maschinen. Alle Druckereien arbeiten fast ausschließlich mit Heidelberg-Druckmaschinen, denn die guten Beziehungen zwischen Heidelberg und St. Paul wurden von den Missionsdruckereien übernommen. Dass Heidelberg auf der ganzen Welt mit seinem guten Service vor Ort ist, ist dabei von großem Vorteil.

**Die Zeiten ändern sich.** Vor einigen Jahrzehnten standen noch Schwestern im Drucksaal und in der Vorstufe, kümmerten sich um den Papierreinkauf und die Verwaltung des damals noch Paulus-Druckerei und Buchhandlungen AG genannten Unternehmens. Heute hat sich nicht nur der Name in St. Paul AG geändert, die Schwestern lassen inzwischen weltliche Fachleute in den verschiedenen Abteilungen arbeiten. In der AG haben sie aber immer noch ein entscheidendes Stimmrecht, denn Generaloberin Michèle Gisiger sitzt mit mehreren Schwestern sowie weltlichen Vertretern im Verwaltungsrat. „Aber das Stimmrecht wird immer im Sinne des Unternehmens und der daran geknüpften Arbeitsplätze eingesetzt“, berichten die Ordensschwwestern Alice Fries und Theres Rotzler. Einige Schwestern finden sich im Alltag auch heute noch in der Setzerei, in der kaufmännischen Verwaltung, im Verlag und der Buchhandlung, die ebenfalls zur AG gehören. „Es arbeiten aber nur noch drei Schwestern direkt in der Druckerei. Als ich eingetreten bin, waren es immerhin 70“, er-



Klosteridylle über dem Drucksaal: Kapelle unter dem Dach der „Imprimerie“ St. Paul.

zählt Alice Fries, die mit einem gewissen Stolz in der Stimme erklärt: „Die Aktiengesellschaft und damit die Druckerei gehören auch heute noch zu 100 Prozent dem Orden.“

**Eine hochmoderne Druckerei.** Die Freiburger Aktiengesellschaft hat insgesamt ca. 330 Mitarbeiter, davon arbeiten etwa 180 in der Druckerei, rund 80 in der Redaktion und der Marketingabteilung der „La Liberté“, die übrigen im Verlag und Buchhandel. Außerdem sind gut 120 Zeitungsausträger für das Unternehmen tätig. Auch die Produktion und der Versand der deutschsprachigen „Freibur-



Die St. Paul AG – Tradition und Moderne treffen aufeinander. Dies zeigt sich schon am alten (links) und neuen Eingang zur Druckerei.

ger Nachrichten“ sowie verschiedene Wochen- und Kundenzeitschriften werden durch die Druckerei realisiert. Die Hauptkunden im Bogenoffset-Bereich sind überwiegend Verlage, Werbeagenturen und einige große Kundeninformationsbroschüren, bei denen ein direkter Kundenkontakt besteht.

**Vollstufiger Betrieb.** Die Paulusdruckerei ist heute das größte Medienunternehmen der Universitätsstadt Freiburg. Das Druckhaus ist ein moderner, vollstufiger Betrieb mit Vorstufe, die mit CtP arbeitet, Druck und Weiterverarbeitung. Bis in den Drucksaal hinein ist das Unternehmen durch einen Workflow vernetzt. Die Weiterverarbeitung soll allerdings nicht angeschlossen werden, da nur die kleineren Aufträge vor Ort weiterverarbeitet werden, während der größte Teil an einen nahe gelegenen Buchbinder geht. „Sammelheften erledigen wir selbst, darauf sind wir mit den vielen Zeitschriften auch angewiesen. Aber im Buchbereich machen wir nur Klebebindung für kleine Auflagen und der Rest geht raus. Im Bogenbereich wird das Schneiden und Falzen

komplett und das Broschürenausrichten zu 80 Prozent intern abgearbeitet“, berichtet Michel Berset (60), der Produktionsleiter im Druckhaus. „Wir haben einen Großteil der Weiterverarbeitung ausgelagert, weil wir nicht das Auftragsvolumen für die Investition haben, die wir tätigen müssten, um alles verarbeiten zu können“, so Berset weiter. „Im Bereich Bogenoffsetdruck und Weiterverarbeitung setzen wir voll auf Heidelberg-Ausstattung. Bereits die ersten Maschinen in der Gründungsphase kamen aus den Werkshallen der „Schnellpressenfabrik Frankenthal Albert & Cie.“, dem Vorläufer der heutigen Heidelberger Druckmaschinen AG“, erklärt Anton Burri, der Geschäftsführer der Druckerei. „Unsere Druckerei ist auch ISO-zertifiziert. Aufgrund der präventiven Wartung unserer Anlagen und der Zuverlässigkeit der Maschinen haben wir die Produktion gut im Griff, daher sind beispielsweise außerplanmäßige Einsätze des Heidelberg-Services nicht häufig notwendig“, meint Burri weiter. Das Druckhaus arbeitet zweischichtig, von kleinen Auflagen bis in den Bereich für die Rolle im Zeitungsdruck. Im

Buchbereich liegen die Auflagen in der Regel zwischen 2.000 und 10.000 Exemplaren. Für den hauseigenen Verlag AcademicPress, der mit der Freiburger Universität liiert ist, werden Auflagen überwiegend unterhalb der 1.000 Exemplare gedruckt. Im Bereich des Akzidenzdrucks sind die Auflagen höher. Generell werden bei St. Paul qualitativ hochwertige Produkte gedruckt. Der Anteil des Bogenoffsetdrucks am gesamten Druckvolumen liegt bei der Druckerei St. Paul derzeit bei rund 40 Prozent.

Es ist eine Spezialität der Druckerei, dass in zwei Sprachen gedruckt und gearbeitet werden kann. „Wir liegen hier in Freiburg auf der Sprachgrenze der Schweiz. Wir beherrschen daher Französisch und Deutsch, das ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil gegenüber den Druckereien der übrigen Schweiz, die nur Französisch oder nur Deutsch anbieten können. Wir haben beispielsweise eine französischsprachige und eine deutschsprachige Tageszeitung im Haus, die beide auf einer 64-Seiten-Rotationsmaschine gedruckt werden. Im Bogenoffsetdruck, wo wir vor



Anton Burri, Theres Rotzler, Michel Berset und Alice Fries im Drucksaal von St. Paul (von links).

allem Bücher und Akzidenzen wie Werbe-drucksachen fertigen, ist der Anteil der deutschsprachigen Produkte etwas höher als der französischsprachige. Alle Dienstleistungen, von der Vorstufe über den gesamten Druckprozess hinweg, werden perfekt in beiden Sprachen angeboten“, erklärt Anton Burri. Der Dank dafür sowie für die hohe Qualität ist eine treue Kundschaft aus der gesamten Schweiz. 1961, als Anton Burri im Unternehmen anfang, war er einer der ersten weltlichen Mitarbeiter in der Vorstufe – noch dazu als Mann – der von der Ordensgemeinschaft akzeptiert wurde. In der Zwischenzeit haben sich die Ordensschwestern immer mehr aus dem aktiven Betrieb zurückgezogen. Zum einen ist in der heutigen Druckwelt eine hohe Spezialisierung notwendig, und zum anderen leiden die Ordensschwestern auch darunter, dass der ohnehin schon weniger werdende Nachwuchs an anderen, für den Orden wichtigeren Stellen, eingesetzt wird.

#### Stichwort Nachwuchs & Ausbildung.

Die Druckerei plagt dabei das gleiche Problem wie die Druckereien in vielen Ländern: guter Nachwuchs für den Drucksaal ist immer spärlicher zu finden. Als Vizepräsident des Arbeitgeberverbandes in der Schweiz für die grafischen Unternehmen weiß Anton Burri, wovon er spricht: „Ich stelle seit einigen Jahren fest, dass die Ausbildung im dualen System, also der Wechselunterricht in

Schule und Betrieb, nach wie vor seine Gültigkeit hat. Aber immer mehr Unternehmen distanzieren sich von den Ausbildungen, weil sie weder Zeit noch Finanzen aufbringen können oder wollen. Daher bewegen wir uns auf eine Ausbildung im reinen Schulsystem zu. Eigentlich schade, dass der Praxisbezug verloren geht.“ In der Vorstufe hingegen gibt es zwar mehr als genug Bewerber, doch im Drucksaal werden es immer weniger. „Das Ganze ist ein gesellschaftliches Problem – man denkt immer noch, dass der Drucker abends mit schwarzen Händen und verschmiert bis hinter die Ohren nach Hause geht. Der Eindruck resultiert aus dem schlechten Marketing der Branche. Die technischen Entwicklungen und die Anforderungen, die ein Bewerber mitbringen muss, kommunizieren wir unzureichend. Wir brauchen heute einen Operator für moderne Maschinenleitstände, und nicht den traditionellen Gutenberg-Drucker. Aber wir bei St. Paul sehen noch keine Gefahr, dass nur noch Aushilfen eingesetzt werden, weil Fachkräfte fehlen. In unserer Weiterverarbeitung richtet eine Fachperson die Maschine ein und dann kann man mit Hilfskräften die Produktion sicherstellen. Ich kann mir vorstellen, dass es im Druckbereich auch in diese Richtung gehen wird“, meint Anton Burri. „Joseph Schorderet war ein sehr engagierter und moderner Gründer. Wenn er heute einen Orden gründen würde, wäre er mehr im Bereich neue Medien tätig und nicht nur in

der Printmedienindustrie“, ist Anton Burri überzeugt. Alice Fries und Theres Rotzler stimmen dem zu. Der Orden ist bereits in diesen Medien tätig, und das hat zuweilen auch ganz praktische Gründe: Beispielsweise ist das Radio in vielen Entwicklungsländern wichtiger als Zeitungen, denn Drucksachen können sich die Menschen dort häufig nicht leisten und der Vertrieb ist sehr schwierig“, erklärt Schwester Theres Rotzler. Sie ist 1959 ins Paulus Werk eingetreten. Von 1961 bis 2000 hat sie in der Finanz- und Personalabteilung der Druckerei von St. Paul gearbeitet.

#### Eigentümerverhältnisse mit Vorteilen.

Die eigen- und einzigartige Konstellation einer Druckerei mit einer Ordensgemeinschaft ist allen Beteiligten bewusst, denn es ist bis heute eine ‚unübliche Synthese‘. „Es ist eine einmalige Situation, dass ein Frauenorden der Eigentümer einer Druckerei und Herausgeber einer Tageszeitung ist. Für uns ist es aber ein Vorteil, einen Eigentümer zu haben, bei dem nicht Shareholder-Value-Denken im Vordergrund steht. Das ist an dieser Konstellation das wirklich Besondere“, erklärt Anton Burri. Theres Rotzler sieht noch einen weiteren großen Vorteil: „Die einmalige Stimmung bei uns überträgt sich auch auf das Arbeitsklima. Die meisten der Mitarbeiter beginnen ihr Arbeitsleben in St. Paul und bleiben hier bis zu ihrer Pensionierung. Und das Gleiche gilt für viele der Kunden, die schon seit Jahrzehnten mit der Druckerei zufrieden sind.“ ■

#### Daten & Fakten

■ Paulusdruckerei Freiburg  
Boulevard de Pérolles 42  
CH-1705 Freiburg, Schweiz  
Tel.: 0041-2 64 26 4111  
Deutsche E-Mail-Anschrift:  
druckerei@st-paul.ch  
Französische E-Mail-Anschrift:  
imprimerie@st-paul.ch

„Alle Dienstleistungen des gesamten Druckprozesses werden perfekt in Deutsch und Französisch angeboten.“ Anton Burri

NIEDERLANDE

# Genial – oder genial daneben?

Seit 1913 legt der niederländische Buchdruckerverband KVGÖ jedes Jahr seine „Kerstnummer Grafisch Nederland“ auf, die in der Branche Kultstatus genießt. „Kerstnummer“ bedeutet soviel wie Weihnachtsausgabe. Doch Weihnachtsstimmung erwartet der Leser darin vergeblich.

Das Buch „Kerstnummer Grafisch Nederland“ gilt heute als komprimierte Leistungsschau niederländischer Buchgestaltungs- bzw. Buchdruckkunst und hat sich zu einem begehrten Sammlerstück entwickelt. Grund: Seit den fünfziger Jahren gibt der Verband mit seinen rund 2.500 Mitgliedern für jede Ausgabe einem anderen Designer des Landes die Gelegenheit, seiner Kreativität zu einem vorgegebenen Thema freien Lauf zu lassen – etwa zum Begriff „Wasser“, „Zeit“, „Mobilität“ oder auch schon mal – besonders sophisticated – zum „Spiel von Auge und Psyche“. Für besonders gelungene Jahrgänge werden in Antiquariaten schon mal hundert Euro und mehr bezahlt. Ungewöhnlich bei diesem Projekt ist auch, dass zwischen 20 und 30 Drucker jeweils nur einige wenige Bögen produzieren, die meisten davon auf Heidelberg Maschinen. Sie tun dies unentgeltlich und nur der Berufsehre wegen. Wer vom Verband dazu eingeladen wird, geht fast zwangsläufig in die Walhalla der niederländischen Buchdruckergilde ein.

Irma Boom hat in einer anderen Walhalla ihren festen Platz gefunden. Trotz ihrer erst 44 Jahre gilt sie im Oranje-Land als so etwas wie die „Grande Dame“ der Buchdesigner. Bis heute hat sie mehr als 200 Bücher gestaltet, darunter das „Work Spirit Book“ der Schweizer Möbeldesign-Ikone Vitra. Ihr absolutes, in der Szene viel beachtetes Meisterwerk gelang ihr 1996, mit dem Buch zum 100-jährigen Jubiläum des Niederländischen Mischkonzerns SHV. Nicht weniger als 2.136 Seiten stark, 11 Zentimeter dick, mehrere Pfund schwer, ohne Inhaltsverzeichnis, ohne Paginierung, ohne Index. „Das Buch ist eine Reise“, beschreibt sie den gewagten Ansatz, „man findet darin Dinge, die man gar nicht finden will und macht ganz zufällige Entdeckungen.“ Mehr als fünf Jahre arbeitete sie an dem Projekt, dreieinhalb verbrachte sie allein mit der Recherche. Einschränkungen seitens des Auftraggebers gab es – vom Zeitpunkt der Fertigstellung einmal abgesehen – nicht.

**Künstlerische Freiheit ausgeschöpft.** Genau diese Freiheiten sind es, die Irma Boom so liebt. Festgefügte Briefings lehnt sie grundsätzlich ab – entweder man lässt sie, oder sie lässt es. Irma Boom weiß, was sie will, tritt sehr selbstbewusst auf, ohne dabei dominant,

arrogant, abgehoben oder zickig zu wirken. Fast sinnbildlich mag dabei gelten, dass sich ihr Ruf bis in das Land der Freiheitsstatue und der unbegrenzten Möglichkeiten herumgesprungen hat. Seit 12 Jahren lehrt sie an der renommierten Universität von Yale im amerikanischen Bundesstaat Connecticut Grafik-Design. Zweimal im Jahr tauscht sie für jeweils zwei Wochen Scribbleblock und Mac gegen Dozentenhut und Tafelkreide ein. Die berufliche Freiheitsliebe der Wahl-Amsterdamerin bekam vor einigen Jahren auch schon der niederländische Buchdruckerverband zu spüren. Ob sie denn Lust habe, die Kerstnummer zum Thema Zeit zu gestalten, fragte man sie. Nein, lautete die Antwort. Wenn, dann sollte das Thema schon etwas mit einer Kernkompetenz der Branche zu tun haben, so Boom. „Warum macht ihr nicht mal was zum Thema Farbe?“, fragte sie den Verband. Warum eigentlich nicht, antwortete der – und gab ihr sechs Jahre später den Auftrag.

**Freiheitsliebe und Gründlichkeit schließen sich nicht aus.** Im Gegenteil. Wenn Irma Boom etwas macht, dann macht sie es gründlich. Taucht ein in die Welt des Auftraggebers, sammelt, saugt sich voll, lässt gären, gebärt Ideen, verwirft, gebärt neu, verknüpft Ideen mit Inhalten, Texten, Bildern, Aussagen. Für die „Kerstnummer Grafisch Nederland 2004“ deckte sie sich mit Büchern über alles ein, was mit Farbe zu tun hat: Bücher aus der Chemie und der Physik, Bücher über Drucke, Druckfarben, Drucksysteme. „Endlos, endlos, endlos“, seufzt sie heute. „Ich schien in eine Falle getappt“, fügt sie hinzu, „Farbe gibt es überall, Farbe versteckt sich überall.“ Genau in dieser anscheinend simplen Erkenntnis aber verbarg sich schließlich die Lösung. Es machte plötzlich Klick – sie wollte die versteckten Farben an die Oberfläche bringen.

Fortan suchte Irma Boom nach Bildern berühmter Maler unterschiedlicher Epochen – von Leonardo da Vinci über Caspar David Friedrich und Auguste Renoir – bis hin zu Victor Vasarely und Andy Warhol. „Bei einem van Gogh denken Sie doch gleich an warme Gelbtöne, bei Rembrandt eher an dunklere Farben“, erläutert Boom ihren Ansatz. „Es gibt jedoch in einem Bild viel mehr Farben, als wir mit dem menschlichen Auge je wahrnehmen können.“ Vieles aber



Das Kunstwerk „LOVE“ (oben) stammt von Robert India, veröffentlicht von American Image. Darunter die dazugehörige Seite (rechts) aus der „Kerstnummer“ (links).

was der Mensch nicht kann, leistet heutzutage der Computer. Mit Hilfe von Bits und Bytes destillierte Irma Boom aus jedem der 80 von ihr ausgewählten Bilder eine Kette von Farbpixeln heraus, vergrößerte sie und entwickelte daraus streifenförmige Farbdigramme. In der 240 mal 315 Millimeter großen Kerstnummer finden sich 80 Diagramme auf jeweils gegenüberliegenden Seiten wieder. Umschlossen werden diese farblich höchst unterschiedlichen Doppelseiten von einer monochrom bedruckten Seite mit der nach Ansicht Booms attraktivsten Farbe des Bildes, dargestellt aus der Palette der Pantone-Farbskala.

## So weit, so kompliziert. Aber noch nicht kompliziert genug.

Wer zum ersten Mal Irma Booms Kerstnummer 2004 in die Hände bekommt, wird wahrscheinlich enttäuscht, zumindest aber irritiert sein. Er sieht nämlich nur die einfarbigen Seiten, nicht aber die bunten Diagramme. Das Jahrbuch wirkt daher auf den ersten Blick nicht mehr als das Musterbuch eines Herstellers bunter Papiere. Des Rätsels Lösung: Um an die vielfarbigen Diagramme zu gelangen, muss der Betrachter erst Booms Versteckspiel lösen und – ähnlich wie bei den französischen Gallimard-Büchern – mit einem Messer oder Brieföffner die leichte Perforation zwischen der Seite mit der Vollfläche und der mit den Diagrammen lösen. Zusammengestellt wurden die 80 PMS-Farben übrigens im Farblabor der Tetterode-Niederland BV, dem niederländischen Vertriebspartner von Heidelberg. Tetterode vertreibt nicht nur Druckmaschinen, sondern versorgt die gra-

fische Industrie auch mit Druckplatten, Filmen und Farben. Für den Druck der 80 Farbdigramme lieferte das in Amsterdam ansässige Unternehmen auch die komplette Druckfarbenpalette.

„Als ich den Verantwortlichen des Buchdruckerverbands die ersten Entwürfe vorgestellt habe, hat es ihnen erst einmal die Sprache verschlagen“, schmunzelt Irma Boom. „Aber sie haben sich wohl gedacht: ‚Sie wird hoffentlich wissen, was sie tut.‘“ Sie wusste es, „und heute stehen alle Verantwortlichen geschlossen hinter dem Konzept“, betont Projektleiter Alwin van Steijn. Manche Empfänger eines der 5.000 gedruckten Exemplare – Druckereien, Kunden, Designer – hätten sich vom Ergebnis enttäuscht gezeigt, stellte auch Irma Boom fest. Für die Enttäuschten sei das Konzept unverständlich. Für andere wiederum sei es „wie ein kleines Wunder“, wenn sich nach und nach die Seiten öffnen und sich ihnen immer mehr Farben erschließen. „Die einen halten es für ein großes Werk“ bringt es van Steijn auf den Punkt, „die anderen für großen Mist.“ Dazwischen gebe es nichts. „Eine derartige Polarisierung ist doch das Beste, was einem Künstler passieren kann“, freut sich Irma Boom über diese Wertung. ■

## Daten & Fakten

- Die Kerstnummer können Sie unter [www.grafischnederland.nl](http://www.grafischnederland.nl) für 49,50 Euro bestellen. Es ist allerdings nur eine begrenzte Anzahl an Ausgaben erhältlich.

DEUTSCHLAND

# Nasser Hintern inklusive

Ein Bad zu nehmen ist nichts Besonderes. Wenn es jedoch vor Publikum und voll bekleidet geschieht, sehr wohl.

Dann wird „gegautscht“, wie die Taufe bei den Buchdruckern heißt. Ein ur-deutsches Brauchtum.

Beim Klang der Fanfaren marschieren sie ein: die 26 Jünger Gutenbergs, 15 Männer und elf Frauen. Die einen sind nervös, während die anderen furchtlos in die Menge blicken, die dicht gedrängt im arkadengesäumten Hof von Schloss Ratzenhofen bei Mainburg auf das bevorstehende Spektakel wartet. „Packt an!“, erschallt das Kommando des Gautschmeisters Horst Pinsker. Mit gezielten Griffen packen die vier Gehilfen, die in ihrer Landsknechtstracht aussehen, als seien sie Gutenbergs Zeit entsprungen, ihr erstes „Opfer“.

Unter Trommelwirbel zerren sie es auf einen Stuhl, auf dem ein pitschnasser Schwamm liegt, der den Allerwertesten des angehenden Schwarzkünstlers tränkt. Doch als wär dies nicht genug, drückt einer der Gehilfen einen weiteren Schwamm über dem Kopf des Sitzenden aus. Es folgt ein Kübel Wasser, während die anderen den Malträtierten rücklings in einen mit Wasser gefüllten Holzbottich werfen. Wehren ist zwecklos. Was nach einer mittelalterlichen Bestrafung von Delinquenten aussieht, ist eine Gautschzeremonie, wie Horst Pinsker, Inhaber der gleichnamigen Druckerei im niederbayerischen Mainburg, erklärt: „Ohne Gautschen ist man kein richtiger Drucker. Erst der feierliche Taufakt berechtigt den ausgelernten Drucker, sich als zünftigen Schwarzkünstler zu fühlen.“ Pinsker weiss, wovon er spricht, schließlich hat er selbst vor gut 20 Jahren die Zeremonie über sich ergehen lassen. Und die ist nach den Aussage eines frisch Gegautschten nicht von Papp:

„Es war ziemlich unsanft und für einen Nichtschwimmer recht heftig.“ Mehr Milde ließen die Gautschhelfer mit dem weiblichen Geschlecht walten. „Nicht so schlimm wie ich dachte“, aber „verdamm nass war es“, berichten zwei Täuflinge.

**Jahrhundertealte Tradition.** Die Aufnahme in den Kreis der Jünger Gutenbergs besiegelt der Gautschbrief, eine Art Zunftzeugnis, das vom Gautschkomitee – den anwesenden Meistern und Gesellen – unterzeichnet ist. Der Gautschbrief bewahrt den Gesellen davor, bei einem Firmenwechsel noch mal ins Wasser geworfen zu werden. In der Regel, doch nicht immer, denn Pinsker nimmt es hier ganz genau: „Wir hatten einen Kollegen mit einem fränkischen Gautschbrief, den haben wir aber nicht anerkannt in Niederbayern.“ Pech für den neuen Kollegen, er musste noch mal in den Zuber.

Die traditionelle Druckertaufe ist seit Mitte des 19. Jahrhunderts überliefert. Der Brauch reicht jedoch bis ins Mittelalter zurück. „Bei den so genannten Depositionsspielen wurden jungen Studenten, oft unter derben Zeremonien, die Hörner der Unwissenheit abgeschlagen. Diese symbolhafte Handlung sollte den angehenden Akademikern klar machen, dass sie selbst und ihr Wissen noch unvollkommen seien“, erläutert Claus Maywald vom Gutenberg-Museum in Mainz. Erst eine gründliche Generalreinigung konnte sie von ihren Fehlern befreien und die Aufnahme in den Kreis vollwertiger Menschen ermöglichen. Ähnliche Bräuche kannten die Buchdrucker, bei denen der junge Geselle zuerst als „Cornut“, also Hörnerträger, arbeitete. Weil sich bei der Durchführung der Depositionsspiele Missbrauch eingebürgert hatte, verbot sie der Preußische König zu Beginn des 19. Jahrhunderts.



Nichts für Wasserscheue:  
Aus vollen Kübeln ergießt sich das  
Nass auf den angehenden Drucker.

## Anleitung zum Gautschen

Richtiges Gautschen will gelernt sein. Hier die wichtigsten Zutaten und Regeln:

- Man identifiziere einen „willigen“ Jünger der Schwarzen Kunst.
- Danach gilt es, die Ämter des Gautschkomitees zu besetzen. Es besteht aus dem Gautschmeister, zwei bis vier Packern – je nach dem zu erwartenden Widerstand des Täuflings – und dem Schwammhalter. Selbstverständlich dürfen nur Gegautschte Hand anlegen.
- Schließlich braucht man eine Reihe von Utensilien: einen Bottich mit Wasser, der auch heftigem Zappeln standhält, einen Stuhl, einen Eimer sowie zwei große Schwämme.

**Ablauf der Gautschzeremonie:**

- Zuerst legt der Schwammhalter einen nassen Schwamm auf den Stuhl.
- Danach schleppen die Packer den Täufling auf den Stuhl.
- Die Schwammhalter sorgt dafür, dass der Schwamm nicht unter der Wucht des Täuflings herunterfällt.
- Auf des Gautschmeisters Spruch von der Wassertaufe hin, drückt der Schwammhalter einen vollgesogenen Schwamm über dem Delinquenten aus und die Packer gießen ihm einen Kübel Wasser über.
- Anschließend werfen sie den Gautschling zum Tauchbad in den Wasserbottich; auch der Kopf muss unter Wasser, sonst ist es keine richtige Taufe.
- Der krönende Abschluss: Der Gautschmeister überreicht dem frisch Getauften den Gautschbrief, der die Aufnahme in den Kreis der Buchdrucker besiegelt.

Im Gautschen lebt dieses Brauchtum in vereinfachter Form fort. „Gautschen bezeichnet einen Arbeitsvorgang bei der Papierherstellung. Die nassen Papierbögen werden zwischen Filzen gestapelt und unter einer Presse vom überschüssigen Wasser befreit“, erklärt Maywald die Herkunft des Begriffs. Beim Gautschakt sagen sich die Lehrlinge symbolisch von den schlechten Gewohnheiten der Lehrzeit los. Die Sünden werden durch die Wassertaufe „ad corpus posterium“, also des hinteren Körperteils, und das anschließende Bad abgewaschen. Entsprechend heißt es im traditionellen Taufspruch: „Lasst seinen Corpus posterius fallen, auf diesen nassen Schwamm, bis beide Ballen triefen. Der durst'gen Seel gebt ein Sturzbad obendrauff, das ist dem Sohne oder der Tochter Gutenbergs die allerbeste Tauff.“ Mit beiden Ballen sind zum einen der Hintern gemeint und zum anderen die Vorgänger der Druckerwalze, die heute noch als ehrwürdige Symbole der Buchdruckkunst dienen. Ursprünglich wurden nur Buchdrucker gegautscht. „Infolge der industriellen Entwicklung des Gewerbes entstanden neue Fachberufe. Heute gehören auch Mediengestalter für Print- und Digitalmedien in die Zunft“, sagt Gautschmeister Pinsker.

**Erfolgreiche Zukunft.** Doch wie passen modernste Technik und traditionelles Brauchtum zusammen? Pinsker, dessen Unternehmen alle Druckstufen abdeckt, sieht darin keinen Widerspruch. „Wir setzen bei unserem Equipment immer auf die neueste Technologie. Das Gautschen gehört zur Firmenkultur“, sagt er. Im Schnitt alle sechs Jahre lädt Pinsker zur Gautschfeier auf Schloss Ratzenhofen ein. Bei den rund 20 Kandidaten, den 125 Mitarbeitern und Angehörigen sowie den geladenen Gästen kommt die Druckertaufe gleichermaßen gut an: „Es ist ein großer Spaß. Bei Speis und Trank ausgelassen zu feiern, festigt die Identifikation mit dem Betrieb und die persönlichen Beziehungen.“ Darauf legt Pinsker großen Wert. „Langfristige Kundenkontakte sind uns sehr wichtig. Ebenso Qualität und Zuverlässigkeit. Meine Mitarbeiter arbeiten gewissenhaft und denken mit“, berichtet er weiter. Genau diese Einstellung fördert das Gautschen, bei der sich die Lehrlinge von „Hudlei und falschem Brauch“, wie es im Gautschbrief heißt, freisprechen. Mit Erfolg, denn Pinsker Druck und Medien ist seit Jahren auf Wachstumskurs. Alle Gautschlinge werden übernommen. Wohl auch in sechs Jahren, wenn es wieder heißt: „Packt an, Gesellen!“ ■



Beispiel eines Gautschbriefs.

## Daten & Fakten

- Kostenlose DVDs der Gautschfeier bei der Druckerei Pinsker sind erhältlich unter horst@pinsker.de. Nur solange der Vorrat reicht.
- Das Freilichtmuseum Hessenpark, Deutschland, veranstaltet einmal im Jahr ein Gautschfest. Das diesjährige Gautschfest findet am 28. August 2005 statt. Die historische Druckerei im Hessenpark ist von März bis Oktober jedes 1. Wochenende im Monat geöffnet. Dort führen Setzer, Drucker, Buchbinder ihr Handwerk vor. Freilichtmuseum Hessenpark  
Laubweg 5  
61267 Neu-Anspach  
Deutschland  
Telefon 0049-(0)-6081-588-0  
www.hessenpark.de

# Tipps & Tricks

„LAST-MINUTE-LACK“ MIT COLOR EDITOR

## Wann und wie eine Lackform erstellen?

In der Praxis kommt es schon mal vor, dass sich der Auftraggeber erst sehr spät dazu entscheidet, sein Druckprodukt mit Lackflächen zu bereichern. Das kann für den Drucker zwei unterschiedliche Problemstellungen mit sich bringen:

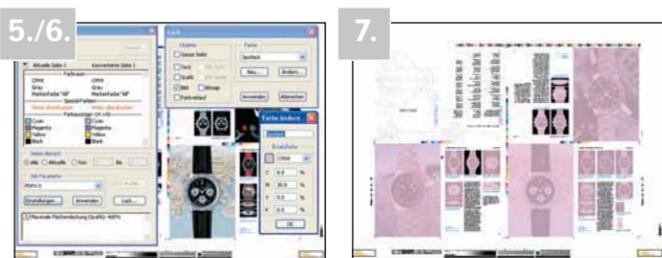
- In den offenen Dateien, die der Drucker beispielsweise aus Layout-Programmen wie InDesign oder QuarkXPress erhält, waren die Lackflächen noch nicht vorgesehen. In diesem Fall kann man sich in Bezug auf Texte und geometrische Flächen mit ein wenig „Handarbeit“ behelfen. Auch für freigestellte Bilder lässt sich zur Not noch eine Lackform erstellen, indem man das Foto manuell nachzeichnet oder eine Maske zum Beispiel aus Photoshop in ein Bild wandelt, das man über das Originalfoto platziert und als Sonderfarbe ausgibt. Diese Prozeduren sind allerdings sehr arbeits- und zeitintensiv.
- Der Drucker hat keine offene Dateien, sondern nur PostScript- oder PDF-Files. In diesem Fall würden selbst manuelle Tricks nicht mehr helfen.

Dennoch gibt es eine einfache, schnelle und günstige Lösung für dieses Problem: Mit dem Prinect Color Editor kann man eine Lackform für einzelne Elemente einzelner Seiten oder auch für die

komplette Druckform erstellen. Beim Color Editor handelt es sich um ein PlugIn für Adobe Acrobat.

### Zur Erstellung der Lackform gehen Sie wie folgt vor:

1. Erzeugen Sie aus Ihren Daten ein PDF falls noch nicht vorhanden.
2. Öffnen Sie das PDF in Adobe Acrobat.
3. Rufen Sie den Prinect Color Editor auf.
4. Klicken Sie auf den Menüpunkt „Lack“.
5. Definieren Sie Im Fenster „Lack“ über den Punkt „Neu“ eine Farbe. Hier wird der Name des Lackes und die Darstellung des Lackes in Acrobat festgelegt.
6. Wählen Sie die Elemente aus, die eine Lackfläche erhalten sollen (Bild, Text, Farbverlauf, etc.).
7. Wenden Sie die Einstellungen an.



FARBSÄTZE IN IMAGE CONTROL UND AXIS CONTROL

## Wann und wie neu anlegen?

Die Farbwiedergabe auf dem Druckbogen wird durch die spezifischen Eigenschaften der verwendeten Farben sowie durch die Eigenfarbe des Papiers beeinflusst. Um einen konstanten Farbauftrag mit verschiedenen Druckfarben auf unterschiedlichen Papieren zu erzielen, müssen eventuelle Abweichungen korrigiert werden. Das lässt sich machen, indem man als Ziel neue Sollwerte definiert, die als farbmetrische LAB-Werte und Dichten zusammen mit dem Papierweiß im so genannten „Farbsatz“ hinterlegt werden. Durch die LAB-Werte werden die Druckfarben in einem Farbraum dargestellt, während über die Farbdichte das Reflexionsverhalten der Druckfarbe messbar gemacht wird.

Die Prinect-Farbmess-Systeme Image Control und Axis Control werden mit den Farbsätzen „Heidelberg“ und „Standard“ ausgeliefert. Diese Sätze basieren auf denjenigen Farben und Papieren, die Heidelberg bei der Maschinenfreigabe im Werk benutzt. In ihnen

sind also bereits Sollwerte für eine gewünschte Färbung hinterlegt, ebenso wie die LAB-Werte des zu bedruckenden Papiers, von welchem die Sollfärbung abgenommen wurde. Zudem sind vorgefertigte Konfigurationen für jede Papier-Klasse (Glatt, Matt, Natur) vorhanden, die es beim Drucken zu beachten gilt. Grundsätzlich muss für jede verwendete Druckfarbe und jede Papierklasse ein neuer Farbsatz angelegt werden. Ebenso ist ein neuer Farbsatz bei geänderten Sollwerten notwendig, wenn z.B. mit unterschiedlich hohen Dichten gedruckt werden soll. Dazu muss man das Remissionsspektrum (das genaue Erscheinungsbild) der Farbe ermitteln, indem man den Sollwert der real verwendeten Druckfarbe misst. Da aber die Eigenfarbe des Papiers das Remissionsspektrum der Druckfarbe maßgeblich beeinflusst, muss ebenso bekannt sein, welche Farbe das Papier hatte, von dem der Sollwert abgenommen wurde. Folglich muss auch der individuelle „Papier-Wert“ gemessen und im Farbsatz hinterlegt werden.

### Und so wird's gemacht:

1. Messen Sie den neuen Bogen mit einem Farbmess-Streifen.
2. Rufen Sie das Servicemenü auf.
3. Wählen Sie das Symbol Schraubenschlüssel.
4. Wählen Sie im Fenster „Archive“ den Menüpunkt „Farbe“.
5. Gehen Sie auf „Farbsatz neu“ (dabei wird der Farbsatz „Standard“ automatisch kopiert).
6. Geben Sie einen Namen ein, der einen Bezug zur verwendeten Farbe bzw. den Sollwerten darstellt.
7. Übernehmen Sie den LAB-Wert des Papierweiß vom aktuellen Druckbogen in den neuen Farbsatz.
8. Jetzt erst dürfen Skalen- und Sonderfarben in den Farbsatz vom aktuellen Bogen (oder einem Muster) übernommen werden. Soll Graufeldregelung angewendet werden, muss das entsprechende

Graufeld, gebildet aus 70 Prozent Cyan, 60 Prozent Magenta und 60 Prozent Gelb, ebenfalls vom aktuellen Bogen/Muster übernommen werden.

9. Beenden Sie das Menü. Die neuen Werte sind automatisch gespeichert.



SCHÖN BUNT MIT PRINTOPEN 5.1

## CMYK-Prozess voll ausschöpfen

Viele Auftraggeber stellen hohe Ansprüche an ihre bestellten Druckprodukte. Vor allem im Bereich der Werbung sind bunte und kräftige Farbtöne gefragt. Um die Möglichkeiten des Vierfarben-Offsetdrucks voll ausschöpfen und die Buntheit farbiger Motive erhöhen zu können, bietet PrintOpen 5.1 aus der Prinect Profile-Toolbox entsprechende Funktionen an. Dabei spielt es keine Rolle, ob man streng nach DIN/ISO 12647-2 oder aber mit einem „Hausstandard“ arbeitet. Man benötigt lediglich Messdaten einer Testform (z.B. IT8/7.3, ECI2002), entweder von seinem aktuellen Druckprozess oder von Verbänden wie beispielsweise dem „Bundesverband Druck und Medien“ ([www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de); Informationen auch in englischer Sprache). Mit PrintOpen 5.1 erstellt man individuell auf die Bedürfnisse seiner Kunden abgestimmte ICC-Profile für die optimale Separation.

### Um die Buntheit zu erhöhen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Öffnen Sie geeignete Messdaten ihres Druckprozesses (z.B. IT8/7.3 oder ECI2002) im „Messmodus“.
2. Führen Sie gegebenenfalls eine Glättung der Messdaten im „Messmodus“ durch und speichern Sie diese gesondert ab.
3. Wechseln Sie in den „Generierenmodus“ und laden Sie die geglätteten Daten.



4. Öffnen Sie das „Profil-Parameter“ Fenster und nehmen Sie hier die Einstellungen für die max. FD und max. K (UCR-Einstellungen) und Länge und Breite des K vor (GCR-Einstellungen), wie Sie sie benötigen.
5. Öffnen Sie das Optionsfenster für „Gamut Mapping“ und erhöhen Sie hier den Wert für „Einstellungen Globale Farbsättigung“ (Regler nach rechts schieben, z.B. nach +3).
6. Berechnen Sie nun das Profil und speichern Sie dieses ab.
7. Stellen Sie das Profil ihrer Bildverarbeitungssoftware zur Verfügung.

Das Ergebnis können Sie anhand der Separation eines LAB-Bildes in Photoshop 7 sehen. Und noch ein Tipp: Wenn Sie die Buntheit für „Einstellung globale Farbsättigung“ auf -5 setzen, so können Sie sich ein Profil erstellen, welches Ihnen vierfarbige Graustufenbilder separiert!



# Termine & Messen

## ■ Termine Asien

### China: ChinaPrint\*

Ungefähr 1000 Druckmaschinen- und Druckmaterialhersteller aus der ganzen Welt werden Ihre Technologien und Produkte auf der ChinaPrint ausstellen.

Ort: Peking, China

Zeit: 11.-15. Mai 2005

Kontakt: Mr. Harrey Zhao, Ms. Min Na, Mr. Chen Qian

Telefon: 0086-10-8460-0312/0314/0316

Fax: 0086-10-84 60 03 25

E-Mail: chenqian@ciec-exhibition.com

Internet: www.chinaprint.com.cn



## ■ Termine Australien

### Australien: PacPrint\*

Auf der PacPrint werden Weltneuheiten aus Druck und grafischer Kommunikation ausgestellt. Führende Anbieter aus der Industrie kommen hier zusammen.

Ort: Melbourne, Australien

Zeit: 24.-28. Mai 2005

Kontakt: Thurain Aye,

Reed Exhibitions Australia

Telefon: 002-9422-2472

Fax: 002-9422-2553

E-Mail: thurain.aye@reedexhibitions.com.au

Internet: www.pacprint.com.au

## ■ Termine Europa

### Deutschland: Interpack 2005

17. Internationale Messe für Packmittel, Verpackungs- und Süßwarenmaschinen.

Ort: Düsseldorf, Deutschland

Zeit: 21.-27. April 2005

Kontakt: Messe Düsseldorf,

Bernd Jablonowski

Telefon: 0049-(0)-211-4560-480

Fax: 0049-(0)-211-4560-8 74 80

E-Mail:

JablonowskiB@messe-duesseldorf.de

Internet: www.interpack.de

### Deutschland: UV Days, IST METZ

Während der zweiten UV-Tage der IST METZ GmbH werden neueste Trends und Möglichkeiten der UV-Technologie diskutiert.

Ort: Nürtingen, Deutschland

Zeit: 6.-10. Juni 2005

Kontakt: UV Technology Center, Stefan Feil

Telefon: 0049-(0)-7022-60 02-0

Fax: 0049-(0)-7022-60 02-76

E-Mail: Stefan.Feil@ist-uv.com

Internet: www.ist-uv.com

### Deutschland: Bilanzpressekonferenz

Die Heidelberger Druckmaschinen AG stellt die Bilanz des Geschäftsjahres 2004/2005 vor, präsentiert ihren Geschäftsbericht und gibt eine Einschätzung für das kommende Geschäftsjahr ab.

Ort: Heidelberg, Deutschland

Zeit: 7. Juni 2005

Kontakt: Heidelberger Druckmaschinen AG, Thomas Fichtl

Telefon: 0049-(0)-6221-92 47 47

Fax: 0049-(0)-6221-92 50 69

E-Mail: thomas.fichtl@heidelberg.com

Internet: www.heidelberg.com



### England: Northprint

Die einzige Messe für das grafische Gewerbe in UK in diesem Jahr. Hier werden die neuesten Entwicklungen aus den Bereichen Prepress, Press und Postpress vorgestellt.

Ort: Harrogate, England

Zeit: 19.-21. April

Kontakt: Nicky Mason, Managing Director

Telefon: 0044-020-7915-5132

E-Mail: newstec@iirx.co.uk

Internet: www.northprintexpo.co.uk

### Finnland: World Skills Competition 2005\*

Die 38. World Skills Competition findet dieses Jahr in Helsinki statt. Erstmals wird bei dem

Jugendberufswettbewerb auch die „Schwarze Zunft“ vertreten sein: Nachwuchsdrucker aus Belgien, Deutschland, Finnland, Holland, Norwegen, Schweden und der Schweiz kämpfen in einem Demonstrationswettbewerb um Gold, Silber und Bronze. Die Teilnehmer werden auf einer von vier durch Hei-



delberg zur Verfügung gestellten Printmaster PM 52-4 besondere drucktechnische Fähigkeiten demonstrieren. Die genaue Aufgabe wird erst kurz vor dem Wettkampf bekannt gegeben. Insgesamt erwarten die Veranstalter rund 800 Nachwuchskräfte aus 39 Nationen, die ihr handwerkliches Können in 45 Berufszweigen unter Beweis stellen werden. „WorldSkills ist mehr als ein Wettbewerb, es ist eine Gelegenheit, als junge Fachkraft zu reifen,“ so die finnische Bildungsministerin Tuula Haatainen. Haatainen geht davon aus, dass die viertägige „Handwerks-WM“ rund 150.000 Besucher anziehen wird.

Ort: Helsinki, Finnland

Zeit: 26.-29. Mai 2005

Kontakt: Skills Finland, Eija Alhojärvi

Telefon: 0035-89 86 89 68 20

Fax: 0035-89 86 89 68 18

E-Mail: eija.alhojarvi@skillsfinland.com

Internet: www.wsc2005helsinki.com, www.worldskills.org

### Österreich: Dataprint\*

Die einzige Fachmesse für Druck und digitale Produktion im deutschsprachigen Raum dieses Jahr bietet zuverlässige Informationen für Investitionen und Geschäftschancen.

Ort: Linz, Österreich

Zeit: 5.-8. April 2005

Kontakt: REED Messe Wien GmbH,

Monika Schwella

Telefon: 0043-(0)-17 27-2 05 37

Fax: 0043-(0)-17 27-2 04 34

E-Mail: dataprint@reedexpo.at

Internet: www.dataprint.at

### Polen: Poligrafia\*

Internationale Fachausstellung für Polygrafische Maschinen, Materialien und Dienstleistungen

Ort: Poznan, Polen

Zeit: 10.-22. April 2005

Kontakt: Messe Poznan, Thomas Stenzel

Telefon: 0049-(0)-30-20 17 00 20

E-Mail: ts@e-tsm.com

Internet: www.messe-poznan.de

### Tschechische Republik: EMBAX-Print\*

23. Internationale Fachmesse für Verpackungs-, Papier- und Druckindustrie.

Ort: Brünn, Tschechische Republik

Zeit: 17.-20. Mai 2005

Kontakt: Messe Brünn, Petr Navrátil

Telefon: 0042-(0)-5 41 15 29 24

Fax: 00420-(0)-5 41 15 30 68

E-Mail: embaxprint@bv.cz

Internet: www.embaxprint.cz

### Türkei: Tüyap Print\*

10. Internationale Messe der Druck- und Papierindustrie.

Ort: Istanbul, Türkei

Zeit: 16.-22. Mai

Kontakt: Tüyap Fair

Telefon: 00 90-(212)-8 86 68 43

Fax: 00 90-(212)-8 86 62 43

E-Mail: artlink@tuyap.com.tr

Internet: www.tuyap.com.tr

## ■ Termine Nordamerika

### USA: Vue Point Conference 2005

Hier finden Experten aus der grafischen Industrie Gelegenheit, ihr Wissen rund um die Industrie in einem gemeinsamen, offenen Dialog auszutauschen.

Ort: Orlando, Florida, USA

Zeit: 11.-13. April 2005

Kontakt: Graphic Arts Show Company,

Kelly Kilga

Telefon: 001-703-2 64-72 00

Fax: 001-703-6 20-91 87

E-Mail: info@gasc.org

Internet: www.vue-point.org

\* Messen & Veranstaltungen mit Heidelberg-Beteiligung

## IMPRESSUM

© Heidelberger Druckmaschinen AG,  
Ausgabe 252, Jahrgang 2005

### 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 & Innovations

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 (Nordic), Rainer Manderbach (Eastern Europe / Asia), Hans-Dieter Siegfried (Communications), Volker Trapmann (Western Europe / Middle East / Africa)

### Redaktion

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

### Gestaltung & Produktion

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

### Druck

Gedruckt in der Bundesrepublik Deutschland

### Produktionsverfahren

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

### Titelbild

Linda und Paul Ramirez, PIP Printing & Document Services,  
Paramus, USA

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.



www.heidelberg.com

Drucken ist die Kunst, Papier in Schwingung zu versetzen. **Passion for Print.**

**HEIDELBERG**