# del Derg Nachrichten He Das Kundenmagazin Seit 1930 • Ausgabe 253 • 2005 ZWEI SCHWEDEN MACHEN DRUCK Bengt & Mats Strand aus Malmö KLIMATISIERUNG IM DRUCKSAAL Die perfekte Luftfeuchtigkeit & Temperatur **FORDERUNGSMANAGEMENT** Der richtige Umgang mit Rechnungen

\_Heidelberg Nachrichten • Editorial



#### Liebe Leserin, lieber Leser,

haben Sie sich selbst schon einmal von einer hübschen Verpackung oder einem edlen Etikett zum Kauf verleiten lassen? Falls ja, haben Sie damit womöglich die Arbeit eines unserer Kunden gewürdigt – wie z.B. diejenige des traditionsreichen Verpackungsdruckers Freund aus Deutschland oder auch von Strand in Malmö, der sich zu Schwedens größtem Hersteller von Nassleim-Etiketten entwickelt hat. Welche Technik derartige Betriebe zur Produktion ihrer "gedruckten Verführer" einsetzen, erläutern wir Ihnen unter anderem am Beispiel der Speedmaster CD 74 Duo sowie anhand der Faltschachtel-Klebemaschine Diana X 135, die durch ihre flexible Konstruktion selbst ausgefallene Wünsche im Postpress-Bereich erfüllt.

Wir werfen einen Blick auf die Vielseitigkeit der Speedmaster SM 52, stellen Ihnen mit Capital Spectrum eine der modernsten Druckereien der USA vor und machen Sie bei Wolf in Deutschland mit einer innovativen Klimatisierungstechnik für Drucksäle vertraut. Zudem treten wir im deutschen Gutenberg-Museum eine Reise in die Vergangenheit an, begleiten Sie auf einem transkontinentalen Trip durch die vermeintliche "Servicewüste" und berichten von der ersten inoffiziellen WM für Nachwuchsdrucker. Zu guter Letzt geben wir Ihnen noch ein paar Tipps für den Umgang mit säumigen Zahlern an die Hand. Wir hoffen, dass auch diesmal wieder Interessantes für Sie dabei ist!

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Bernhard Schreier Vorstandsvorsitzender Heidelberger Druckmaschinen AG

#### Inhalt

#### **Profile**



#### Zwei Schweden machen Druck

Vater und Sohn Strand aus Malmö, erfolgreiche Etiketten- und Verpackungsdrucker aus dem Süden Schwedens. ▶ 8

#### Profile

- 4 Face-to-Face-Business in Texas
- Die beiden Brüder Vance und Chuck Sack aus Austin, USA, setzen auf eine neue Zehnfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung.
- 8 Zwei Schweden machen Druck
  Bengt und Mats Strand aus Malmö spüren die
  Konkurrenz auch aus den Nachbarländern.
  Für Erfolg sorgen zwei Speedmaster CD 74.
- 14 Verpackungslösung aus einer Hand Als erster deutscher Verpackungsdrucker baut die Freund-Gruppe durchgehend auf Heidelberg.

#### Spektrum

16 Nachrichten & Meldungen aus der Heidelberg-Welt.

#### Lösungen

- 20 "Flexo meets Offset" ...
- ... ist jetzt für die Speedmaster CD 74 Duo verfügbar.
- 21 Etiketten für Ostafrika

Interview: Aliraza Khimji, Tanzania Printers, investierte als erster Drucker in eine Speedmaster CD 74 Duo.

#### Lösungen



#### Die Wüste lebt!

Mit seinem systemservice begrünt Heidelberg die weltweite Service-Wüste. > 24

#### 22 Faltschachtel-Kleben nach Baukastenprinzip

Selbst komplizierteste Kundenwünsche kann die neue Diana X 135 realisieren.

#### 24 Die Wüste lebt!

Bislang sind Kunden bei den meisten Herstellern auf ihre Rolle als "Käufer" reduziert. Nicht so bei Heidelberg.

#### 29 "Wartung zahlt sich aus"

Interview: Bernhard Steinel, Leiter Service bei der Heidelberger Druckmaschinen AG, über den Heidelberg "systemservice".

#### Innovationen

#### 30 Etikett(e) gefragt!

Das optimale Klima im Drucksaal: Wolf aus Eltville, Deutschland, hat neueste Technik im Einsatz.

#### 34 Die Vorteile der Vielseitigkeit

HN exklusiv: Details und technische Neuerungen der A3-Alleskönnerin Speedmaster SM 52.

#### 38 "Gemeinsam stärker"

Interview: Bernd Blumberg, Leiter Produktmanagement der Formatbereiche 35×50 und 50×70, über die Zukunft des Klein- und Mittelformats.

#### 39 "Meisterstück" für Medienmacher

Die neue Version von Acrobat 7.0 Professional stattet auch Medienmacher mit einer Fülle neuer Möglichkeiten aus.

#### Perspektiven



#### Das Gutenberg-Projekt

Zu Besuch im Mainzer Gutenberg-Museum, Deutschland. Die Heimat des Erfinders des Drucks mit beweglichen Lettern, Johannes Gutenberg, lädt ein zur Zeitreise. ▶ 50

#### Chancen

#### 40 Druckmarkt USA

Es geht wieder aufwärts auf dem Druckmarkt in den USA. Doch wer vom Wachstum profitieren will, muss mehr tun, als im Windschatten der anziehenden US-Konjunktur auf Aufträge zu warten.

#### 43 "An Investitionen führt kein Weg vorbei"

Interview mit Joseph P. Truncale, Präsident und CEO des US-amerikanischen Branchenverbands National Association for Printing Leadership (NAPL).

#### 44 Mit Fingerspitzengefühl ans Ziel

Der Kunde bezahlt nicht? Dann sollte sich eine Druckerei wie ein Kreditgeber verhalten. Damit kann das finanzielle Risiko deutlich reduziert werden.

#### Perspektiven

#### 46 Weltmeisterschaft der besonderen Art

Vom 26. bis 29. Mai fand der Jugendberufswettbewerb WorldSkills in Helsinki, Finnland, statt. Die "schwarze Zunft" war erstmals mit dabei.

#### 50 Das Gutenberg-Projekt

Die gedruckte Bibel des Johannes Gutenberg aus Mainz, Deutschland, löste eine Revolution aus: die Verbreitung von Wissen für jedermann.

#### Service

- 56 Tipps & Tricks
- 58 Termine & Messen
- 59 Gewinner der Leserumfrage der Ausgabe 252
- 59 Impressum

\_\_Heidelberg Nachrichten • Profile Profile



CAPITAL SPECTRUM INC., USA

### Face-to-Face-Business in Texas

Capital Spectrum Inc. ist eine der modernsten Druckereien in den USA. Ein wichtiger Erfolgsfaktor des Unternehmens aus Austin, Texas, sind die persönlichen Beziehungen zu den Kunden: "Face-to-Face" – von Angesicht zu Angesicht –, denn dann erst schätzt man sich auch gegenseitig. Pfiffige Geschäftsideen und eine gute Vermarktung, gepaart mit einem hohen Qualitätsniveau, sind weitere Grundzutaten für das Erfolgsrezept. Eine Zehnfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung trägt ebenfalls ihren Teil dazu bei.

as Druckgewerbe steckt den beiden Brüdern Vance und Chuck Sack im Blut. Die beiden deutschstämmigen Texaner, beide in New York geboren, haben über ihren Vater das Gewerbe quasi in die Wiege gelegt bekommen. Ihr Vater, Charlie Sack, war Vorstand von HELL Graphic Systems, früher ein Unternehmensbereich von Heidelberg. Chuck Sack wurde noch in der Hell-Zentrale in Kiel, Norddeutschland, ausgebildet und spricht sehr gut Deutsch. 1982 starteten die beiden Brüder ihr Unternehmen, zuerst als Vorstufenbetrieb, schließlich wurde 1995 eine Druckerei übernommen.

Beeindruckend steht auf einem Hügel, mitten in der Stadt, das "Capitol". Fast glaubt man, in Washington zu sein. Und auch hier haben ein Parlament, eine Regierung ihr Zuhause, die von Texas nämlich. In der Stadt finden sich hübsche Geschäfte und eine Kneipenszene, die gutes Bier und nette Unterhaltung mit Livemusik bietet. Die Wahl für den Standort Austin schien den beiden Brüdern auch aus wirtschaftlichen Gründen ideal, da die Hauptstadt von Texas für Chuck die Stadt in den USA mit dem größten Wachstumspotenzial ist. Tatsächlich ist sie auch die am zweitschnellsten wachsende Stadt der USA. "Eine Universität mit gutem Ruf, eine stetig wachsende Einwohnerzahl von heute fast 600.000 Menschen sowie ausreichend preiswerter Raum für neue Wohn- und Geschäftsgebäude ist vorhanden, und auch der auf blühende Tourismus verheißt viele neue Kunden für den Druckbereich", war sich Chuck Sack von Beginn an sicher. Auch Unternehmen wie Dell Computer, Motorola und IBM haben ihren Sitz in Austin. Mit rund 145 Mitarbeitern werden auf gut 9.290 Quadratmetern in einer ehemaligen Montagehalle für Raketen bei Capital Spectrum etwa 23 Millionen Euro mit Kunden aus der Fortune-500-Liste, wie Yahoo, 3M, IBM, Motorola, Intel

und AMD, erwirtschaftet. Die durchschnittlichen Auflagen liegen zwischen 5.000 und 25.000 Exemplaren.

Palm- oder Leopard-Lounge? Im gesam-

ten Unternehmen wird auf absolute Ordnung und Sauberkeit großen Wert gelegt. Das Gebäude ist mit sehr beeindruckenden Gemälden geschmackvoll dekoriert. Kunden wie Geschäftspartner fühlen sich hier sofort wohl. Zwei gemütliche Räume, die Palm- und die Leopard-Lounge mit Fernseher, Internetzugang und Erfrischungen, stehen Kunden zur Überbrückung von Wartezeiten bei Druckabnahmen zur Verfügung. Und das Angebot wird reichlich genutzt. Bei gut 80 Prozent der Aufträge ist eine Druckabnahme durch die Kunden gewünscht, und so kommen täglich etwa sechs von ihnen an den Standort und genießen die Gastfreundschaft von Chuck und Vance Sack. Jeder Kunde ist stets willkommen. Die Lounges bieten, da sie im oberen Stockwerk gelegen sind, über ein Fenster einen freien Blick auf den großen Drucksaal.

Diese Fürsorge für die Kunden gehört zur Unternehmensphilosophie von Capital Spectrum. Chuck Sack legt großen Wert auf den persönlichen Kontakt zu seinen Kunden und nennt dies "Face-to-Face-Business" (Von-Angesicht-zu-Angesicht-Geschäft). Einen engen Kontakt mit den Kunden müssen auch seine Verkäufer pflegen, um ihnen den Vorteil der hochwertigen Dienstleistungen, die Capital Spectrum bietet, ausreichend zu vermitteln: Das Portfolio umfasst Layout, Prepress-Kompetenz, Druck, Weiterverarbeitung, Lagerhaltung und Logistik. Chuck Sack sieht auch aus diesem Grund im Internet keine geeignete Plattform für das Druckgewerbe. An Ausschreibungen im Internet nimmt das Unternehmen nicht teil. "Im Internet geht es doch nur um den preiswertesten Druck, nicht



Chuck und Vance Sack (von links). Ihr Vater kam aus Deutschland. In Austin, Texas, haben sich die beiden ihren Traum einer Druckerei erfüllt.

Leopard-Lounge: Wenn die Druckabnahme länger dauert oder in der Nacht
stattfindet, sollen sich die Kunden wohl
fühlen. Getränke, Fernseher, Internetzugang und der Blick durch das Panorama-Fenster in den Drucksaal gehören
zum guten Service. (Bild Mitte)
Der Drucksaal bei Capital Spectrum
Inc. Im Hintergrund sind noch die großen Poster einer Kundenveranstaltung
zu sehen. (Bild unten)





Heidelberg Nachrichten • Profile Profile



"Wir legen auf einen engen Kontakt mit unseren Kunden großen Wert." Chuck Sack

Chuck Sack in der Palm-Lounge mit Blick auf den Drucksaal.

um Qualität oder Vertrauen. Dazu bedarf es einer engen Bindung zwischen Kunden und Drucker", ist Chuck Sack überzeugt.

Qualität entscheidet. Um seine Kunden stets zufrieden stellen zu können, legt Chuck Sack auf Qualität größten Wert. Allein sieben Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen in der Vorstufe für das Qualitätsmanagement, und auch der digitale Workflow ist bei Capital Spectrum längst selbstverständlich. Eingesetzt wird außerdem fast ausschließlich Heidelberg-Produkte: ein Topsetter in der Vorstufe, eine Zehnfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung, eine Achtfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung, Lackwerk und verlängerter Auslage, eine Zweifarben-Speedmaster SM 52 und eine Quickmaster QM 46. In der Weiterverarbeitung wird auf Polarund Stahlmaschinen gesetzt.

Um wirtschaftlicher und auch in höheren Auflagenbereichen arbeiten zu können, hat sich das Unternehmen im letzten Jahr dazu entschieden, in eine neue Zehnfarben-Speedmaster SM 102 zu investieren. "Im Verhältnis zur inzwischen über drei Jahre alten Achtfarben-Speedmaster SM 102 ist die neue Zehnfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendung natürlich viel produktiver", erklärt Chuck Sack und ergänzt noch: "Aber nicht nur wegen des Schön- und Widerdrucks. Dank CtP, AutoPlate und der eingesetzten Prinect-Software verkürzen sich die Rüstzeiten um eine weitere Stunde je Auftrag."

Diese Zeitersparnis hilft den beiden texanischen Druckern bei der Preiskalkulation und damit im Konkurrenzkampf.

#### Qualitätsdruck & Klapperschlangen. Für

sehr produktivitätssteigernd hält Chuck Sack den neuen Preset Plus Anleger: "Eine dieser typisch deutschen Erfindungen. Er sieht so einfach aus und ist dennoch so innovativ und hilfreich." Er erhöht die Automatisierung der Maschine zusätzlich, denn "am neuen Preset Plus Anleger verläuft der Transport des Bogens vom Stapel zum Anlegertisch ruhig und zuverlässig. Dazu verfügt der Saugkopf über eine automatische Steuerzeitenanpassung, durch die bei Geschwindigkeitserhöhungen die ausreichende Menge Luft zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt wird", berichtet Stan Elliot, der Produktionsleiter bei Capital Spectrum. Stan Elliot ist hart im Nehmen, und so schnell beeindruckt ihn eigentlich nichts. Im Vorgarten seiner Farm vor den Toren von Austin fängt er auch mal Klapperschlangen: Je größer die sind, desto schöner sind seine Geschichten, die er Besuchern und Kollegen darüber erzählt. Auch Bilder von den Tieren hat er jederzeit griffbereit.

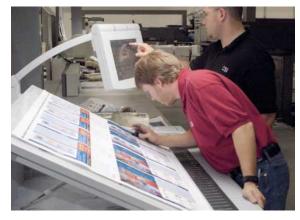
Technik & Qualität. Der neu gestaltete Anlegertisch mit dem zentralen Saugband, das jetzt ein 3-Kammersystem besitzt, ist für den unerschrockenen Schlangenjäger Elliot eine weitere große Verbesserung. Dabei wird der Bogen verlangsamt und ganz sanft an

die Vordermarken geführt, bevor er im Vordermarkenbereich wieder auf volle Produktionsgeschwindigkeit geht. Eine zusätzliche mehrstufige Bogenüberwachung hilft zu verhindern, dass beispielsweise Doppeloder schadhafte Bogen in die Maschine gelangen. Einer der größten Vorteile für Elliot sind die erweiterten Preset-Funktionen. Die wichtigsten Kennlinien für die Preset-Funktionen sind am CP2000 Center hinterlegt, und sobald die Jobdaten eingegeben werden, fahren Ziehmarke, die Seitenschläge, die Seitenbläser und der Saugkopf auf Format. Zusätzlich werden die Luftversorgung für das Saugband, die aktive pneumatische Ziehmarke und die Vortriebswalzen an den Bedruckstoff angepasst - wobei sie bei Bedarf auch noch manuell nachjustiert werden können.



Die neue Speedmaster SM 102 wurde mit einem automatischen Farbnachfüllsystem ausgerüstet.





Die beiden Drucker Cary Lumsden und Bradley Pfeil (von links) bei der Druckbogenkontrolle und Maschineneinstellung über das Prinect CP2000 Center.

Die Zehnfarben-Speedmaster SM 102 im Drucksaal bei Capital Spectrum Inc.

Details & Wissen. Stan Elliot begeistern die PerfectJackets an der Speedmaster SM 102. Im Schön- und Widerdruck können die Bogen nicht durchtrocknen, bevor die Rückseite bedruckt wird. Hier muss die erstgedruckte Seite rückseitig druckfrisch durch die ganze Maschine transportiert werden, und dabei haben die Druckzylinder einen erheblichen Einfluss auf die Druckqualität. "Mit den neuen PerfectJackets und ihrem Wechselmantel kann die Druckqualität während des gesamten Lebenszyklus der Maschine auf einem hohen Niveau gehalten werden. Ohne aufwendiges Abdrucken der ganzen Maschine und Zeit raubende Druckzylindermontage kann dabei der Mantel des Druckzylinders gewechselt werden. Auch stärker pigmentierte Farben und kritische Papiere können damit eingesetzt werden. Dadurch können wir unser Auftragsspektrum erweitern", berichtet Elliot begeistert. Die Druckerei spart mit den neuen PerfectJackets auch noch eine Menge Zeit für die Reinigung, denn dieser Aufwand ist dadurch deutlich reduziert.

Arbeitsteilung & Produktivität. Die neue Zehnfarben-Speedmaster SM 102 mit Wen-Zehnfarben-Speedmaster SM 102 wird für alle Aufträge mit fünf Farben oder weniger eingesetzt. Alle Aufträge mit mehr Farben laufen über die Achtfarben-Speedmaster. Auf der neuen Maschine können somit alle Jobs in einem Durchlauf im Schön- und

Widerdruck und damit in Rekordzeiten abgewickelt werden. Und da etwa 80 Prozent der Aufträge mit fünf oder weniger Farben auskommen, liegt darin auch ein großer Produktivitätsschub für das Unternehmen. Die Bedenken von Vance und Chuck Sack und auch von Produktionsleiter Stan Elliot -, dass die Maschine bei der hohen Geschwindigkeit und im Schön- und Widerdruck gar nicht richtig ausgelastet werden könnte, haben sich schnell gelegt: Die neue Maschine läuft im Zweischichtbetrieb. Der Wechsel von der SM 74 auf die SM 102 war für die Mitarbeiter von Capital Spectrum sehr einfach. Beide Maschinen verfügen über das CP2000 Center und sind sehr ähnlich in der Bedienung. Wichtig ist für Chuck Sack, dass jeder Mitarbeiter alle Maschinen bedienen kann. Sollte einmal ein Drucker ausfallen, kann ohne Schwierigkeiten ein anderer Kollege dessen Maschine übernehmen. Es ist daher für ihn ein großer Vorteil, dass alle Maschinen vom gleichen Hersteller kommen.

Inzwischen hat sich der Einsatz der neuen dung bei den Kunden herumgesprochen. Eine Open-House-Veranstaltung, zu der auch Kunden von außerhalb der USA eingeflogen wurden, war dabei eine wichtige Hilfe und ein großer Erfolg. Eines der Resultate des aktiven Marketings sind steigende durch-

schnittliche Auflagen, die jetzt durchaus einmal bis zu 80.000 Exemplaren reichen. "Und Agenturen fragen jetzt auch immer häufiger nach Neun- oder Zehnfarben-Druckaufträgen", berichtet Chuck Sack zufrieden. Und wen texanische Gastfreundschaft, Klapperschlangenberichte sowie schöne und interessante Städte begeistern und wer darüber hinaus auch gute Druckqualität erwartet, ist bei den Sacks in Austin bestens aufgehoben. ■

#### Daten & Fakten

Capital Spectrum Inc. Bergstrom Technology Center 6800 Burleson Road, Suite 180 Austin, TX 78744, USA Tel.: +1-512-478-3448 Fax: +1-512-478-3863

E-Mail: csack@capspec.com www.csiprinting.com

www.heidelberg.com/hd/SM102

\_\_Heidelberg Nachrichten • Profile Profile

STRAND GRAFISKA AB, SCHWEDEN

### Zwei Schweden machen Druck



Endloser Wald, glasklare Seen, Wölfe und Elche: Das stereotype Bild von Schweden ist nahezu perfekt auf die Natur ausgerichtet. Wer denkt da schon an Industrie oder gar Druckereien? Dabei kommen aus Schweden bekannte Papiersorten und Möbel. Etiketten für schwedische Limonade, Babynahrung oder Fischprodukte sowie Verpackungen für Arzneimittel und Kosmetika gehören zum großen Produktbereich von Strand Grafiska AB aus Malmö. Sie ist eine der modernsten Druckereien im Lande – das Geschäftsmodell basiert auf dem Mittelformat, genauer: auf zwei Speedmaster CD 74.



trahlend blauer Himmel, ruhige See, das Wasser plätschert leicht an den Pier von Malmö. Von hier aus kann man die Küste entlangblicken, so weit das Auge reicht. Die Umrisse der Öresundbrücke, eine der längsten Brücken in Europa, ragen aus dem Wasser auf. Sie führt bis nach Kopenhagen, der Hauptstadt Dänemarks, an der gegenüberliegenden Küste gelegen. Sie verbindet die beiden Länder und Städte seit einigen Jahren miteinander. Diese Nähe zu Kopenhagen – eine Überfahrt dauert nur zirka 15 Minuten – hat einen positiven wirtschaftlichen Effekt auf Malmö. Wesentlich preiswerter als Kopenhagen, ist Malmö für Unternehmen und Wohnungssuchende aus Kopenhagen attraktiv.

Wer den Erfolg von Strand Grafiska verstehen will, muss sich dieser Lage des Unternehmens aus Malmö sowie der Geschichte der Stadt und der Region bewusst werden. Bengt Strand, der Gründer von Strand Grafiska, ist in dieser Stadt geboren und aufgewachsen. Sein Herz hängt an ihr. Sohn Mats, gleichzeitig sein Co-Partner, geht es nicht anders. Hierher, tief in den äußersten Süden Schwedens, verirren sich nur sehr wenige Elche und noch weniger Wölfe. Jäger beenden deren Ausflug in diese Gegend in

der Regel sehr schnell. Endloser Wald, Flüsse und Seen? Auch Fehlanzeige. Geschichte hingegen findet sich in Hülle und Fülle. Prachtvolle Gebäude, teilweise über 500 Jahre alt, und im Kontrast dazu eine neue, sehr moderne Wohnstadt im umgebauten Hafen sind die Hauptattraktionen der drittgrößten schwedischen Stadt mit etwas mehr als 300.000 Einwohnern.

Vater & Sohn. Bengt Strand will mit seinen 67 Jahren eigentlich nur noch sporadisch im eigenen Unternehmen mitarbeiten, durchschnittlich drei Tage die Woche. Er fährt gerne Ski, geht ausgiebig in Urlaub und zweimal in der Woche mit seiner Frau in ein Fitness-Studio. Er liebt Rotwein(proben). Das Tagesgeschäft ist langsam Mats' Angelegenheit. Vater und Sohn ergänzen sich im Alltag sehr gut, und die beiden Strands sind sich der Vorteile, aber auch der Risiken der geographischen Lage Malmös bewusst: So leicht man Waren wie ihre Etiketten in das nahe gelegene Dänemark, Norwegen, Deutschland oder Polen exportieren kann, können von dort die Kollegen auch nach Schweden importieren. "Die Grenzen sind offen, dank der Europäischen Union, in beide Richtungen", merkt Bengt nachdenklich dazu an und resümiert: "Der Konkurrenzdruck wird

\_Heidelberg Nachrichten • Profile



Håkan Palmqvist beim Farbnachfüllen für den nächsten Druckjob ...

... und bei der Kontrolle eines frischen Druckbogens am Prinect Image Control.



dadurch noch größer, man muss nicht nur gegen einheimische, sondern auch gegen ausländische Druckereien bestehen können." Mit 30 Mitarbeitern ist Strand Grafiska eine der großen Druckereien in Schweden, auch wenn es einige wenige mit hundert und mehr Beschäftigten gibt, die Masse hat weniger Mitarbeiter. Die Kunden, und darauf baut die Maschinenausstattung auf, sind sämtlich aus der Industrie und umfassen zirka 50 schwedische und einige dänische Stammkunden. Die Produkte gehen dann über die Kunden auf ihren Konserven, Flaschen und als Verpackungen - nach ganz Europa, Russland und in die übrige Welt. "Wir sind der Hauptproduzent von Nassleim-Etiketten in Schweden, mit einem Marktanteil von fast 80 Prozent. Der Kunde für diese Etiketten ist im schwedischen Food-Bereich dominierend und in ganz Skandinavien aktiv", erklärt Mats. Im Akzidenzdruck ist Strand Grafiska nicht aktiv, den überlässt man lieber anderen Druckereien, die darauf spezialisiert sind. In Stückzahlen werden mehr Etiketten als Verpackungen gedruckt. Vom Umsatz her sind aber beide Bereiche gleich stark. 500 Tonnen Etikettenpapier werden im Jahr bedruckt und nochmal so viel an Karton verarbeitet. Zwischen 10.000 und 15.000.000 liegen die durchschnittlichen Auflagen im Etikettenbereich.

Qualität sichert Standort. Strand Grafiskas "Geheimwaffe" sind neueste Druckmaschinen aus Heidelberg, denn die Qualität bestimmt den Preis. "Wenn Kunden ihre hochveredelten Etiketten einmal im Ausland drucken lassen, um einige Euros zu sparen, kommen sie in der Regel schnell wieder zu uns zurück. Wir hatten gerade einen solchen Fall mit Bierflaschenetiketten. Der Kunde ist unseren Service und unsere Qualität gewohnt. Nur darüber lassen sich wirtschaftlich rentable Preise erzielen", erklärt Mats Strand voller Überzeugung. Und um diese sicherstellen zu können, hat das Unternehmen in den letzten Jahren entsprechend den Marktanforderungen investiert. Jetzt will





Mats und Bengt Strand im Gespräch mit dem HN-Team. Bengt Strand erklärt die Herausforderung eines Druckiobs. (von links)

Bengt seinen Sohn Mats nicht alleine lassen und er hilft weiter mit. Wenn beispielsweise der Verkäufer aus dem Büro in Stockholm, der Hauptstadt des Landes, technische Details mit Kunden erörtern muss, ist Bengt meist mit von der Partie. Sein Know-how ist gewaltig, denn er arbeitet schon sehr lange im graphischen Bereich. 1976 hat er sich mit einem Beratungsunternehmen selbstständig gemacht, um die technische Produktionsabwicklung für Agenturen zu übernehmen – speziell im Druck. 1983 kaufte er ein Weiterverarbeitungsunternehmen und spezialisierte sich auf das Zusammenheften und Laminieren von Werbedrucksachen.

Sohn Mats (44) kam 1986 dazu. Er ist eigentlich Elektroingenieur und verantwortlich für die Produktion und Angebotserstellung sowie die Kalkulation. Die Druckerei wurde dann 1989 gegründet, speziell für den Bereich Etiketten- und Verpackungsdruck. Das Unternehmen wurde in den folgenden Jahren zu einer technisch sehr modernen Druckerei ausgebaut. Ergebnis: Die weltweit zweite Briefmarke mit holographischem Motiv kam von Strand Grafiska AB – für die finnische

Post gedruckt. "Das ist natürlich kein Zufall, denn wir bekamen bereits 1995 die ISO-Qualitäts-Zertifizierung 9002, als erste Druckerei in Schweden", betont Bengt Strand. Den guten Ruf hat das Unternehmen wegen seiner Qualität, aber auch wegen seiner Preise. "Unsere Kunden schätzen unsere Qualität, unseren Service, die Pünktlichkeit und die Produktionssicherheit und das kostet nun mal Geld. Da wir hier auch entsprechend investieren und ausrichten, wird dies akzeptiert", erklärt Mats, schränkt aber mit einem Lächeln ein: "Wir gehören aber auch nicht zu den teuersten Druckereien des Landes und viele unserer Standards sind schließlich aus verschiedenen Kundenanforderungen entstanden."

Erfolgreich in Schweden mit Technik made by Heidelberg. Eine Vierfarben-Speedmaster CD 74 mit Lackwerk und verlängerter Auslage steht bei den beiden Schweden seit vier Monaten im Drucksaal. Das Herzstück der Druckerei ist aber eine Sechsfarben-Speedmaster CD 74 im F-Format mit UV-Ausstattung und zwei Lackwerken. Sie ist seit einem Jahr im Einsatz, und

ist bereits zehn Millionen Drucke gelaufen. "Wir können in jedem Druckwerk je nach Auftrag mit UV-Lack arbeiten und ein mobiler Trockner ermöglicht einen fast uneingeschränkten Einsatz für unsere Bedruckstoffe. Mehr Flexibilität geht nicht", berichtet Bengt überzeugt. Die Vorteile des UV-Drucks liegen für ihn auf der Hand: "UV-Farben und -Lacke wollen wir in Zukunft stärker anbieten. Denn sie haften besser auf nicht saugenden Materialien, sie sind zudem scheuerfest und besitzen hohe Glanzwerte." Die Speedmaster CD 74, sie ist seit Ende 2000 auf dem Markt, verarbeitet ein breites Spektrum an Bedruckstoffstärken - von 0,03 bis 0,8 mm -, und dies ohne Umstellung der Transfergreifer. "Diese Flexibilität und die einfache Bedienung sorgen für hohe Produktivität und ermöglichen wirtschaftliches Drucken", meint Mats.

#### Speedmaster CD74 Doppellackmaschine.

"Mit dieser neuen Technik eröffnen sich völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten. Mit hoher Automatisierung, standardisierten Abläufen und der Integration von Prozessen in die Maschine lassen sich Material und Kosten

"Die Kunden sind von uns Service und Qualität gewohnt. Nur darüber lassen sich wirtschaftliche Preise erzielen." Mats Strand

Heidelberg Nachrichten • Profile Profile



Auswahl aus der Produktpalette im Etikettenbereich von Strand Grafiska AB. Die Produkte findet man in nahezu allen schwedischen Supermärkten.

einsparen. Wir können somit ausgefallene Kundenwünsche realisieren – und dies zu konkurrenzfähigen Preisen", resümiert Bengt Strand. Höhere Produktionsgeschwindigkeiten sind in den meisten Fällen möglich und meistens lassen sich dadurch auch noch höhere Glanzergebnisse gegenüber einer Maschine mit einem Zwischenwerk erzielen.



Plattenwechsel an der Speedmaster CD 74.

**F-Format.** Für die schwedischen Produkte. die bei Strand produziert werden, ist die neue Sechsfarben-Speedmaster CD 74 wegen der großen Bandbreite der einsetzbaren Bedruckstoffe und vor allem wegen des F-Formats ideal. Das F-Format  $(60,5 \times 74)$ bietet gegenüber dem C-Format  $(53 \times 74)$ deutliche Vorteile bei entsprechenden Verpackungen. "Bei bestimmten Jobs haben wir jetzt statt vier sogar sechs Verpackungen auf einem Druckbogen, also erreichen wir damit eine Steigerung von 50 Prozent. Bei einigen Etiketten sind es statt 27 jetzt 36. Das sind entsprechend relativ kleine Etiketten und Verpackungen produzieren, ist das F-Format für uns perfekt. Bei den Etiketten kommt das F-Format fast bei jedem Auftrag zum Einsatz", erklärt Mats.

sind auf höchste Qualität angewiesen, dazu verhilft uns Image Control. Wenn wir ein auf Wasserflaschen erwecken diese Etiketten

Etikett für 0.5- und 1.5-Liter-Flaschen herstellen, muss es im Supermarktregal identisch aussehen, es darf keine Farbschwankungen geben. Qualität ist unser Markenzeichen, die können wir nicht einem Drucker überlassen, der vielleicht einmal übermüdet ist oder montags einen anderen Geschmack hat als freitags. Hinzu kommt, dass wir auch viele Wiederholaufträge haben, und die dürfen sich natürlich nicht voneinander unterscheiden, selbst wenn ein Jahr zwischen ihnen liegt", erklärt Bengt und stellt energisch klar: "Wir haben nur eine Art von Qualität, die beste, für uns schon beachtliche Zahlen. Weil wir kein Kunde bekommt zweite Wahl, egal um welchen Auftrag es sich handelt."

Seit die neue Speedmaster CD 74 mit UV-Ausstattung im Einsatz ist, werden auch Nassleimetiketten auf transparenter Folie gedruckt. "Nur eine Druckerei in Schweden, wir, **Hohe Qualität dank Image Control.** "Wir können solche Etiketten produzieren", betonen stolz Mats und Bengt unisono. Vor allem

einen extrem frischen Eindruck. Strand-Grafiska-Etiketten sind ausschließlich für den Nahrungsmittelbereich bestimmt, in jedem schwedischen Supermarkt findet man Gläser und Flaschen mit Etiketten aus Malmö, beispielsweise für Apfelmus, Babynahrung, Limonade, Sirup und Bier. "Produkte und Kundenstamm wachsen mit den neuen Maschinen, da mehr Veredelungen möglich sind. Das spricht sich bei den Kunden schnell herum", freut sich Mats und Vater Bengt meint: "Wir wollen mit den neuen Maschinen bewusst zu den ersten in Schweden gehören, die solche moderne Technik einsetzen, da wir den Vorsprung im Wettbewerb mit anderen Druckereien ausnutzen wollen."

Die Weiterverarbeitung "muss" inzwischen in zwei Schichten laufen, um den Ausstoß der beiden neuen Druckmaschinen bewältigen zu können. 4.000 Druckplatten im Jahr werden benötigt, wobei viele Wiederholaufträge anfallen und die Druckplatten mehrfach verwendet werden können. Im letzten Jahr lag das Wachstum von Strand Grafiska bei zirka 18 Prozent, gegenüber 2003 mit etwa 3,6 Millionen Euro Jahresumsatz, und in diesem Jahr sollen es etwa 15 Prozent werden. Das schwedische Erfolgsrezept geht also auf, und jetzt machen die beiden Schweden ihrer Konkurrenz richtig Druck. ■

#### Daten & Fakten

Strand Grafiska AB Järnyxegatan 14 S-200 39 Malmö Tel.: +46-40-942210

Fax: +46-40-94 01 14

E-Mail: info@strand-grafiska.se www.strand-grafiska.se

www.heidelberg.com/hd/CD74

#### Malmö, Stadt mit Geschichte:

Die Malmöiten, wie sich die Einwohner von Malmö nennen, empfinden sich, da sie nur einen Katzensprung von Kopenhagen und Norddeutschland entfernt sind, den Menschen in Mitteleuropa oft näher als den Landsleuten aus dem "hohen Norden" des Landes. Malmö gehörte vor vielen Jahrhunderten der norddeutschen Hanse an, zeitweise regierte auch der deutsche König von Pommern hier, baute die alte Wikingerstadt mit einer Festung aus. Schließlich wurde die Stadt im Verlauf ihrer Geschichte dänisch, später dann schwedisch - und das ist sie auch noch heute. Der Baustil erinnert noch an die dänische Zeit, ebenso der Dialekt der Einheimischen. Malmö war als Handelszentrum schon immer eine reiche Stadt und ist es dank der Öresundbrücke bis heute geblieben. Wichtige Kunstausstellungen kommen immer häufiger zuerst nach Malmö und dann erst nach Stockholm, der Hauptstadt des zirka Neun-Millionen-Einwohner-Staates. Malmö ist dabei, dieser den Rang der Kulturhauptstadt Schwedens streitig zu machen.

Die Situation der Druckindustrie in Schweden: Der Akzidenzdruck läuft laut Bengt Strand nicht so gut, der Konkurrenzdruck aus dem Ausland ist stark, und einige große Unternehmen verlagern gerade ihre Standorte ins Ausland. Der Etiketten- und Verpackungsbereich ist stabil. Hauptproblem: Gut ausgebildete Drucker sind eher Mangelware. 1995 gab es noch 23.000 Beschäftigte in der schwedischen Druckindustrie, heute sind es nur noch etwa 17.000. Das Preisniveau der Etiketten entspricht dem der 80er Jahre, ohne produktivere Maschinen wäre ein Überleben nicht möglich gewesen, und viele Druckereien hätten im internationalen Wettbewerb verloren.







Alte Windmühle in Malmö. Der Hafen mit modernen Wohngebäuden. Die alte Festung der Stadt. (von links)

Heidelberg Nachrichten • Profile



FRIEDRICH FREUND GMBH. DEUTSCHLAND

### Verpackungslösung aus einer Hand

Als erster deutscher Verpackungsdrucker baut das Krefelder Werk der Friedrich Freund GmbH eine durchgehend auf Maschinen der Heidelberger Druckmaschinen AG basierte Produktionslinie auf. Mit einer Bogenstanzmaschine Dymatrix 106 und einer Diana Pro 74 Faltschachtelklebemaschine wurde der Engpass in der Weiterverarbeitung beseitigt.

m Jahr 1908 gegründet, führt heute in dritter Generation Karl-Heinz Freund, 54, die Freund-Gruppe als geschäftsführender Gesellschafter. Wer hier jedoch eine kleine beschauliche Druckerei erwartet, liegt völlig falsch: Im letzten Jahr erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 240 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 34 Millionen Euro. Drei spezialisierte Fertigungsstätten im gesamten Bundesgebiet tragen dazu bei. In Georgsmarienhütte bei Osnabrück, dem Stammsitz der Firmengruppe, werden mit 144 Mitarbeitern Verpackungen aus kaschierter Wellpappe und Spezialverpackungen aus Vollpappe hergestellt. In Krefeld, seit elf Jahren ein Standort der Unternehmensgruppe, fertigen 70 Mitarbeiter Faltschachteln und Automatenzuschnitte. Seit vier Jahren werden außerdem am Standort Dresden von 26 Mitarbeitern warentragende Displays und Bäckereiverpackungen produziert.

Die rund 16.000 Tonnen Vollpappe und etwa zehn Millionen Quadratmeter Wellpappe, die pro Jahr an den drei Standorten verarbeitet werden, gehen an mittelständische Markenartikler aus der Konsumgüter- und Nahrungsmittelindustrie von regionaler bis internationaler Bedeutung. "Wir versuchen, regional zu betreuen und gleichzeitig die Standorte zu spezialisieren – auch aus Kostengründen, um Synergieeffekte auszunutzen", berichtet Thomas Wirth, Marketingleiter und Mitglied der Geschäftsleitung. "In Krefeld dreht sich alles um die Vollpappe – drucken, stanzen, kleben – für große Mengen und mit einer schlanken Produktion", erklärt er weiter.

**Moderne Produktion.** Um den Standort zu gestalten, waren weitreichende Investitionen und ein Umbau notwendig. Bei den Maschinen wurde auf geringen Platzbedarf und eine optimale

Das Führungsteam der Freund-Gruppe: Walter Tebbe (Technischer Leiter), Johannes Birke (Kaufmännischer Leiter), Karl-Heinz Freund (Geschäftsführender Gesellschafter), Thomas Wirth (Marketingleiter) und Martin Hafer (Vertriebsleiter) (von links).

Konfiguration geachtet. Mit Heidelberg machte Freund mit einer 1998 installierten Sechsfarben-Speedmaster CD 102 plus Lackwerk so gute Erfahrungen, dass die Idee entstand, eine reine Heidelberg-Linie zu etablieren. "Die erste Speedmaster hat 230 Millionen Bogen auf dem Zähler, mit sehr geringen Ausfallzeiten. Als wir wieder investieren mussten, ersetzten wir daher eine Fünffarben-Druckmaschine eines anderen Herstellers durch eine zweite Sechsfarben-Speedmaster von Heidelberg", erklärt Michael Raschke, Produktionsleiter in Krefeld. Er setzt auch auf Prinect Image Control: "Das Farbmess-System dient zur Qualitätskontrolle außerhalb der Druckmaschine. Vor allem bei Wiederholaufträgen können damit Qualitätsschwankungen vermieden werden, da Prinect Image Control das gesamte Druckbild spektralfotometrisch misst und unserem Drucker automatisch Nachführempfehlungen nennt." Der Clou an den Maschinen ist für ihn aber das Logistics genannte System für automatische Stapelwechsel am Anleger. In der in Krefeld installierten Form Logistics Advanced sind die Druckmaschinen um 90 cm höher aufgestellt, und der Ausleger ist ebenfalls integriert. Die Leerpaletten des Anlegers werden dabei selbstständig über eine Förderstrecke unterhalb der Maschine zum Ausleger transportiert. "Da der Materialfluss, das Bereitstellen der Arbeitsmaterialien und deren Abtransport, ein Kostenfaktor ist, bietet das System gutes Einsparpotenzial für uns – und Platz sparen wir damit auch", betont Raschke. Um Engpässe in der Weiterverarbeitung zu vermeiden, löste eine Heidelberg Dymatrix 106 die bislang eingesetzte Maschine - ebenfalls eines anderen Herstellers - ab und wurde um eine Faltschachtelklebemaschine Diana Pro 74 samt Packmaschine Japack Pro ergänzt.

**Optimierte Weiterverarbeitung.** Anfang September 2004 wurde die Dymatrix geliefert. "Die Stanzmaschine arbeitet, 90 cm höher aufgestellt, mit den gleichen Systempaletten wie die Druckmaschinen, um im Non-Stop-Betrieb hohe Paletten fahren zu können", erläutert Raschke. Neben der präzisen Technik überzeugte ihn vor allem der Service: "Unsere Stanzen müssen immer funktionieren, da wir hier rund um die Uhr produzieren. Bei Reparaturen kommt schnell ein Techniker, und über Nacht wird jedes Ersatzteil geliefert direkt aus dem Heidelberg World Logistic Center in Wiesloch." Die im Vergleich zu den schnellen Druckmaschinen etwas schwächere Nettoleistung der Maschinen in der Weiterverarbeitung versucht man bei Freund u.a. mit einer optimalen Logistik auszugleichen. "Die Maschine läuft nonstop - aber ohne einen reibungslosen Service wäre das nicht möglich", so Raschke. Mittlerweile ist die Dymatrix bereits über fünf Millionen Bogen gelaufen und hat damit sämtliche Erwartungen erfüllt.

Perfekte Klebung. Seit Juni letzten Jahres ist auch eine Diana Pro 74 Faltschachtelklebemaschine mit einem Stapelwender und dem Voreinleger Jagfeed im Einsatz. "60 Prozent unserer Aufträge werden nur gestanzt. Die restlichen 40 Prozent fertigen wir in einer Schicht mit der Diana Pro", erklärt Raschke. Ebenfalls genutzt wird die Japack Pro. Die Einarbeitung an den neuen Maschinen verlief problemlos, da viele Symbole in der Bedienung selbsterklärend und an den verschiedenen Maschinen gleich gestaltet sind.

Die Freund GmbH strebt ein jährliches Wachstum von fünf bis zehn Prozent an, und die Investitionen fördern das Wachstum. "Man kann aber nur mehr produzieren, wenn modernste Technik und eine erfolgreiche Neukundenakquise Hand in Hand gehen", verdeutlicht Thomas Wirth. Und das will er mit Heidelberg als Partner erreichen.



Fernando Martins Teixeira und Uwe Roelen beim Einsetzen einer Stanzform in die Dymatrix 106 (von links).

#### **Daten & Fakten**

- Friedrich Freund GmbH
- Raiffeisenstraße 31-33
- 49124 Georgsmarienhütte
- Deutschland
- Tel.: +49-(0)-54 01-4 86-0
- Fax: +49-(0)-54 01-4 86-71
- E-Mail: zentrale@freund-verpackung.de www.freund-verpackung.de
- Friedrich Freund GmbH & Co. KG Faltschachtelwerk Krefeld
- Kombipack, Dresden
- Niederlassung der Friedrich Freund GmbH
- www.heidelberg.com/hd/Dymatrix106

Heidelberg Nachrichten • Spektrum

### Nachrichten & Meldungen

#### IBEP/Companhia Editora Nacional: Sechs Millionen für die Bildung

**Brasilien.** Das Instituto Brasileiro de Edições Pedagógicas (IBEP, Brasilianisches Institut für pädagogische Schriften) und seine Tochter Companhia Editora Nacional investieren insgesamt sechs



Neuer Drucksaal der IBEP-Druckerei mit beeindruckenden 32.000 Quadratmetern Fläche.

Millionen Euro in eine neue Druckerei, die primär zur Produktion von Schulbüchern eingesetzt wird. Zu diesem Zweck hat die alte IBEP-Druckerei bereits ein neues Domizil in São Paulo bezogen und wird zudem maschinentechnisch modernisiert: Unter den Neuerwerbungen befinden sich unter anderem eine Speedmaster SM 102, eine Goss M600 sowie zwei Polar 137 X-Schneidemaschinen. Der verjüngte Maschinenpark trägt zum einen dem steigenden Bedarf an Schulbüchern Rechnung (der brasilianische Schulbuchmarkt hat sich in den vergangenen zehn Jahren verdoppelt), soll die Druckerei nun aber auch in die Lage versetzen, Aufträge für Dritte zu übernehmen. So ist beispielsweise geplant, in den neuen Liegenschaften künftig auch Magazine, Zeitungen und Anzeigenblätter herzustellen. Beim Umzug des gesamten Druckerei-Equipments in das neue Gebäude haben die Heidelberger Service-Techniker das vom Kunden in sie gesetzte Vertrauen offenbar nicht enttäuscht und ganze Arbeit geleistet: Täglich verlassen wieder rund 90.000 Bücher und 1,4 Millionen Schulhefte die Druckerei.

Weitere Informationen: www.ibep-nacional.com/br

#### Kenya Litho Ltd., Nairobi: Jenseits von Ostafrika

Kenia. In Nairobi gehört Kenya Litho Ltd. schon seit fast 50 Jahren zu den guten Namen der dort ansässigen Druckindustrie. Dass der Name auch heute noch Bestand hat, ist auf mutigen Unternehmergeist und wiederholte Investitionen in Heidelberger Produkte zurückzuführen: In den 90er Jahren blies dem ehrwürdigen Etikettendrucker durch die fortschreitende Liberalisierung der afrikanischen Märkte ein scharfer Wind ins Gesicht, der in Form hochwertiger Printprodukte vor allem aus Südafrika und Europa kam. Anstatt den Kopf einzuziehen, ging Kenya Litho Ltd. in die Offensive und erwarb 1998 als erstes Unternehmen in der gesamten Ostafrika-Region eine Sechsfarben-Speedmaster SM 74. Zwar konnte sich Kenya Litho mit dieser Ausstattung

gegen den ausländischen Wettbewerb behaupten, doch wuchs nun auch innerhalb der Region die Nachfrage so stark an, dass der Betrieb den Bedarf nicht mehr decken konnte. Ergo machte Kenya Litho Mitte vergangenen Jahres einen weiteren Schritt nach vorn und installierte nicht nur eine Vierfarben-Speedmaster SM 74-P-H samt Weiterverarbeitungs-Produkte, sondern auch eine UV-fähige Sechsfarben-Speedmaster CD 74 mit zwei Lackwerken - die nächste Premiere im ostafrikanischen Raum. Das Resultat: Heute finden sich Lebensmitteletiketten und Kosmetikaschachteln aus dem Hause Kenya Litho in englischen, belgischen, französischen und auch deutschen Supermärkten wieder. Darüber hinaus liefern die 130 Mitarbeiter ihre Produkte

mit schöner Regelmäßigkeit in die Nachbarstaaten Ruanda, Burundi, Somalia und Sudan. Und die stürmischen Neunziger hat Kenya Lithos Finanzchef Mohan Krishnaswami (Bild) längst vergessen.



#### Patio 13 – Schule für Straßenkinder



Kolumbien. Im Zuge der seit Jahrzehnten schwelenden bürgerkriegsartigen Zustände in Kolumbien haben inzwischen mehr als eine Million Kinder ihr Elternhaus verloren. Die meisten Flüchtlinge stranden in den Elendsvierteln der Städte, was das Gewaltpotenzial im Lande weiter erhöht. Um diesem Teufelskreis entgegenzuwirken und den Straßenkindern bessere Aussichten auf einen Platz in der Gesellschaft zu verschaffen, unterstützt Heidelberg

das Bildungsprojekt "Patio 13", an dem die Escuela Normal Superior "María Auxiliadora" (Copacabana), die Pädagogische Hochschule (Heidelberg), die Universidad de Antioquia (Medellín) und die Universidad Externado de Colombia (Bogotá) beteiligt sind. Das Projekt, das im Dezember 2001 in der Heidelberger Print Media Academy gestartet wurde, zielt darauf ab, den Kindern eine Grundbildung zu vermitteln (Lesen und Schreiben, Rechnen und naturwissenschaftliches Basiswissen). So wurden im Umfeld der Kinder u.a. schulähnliche Lernumgebungen geschaffen und eine Druckwerkstatt eingerichtet, in der die Kinder durch den Umgang mit Lettern aus Blei und Holz lesen und schreiben lernen. Darüber hinaus werden Lehramtsstudenten darin ausgebildet, mit Straßenkindern umzugehen, sie zu unterrichten und zu bilden. Heidelberg leistet Starthilfe, bis sich die vom Projekt initiierten Strukturen etabliert haben.

Weitere Informationen: www.patio13.de

#### **Neuer Showroom in Kuwait**

Kuwait. Im Frühjahr hat der Heidelberg-Vertriebspartner in Kuwait, Mohammad Saleh & Reza Yousuf Behbehani Co., seinen neuen Showroom eröffnet. Das hochmoderne Gebäude bietet den Kunden reichlich Gelegenheit, sich über Heidelberg-Lösungen zu informieren: Im 600 Quadratmeter großen Erdgeschoss werden Produkte aus Prepress, Press und Postpress ausgestellt. Serviceteile, Verbrauchsmaterialien und Werbemittel sind hier ebenso verfügbar wie audiovisuelle Infos via Plasma-Bildschirm. Im Galeriegeschoss wartet das Gebäude zudem mit Meeting-, Konferenz-, Seminar- und Trainingsräumen auf; im Untergeschoss ist sogar ein Lagersystem für Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien untergebracht. Durch diese Ausstattung und seine Lage im industriellen Zentrum von Kuwait (Al-Rai, Shuwaikh), in dem auch Druckereien und Verlage beheimatet sind, hat das attraktive Gebäude beste Chancen, sich zu einem echten Kundenmagneten zu entwickeln.



Der Showroom spiegelt Behbehanis Partnerschaft mit der Heidelberger Druckmaschinen AG wider.

#### Heidelberger Druckmaschinen AG unter den Global 100



**Schweiz.** Als einer von wenigen Maschinenbauern hat Heidelberg den Einzug in die "Global 100" der weltweit nachhaltigsten

Unternehmen geschafft. Mit der Aufnahme in diese Liste zeichnen die Initiatoren von Corporate Knights Inc. und Innovest Strategic Value Advisors Inc. Top-Firmen in der ganzen Welt aus, die nach Ansicht der Juroren das Zeug dazu haben, aufgrund ihres verantwortungsvollen Managements hinsichtlich Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft auch noch in 100 Jahren fortzubestehen. Um zu prüfen, welche Unternehmen

dieser Einschätzung gerecht werden, hatte Innovest Strategic Value Advisors die Umwelt-Managementsysteme von insgesamt 2.000 Firmen aus 53 Branchen unter die Lupe genommen. Die im Frühjahr 2005 erstmals veröffentlichte Liste soll nun jedes Jahr auf dem Welt-Umweltgipfel in Davos, Schweiz, aktualisiert werden.

Weitere Informationen: www.global100.org

17

\_Heidelberg Nachrichten • Spektrum

#### Fünf Jahre Print Media Academy

Am 14. April feierte die Heidelberger Print Media Academy (PMA) ihren fünften Geburtstag. Eröffnet wurde das Zentrum für Qualifikation, Kommunikation und Wissen für die internationale Druck- und Medienbranche im Jahre des 150jährigen Bestehens der Heidelberger Druckmaschinen AG. Seither hat sich der imposante Glaskubus nicht nur im Heidelberger Stadtbild, sondern auch im Publikumszuspruch fest etabliert: Im vergangenen Jahr strömten über 58.000 Besucher zu diversen Veranstaltungen in das Gebäude; 7.000 Teilnehmer nutzten Weiterbildungsangebote zu Themen wie "Management", "Vertrieb und Marketing", "Controlling und Kennzahlen" oder auch "Nachfolge im Familienbetrieb". Darüber hinaus waren rund 2.500 Schüler, Studenten und Lehrkräfte zu Gast, die ein- bis dreitägige Print-Media-Seminare absolvierten. Was im Jahr 2000 mit der Print Media Academy in Heidelberg begann, ist inzwischen zu einem Wissensnetzwerk mit weiteren Standorten in Atlanta, Kairo, Kuala Lumpur, Moskau, São Paulo, Shenzhen, Sydney und Tokio gewachsen.

Weitere Informationen: www.print-media-academy.com

Das PMA-Gebäude in Heidelberg, Deutschland. Der moderne Glasbau ist ein Blickfang und moderne Seminar- und Bürostadt zugleich.



#### Internetbasierter Remote Service nun auch für Press und Postpress



Dank Remote Service via Internet können viele Probleme in kurzer Zeit, häufig ohne Anfahrt eines Service-Mitarbeiters, behoben werden. Durch die weltweite Verbreitung des Internets können diesen Service jetzt alle auch noch so abgelegenen Kunden nutzen. Seit April 2005 liefert Heidelberg seine Speedmaster-Maschinen (inkl. CP2000 Center) mit der neuen Software-Version V42 aus. Die neue Software ermöglicht es erstmals, entsprechend ausgestattete Druckmaschinen via Internet inspizieren zu lassen. Darüber hinaus wird diese Fähigkeit auch auf immer mehr Postpress-Produkte erweitert: ein echter Durchbruch, da derartige Online-Diagnosen bzw. -Wartungsarbeiten auf Basis der Internet-Technik bislang nur im Prepress-Bereich möglich waren. Der so genannte "internetbasierte Remote Service" löst nun nach und nach die etablierten Fernwartungen per Modem ab, da er deutlich mehr Funktionalitäten bietet als seine analogen Vorgänger. Das Resultat: Viel seltener muss tatsächlich noch ein Service-Techniker angefordert werden,

um ein Problem zu beheben. Der neue Service, der bereits bei mehr als 70 Heidelberg-Maschinen erfolgreich zum Einsatz kommt, erfordert lediglich einen Internet-Anschluss in der Druckerei. Dass er durch die Nutzung der Internet-Technik auf dem ganzen Globus verfügbar ist, versteht sich bei der modernen Variante des Remote Service von selbst. Ergo hat jeder Anwender weltweit rund um die Uhr Zugriff auf die Heidelberger Service-Expertise. Netter Nebeneffekt: Im Falle eines scheinbar unlösbaren Problems kann auch ein Service-Techniker vor Ort Hilfe von einem erfahrenen Kollegen aus dem Globalen Experten-Netzwerk der Heidelberger Druckmaschinen AG erhalten, indem er sich bei der Behebung des Problems quasi virtuell "über die Schulter" schauen lässt.

#### Neues Farb- und Feuchtwerk geht in Serie



Geschäftsführer Ralf Schindler ist zufrieden mit dem neuen Farb- und Feuchtwerk an seiner Speedmaster SM 74-5 mit Wendung. Deutschland. Die Maschinenbaureihen Printmaster PM 74 und Speedmaster SM 74 der Heidelberger Druckmaschinen AG erhalten ab Juni 2005 serienmäßig ein neues Farb- und Feuchtwerk. Seit 2003 nutzt die Druckerei Schindler in Heidelberg, Deutschland, die Komponenten an ihrer Speedmaster SM 74-5 mit Wendung. Die zehn Mitarbeiter des 1961 gegründeten vollstufigen Familienunternehmens produzieren Akzidenzdrucksachen mit einer Auflage bis zu 100.000 Bogen. "Angefangen mit der leichten Justage über maximale Stabilität bei

großen Auflagen bis hin zum Druck von Feinrastern mit 140 Linien pro Zentimeter bringt das neue Farbwerk Vorteile in allen Bereichen", berichtet Geschäftsführer Ralf Schindler. "Mit dem neuen Farb- und Feuchtwerk setzen wir erneut Maßstäbe für die Printmaster PM 74 und die Speedmaster SM 74 als erfolgreiche Maschinenbaureihen. Ab Juni ist es für den Kunden verfügbar", erklärt Arnd Westermann, Produktmanager für den Bereich Bogenoffset im Format 50 × 70 bei der Heidelberger Druckmaschinen AG.

#### Hoch hinaus



Singapur. Die wohl höchste Druckmaschine Singapurs verrichtet ihren Dienst beim Heidelberg-Kunden Voxprint: Mit einem 400-Tonnen-Kran wurde die neue Printmaster PM 52-2 an ihren Bestimmungsort im achten Stock eines Hochhauses gehievt. Für ihren Flug in rund 30 Meter Höhe benötigte die Maschine etwa drei Stunden, vier Stunden später stand sie an ihrem Platz, und tags darauf begann die Installation - eine Leistung, von der sich auch Voxprint-Chef Allan Wu beeindruckt zeigte: "Das war nun wirklich keine leichte Aufgabe, aber diese Herausforderung hat das Team wunderbar gemeistert!" Wu hatte sich zum Kauf der Printmaster entschlossen, nachdem er sie im Singapurer Demo-Center im Einsatz gesehen hatte. Besonders imposant fand Wu das Tempo beim Druck kleiner Briefumschläge. Dass die in luftigen Höhen bei Voxprint gedruckten Briefumschläge nun auch von Brieftauben ausgeliefert werden, ist indes nur ein Gerücht.



#### "Weltrekord" im Kleinformat

Russland. Die Moskauer Druckerei Extra Print hat im Frühling einen mutmaßlichen Weltrekord aufgestellt: Ihre gerade drei Jahre alte Printmaster QM 46-2 bedruckte den neunzigmillionsten Bogen! "Für unsere Auftragsstruktur ist die Printmaster QM 46 die ideale Maschine", so Extra Print-Generaldirektor Michail Malanov (Bild), "es gibt Tage, da produzieren wir mit ihr innerhalb von 24 Stunden 150.000 bis 180.000 Drucke." Vor allem Visitenkarten, Geschäftsdrucksachen, Kalender, Poster und Broschüren verlassen die erst 1996 gegründete Druckerei, die inzwischen Kunden in 80 russischen Städten zählt und auch erste Produkte ins Ausland liefert. Neben der Rekordmaschine verrichten eine weitere QM 46-2 und eine QM 46-1 bei Extra Print ihren Dienst. In Kürze soll auch noch eine Printmaster GTO 52-4 dazukommen, um den wachsenden Kundenanforderungen in Richtung Vierfarbendruck gerecht zu werden. Damit setzt Michail Malanov auch im Vierfarbenbereich auf ein echtes "Arbeitspferd".

\_\_Heidelberg Nachrichten • Lösungen

SPEEDMASTER CD 74 DUO

## "Flexo meets Offset"...

... jetzt auch im Mittelformat. Dank des großen Erfolgs der Duo-Technologie im Format 70×100 bietet Heidelberg nun auch im Mittelformat eine High-End-Veredelungsmaschine der flexibelsten Art an. Denn das bei der Speedmaster CD 102 Duo von Heidelberg bewährte Konzept "Flexo vor Offset" ist jetzt auch für das Mittelformat als Speedmaster CD 74 Duo verfügbar.





Typischer Duo Effekt: Auf ein Flexo-Gold werden mit Offset-Farben kleinste Elemente gedruckt. (Bild oben) Ein über das Flexowerk aufgetragenes Deckweiß bringt hohe Flächendeckung auch auf metallisierten Materialien. (Bild unten)

urch den Trend zu kleineren Auflagen und Formaten in der Verpackungs- und Etikettenproduktion bei einem immer breiter werdenden Spektrum an Spezialveredelungen wird von der eingesetzten Technik ein Maximum an Flexibilität und Effizienz sowie auf Grund hoher Bedruckstoffpreise ein Minimum an Makulatur erwartet. Um eine hochwertige und vielfältige Inline-Veredelung in nur einem Maschinendurchgang (One-Pass-Productivity) zu ermöglichen, positioniert Heidelberg deshalb bereits mit der Speedmaster CD 102 Duo eine Maschine mit hybrider Drucktechnik (Flexo + Offset) erfolgreich am Markt. Jetzt schickt sich die Speedmaster CD 74 Duo an, das Mittelformat für sich zu erobern.

Attraktive Produkte anbieten. Dank integrierter Flexodruckwerke mit Kammerrakelsystem vor und nach dem Offsetdruck eröffnet die CD 74 Duo vielfältige Anwendungen, die bislang nur im Tiefdruck oder aber in mehreren Maschinendurchgängen möglich waren. Das Speedmaster "Flexo vor Offset"-Konzept kommt dabei vor allem bei Deckweißauftrag (wässrig oder UV) mit hohem Weißgrad, bei Perlglanzlackierung vor lasierenden Offsetfarben zur Verstärkung von Metalliclack-Effekten, beim Einsatz von Metalliclacken für brillante Silber- und Goldeffekte sowie beim Aufbringen von Primer vor metallischen Farben zur Erhöhung der Scheuerfestigkeit zum Tragen. "Nach der Einführung der Duo im Format 70×100 interessierten sich immer mehr Kunden auch im Mittelformat für Spezialeffekte mit der Duo", erklärt Andreas Lang, Leiter Product Management Specialty Printing 50×70 bei Heidelberg. "Deshalb entschieden wir uns letztes Jahr, eine CD 74 Duo anzubieten", berichtet Lang weiter.

**Vielfältig einsetzbar.** Die anwendungstechnische Flexibilität der Speedmaster CD 74 Duo ist weitreichend: Eben noch im Einsatz als "normale" Mittelformat-Offsetdruckmaschine ohne Nutzung des Flexowerks vorne, produziert sie beim nächsten Auftrag schon als



Auch auf Bedruckstoffe wie transparente oder opake Folie ist die Speedmaster CD 74 Duo ausgelegt.

Spezialitätenmaschine – beispielsweise das Vorlegen von Gold- oder Silberlacken für Bier-Etiketten. Basis hierfür ist neben der modularen Bauweise der CD 74 auch das flexible Trocknerkonzept, das dem Kunden im Bereich der Zwischentrocknung einen komfortablen Wechsel zwischen Infrarot-, Heißluft- und UV-Einschüben ermöglicht.

Einen großen Bedarf für die neue Speedmaster CD 74 Duo sieht Andreas Lang im Bereich Etikettendruck, wobei er in jüngster Vergangenheit feststellt, dass "immer mehr Verpacker auf den Zug aufspringen und mit der Speedmaster CD 74 Duo neue Verpackungskonzepte inline produzieren wollen".



"Die ideale Maschine für Spezialeffekte", meint Andreas Lang, der die größte Stärke der Speedmaster CD 74 Duo in ihrer Vielseitiakeit sieht.

# Etiketten für Ostafrika

ie erste Speedmaster CD 74 Duo ist an Tanzania Printers, eine Großdruckerei im Osten Afrikas mit 350 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von etwa sieben Millionen Euro (rund neun Millionen US-Dollar), ausgeliefert worden. Heidelberg Nachrichten sprach mit dem Geschäftsführer (Managing Director) Aliraza Khimji (41) über die Investition.

### HN: Herr Khimji, wie setzen Sie die neue Speedmaster CD 74 Duo ein?

A. Khimji: Die Bier-Etiketten-Produktion für einen unserer Großkunden im Tiefdruck auf teurem, metallisiertem Etikettenpapier wollten wir von Südafrika nach Tansania zurückholen. Als wir dann von den interessanten Möglichkeiten der CD 74 Duo hörten, entwickelten wir die Idee, die Edelmetall-Anmutung der Etiketten durch den Druck einer Silberbasis im ersten Flexo-Werk zu erzielen und die restlichen Farben im Offset obendrauf zu drucken. Dass dies möglich ist, zeigten die Testdruckphase mit der Maschine in Heidelberg und natürlich Heidelbergs Erfahrungen mit der CD 102 Duo. Auf diese Art und Weise können wir die Kosten langfristig im erträglichen Rahmen halten – durch Verwendung von normalem Etikettenpapier und durch die niedrige Makulatur in der Inline-Produktion mit nur einem Durchgang.

# HN: Ist dies eine neue Druckmaschine speziell für die Druckanforderungen nur eines Kunden, oder möchten Sie mit zusätzlichen Kunden nicht auch weitere Geschäftsfelder erschließen?

A. Khimji: Natürlich wollen wir das. Wir erwarten, dass die rund 1,3 Milliarden Etiketten in ihren zehn verschiedenen Ausführungen die zweischichtig gefahrene CD 74 Duo zu etwa 60 Prozent auslasten. Für die restliche Kapazität fahren wir gerade Druckdemos im Bereich Plastik-Etiketten, beispielsweise für Wasserflaschen oder Ähnliches. Wir sehen hierfür einen großen Markt in Tansania. Zudem wollen wir einmal mehr unserer langjährigen technischen Vorreiterrolle in Tansania gerecht werden und diejenigen Kunden ins eigene Land zurückholen, die mangels Möglichkeiten im UV-Druck oder Druck auf Plastikmaterial ins Ausland abgewandert sind.

HN: Vielen Dank für das Gespräch! ■

\_\_Heidelberg Nachrichten • Lösungen

DIANA X 135

# Faltschachtel-Kleben nach Baukastenprinzip

Die Realisierung selbst kompliziertester Kundenwünsche ist bei der Vielfalt der heute angebotenen Verpackungen und Verpackungsmaterialien für einen Weiterverarbeitungsbetrieb überlebenswichtig. Die neue Faltschachtel-Klebemaschine Diana X 135 lässt keine Wünsche unerfüllt. Dank einer intelligenten Bauweise kann sie individuell zusammengestellt werden.

aximale Flexibilität im Arbeitseinsatz durch größtmögliche Modularität im Maschinenauf bau. Das ist die neue Hochleistungs-Faltschachtel-Klebemaschine Diana X 135. Konzipiert für die Marktsegmente Verpackungsdruck, Wellpappeverarbeitung und spezialisierte Druckweiterverarbeitung, bietet sie eine Vielzahl von Kombinationsmöglichkeiten der einzelnen Module an. "Diese Maschine lässt sich für jede Anforderung passend zusammenstellen, ob auf hohe Endgeschwindigkeit mit hohen Auflagen oder eine große Produktpalette mit einer Produktvielfalt und häufigen

Jobwechseln reagiert werden muss", ist Frank Jansen, Produktmanager Faltschachtel-Klebemaschinen bei der Heidelberg Postpress Deutschland GmbH, überzeugt.

#### Außerordentlich flexibel einsetzbar. Das

hochproduktive System mit einer konkurrenzlosen Arbeitsleistung von maximal 200.000 Schachteln/Stunde (oder 650 Meter/ Minute) wird in vier Konfigurationsversionen angeboten, die je nach Kundenwunsch modular erweiterbar und umstellbar sind. Vier Standardversionen stehen dabei zur Auswahl. Darüber hinaus lassen sich ent-









Eigenständige Servo-Antriebstechnik je Modul macht die Diana X flexibel. Die Zuschnitt-Dreheinheit mit nachfolgender Schachtelausrichtung ermöglicht Drehungen der Zuschnitte von 180 Grad. Alle Bedieneinheiten sind klar strukturiert und leicht verständlich in der Bedienuna. (von links)

sprechend den Kundenwünschen auch individuelle Lösungen zusammenstellen. Alle Standardversionen sind ebenfalls mit dem neuen 3.500 mm langen Vorbrecher ausgestattet, der eine schonende Verarbeitung auch bei sehr hohen Geschwindigkeiten ermöglicht. Es folgen danach die obligatorischen Stationen wie Falt-, Überleit- und Sammel-/Pressstation (im Wellpappenbereich, wo nicht vorgebrochen werden muss, kann der Vorbrecher entfallen). Die Faltstation selbst ist mit vier Metern Länge einzigartig und ermöglicht neben Rechts-vorlinks- auch Links-vor-rechts-Faltungen. Die Universalversion integriert genau wie die Kompaktversion auch ein Faltbodenmodul, das jedoch zusätzlich mit dem Mehrzweckmodul "Modul 150" gekoppelt wird. Diese Kombination ermöglicht - wie auch die Kompaktversion - die Verarbeitung von Faltboden- und Aufrichteschachteln, jedoch werden die Umrüstzeiten beim Umstellen von einer Schachtelfertigung zur nächsten erheblich reduziert. Die High-End-Produktion komplexer Schachteln, die während der Verarbeitung noch zusätzlich gedreht werden müssen, erfolgt auf der Diana X 135 über eine Zuschnitt-Dreheinheit mit nachfolgender Schachtelausrichtung. Dabei können die Schachteln bis zu 180 Grad bei einer Maschinengeschwindigkeit von rund 300 Meter/-Minute gedreht werden.

Reduzierte Rüstzeiten. Bei einer maximalen Arbeitsbreite von 1.350 mm verarbeitet die Diana X 135 Karton von 200 bis 900 g/m<sup>2</sup> sowie im Wellpappenbereich N-, F-, E- und B-Wellen. Erst die eigenständige Servo-Antriebstechnologie je Komponente erlaubt das flexible und unkomplizierte Zusammenstellen der Maschine. In Kombination mit dem DiaSet-Positioniersystem, das entweder in halbautomatischer oder vollautomatischer Form angeboten wird, erzielt man entsprechend reduzierte Rüst- und Umrüstzeiten bei zugleich höchster Verarbeitungsqualität. All dies überwacht der Bediener per Prozesskontrolle DIAlog und heidelbergspezifisches Touchscreen-Display.

Das innovative Sicherheitskonzept der Diana X 135 entspricht den hohen deutschen Standards, das heißt, die Maschine trägt das Siegel für geprüfte Sicherheit, welches vom Technischen Überwachungsverein Deutschland (TÜV) erst nach strenger Prüfung vergeben wird. Die Diana X 135 erfüllt somit alle Anforderungen hinsichtlich Sicherheit und Gesundheit zum Schutz der Arbeiter nach dem deutschen Geräte- und Produktsicherheitsgesetz. Zudem sichert die Gewährleistung auf die mechanisch enorm belasteten Teile eine reibungslose Fertigung ohne Zwischenfälle, was die Produktivität zusätzlich erhöht. Als besonders bedienerfreundlich



erweist sich auch die Möglichkeit für den Anwender, an der kompletten, leicht zugänglichen Maschine die Riemen zu wechseln, ohne die Antriebswelle auszubauen. Insbesondere bei den Einzugsriemen des Einlegers ergibt sich hierdurch ein großer Zeitvorteil, da es sich bei diesen Riemen um stark belastete und häufiger zu wechselnde Verschleißteile handelt. "Die Diana X 135 ist mit einer eigenständigen Servo-Antriebstechnik je Modul ausgestattet und deshalb so flexibel einsetzbar. Die Länge des Vorbrechers und der Faltstation und die kurzen Rüst- bzw. Umrüstzeiten bieten große Vorteile und steigern die Produktivität enorm", erklärt Diplom-Ingenieur Jansen und ergänzt: "Hinzu kommt ein überzeugender Bedienkomfort. Dies alles in Kombination macht die Diana X 135 zum innovativsten und produktivsten Faltschachtel-Klebesystem auf dem Markt."

\_\_Heidelberg Nachrichten • Lösungen

HEIDELBERG SYSTEMSERVICE

# Die Wüste lebt!

Mit seinem Konzept des "systemservice" will Heidelberg einen entscheidenden Beitrag zur Begrünung der weltweiten Service-Wüste leisten. Fruchtbare Beispiele für die Offensive von Heidelberg lassen sich schon jetzt rund um den Globus finden – bis hinein in die entlegendsten Winkel. In solchen Oasen wächst und gedeiht auch die Wirtschaftlichkeit.

as in der Software-Branche von Beginn an gang und gäbe war, ist im Maschinenbau oft vernachlässigt worden: der Abschluss von Service-Verträgen – sei es mangels entsprechender Angebote der Industrie oder wegen mangelnden Interesses seitens der Kunden. Dabei hat sich längst erwiesen, dass entsprechende Service-Produkte dazu beitragen, die Produktion abzusichern, die Produktivität zu erhöhen und die Qualität zu verbessern. "Genau dieses Ziel verfolgt Heidelberg mit seinem systemservice, und Wartungsverträge sind ein wesentlicher Bestandteil davon", erläutert Bernhard Steinel, Leiter Service weltweit bei der Heidelberger Druckmaschinen AG (siehe Interview auf Seite 29). Die Gestaltungsmöglichkeiten derartiger Wartungsverträge sind so vielfältig wie die Druckereibetriebe selbst. Stellvertretend für die 170 Länder, in denen Heidelberg seinen Kunden entsprechende Dienstleistungen anbietet, wirft die HN einen Blick nach Brasilien, Kolumbien, Deutschland, Korea und Australien.

Brasilien. In Brasilien, wo rund 15.000 Druckereien mit zusammen ca. 196.000 Beschäftigten ansässig sind, hat sich Pancrom als eines der ersten Unternehmen dazu entschlossen, einen Wartungsvertrag für seine Prepress-Lösungen von Heidelberg abzuschließen. Die Firma mit rund 400 Mitarbeitern und Sitz in São Paulo produziert unter anderem hochwertige Verpackungen, Produktbroschüren bzw. -kataloge und Bildbände sowie (Lehr-) Bücher, Magazine, Kalender und selbst Bedienungsanleitungen. "Uns ging es vor allem darum, unsere Plattenbelichter gegen unliebsame Ausfälle abzusichern", so Lourenço Amato, Prepress-Manager bei Pancrom. "Wir arbeiten in unserer Druckerei in drei Schichten und belichten pro Jahr etwa 60.000 Platten; deshalb würde der plötzliche Ausfall der Belichter unseren





Global "vor Ort": Mit über 250 Standorten in 170 Ländern verfügt Heidelberg über das dichteste Sales- und Service-Netz der Branche.



Lourenço Amato, Prepress-Manager bei Pancrom, und Daniel Vasconcelos, Service-Techniker bei Heidelberg Brasilien (von links).

Produktionsablauf erheblich beeinträchtigen", so Amato weiter. Aus diesem Grund hat Pancrom im Februar 2003 erstmalig vom Heidelberg-Angebot Gebrauch gemacht, an seinen Belichtern regelmäßige präventive Wartungsarbeiten durchführen zu lassen. Seither statten Heidelberg-Servicetechniker dem mehrfach für seine exzellenten Printprodukte ausgezeichneten Kunden viermal jährlich einen geplanten Besuch ab. "Die Besuchstermine sprechen wir natürlich vorher mit dem Kunden ab, so dass er unsere Wartungsarbeiten auf seinen laufenden Betrieb ausrichten kann", so Mário Paris, Service Business Manager von Heidelberg Brasilien. Wie bei einer Auto-Inspektion gehen die Techniker dann an jedem Belichter Schritt für Schritt eine standardisierte Checkliste durch, um sich womöglich anbahnende Problemchen zu identifizieren und zu beheben, bevor diese zu einem wirklichen Problem werden. "Dadurch verringert sich die Gefahr, dass ein Belichter unerwartet ausfällt, enorm", betont Valter Melo, der bei Heidelberg Brasilien für die Wartungsverträge im Druckvorstufen-Bereich zuständig ist.

Doch damit nicht genug: Wie sieben weitere brasilianische Unternehmen mit Heidelberg-Service-Verträgen für die Druckvorstufe profitiert Pancrom nicht nur von einer stabileren Produktion, sondern auch von wirtschaftlichen Vorteilen. "Im Rahmen des Wartungsvertrages ist auch die Beschaffung von Ersatzteilen geregelt",



Pedro Pablo Quiroga, Produktionsleiter Panamericana Formas e Impresos, Alejandro Salazar, Servicetechniker Heidelberg Kolumbien, Thorsten Lau, Leiter Service Heidelberg Kolumbien, Ing. Jairo Rodríguez, Leiter der hauseigenen Wartung von Panamericana (von links).



Axel Zimmer, Inhaber der Zimmer Print und Medienservice GmbH in Büren-Wewelsburg, Deutschland, ist überzeugt vom Heidelberg-Service.

berichtet Klaus Murrins – und das weiß der Pancrom-Chef zu schätzen, denn: "Unter dem Strich fahren wir mit dem auf uns zugeschnittenen Wartungsvertrag günstiger, als wenn wir Service-Arbeiten und -Teile einkaufen müssten, die nicht vertraglich abgesichert sind." Deshalb hat Murrins in seinen Vertrag mit Heidelberg auch gleich noch ein paar zusätzliche Service-Techniker-Stunden für nicht vorhersehbare Reparaturen einbauen lassen. Mit diesem Modell ist der Nachfahre eines deutschen Einwanderers offenbar so zufrieden, dass er seinen jährlichen Vertrag schon zweimal verlängert hat.

**Kolumbien.** Ein ganz anderes Wartungspaket hat das Druckhaus Panamericana Formas e Impresos im benachbarten Kolumbien geschnürt. Dort, wo ca. 26.000 Menschen in 950 industriell aufgestellten Printmedien-Betrieben beschäftigt sind, leistet sich die 580 Mitarbeiter zählende Panamericana den (scheinbaren) Luxus, einen Service-Techniker von Heidelberg beinahe ständig zu Gast zu haben: Während der Woche schaut ein kolumbianischer Heidelberger täglich zwischen 7:30 Uhr und 17:00 Uhr nach den 40 Heidelberg-Druckwerken des Unternehmens. "Und sollte mal etwas passieren. wenn unser Spezialist gerade nicht im Betrieb ist, kann die Druckerei dank einer 'Rund-um-die-Uhr-Rufnummer' innerhalb von nur zwei Stunden mit einer Reaktion unsererseits rechnen", erläutert Thorsten Lau, Leiter Service von Heidelberg Kolumbien. Kleinere Probleme werden nach Terminvereinbarung mit dem Kunden angegangen, ebenso wie die großen, halbjährlichen "Fitness-Checks" der Maschinen, die übrigens mit einem Zertifikat bescheinigt werden. Lediglich die Service-Teile selbst sind nicht Bestandteil des Vertrages.

"Dennoch rechnet sich der Kontrakt für uns", weiß Panamericana-Produktionsleiter Pedro Pablo Quiroga, "da wir deutlich weniger Stillstandzeiten haben als zuvor und natürlich auch die Wartungskosten viel besser zu kalkulieren sind." Zudem konnte der Betrieb die Aufwendungen für die hauseigene Wartungsabteilung erheblich verringern. Damit stellt der scheinbare "Luxus" des Heidelberg-Experten im eigenen Hause für Panamericana in Wirklichkeit ein Schnäppchen dar. Diesen Vorteil macht sich der Hersteller von Zeit-

schriften, Büchern und Werbedrucksachen bereits seit fünf Jahren zunutze – ebenso wie acht weitere Heidelberg-Kunden in Kolumbien mit individuellen Modellen.

Deutschland. Die Heidelberg-Kunden unter den rund 12.000 Druckereibetrieben in Deutschland erwerben Service-Verträge beim Kauf der meisten neuen Maschinen gleich mit: Hier stellt Heidelberg den Kunden mit dem "systemservice36plus" genannten Dienstleistungsprogramm ein Service-Paket zur Verfügung, das weit über die gesetzlich vorgeschriebenen Leistungen hinausgeht. "Das Programm enthält für den Zeitraum von drei Jahren ab Auslieferung alle Service-Techniker-Einsätze für Entstörungen, sämtliche für diese Entstörungen benötigten Service-Teile sowie die gesamten Software-Updates innerhalb der Laufzeit", so Ulrich Köhler, Geschäftsführer Service bei der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH. Schnelle Reaktionszeiten (nächster Arbeitstag), telefonische Unterstützung und Remote Service für die flotte Ferndiagnose von kurzfristig aufgetretenen Problemen runden das Paket ab.

Zwar sind die vorgeschriebenen Inspektionen nach 10, 20 und 30 Monaten kostenpflichtig, doch ist Axel Zimmer vom "Begleitservice" seiner neuen Speedmaster CD 74 überzeugt: "Wir wollten Planungssicherheit und kalkulierbare Wartungskosten", berichtet der Inhaber der nordrhein-westfälischen Zimmer Print und Medienservice GmbH, die vor Kurzem von A3 auf A2 aufgerüstet hat. Mit seinem Printready-Workflow für Suprasetter und CD 74 samt Schneidemaschine Polar XT sowie einer Speedmaster SM 52 druckt Zimmer in zwei bis zweieinhalb Schichten Verpackungen, Zeitschriften und Kataloge inklusive Stanzungen und Lochungen. "Mit der neuen Technik, exzellenter Qualität und dank einer erstklassigen Kundenorientierung haben wir unseren Umsatz in den vergangenen Jahren verdoppelt", so Zimmer. "Diese Errungenschaften möchten wir natürlich nicht gefährden, und deshalb wollen und können wir uns keinen Produktionsausfall leisten." Schon deshalb ist die Service-Versorgung mit systemservice36plus eine sichere Bank. "Telefonisch ist Heidelberg ohnehin rund um die Uhr erreichbar, und zusammen mit Heidelberg

Heidelberg Nachrichten • Lösungen Lösungen







Michael Smithe, Chef von Penfold Buscombe im Bundesstaat Victoria, Australien, mit seinem Melbourner Druckereileiter Ian Thorne (von links).

haben wir auch schon mal eine Maschine von Freitagnacht auf Samstag repariert. Man erhält Hilfe an jeder Ecke, wo man es sich nur wünschen kann!" Seit Anfang Juni bietet Heidelberg Deutschland seinen Kunden mit dem so genannten "Heidelberg Partnerbrief" sogar noch ein zusätzliches Service-Produkt an, das nach Ablauf der drei Jahre greift und noch weit mehr Leistungen umfasst.

Korea. In Korea arbeiten rund 71.000 Menschen in 17.000 Druckereien, 68 von diesen profitieren schon ietzt von reduzierten Wartungskosten; so zum Beispiel Baeksan Printing in Seoul, die mit 71 Mitarbeitern u.a. das Lifestyle-Magazin "Neighbor", das internationale Haarmode-Magazin "Estetica" sowie diverse Lehrbücher und auch den koreanischen Bestseller "Griechische und Römische Mythologie" produziert. Gedruckt wird dort auf insgesamt sechs Heidelberg-Maschinen; in der Weiterverarbeitung verrichten u.a. zwei Polar 115 und fünf Stahlfolder KD 66 ihren Dienst. "Wir arbeiten hier im Zweischicht-Betrieb", berichtet Baeksan-Chef Jeonkuk Cho, "und würden im Falle eines Stillstandes nur einer unserer Vierfarb-Maschinen schätzungsweise 185 Euro pro Stunde verlieren. Weil wir keine eigenen Techniker haben, ist uns ein schneller Service entsprechend wichtig – vor allem während der Spätschicht."

Aus diesem Grund hat Baeksan mit Heidelberg Korea eine 24-stündige Erreichbarkeit inklusive schnellster Reaktionszeiten vereinbart. Halbjährliche Wartungsintervalle ergänzen den Vertrag, der in Korea zugleich die Ersatzteilbeschaffung begünstigt. "Da sich der Vertrag auch auf das Postpress-Equipment erstreckt, kann der Kunde so gut wie sicher sein, dass seine Periodika ohne jeden Zeitverzug die Druckerei verlassen", resümiert Heungsoo Yum, Leiter Service bei Heidelberg Korea, "und das verleiht dem Betrieb eine Produktionssicherheit, die mit Sicherheit auch Baeksans Kunden zu schätzen wissen." Baeksan hat seinen Vertrag, den er im Dezember 2003 erstmals abgeschlossen hatte, bereits verlängert.

Australien. Der lange Arm des Heidelberg-Service reicht selbst bis nach Australien: Dort setzt - neben mehr als 300 anderen Kunden -

auch der größte Bogenoffset-Drucker des fünften Kontinents, Penfold Buscombe, auf Dienstleistungen aus dem Hause Heidelberg. Was mit einem präventiven Wartungsvertrag für eine einzelne Speedmaster CD 102 begann, umfasst heute den kompletten Service für einen geradezu gigantischen Maschinenpark. "Wir sind in den vergangenen vier, fünf Jahren um mehr als 300 Prozent gewachsen", erzählt Alistair Hill, Geschäftsführer von Penfold Buscombe, das heute einen Jahresumsatz von rund 110 Mio. Euro erwirtschaftet. Durch eine Reihe von Akquisitionen zählt das Unternehmen derzeit etwa 700 Mitarbeiter, die an sechs Standorten in drei australischen Bundesstaaten rund um die Uhr u.a. Werbebroschüren, Magazine, Verpackungen und Direct-Mail-Produkte fertigen. Um die 24-stündige Produktion an sieben Tagen die Woche sicherzustellen, hat Hill für zwei Topsetter, drei Trendsetter, sechs Speedmaster SM 102, vier Speedmaster CD 102, sechs Polar-Schneidsysteme, zehn Stahlfolder-Falzmaschinen und drei Sammelhefter ST 300 samt Workflow einen Full-Service-Vertrag abgeschlossen, der regelmäßige Wartungsintervalle, sämtliche benötigten Teile und auch die gesamte erforderliche Arbeitszeit der Service-Techniker umfasst.

"Wir haben uns dazu entschlossen, weil wir schon mit dem ersten Wartungsvertrag so gute Erfahrungen gesammelt hatten", erläutert Alistair Hill. Neben der Absicherung der Produktion weiß der Penfold Buscombe-Geschäftsführer besonders die bessere Planbarkeit der Kosten zu schätzen: "Da dadurch auch der buchungstechnische Aufwand sinkt, sparen wir letztendlich noch Verwaltungsaufwand."

"In den zurückliegenden Jahren der enormen Expansion hatte die Verwaltung von Penfold Buscombe ohnehin genügend andere Aufgaben zu erledigen", erläutert Tony van Broekhuizen, Leiter des Kundendienstes von Heidelberg Australien, "und deshalb haben wir ihn auch während der Wachstumsphase beratend unterstützt." So wussten die "Aussis" von Heidelberg ihrem Kunden genau diejenige Ausstattung zu empfehlen, die sein Wachstum weiter beschleunigt hat - ein weiteres Indiz dafür, dass Heidelbergs Begrünungsoffensive in der vermeintlichen Service-Wüste tatsächlich fruchtet.

### "Wartung zahlt sich aus"

ie Heidelberg Nachrichten sprach mit Bernhard Steinel, Leiter Service weltweit bei der Heidelberger Druckmaschinen AG, über den "systemservice". Unter diesem Namen fasst Heidelberg sein gesamtes Service-Angebot zusammen.

#### HN: Herr Steinel, fast jeder Hersteller nimmt für sich in Anspruch, gute Service-Angebote zu haben. Wodurch zeichnet sich der "systemservice" von Heidelberg aus?

mit 5.400 Sales- und Service-Spezialisten, die über 250 Standorte und 170 Länder verteilt sind, das mit Abstand größte Service-Netz der Branche. Dadurch sind wir praktisch überall "vor Ort". Zudem verfügen wir über die beste globale Logistik, so dass benötigte Teile in der Regel innerhalb von 24 Stunden beim Kunden sind. Außerdem gilt unser Service-Angebot nicht nur für den Lebenszyklus einzelner Produkte, sondern für den Lebenszyklus der gesamten Bogenoffset-Wertschöpfungskette beim Kunden – also von der Investition über die Produktion bis hin zum Wiederverkauf von Prepress-, Press- zeigt: Bei einem großen deutschen Kunden und Postpress-Geräten inklusive unserer Workflow-Lösungen. Dadurch heben wir uns deutlich vom Wettbewerb ab. Zugleich versetzt uns dieser Umstand in die Lage, für den Kunden die unterschiedlichsten Service-Modelle zu realisieren.

#### HN: Kommen wir nun speziell auf Wartungsverträge zu sprechen: Warum lohnt sich der Abschluss eines Wartungsver-

**B. Steinel:** Wartet die Druckerei quasi ab, bis ein Defekt auftritt, muss sie unseren Untersuchungen zufolge rund drei Prozent ihres Umsatzes allein für die direkten Wartungsbzw. Reparaturarbeiten sowie Ersatzteile aufwenden. Diese Summe erhöht sich zusätzlich, wenn man auch noch die Folgekosten berücksichtigt: Der Produktionsausfall an

sich, der Aufwand für die Wiederaufnahme des gestoppten Druckjobs und die damit verbundenen Überstunden von Mitarbeitern gehen weiter ins Geld. Zudem läuft der Betrieb womöglich Gefahr, wegen verspäteter Drucksachen die Gunst seines Kunden zu verlieren. Vielleicht rutscht dem Drucker während des Stillstandes auch noch ein zusätzlicher Job durch die Finger. Kosten und Konsequenzen dieser Art lassen sich mit Hilfe entsprechender Wartungsverträge vermeiden, denn: Der präventive Service reduziert in mittel- bis B. Steinel: Zunächst einmal hat Heidelberg langfristiger Hinsicht nicht nur die direkten Wartungskosten, sondern auch die Folgekosten - und zwar erheblich. Deshalb ist der Abschluss eines solchen Wartungsvertrages die deutlich wirtschaftlichere Alternative als das "Warten" auf einen Schadensfall. Man schont damit übrigens nicht nur seinen Geldbeutel. sondern auch seine Nerven.

#### HN: Können Sie das mögliche Einsparpotenzial beziffern?

B. Steinel: Ich kann Ihnen ein Beispiel nen- lich beraten zu lassen! nen, das sich zwar nicht verallgemeinern lässt, aber einen eindeutigen Trend aufmit 50 Druckwerken waren die Wartungskosten in der Vergangenheit stetig gestiegen bis auf ca. 260.000 Euro im Jahr 2001. Der Kunde hat dann mit uns einen Vertrag für seine Druckmaschinen abgeschlossen, der auch die Identifikation und Behebung latenter Gefahren beinhaltet. Dadurch wuchsen die Service-Kosten des Kunden im Jahr 2002 zwar einmalig auf 400.000 Euro an, doch seither sind sie auf rund 140.000 Euro pro Jahr geschrumpft - und wurden damit gegenüber dem vorherigen Zustand fast halbiert. Zugleich haben sich Druckqualität und Produktivität des Kunden spürbar verbessert. Nebenbei bemerkt, erhöht sich sicher auch der Wiederverkaufswert der Maschinen. Damit bietet ein Wartungsvertrag dem Kunden also gleich in dreierlei Hinsicht einen echten Mehrwert.

#### HN: Wie gestaltet sich ein solcher Wartungsvertrag konkret?

B. Steinel: Grundsätzlich wird jeder Wartungsvertrag mit dem Kunden individuell abgestimmt. Ergo kann jeder Kunde, egal in welchem Land, mit seinem Kundenbetreuer genau das Modell ausarbeiten, das am jeweiligen Ort und für seine Ansprüche am besten passt. Entsprechend unterschiedlich sind die möglichen Leistungspakete: Die reichen vom reinen Prepress-Service, wie z.B. Software-Updates, über regelmäßige und planbare Wartungsarbeiten an Druckmaschinen bis hin zum "Komplettservice", auch inklusive aller benötigten Service-Teile samt Remote Service oder auch permanenter Erreichbarkeit von Heidelberg-Spezialisten. Der Service von heute ist nicht mehr nur eine reine Reparatur- und Ersatzteil-Dienstleistung: er wird immer mehr zu einer aktiven Kundenberatung. Deshalb kann ich jedem Kunden nur empfehlen, sich von seinem Heidelberg-Ansprechpartner vor Ort einmal unverbind-

#### HN: Vielen Dank für das Gespräch! ■



Bernhard Steinel, Leiter Service weltweit bei Heidelberg, sieht in Wartungsverträgen Vorteile für alle Beteiligten.

\_\_Heidelberg Nachrichten • Innovationen

KLIMATISIERUNG

# Etikett(e) gefragt!



Zu den wenigen hochspezialisierten Etiketten-Druckereien in Deutschland zählt die 1920 gegründete Sebastian Wolf GmbH in Eltville. Wichtig für das empfindliche Etiketten-Papier ist ein optimales Klima im Drucksaal. Dafür sind wassergekühlte Peripheriegeräte an den Druckmaschinen sowie eine moderne Klimatisierung mit neuesten Abluft- und Luftzufuhrsystemen im Einsatz.

ie Spezialisten aus Eltville liefern ihre Etiketten an namhafte Getränkehersteller und Abfüller nicht nur innerhalb ihrer Region aus. Unternehmen wie "Bacardi-Martini", "Henkell & Söhnlein" oder "Rotkäppchen-Mumm" zählen zu den zufriedenen Kunden. Sogar nach Kasachstan gehen Etiketten.

Wichtig bei der Etiketten-Produktion sind nicht nur perfekte Produktionsmaschinen, sondern auch eine optimale Luftfeuchtigkeit und Temperatur im Drucksaal. "Bereits 1970, als wir unseren jetzigen Standort bezogen haben, waren wir eine der ersten vollklimatisierten Druckereien Deutschlands. Das ist uns schon damals sehr wichtig gewesen, weil wir durch die Spezialisierung auf hochveredelte Nassklebe-Etiketten mit sehr dünnen Papieren arbeiten", berichtet Nicoletta Compagni (32). Sie ist die Tochter der Firmeninhaber Alessandro und Ursula Compagni und seit 1994 zusammen mit ihren Eltern in der Geschäftsleitung tätig. Ihr Großvater war der Firmengründer Sebastian Wolf. "Wir haben 2001 eine Fünffarben-Speedmaster CD 74 mit Lackierwerk gekauft. 2003 folgte schließlich eine zweite CD 74 mit sechs Farbwerken und zwei Lackierwerken sowie UV-Trockner. Wir können damit alle Drucksachen, die bei uns anfallen, wunderbar abdecken", erzählt Geschäftsführer Alessandro Compagni.

Für die zweite neue Maschine mussten innerhalb weniger Wochen ein neuer Anbau errichtet und der gesamte Drucksaal so ausgerichtet werden, dass die Vollklimatisierung, 365 Tage im Jahr bei 20 bis 24 Grad Raumtemperatur und 50 bis 55 Prozent Luftfeuchtigkeit, permanent eingehalten wird. Wichtig war dabei Nicoletta Compagni auch, dass ein möglichst großes Abwärmevolumen der Maschinen direkt entsorgt wird, damit dieses nicht noch zusätzlich zu den natürlichen Wetterbedingungen für Aufwärmung im Drucksaal sorgt. Um die Aufheizung

Der neue Drucksaal in Eltville. Die Speedmaster CD 74, im Hintergrund die Quellluftsäule und an der Decke die Temcoil-Raumluftkühlgeräte.

im Drucksaal von vorneherein einzudämmen, wurde daher bereits beim Kauf der neuen Speedmaster CD 74 darauf geachtet, dass sie mit dem Heidelberg AirStar, dem dezentralen Luftversorgungsschrank, ausgestattet ist. Darin kann über einen Luft-Wasser-Wärmetauscher die anfallende Abwärme der integrierten Saug- und Blasluftgebläse direkt abgeführt und über einen Wasserkreislauf nach außen geleitet werden. Auch der CombiStar, die Kombination von Feuchtmittelaufbereitung und Farbwerktemperierung in einem Gerät, entzieht dem Gesamtsystem Maschine eine erhebliche Abwärmemenge. Ähnlich funktioniert schließlich auch der eingesetzte DryStar-Trockner, der über eine Bogenleitblechkühlung der Maschine weitere Abwärme entzieht. Die an der ersten Speedmaster CD 74 bestehende Wasser-Rückkühlanlage musste für die zweite, ebenfalls wassergekühlte Maschine nicht erweitert werden, da man bei der Installation der ersten Maschine in weiser Voraussicht bereits dafür gesorgt hatte, dass auch eine weitere Maschine damit zu betreiben ist. Alle Maßnahmen an der Maschine können die Aufheizung im Drucksaal um zirka 40 bis 45 Prozent reduzieren, den Prozess der Drucksaalerwärmung jedoch nicht völlig verhindern. Hierfür bedarf es weiterer Anstrengungen.

Abwärme & Temperaturanstieg. Die Schwierigkeiten der Druckerei Wolf mit der erheblichen Erwärmung des Drucksaals kennen viele Druckereien, vor allem, wenn in älteren Gebäuden produziert wird, die nicht für große Druckmaschinen mit hoher Abwärmeemission ausgelegt sind. Die normale Luftzirkulation reicht hier einfach nicht mehr zur Kühlung aus, und selbst eine Lüftungsanlage gelangt hier schnell an ihre Grenzen. Das Problem: Große Druckmaschinen, egal von welchem Hersteller sie stammen, entwickeln während der Produktion Abwärme, beispielsweise durch Reibungsvorgänge, vergleichbar einem Menschen, der Hochleistungssport betreibt, sich dabei erhitzt und schwitzt. Der Mensch versucht, über den Schweiß die optimale Körpertemperatur wiederzuerlangen. Auch moderne Maschinen setzen auf Kühlung mittels Flüssigkeit. Ohne Kühlung der Maschinen und eine ausreichende Klimatisierung könnten in einem Drucksaal ansonsten schnell Temperaturen auf Sahara-Niveau entstehen. Dies würde zwangsläufig den Menschen und den Maschinen schaden. Produktionsausfälle – vor allem die Elektronik droht bei zu hohen Temperaturen zu kollabieren - oder ein instabiles Farb-Wasser-Gleichgewicht könnten die Folge sein. Hohe Raumtemperaturen führen auch zu höheren Kosten, denn die Verdunstung von Alkohol und Feuchtmittelzusätzen erhöht sich ebenfalls. 🕨



Fondata secondo dello Gasa Martini & Rossi
FONDATA A TORINO

MARTINI

EXTRA DAL

\_\_Heidelberg Nachrichten • Innovationen







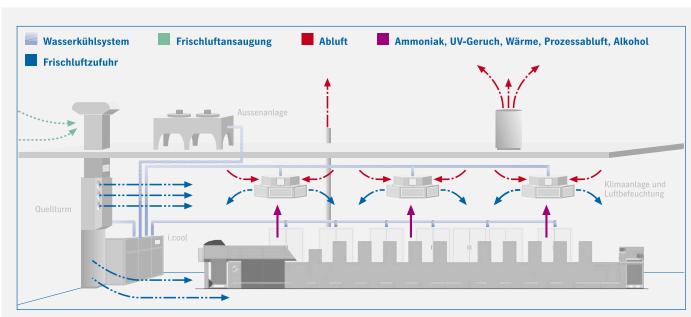
Nicoletta Compagni auf dem Dach des neuen Drucksaals – das Gebläse gehört zur Luftaustauschanlage.

Luftbefeuchter im Drucksaal der Druckerei Wolf.

Joachim Koster und Nicoletta Compagni (von links). Die Speedmaster CD 74 mit den Heidelberg-Aggregaten, wie z.B. dem AirStar – dem dezentralen Luftversorgungsschrank. (von links)

Kälte- und Lüftungszentrum. Einfach nur frischen Wind in den Drucksaal zu blasen ergibt bei Temperaturen über 30 Grad keinen Sinn. Optimal kann man den Drucksaal nur betreiben, wenn die Maschinen richtig und ohne Temperaturschwankungen gekühlt werden, in den jeweiligen Produktionsbereichen die idealen Temperaturen herrschen und zudem für die richtige Luftfeuchtigkeit im Drucksaal gesorgt wird. Um das Problem professionell zu lösen, wurden bei Wolf ein Axima-i.cool-Kältezentrum und ein i.cool-Lüftungszentrum installiert. Das Kältezentrum versorgt alle wassergekühlten Peripheriegeräte einer Druckmaschine mit den entsprechenden Kühlwassermengen, dem erforderlichen Wasserdruck und den benötigten Wassertemperaturen. Vergleichbar einem wassergekühlten Motor in einem Auto, wird dabei ein geschlossener Wasserkreislauf zum Kühlen der Peripheriegeräte der Druckmaschine eingesetzt.

Luftaustauschanlage. Im neuen Anbau bei Wolf hat Axima auch eine Luftaustauschanlage, eine so genannte Quellluftsäule, aufgestellt. Damit soll sichergestellt werden, dass ein ausreichender Luftaustausch im Drucksaal stattfindet. Je nach Außentemperatur wird bei der neuen Anlage entsprechend mehr oder weniger Frischluft von außen durch die Quellluftsäule angesaugt und mit der für den Drucksaal optimal temperierten Luft angereichert, um dann im Drucksaal verteilt zu werden. Die verbrauchte Luft wiederum wird an der Decke abgesaugt und nach außen geleitet. Sowohl von draußen nach drinnen als auch umgekehrt wird die gesamte Luft gefiltert. Somit können weder Staubpartikel aus dem Drucksaal über die Abluft die Umwelt belasten noch Staubeinbringungen von außen in die Maschine oder auf die frischen Druckbogen gelangen. "Durch die Umluftfilterung verbessert sich die Raum-



Die perfekte Klimatisierung: Warmluftabsaugung an der Maschine, Frischluftzufuhr, optimale Luftbefeuchtung sowie Luftfilterung. Über die Temcoil-Einheiten an der Decke wird die optimale Raumtemperatur erreicht.

luftqualität, und Belastungen mit Staub und Puder werden damit auf ein Minimum reduziert", meint Arne Helm (31), Druckermeister Offset im Unternehmen.

Dezentrale Raumluftkühlung. Drei dezentral bei Wolf angebrachte Raumluftkühlgeräte des Typs Temcoil sind parallel zur Druckmaschine an der Decke des Drucksaales installiert. Dank der dezentralen Kühlung an der Maschine und der gezielten Absaugung der Warmluft aus dem Drucksaal ist die Installation einer konventionellen Klimaanlage mit dem dazugehörigen baulichen Aufwand unnötig. Zur Bereitstellung der notwendigen Kälte für die Raumluftkühlung und die wassergekühlten Aggregate der Druckmaschine wird bei Wolf ausschließlich das Axima-Kältezentrum mit Kühlturm eingesetzt. "Die Vorteile der Temcoil-Geräte im Vergleich zu einer konventionellen Klimaanlage liegen im geringeren Platzbedarf, da keine Klimazentrale notwendig ist. Außerdem fällt die Kanalinstallation von der Klimazentrale zur Druckmaschine weg", berichtet Joachim Koster, Abteilungsleiter Offset in Eltville. Die Maschinenabwärme wird bei diesem neuen System ganzjährig und kostengünstig über einen geschlossenen Kühlturm abgeführt. "Selbst im Sommer hat die Anlage keine Probleme mit den hohen Temperaturen. Wir haben noch zusätzliche Kühlaggregate, die aber selbst während Hitzewellen selten laufen, da das Klima im Drucksaal gut ist", meint Arne Helm. In den Wintermonaten wird die Maschinenabwärme zur Beheizung der notwendigen Frischluft von außen genutzt und spart somit Heizenergie.

Ideale Luftbefeuchtung. Die Luftbefeuchtung bei Wolf besteht aus einer separaten Anlage mit insgesamt fünf Geräten, die über ein Sensorsystem gesteuert werden. Im Rhythmus von 15 Minuten werden Luftfeuchtigkeit und Temperatur gemessen und protokolliert – auch Kunden gegenüber kann damit nachgewiesen werden, dass es während des Druckprozesses zu keinerlei Schwankungen im Drucksaal gekommen ist. Das Sensorsystem meldet, wenn die Luftfeuchtigkeit

unter 52 Prozent fällt, und fängt dann automatisch an zu befeuchten. Mit den neuen Installationen können bei Wolf wesentlich höhere Temperaturen im Drucksaal ausgeglichen werden als mit herkömmlichen Trockenkühlanlagen. "Zur Erfüllung der besonderen Bedingungen im Bogendruck, wie Einhalten einer konstanten Luftfeuchtigkeit und Sicherung der Temperaturverhältnisse – sowohl im Sommer als auch im Winter –, sowie zur Sicherung der Luftzuführung bei einem variablen Einsatz von drei Trocknern wurde bei Wolf ein ideales Arbeitsklima für Mensch, Maschine und Produktionsprozess geschaffen", berichtet Friedemann Leithäuser, Product Manager für Peripherie-Systeme bei der Heidelberger Druckmaschinen AG.

"Unser System ist auf den Bogendruckprozess abgestimmt und hilft uns, die Energiekosten zu senken", meint Nicoletta Compagni. Für die Geschäftsführerin steht fest: "Natürlich waren die Klimatisierung, Abluftentsorgung und Luftbefeuchtung eine große Investition. Aber sie zahlt sich aus, denn die Stabilität im Druckprozess ist mit diesem durchdachten Klimatisierungskonzept optimal. Wir sparen außerdem Energie und Betriebsmittel an anderer Stelle wieder ein. Die Kosten werden sich, wie bereits bei der ersten Klimaanlage, in absehbarer Zeit amortisiert haben."

#### Daten & Fakten

- www.heidelberg.com/hd/Star-Konzept
- www.heidelberg.com/hd/Umweltschutz
- www.axima.de
- www.suez.com
- www.fabricom.be
- Seb. Wolf GmbH

Graphischer Betrieb

Druckerei und Etikettenverlag

Sonnenbergstraße 6

65343 Eltville

Deutschland

Tel.: +49-(0)-6123-9079-0

Fax: +49-(0)-6123-62421

E-Mail: ncompagni@sebwolf.de

www.sebwolf.de

\_\_\_Heidelberg Nachrichten • Innovationen

SPEEDMASTER SM 52

### Die Vorteile der Vielseitigkeit

Seit ihrer Einführung im Jahr 1995 hat die Speedmaster SM 52 von Heidelberg eine beispiellose Erfolgsgeschichte geschrieben und die weltweit dominierende Stellung von Heidelberg im A3-Bereich gefestigt. Bei der Druckerei Healeys Printers Ltd. in Ipswich, Großbritannien, ist sogar eine Speedmaster SM 52 mit acht Druckwerken im Einsatz. International wurden die Druckwerke dieser A3-Druckmaschine mittlerweile rund 21.000-mal installiert. Die Heidelberg Nachrichten bietet einen exklusiven Blick auf die Details dieser A3-Alleskönnerin.



Der optimierte Anleger sorgt selbst bei hoher Produktionsgeschwindigkeit für einen exakten und sicheren Bogentransport im Formatbereich von 105×145 bis 370×520 mm.

ie Speedmaster SM 52 von Heidelberg ist ein wahres Allround-Talent im A3-Format: Einerseits ermöglicht sie Druckereien eine hochwertige Produktion mit bis zu acht Farben, andererseits bietet sie sowohl bei kleineren als auch bei höheren Auflagen höchsten Durchsatz und sorgt mit diversen Inline-Weiterverarbeitungsmöglichkeiten für maximale Flexibilität. Dies trifft auch in Bezug auf die Bedruckstoffe zu: Standardmäßig lassen sich Materialien von 0,03 bis 0,4 mm Stärke bedrucken. Die Speedmaster SM 52 ist aber darüber hinaus auf bis zu 0,6 mm starke Bedruckstoffe erweiterbar. Mit dieser "Stärke" empfiehlt sich die Speedmaster SM 52 für den Akzidenz- wie auch den Verpackungsdruck. Ob für Broschüren, Briefkuverts, Kataloge oder Etiketten – die unterschiedlichsten Materialien können eingesetzt werden. Dieses Potenzial macht die Speedmaster SM 52 zur idealen Druckmaschine im Formatbereich von 105×145 mm bis 370×520 mm.

#### Qualität und Zuverlässigkeit von A bis Z.

Der Saugbandanleger an der Speedmaster SM 52 ermöglicht einen einfachen, werkzeuglosen Format- und Materialwechsel. Die Druckwerke zeichnen sich zusätzlich zu der gewohnt soliden Bauweise durch die automatischen Wascheinrichtungen für Gummi-

tuch, Druckzylinder und Farbwerk aus. Die Wendetrommel und Übergabezylinder sind mit der wechselbaren, farbabweisenden Druckzylinderummantelung TransferJacket Plus ausgestattet. Bei deren Einsatz wird eine im Durchmesser reduzierte Wendetrommel verwendet. TransferJacket Plus verhindert durch seine spezielle Oberflächenstruktur und seine farbabweisenden Eigenschaften den Farbaufbau und reduziert somit den Reinigungsaufwand erheblich. "Hervorzuheben ist zudem die Kurzfarbflussschaltung der einzelnen Druckwerke, die bei Druckjobs mit geringer Flächendeckung Verwendung findet", erklärt Bernd Blumberg, Leiter des Heidelberg Produktmanagements der Formatbereiche 35×50 und 50×70. So wird die Farbe über zwei statt vier Farbauftragwalzen geleitet, was einen schnelleren und absolut präzisen Übertrag der Farbe auf die Druckplatte ermöglicht.

Für den registergenauen Schön- und Widerdruck, also das beidseitige Bedrucken, sorgt die Wendeeinrichtung Heidelberg Perfecting, die sich je nach Auftrag vollautomatisch einstellen lässt. Dank Bogenstraffung und automatischen Fehlbogensensors werden die Bogen ebenso schnell wie exakt gewendet – bei Geschwindigkeiten von bis zu 15.000 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck.



\_\_\_\_Heidelberg Nachrichten • Innovationen



Druckmuster: ein Beleg für die Leistungsfähigkeit der Speedmaster SM 52, mit Inline-Stanzung.

Die Auslage. Es stehen mehrere Ausleger-Varianten zur Wahl: eine Normalstapelauslage, die optional eine Nummerier-, Perforier- und Eindruckeinrichtung umfasst, sowie ein Hochausleger für größere Auflagen bei den Vier- bis Achtfarbenmaschinen. Der Hochausleger reduziert die Stapelwechselfrequenz um ein Drittel, so dass sich schneller und kostengünstiger produzieren lässt. Wer noch rationeller arbeiten möchte, nutzt den Hochausleger im Non-Stop-Betrieb in Kombination mit der Trocknungseinheit DryStar 2000 Ink - die Bogen werden dann direkt getrocknet und stehen sofort für eine schnelle Weiterverarbeitung bereit. Der Ausleger lässt sich ohne Werkzeug auf verschiedene Formate und Materialien umstellen. Dabei ist optional eine Bänderbogenbremse mit verstärkten Haltekräften erhältlich, die bei dickeren Bedruckstoffen für die exakte Bogenablage sorgt.

Die Steuerung der Speedmaster SM 52 ist voll und ganz auf Produktivität und Sicherheit ausgelegt. Bei den Vier- bis Achtfarbenmodellen erfolgt die Ansteuerung über das Maschinenbedienpult. Dagegen werden die Ein- und Zweifarbenmaschinen direkt am Ausleger der Maschine per Onpress Center gesteuert. In jedem Falle steht dem Drucker eine übersichtliche Bedienoberfläche mit ergonomischem Touchscreen zur Verfügung, die kontinuierlich über Aufträge, alle Druckfunktionen und den Druckstatus informiert. "Die vollständige Integration in den Produktions- und Management-Workflow über das Prinect CP2000 Center oder das Onpress Center - diese Vorteile machen die Speedmaster SM 52 zu einer A3-Maschine, deren Vielseitigkeit sich in Wettbewerbsstärke auszahlt", betont Bernd Blumberg.

#### Veredelung & Inline-Weiterverarbeitung.

Für hochwertige Weiterverarbeitung im kleinformatigen Akzidenzbereich bieten die Speedmaster SM 52 Vier-, Fünf- und Sechsfarbenmodelle neue, zeitsparende Inline-Weiterverarbeitungsmöglichkeiten: Wahlweise verfügen sie über ein Inline-Lackierwerk für Veredelungen oder über ein Inline Die Cutting-Werk für Rillen, Stanzen, Perforieren, Anstanzen und Absaugen des Stanzabfalls in einem Durchgang direkt in der Maschine – beispielsweise für selbstklebende Briefmarken oder Faltschachteln. Dabei sind – abhängig von Bedruckstoff und Komplexität der Stanzform – Geschwindigkeiten bis zu 15.000 Bogen pro Stunde möglich. Wer

noch hochwertigere Produkte herstellen möchte, für den bietet Heidelberg das Inline-Lackierwerk in Kombination mit dem Inline Die Cutting-Werk an. Bei dieser Modellvariante ist eine UV-Vorbereitung notwendig, um in einem Durchgang nach dem Drucken lackieren und stanzen zu können.

Die Kundenwünsche nach veredelten Druckprodukten, die bei Konsumenten größere Aufmerksamkeit erzielen, lassen sich mittels Inline-Lackierung erfüllen. Druckprodukte oder Verpackungen werden in einem Durchgang veredelt oder mit einem Schutzlack versehen. Für eine optimale Trocknung sorgt dabei der Trockner DryStar 2000 Combination im verlängerten Hochausleger. Für Aufträge, die keinen Lack benötigen, lässt sich die Lackeinheit einfach um 250 mm nach oben fahren.

#### A3-Format mit acht Druckwerken! Spe-

ziell für den wachsenden Markt hochwertiger Druckprodukte im A3-Bereich wurde die Achtfarbenmaschine Speedmaster SM 52-8-P (P=Perfector, für den Schön- und Widerdruck ausgelegte Wendemaschine) konzipiert. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 13.000 Bogen pro Stunde produziert dieses Modell im Schön- und Widerdruck bis zu vier, im Schöndruck bis zu acht Farben in nur einem Durchgang. So lassen sich Rüstzeit und Makulatur minimieren und schnellere Durchlaufzeiten erreichen.

#### Healeys Printers, Großbritannien. Wie

sich von den Vorteilen und der Vielseitigkeit dieser Speedmaster SM 52-8-P profitieren lässt, demonstriert eindrucksvoll die Druckerei Healeys Printers Ltd. aus Ipswich, Großbritannien. Dort installierte Heidelberg mit der Speedmaster SM 52-8-P die weltweit erste Heidelberg-Achtfarbenmaschine im A3-Format. Healeys Printers hat sich auf das A3-Format spezialisiert und sich in den letzten sieben Jahren von einer ehemals kleinen Formulardruckerei zu einer Druckerei mit einem Jahresumsatz von knapp 5 Millionen Euro entwickelt. So passt die Speedmaster SM 52-8-P exakt in die Auftragsstruktur von

Healeys Printers, die unter anderem anspruchsvolle Kunstkataloge für Galerien in London sowie Broschüren und Zeitschriften druckt. Mit ihr produziert Healeys Printers lokale Zeitschriften als Vier-über-vier-Aufträge. So wird nicht nur eine zweite Einrichtzeit gespart, auch die Zwischenlagerung für die Trocknung entfällt. Dies ermöglicht schnellere Lieferzeiten. Dementsprechend begeistert äußert sich auch Philip Dodd, Geschäftsführer von Healeys Printers, über die SM 52-8-P: "Wir haben unseren Umsatz damit um bis zu 30 Prozent erhöht, die Qualität gesteigert und eine höhere Profitabilität erreicht." Neben dem deutlich ruhigeren Bogenlauf und der Stabilität der Maschine lobt Philip Dodd besonders die Bänderbogenbremse mit Luftpaneelen, die ein vollflächiges Bedrucken der Vorderseite im Schön- und Widerdruck ermöglicht. "Details wie diese sind es," so Dodd, "die die Vielseitigkeit der Maschine ausmachen. Und all diese Details zusammen erlauben eine Flexibilität, die es uns ermöglicht, mit den Mittelformat-Druckereien konkurrieren zu können."

Bernd Blumberg fasst zusammen: "Einer der größten Vorteile dieser Maschine ist sicher, dass sie so effizient produziert, dass der Sprung in ein höheres Format umgangen und die bisherige Prozesskette voll weitergenutzt werden kann. Da die Speedmaster SM 52 ein Maximum an Flexibilität bietet, ist sie die passende Antwort auf die Frage, wie man schnell und erfolgreich auf die veränderten Marktbedingungen reagieren kann."

#### Daten & Fakten

www.heidelberg.com/hd/SM52



Die Achtfarben-Speedmaster SM 52 mit Wendung. Ideal für Vier-über-vier- oder bis zu achtfarbige Aufträge.

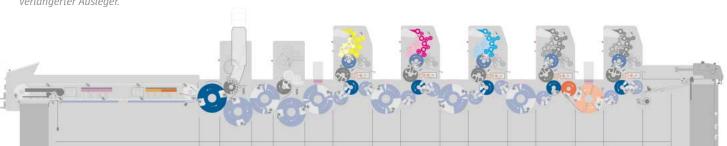


Die Numerierwelle für die Normalstapelauslage in der Speedmaster SM 52.

Stanzwerk für die Inline-Stanzung in einer Speedmaster SM 52.



Beispiel-Konfiguration einer Speedmaster SM 52: Anleger, fünf Druckwerke, Inline-Lackierwerk, Inline Die Cutting-Werk und verlängerter Ausleger.



Heidelberg Nachrichten • Innovationen Innovationen

### "Gemeinsam stärker"

m 1. April übernahm Bernd Blumberg, bislang verantwortlich für das Produktmanagement 35×50, die neu geschaffene Position des Leiters Produktmanagement der Formatbereiche 35×50 und 50×70. Die Heidelberg Nachrichten befragte den 46-jährigen Ingenieur der Druckereitechnik zur organisatorischen Zusammenlegung der beiden bislang getrennten B. Blumberg: Wir haben uns zum Ziel Formatbereiche.

#### HN: Herr Blumberg, aus welchem Anlass bündelt Heidelberg die beiden Format- Speedmaster CD 74 nun auch für das Lackbereiche?

B. Blumberg: Hauptsächlich reagieren wir damit auf veränderte Marktbedingungen: Wir beobachten heute auf Seiten unserer Kunden deutlich mehr Bewegung zwischen den Formaten als früher. Viele Betriebe tasten sich in den jeweils anderen Formatbereich vor, um sich zusätzliche Märkte zu erschließen, mehr Differenzierungsmöglich-Produktivität zu steigern.

### zesse in der Praxis?

B. Blumberg: Recht typisch ist beispielsweise ein 50×70-Anwender, der für den geplanten Einstieg in den UV-Druck zunächst auf eine entsprechend ausgestattete A3-Maschine wie die Speedmaster SM 52 setzt – um womöglich auf eine Speedmaster CD 74 UV umzusteigen, sobald er sich in diesem



Segment einen nennenswerten Markt erarbeitet hat. Das Wechseln der Formate wird dem Kunden durch Prinect übrigens erheblich erleichtert.

#### HN: Wie wollen Sie den "formatwechselwilligen" Kunden bei seinem Vorhaben sonst noch unterstützen?

gesetzt, bewährte Heidelberg-Technik für mehrere Produkte zu nutzen. Beispielsweise werden wir das Kammerrakelsystem der werk der Speedmaster SM 52 anbieten.

#### HN: Und was ist mit denjenigen Kunden, die "ihrem" Format treu bleiben wollen? Geht durch die beabsichtigte Nutzung von Synergien nicht der Fokus auf die eine oder andere Formatklasse verloren?

B. Blumberg: Absolut nicht. Das Gros unserer Kunden war und ist im A3-Bereich zu unn wahrlich alle Markterfordernisse zielkeiten zu haben oder ganz allgemein ihre Hause. Daraus resultiert eine Verpflichtung, der wir auch in Zukunft nachkommen wollen – und zwar dadurch, dass wir den Tech-HN: Wie gestalten sich derartige Pro- nologietransfer zwischen den beiden Linien auch Funktionen zu vereinheitlichen, um beschleunigen.

#### HN: Bei Marktanteilen von 60 Prozent in A3 und über 40 Prozent in A2 verantworten Sie ein echtes Massengeschäft. Bekommen die entsprechenden Kunden demzufolge auch nur Massenware?

nahe, entspricht aber nicht der Wirklichkeit: Zwar produzieren wir in diesen Klassen hohe Stückzahlen, doch sind sowohl unsere Fertigung wie auch die Technik der Maschinen selbst so flexibel, dass wir auch hier individuelle Konfigurationen bauen, etwa Maschinen mit Inline-Stanzen, mit UV- oder Mehrfachlack-Features, um nur einige der vielen Möglichkeiten zu nennen.

Bernd Blumberg im Gespräch mit dem HN-Team.



Bernd Blumbera, Leiter Produktmanagement der Formatbereiche  $35 \times 50$  und  $50 \times 70$ .

#### HN: Sind grundsätzliche Änderungen in der klein- und mittelformatigen Produktpalette geplant?

B. Blumberg: Mit unserem bestehenden Portfolio von der Quickmaster 46 bis zur Speedmaster CD 74 können unsere Kunden gerecht abdecken. Deshalb werden wir dieses Portfolio auch beibehalten. Allerdings haben wir vor, z.B. Bedienelemente oder den Umgang mit unterschiedlichen Maschinen zu erleichtern.

#### HN: Und wie beurteilen Sie persönlich die Zukunftschancen für den klein- und mittelformatigen Offsetdruck?

B. Blumberg: Ich glaube, dass auch in B. Blumberg: Diese Vermutung liegt sicher Zukunft der klein- und mittelformatige Offsetdruck für unsere Kunden ein lukratives Betätigungsfeld darstellt. Ich kenne genügend Firmen, die mit innovativen Konzepten und Lösungen von Heidelberg profitable Geschäfte machen. Diese Firmen arbeiten ständig daran, sich zu verbessern und neue Ideen zu entwickeln, die ihnen einen Wettbewerbsvorsprung garantieren. Wir von Heidelberg helfen gerne dabei, diese Ideen zu realisieren und unsere Kunden erfolgreich zu machen: Fordern Sie uns!

HN: Vielen Dank für das Gespräch! ■

PORTABLE DOCUMENT FORMAT (PDF)

## "Meisterstück" für Medienmacher

Bestens für den Einsatz in der Printmedien-Industrie präpariert, präsentiert sich die neue Version von Acrobat 7.0 Professional des PDF-Erfinders Adobe Systems. Die lange Liste der neuen Funktionen stattet den Anwender im Büro, aber auch den Medienmacher mit einer Fülle von neuen Möglichkeiten für Kommunikation und Produktion aus.

ffensichtlich hat sich der kalifornische Softwarehersteller einige Gedanken gemacht, wie die Standardapplikation für PDF-Anwender in Büro und Produktion noch attraktiver und effektiver gestaltet werden kann. Mit Acrobat 7.0 Professional kommt eine Anwendung auf den Schreibtisch, die das Zeug dazu hat, die Schaltzentrale für alle PDF-Publisher zu werden. Waren früher gerade für die Prepress-Produktion noch etliche Zusatzprogramme notwendig, um die wichtigsten Funktionen für die Druckvorstufe abzudecken, hat der Technologieanbieter aus den USA nun mächtig nachgelegt. So verfügt Acrobat erstmals über eine eigene Werkzeugleiste, die alle alten und neuen Prepress-Funktionen zusammenfasst.

Die Liste der Neuheiten ist lang. Ob es nun um die Modifikation von Farben zur Anpassung an den Druckprozess oder eine hochflexible Vorschau der späteren Separation am Bildschirm geht, Acrobat hat für jede dieser Aufgaben eine Lösung parat. Ebenfalls neu in der Werkzeugleiste "Druckproduktion" ist das überarbeitete Preflight-Menü. Auch an die Generierung von Druckmarken, die Handhabung und die Erweiterung von Papierformat und Beschnitt sowie das Verdicken von Haarlinien hat Adobe gedacht. Ferner findet sich in diesem Menü auch eine Steuerung für das Adobe-in-RIP-Trapping, das jedoch nur Adobe-PostScript-3-Anwendern vorbehalten ist. Der Clou schlechthin ist das Werkzeug zum "Reduzieren" von Transparenzen. Hier kann der Anwender sofort am Monitor das Ergebnis sehen und, das ist neu, abspeichern. Der PDF-Optimizer, das Werkzeug der Wahl zur Optimierung von PDF-Dateien, findet sich ebenfalls in diesem Menü wieder. Die neue Beschnittfunktion überzeugt, wenn sie auch etwas umständlich ist, durch eine effektive Handhabung von Seitenformaten bis hin zur nachträglichen Formaterweiterung. Leider fehlen der neuen Farbraumtransformation abspeicherbare Anwendereinstellungen, die den täglichen Arbeitsaufwand stark vereinfachen würden. Allerdings kann hier die Prinect

PDF Toolbox von Heidelberg helfen: Der darin enthaltene Trap Editor erlaubt sogar objektspezifisches Über- und Unterfüllen, wie es von Verpackungsprofis benötigt wird. Und der Color-Editor sorgt für noch bessere Farbraumtransformationen, wobei bei diesem Tool alle Einstellungen wiederholbar sind.

Acrobat 7.0 stellt für Anwender im Büroumfeld zahlreiche neue Funktionen zur Verfügung. So wurde die komplette PDF-Erzeugung auf Betriebssystemebene und in allen Microsoft-Office-Anwendungen neu entwickelt und arbeitet nun stabil. Dies betrifft den Austausch von PDF-Kommentaren über das Internet und per E-Mail. Ebenfalls spannend, weil Zeit sparend, ist der neue PDF-Organizer in Acrobat 7.0. Mit diesem Werkzeug kann ein Anwender PDF-Dateien suchen, öffnen, organisieren, zusammenfassen und ansehen. Letzteres sogar, ohne die Datei selbst zu öffnen. Für die Medienproduktion ein Segen. Mit der neuen Version stellt Adobe eine neue Möglichkeit vor, PDF/X zu erzeugen, und macht es dadurch dem Anwender der "Professional"-Version einfacher, den Prepress-Standard einzuhalten. Dies und die in diesem Artikel genannten Prepress-Funktionen sind leider nur den "Professional"-Anwendern vorbehalten - wer die "Standard"-Version von Acrobat 7.0 erwirbt, kann nicht über diese Funktionen verfügen.

Insgesamt macht die neue Acrobat-Version einen guten Eindruck, wenn auch noch so mancher kleine Fehler behoben werden muss. Ein Update ist sie auf alle Fälle wert. ■

#### Daten & Fakten

- www.adobe.com
- www.zipcon.de
- www.prepress.ch

\_\_Heidelberg Nachrichten • Chancen



Eine gute Nachricht vorneweg: Es geht wieder aufwärts auf dem amerikanischen Druckmarkt. Doch wer vom Wachstum profitieren will, muss mehr tun, als im Windschatten der anziehenden US-Konjunktur auf Aufträge zu warten. Heidelberg Nachrichten analysiert exklusiv die Lage im größten Druckmarkt der Welt.

ach einer vierjährigen Abwärtsspirale ist die Wende auf dem amerikanischen Druckmarkt geschafft. Der Branchenverband National Association for Printing Leadership (NAPL) rechnet 2005 mit einem Wachstum von 5,5 Prozent. Das entspricht einem Auftragsvolumen von rund 66,1 Mrd. Euro. Zum Vergleich: Das Bruttoinlandsprodukt der USA betrug im Januar 2005 rund 9.350 Mrd. Euro. Der Aufwärtstrend spiegelt sich im Branchenbarometer, dem NAPL Printing Business Index (PBI), wider: Bei einem Stand von 61 Punkten im März 2005 liegt er deutlich über der kritischen 50-Punkte-Marke – dem Scheitelpunkt zwischen Ab- und Aufschwung. Der Index misst Indikatoren wie bestehende und erwartete Geschäftskonditionen, Profitabilität und Auftragseingänge. Die Zahlen werden monatlich bei einer repräsentativen Gruppe von über 300 Betrieben aus der Druckbranche abgefragt.

Markt im Umbruch. Die spürbare Erholung in den USA wird von einer Konsolidierung begleitet. Schätzungen der NAPL zufolge werden von den heute rund 32.000 Druckereien bis 2010 rund 5.000 vom Markt verschwinden. Laut NAPL werden diejenigen Unternehmen am meisten vom gegenwärtigen Aufschwung profitieren, welche die strukturellen Herausforderungen wie fortschreitende Digitalisierung, dezentrale Eigenproduktion und verändertes Kundenverhalten als Chance zur Neupositionierung sehen. Genau wie in Europa zählen der Ausbau des Leistungsportfolios und die Spezialisierung zu den Strategien, um Marktanteile hinzuzugewinnen und sich gleichzeitig dem Preisdruck auf dem Massenmarkt zu entziehen. Dadurch stellen sich folgende Fragen: Welche Trends versprechen Erfolg, und in welchen Bereichen steht die gesamte Branche vor erheblichen Veränderungen?

Diversifikation und digitale Workflows. Vor allem mit zusätzlichen Dienstleistungen und der Veredelung von Druckerzeugnissen wollen Druckereien ihren Umsatz steigern. Darüber hinaus setzen sie auch auf neue Drucktechnologien wie den variablen Datendruck, Personalisierung und Mailings im Bereich 1:1 sowie auf unterschiedliche Lackierverfahren. Aktuelle Themen sind darüber hinaus Fälschungssicherheit, RFID-Applikationen (Radio Frequency Identification), Lentikulardruck und neue Verfahren zur Sicherstellung des Produktschutzes.

Zeitschriften, Zeitungen und Kataloge. Bei Zeitschriften und Katalogen wird für 2005 ein Wachstum von zwei Prozent erwartet. Wie die Magazine Publishers Association (MPA) berichtet, stieg in den vergangenen zehn Jahren die Anzahl der Titel auf 18.831 (1994: 15.069). Laut MPA werden Themen wie Versionierung und Individualisierung den Druckbetrieben und Verlagen neue Wachstumsimpulse geben. Immer mehr Verlage bieten ihren Anzeigenkunden zielgruppenspezifische Ausgaben an, beispielsweise spezielle Kinderversionen ohne Alkohol- oder Zigarettenwerbung. Die Zeitschriften- und Zeitungsverlage experimentieren darüber hinaus mit unterschiedlichen Magazinumfängen bzw. handlicheren Formaten, um neue Leser zu gewinnen. Zudem wächst laut MPA die Nachfrage nach Einlegern, Stanzungen und Ausklappern, z.B. bei den Einlegern um zehn Prozent jährlich.

Für Kataloghersteller heißt das Gebot der Stunde: frühzeitig Markttrends erkennen und rasch mit geeigneten Online- und Druckangeboten reagieren. Aktuelle Themen in der Branche sind variable Datensoftware für sofortige Preisangabe, digitales Asset Management, Inline-Inkjet, schneller Plattenwechsel sowie Softproofing.

**Direct Mailings** haben in den USA im Jahr 2004 mit etwa 27,7 Mrd. Euro ungefähr zehn Prozent der gesamten Medien- und Marketingausgaben ausgemacht. In diesem Segment wird bis 2007 ein jährliches Wachstum von 5,6 Prozent vorhergesagt. Niedrige Auflagen bis hin zur Anzahl eins, digitale Farbdruckmaschinen und variabler Datendruck sind neben Datenbank-Werkzeugen und Finishing- bzw. Postversandmaschinen die Hauptthemen für 2005.

Die Logistik und Materialbeschaffung spielt auch 2005 eine Schlüsselrolle. Interne Prozesse und Lager-Updates, Bestellungen und Anlieferungen müssen mit den Herstellern und ihren Lieferanten ständig abgeglichen werden. Management-Informations-Systeme (MIS) und andere Branchenprogramme sind daher ein Muss für amerikanische Drucker. Auch deshalb, weil MIS im Workflow und bei der JDF-Vernetzung von zentraler Bedeutung sind.

**Vorstufe.** Zwar spielt die Filmbelichtung weiterhin eine Rolle, doch gehört CtP die Zukunft. Der Proof bereich wird durch die wachsende Anwendung von CtP, das derzeit rund 5.000 amerikanische Unternehmen einsetzen, zunehmend wichtiger. Entsprechend steigt die Nachfrage nach Digital- und Formproofs ebenso wie nach Großformatmaschinen. Auch gehen immer mehr Unternehmen zum Monitor-Softproofing über.

Vielfalt im Bogenoffset. Während der Vierfarbendruck stagniert, verzeichnet der Mehrfarbenbereich, beispielsweise beim Acht- oder Zehnfarbendruck, Zuwächse. Zudem gewinnt die Möglichkeit, Sonderfarben oder Lackierung einzusetzen, stark an Bedeutung. Vor allem mittlere und große Unternehmen investieren zunehmend in Druckmaschinen, die sehr flexibel und vielfältig einzusetzen sind. Der Trend zu geringeren Seitenumfängen bei gleichzeitig steigenden Produktvarianten speist die Nachfrage nach Großformatmaschinen mit geringen Rüst- und Nebenzeiten.

Der Bereich Verpackung und Etiketten soll 2005 um zwei Prozent wachsen. Die Herausforderung für die Verpackungsunternehmen besteht darin, eine Vielzahl unterschiedlicher Marken in niedrigeren Auflagen zu produzieren, weil die Kunden ihre Produkte immer stärker fragmentieren. Darüber hinaus werden vermehrt Hochsicherheitsverpackungen sowie alle Arten von Aufmerksamkeit erregenden Verpackungen nachgefragt: etwa mit Griffen oder Blister mit Karteneinlegern. Dieser Bereich legte in den letzten fünf Jahren um 28 Prozent zu und erreicht heute ein Volumen von 4,3 Mrd. Euro.

#### Ausblick auf Wirtschaft und Druckbranche

Jahr	BIP	Umsatz	Druckvolumen
2000	3,8%	5,2%	\$86,6
2001	0,3%	-4,1%	\$83,0
2002	2,4%	-3,1%	\$80,5
2003	2,6%	-2,0%	\$78,9
2004	4,4%	4,1%	\$82,1
2005	3,5%	4,5% bis 5,5%	\$85,8 bis 86,7

Quelle für die BIP-Projektionen: "Blue Chip Economic Indicators", Aspen Publishers, Inc., 10. November 2004. Zahlen sind inflationsbereinigt. Bei den Umsätzen der Druckbranche handelt es sich um Schätzungen des NAPL, die nicht inflationsbereinigt sind. Volumen angegeben in Milliarden.

\_\_Heidelberg Nachrichten • Chancen

**Investitionsstau abbauen.** Die Beispiele und Zahlen zeigen: Der amerikanische Druckmarkt befindet sich im Aufwind. Davon profitieren auch die Druckmaschinenhersteller. Wie die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) in Köln, Deutschland, berichtet, haben die Bestellungen der US-Druckindustrie merklich zugenommen. Damit könnte der Druckmaschinenabsatz 2005 nach sechs schwierigen Jahren wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren.

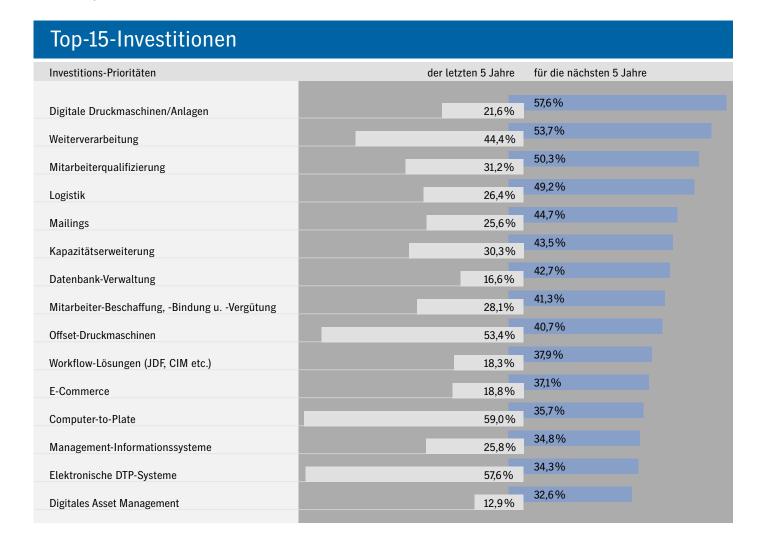
**Print 05 zeigt die Zukunft.** Viele der skizzierten Trends werden auf der Print 05 in Chicago zu sehen sein. Die bedeutendste Veranstaltung der Druckbranche im McCormick Place stellt ein umfassendes Spektrum von Lösungen vor, mit denen Unternehmen ihr Leistungsportfolio ausbauen, Abläufe straffen und Kosten senken

können. Betriebe mit Schwerpunkt im hochwertigen Akzidenz- und Verpackungsdruck, die in Veredelung, Inline-Eindrucke und Sicherheitstechniken investieren wollen, können sich über die geeigneten Maschinen und Verfahren zur Weiterverarbeitung informieren. So präsentiert die Heidelberger Druckmaschinen AG ihre neueste Speedmaster XL 105, die sowohl im Akzidenz- als auch im Verpackungs- und Etikettendruck zu Hause ist. Angefangen beim Digitalund variablen Datendruck über Lösungen für Workflow und Asset Management bis hin zu Anwenderbeispielen und Technologiestudien – die Print 05 lässt keine Fragen offen.

#### Daten & Fakten

Print 05 Chicago: 9. bis 15. September 2005

Das Investitionsverhalten in der Druckbranche zeigt für die kommenden fünf Jahre klare Trends: das Serviceportfolio erweitern und die Qualifikation der Mitarbeiter erhöhen.



"An Investitionen führt kein Weg vorbei"

ufgabe des US-amerikanischen Branchenverbands National Association for Printing Leadership (NAPL) ist es, Trends zu erkennen, zu analysieren und seinen Mitgliedern entsprechende Hilfestellung zu leisten. Heidelberg Nachrichten sprach mit Joseph P. Truncale, Präsident und CEO der NAPL, über die wichtigsten Anforderungen an Druckereibetriebe.

### HN: Die amerikanische Druckindustrie scheint die Talsohle durchschritten zu haben. Welches sind die wesentlichsten Probleme, die es jetzt zu lösen gilt?

Joseph P. Truncale: Das größte Problem ist das Verharren auf dem Status quo. Die Haltung, so weitermachen zu können wie bisher, bringt die Drucker nicht weiter. Vielmehr wird es für die Unternehmen, die auch künftig den Druck als Kerngeschäft betreiben wollen, immer wichtiger, ihr Angebotsportfolio um wertsteigernde Services zu erweitern.

### HN: Betrachten Sie das Internet und digitale Lösungen eher als eine Herausforderung oder als Chance?

Joseph P. Truncale: Das Internet wird für die Drucker weiterhin beides sein: eine Bedrohung und eine Chance. Eine Bedrohung, weil es die Möglichkeit bietet, Worte und Bilder schneller und kostengünstiger zu übermitteln. Weil digitale Daten sich an jeden Platz der Welt verschicken lassen, öffnet das Internet konkurrenzfähige Wege, die es bislang nicht gab. Gleichzeitig ist es eine Chance, weil die Drucker die Nutzung des Internets unterstützen können, indem sie durch Direct Mails und gedruckte Werbung auf kommerzielle Webseiten hinweisen.

### HN: Diversifizierung oder Spezialisierung – welche Strategie verspricht Ihrer Meinung nach den größten Erfolg?

Joseph P. Truncale: Beide Wege sind möglich, tatsächlich ist es am besten, zweigleisig zu fahren. Unsere erfolgreichsten Mitglieder haben ihr Produkt- und Serviceangebot diversifiziert. Gleichzeitig haben sie sich innerhalb ihres Portfolios spezialisiert, etwa auf den Verpackungsdruck oder auf bestimmte vertikale Märkte. Wenn ein Unternehmen die einzigartigen Anforderungen einer Branche versteht, kann es sich als Experte in diesem Bereich positionieren und seine Marktanteile erhöhen.

### HN: Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten halten sich viele Unternehmen mit Investitionen zurück. Ist das der richtige Weg?

Joseph P. Truncale: Jeder weiß, dass ein Unternehmen nur dann erfolgreich sein kann, wenn es die jeweils modernste Technik nutzt. Für Unternehmen führt daher kein Weg daran vorbei, mit dem technologischen Fortschritt mitzuziehen. Auch wenn sie die Investitionen erst einmal aufschieben, letztendlich kommen sie nicht darum herum, wollen sie ihre Stellung im Wettbewerb behaupten.

HN: Vielen Dank für das Gespräch! ■

 ${\it Quelle: The NAPL 2004-2005 State of the Industry Report, Stand: Dezember 2004.}$ 



eliefert ist noch lange nicht bezahlt – bei Zahlungsverzögerungen und Forderungsausfällen wird diese Kaufmannsweisheit so manchem Druckunternehmer schmerzlich bewusst. Es gibt wohl kaum eine Druckerei, die nicht schon Ärger mit der Zahlungsmoral einiger Kunden gehabt hat, und nicht wenige Unternehmen sind schnell in ihrer Existenz bedroht, wenn bei knapp kalkulierten Preisen auch noch die fällige Zahlung ausbleibt.

Diese Probleme sind weltweit vorhanden, aber regional unterschiedlich ausgeprägt. Schon innerhalb Westeuropas gibt es in den einzelnen Ländern deutliche Unterschiede, wie eine Studie des international tätigen Inkasso-Unternehmens Intrum Justitia mit Hauptsitz in Stockholm, Schweden, zeigt. So wird in Italien das ohnehin schon großzügige durchschnittliche Zahlungsziel von 74 Tagen

im Schnitt um weitere 19 Tage überzogen. Doch die Ausfallquote ist dort mit 0,8 Prozent vergleichsweise niedrig. Umgekehrt verhält es sich in Belgien, wo die Kunden im Schnitt schon nach 52 Tagen zahlen. Doch wenn es dort Verspätungen gibt, wird es schnell riskant: Die Ausfallquote ist mit 3,1 Prozent in Belgien fast viermal so hoch wie in Italien. Generell gilt, dass bei offenen Rechnungen das Risiko des finanziellen Ausfalls mit zunehmender Dauer steigt. Druckereien sind der Willkür schlechter Zahler aber nicht schutzlos ausgeliefert. So kann bei Neukunden eine Bonitätsauskunft eingeholt werden. Solche Dienstleistungen bieten beispielsweise in Nordamerika die Auskunfteien Dun & Bradstreet, TransUnion oder Equifax, in Europa unter anderem die Creditreform-Gruppe oder das Credit-Alliance-Netzwerk des französischen Kreditversicherers Coface an. Vor allem bei größeren Aufträgen ist die dafür fällige Gebühr eine

sinnvolle Investition. Dun & Bradstreet verlangen beispielsweise im Small-Business-Segment für eine detaillierte Bonitätsauskunft eines US-Firmenkunden 108 Euro. Doch die Bonitätsprüfung ist nur ein erster Schritt in Richtung eines professionellen Forderungsmanagements. So sollte die Rechnung direkt nach der Auslieferung geschrieben werden, um die Zeitspanne zwischen Leistungserbringung und dem rechtlichen Beginn des Zahlungsanspruchs möglichst kurz zu halten. Auch die Länge des Zahlungsziels und Anreize zu schnellerer Zahlung - beispielsweise Skontoabzug - sind durchaus eine Überprüfung wert. Ein Kunde, der beispielsweise 15-mal am Stück seine Rechnung pünktlich bezahlt hat, kann zu einem VIP-Kunden werden mit entsprechendem Status. Er erhält dafür ein "Zertifikat" und je nach Möglichkeit der Druckerei gewisse Vergünstigungen. Diese können ein etwas höherer Skonto sein, günstigere Preise oder besseres Papier für den gleichen Preis wie bisher - was sehr schnell wiederum zu mehr Umsatz animiert, denn der Kunde fühlt sich geschmeichelt und nutzt "seinen Preisvorteil". Eine ausgeklügelte Preisliste sollte auch solche Fälle bedenken.

Factoring statt leerer Kassen. Wer zusätzliche Sicherheit für seinen Forderungsbestand schaffen will, hat mit Factoring und Kreditversicherung zwei Alternativen. Beim Factoring werden unmittelbar nach der Rechnungsstellung die offenen Forderungen an ein Factoring-Unternehmen "verkauft". Das Factoring-Unternehmen zahlt die fällige Rechnungssumme gegen Gebühr sofort aus und trägt somit nicht nur das Ausfallrisiko, sondern übernimmt auch die Zwischenfinanzierung für den Zeitraum bis zum Ablauf des Zahlungsziels. Für eine Druckerei bringt dies eine Verbesserung der Liquidität.

Kreditversicherung als Alternative. Statt mit Factoring können Außenstände auch über eine Kreditversicherung abgesichert werden. Bei einem Zahlungsausfall springt dann eine Versicherung ein. "Besonders interessant kann für Druckereien die Möglichkeit sein, zusätzlich zur Forderung bereits die bei der Produktion entstandenen Selbstkosten zu versichern", sagt Werner Münch, Leiter Policy Management für Deutschland beim international tätigen Kreditversicherer Atradius mit Sitz in Köln, Deutschland. Denn wird ein Kunde vor der Auslieferung insolvent, werden bereits hergestellte Druckerzeugnisse Makulatur. In solchen Situationen schafft eine Kreditversicherung mit Selbstkostenübernahme Abhilfe.

Hart, aber herzlich. Ob eher Factoring, Inkasso-Dienstleister oder eine Kreditversicherung zum Einsatz kommen, ist regional unterschiedlich. Lieferanten in Kontinentaleuropa bevorzugen oft die Kreditversicherung, während in der angelsächsischen Wirtschaft Factoring und die Zusammenarbeit mit Inkasso-Agenturen bevorzugt werden. Da bei der Zusammenarbeit mit Factoring- und Inkasso-Anbietern die Kunden bei Verzug vom jeweiligen Dienstleister

Risikobewertung			
Land	Risikoindex*		
Nordamerika	60		
Japan	65		
Europäische Union	90		
Durchschnitt weltweit	100		
Schwellenländer Asiens	165		
Zentral- und Osteuropa	180		
Naher und Mittlerer Osten	250		
Lateinamerika	280		

Das Risiko ist bei Schuldnern aus Nordamerika und Japan am geringsten.

gemahnt werden, sollte "die Auswahl des passenden Anbieters mit viel Sorgfalt erfolgen", empfiehlt Rose Romesberg, verantwortlich für das Auditing von Inkasso-Dienstleistern bei Labrynth Consulting in Chicago, USA. So sollte der Dienstleister nicht nur Erfahrung im Umgang mit der Zielgruppe der Druckerei vorweisen können. Auch klare Vereinbarungen zum differenzierten Vorgehen je nach Zielüberschreitung und Kundenverhalten sind ein Muss im Verhältnis zwischen Auftraggeber und Inkasso-Dienstleister. Die Verärgerung eines Kunden über harte Methoden schon bei geringem Verzug ist ebenso schädlich wie ein laxes Vorgehen gegenüber weniger wichtigen Kunden. Fingerspitzengefühl ist hier, wie so häufig im Geschäftsleben, gefragt.

#### **Länder-Reports als Basisinformation**

Der Kreditversicherungskonzern Atradius stellt auf seiner Internetseite www.atradius.com Reports zu derzeit 14 europäischen Ländern und den USA zur Verfügung. Die ausschließlich in englischer Sprache verfügbaren Berichte enthalten Angaben zu Zahlungsverhalten und Bonitäten sowie Informationen über rechtliche Besonderheiten bei Zahlungsverzögerungen und Ausfällen.

<sup>\*</sup> Coface-Index für das Risiko von Zahlungsausfällen bei Lieferung in die jeweiligen Regionen

\_Heidelberg Nachrichten • Perspektiven

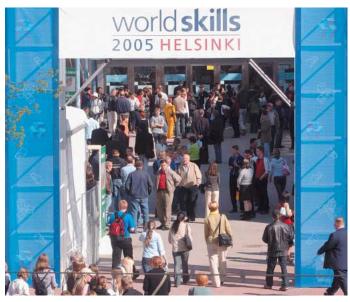






















WORLDSKILLS 2005

### Weltmeisterschaft der besonderen Art

Mit über 130.000 Besuchern auf dem Messegelände von Helsinki erlebte die Hauptstadt Finnlands mit der 38. Berufsweltmeisterschaft die größte Veranstaltung in der Geschichte des Landes. Zum ersten Mal war bei den WorldSkills auch der Berufsstand der Drucker vertreten – tatkräftig unterstützt von der Heidelberger Druckmaschinen AG.

√ in riesiges Menschenmeer, überwiegend Jugendliche. Bereits vor dem Eingang des Messegeländes in Helsinki wird dem Besucher klar: Hier herrscht eine ganz besondere Atmosphäre. mit einer "normalen" Weltmeisterschaft hat diese Veranstaltung nicht viel zu tun. Wenn die 700 Teilnehmer und 600 Juroren in den insgesamt 39 Disziplinen verschiedener Handwerke antreten, ist allerdings wie im Sport oberste Konzentration angesagt. Viele Wochen der Vorbereitung und nationale Vorausscheidungen liegen hinter den Wettkämpfern und diese müssen nun beweisen, ob die Zeit sinnvoll investiert war. Alle Teilnehmer arbeiten auf einem hohen Niveau und selbst kleinste Fehler können die Aussichten auf eine Medaille trüben. Die Stimmung in den Wettkampfpausen ist allerdings ausgelassen und aus so manchen Konkurrenten werden Freunde – der sportliche Geist weht eben beständig durch die Hallen. Aus nahezu allen Nationen wurden Teams nach Finnland entsandt. Die größten Teams stellten in diesem Jahr Finnland, Korea, Frankreich, die Schweiz, Japan und die Niederlande mit je über 35 Teilnehmern. Die beliebteste Disziplin in diesem Jahr, vertreten durch 26 Zwei-Mann-Teams, war die Mechatronik. Dabei handelt es sich um einen relativ neuen Beruf - der Elektronik und Mechanik miteinander verbindet. Dann folgten die Disziplinen Schweißen, Elektroinstallation, Mauern, Automechanik und Kochen. Aber auch Schönheitspflege und Landschaftsgärtnerei gehen beispielsweise mit an den Start. Je nach Beruf schwanken die Teamgrößen. Die Drucker entsenden je Team nur einen Wettkämpfer.

Für viele Teilnehmer ist die Atmosphäre gewöhnungsbedürftig, denn diese entspricht echten Wettkampfbedingungen: Die "Berufsathleten" sind zwar durch Absperrungen von den Besuchern abgeschirmt, dennoch stehen diese ziemlich nah und in großen Scharen während der Wettkämpfe herum. Die Kulisse und der Geräuschpegel in den großen Hallen, in denen immer mehrere Wettkämpfe zur gleichen Zeit ausgetragen werden, erinnert denn auch eher an ein Straßenfest. Konzentrationsschwierigkeiten sind dann schnell die Folge.

Werbung für Beruf & Ausbildung. Sich im internationalen Rahmen mit den Besten des Berufsstandes zu messen, ist das vordergründige Ziel der WorldSkills. Dahinter stecken aber die viel höheren Ziele, Verständnis für die Ausbildung in den verschiedenen Nationen zu wecken und Ausbildungsstandards anzugleichen bzw. anzuheben sowie Politik und Gesellschaft dafür zu sensibilisieren, wie wichtig eine gute Ausbildung im Kampf gegen Armut und Arbeitslosigkeit ist. Natürlich

haben die WorldSkills in der heutigen Form auch das Ziel, dass Branchen auf ihre Berufe aufmerksam machen können. Jugendliche informieren sich aus erster Hand auf der Veranstaltung, welche Berufe es gibt. Sie sehen dann im Wettkampf, welche Anforderungen hinter den Berufsbezeichnungen stecken.

**Szenenwechsel.** Über den frischen Druckbogen gebeugt, prüft Henna-Riikka Ahlgren das Ergebnis ihrer letzten Korrekturen. Die 19-jährige Finnin ist die beste Druckerin ihres Landes. Einige Wochen zuvor hat sie die Landesmeisterschaft gewonnen. Von sieben Teilnehmern war sie die beste. Nun muss sie, inmitten einer große Halle und bestaunt von Zuschauern, beweisen, dass sie mit Recht nach Helsinki entsandt wurde. "Mit der Druckqualität am ersten Wettkampftag war ich schon zufrieden, aber ich habe zu lange gebraucht, um den OKBogen zu erzielen", bemerkt sie.

Peter van Kaam aus Amsterdam in den Niederlanden ist ebenfalls 19 Jahre alt und hat seit einem Monat seine Lehre als Drucker abgeschlossen. Er trainierte eine Woche für die WorldSkills bei einer Open-House-Veranstaltung von Tetterode, dem Vetriebspartner von Heidelberg in den Niederlanden. Da die Open-House-Veranstaltung mit Publikum gut besucht war, sieht er jetzt den ganzen "Rummel" um sich herum gelassen. "Hier ist man in einer riesigen Halle, Tausende von Menschen strömen an einem vorbei, es ist laut und man bekommt von den anderen Ständen die Geräusche und Gerüche mit - wie von dem Schweißen gegenüber. Dies kann ablenken, aber so ist es halt auf einer Weltmeisterschaft", meint van Kaam. Sein Arbeitgeber ist die Druckerei Leiden in Amsterdam, die elf Mitarbeiter hat. Van Kaam wurde in der Berufsschule auf die WorldSkills aufmerksam und hat sich dann über die holländische Vorauswahl, die er als "Dutch Champion" abgeschlossen hat, für Helsinki qualifiziert. Von jeder holländischen Berufsschule, die Drucker ausbildet, vier an der Zahl, wurde der jeweils beste in diese Vorauswahl entsandt. Sein erster Preis für den nationalen Sieg ist die Teilnahme an einem Seminar seiner Wahl bei der Print Media Academy (PMA) in Heidelberg, bezahlt von Tetterode. Seine Motivation ist schnell auf einen Nenner gebracht: "Mein Chef ist sehr stolz auf mich".

Stefan Durrer aus der Schweiz, 21 Jahre alt, hat seit letztem Jahr seine Lehre als Drucker abgeschlossen. "Ich war mit dem ersten Tag nicht so zufrieden. Die Regeln sind sehr streng und die Ansprüche hoch",

\_\_Heidelberg Nachrichten • Perspektiven



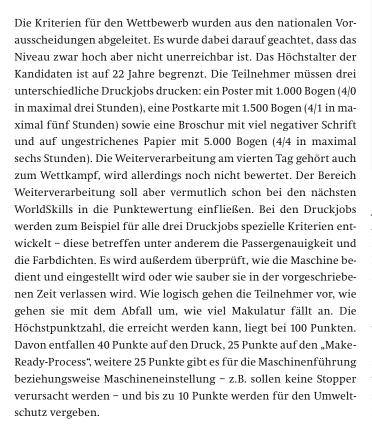




Der Niederländer Peter van Kaam am Anleger seiner Wettkampf-Printmaster PM 52-4.







Globale Imageförderung, "Eines der ältesten Handwerke der Welt, das Drucken, hat sehr lange gebraucht, um bei den WorldSkills vertreten zu sein: denn bereits 1950 fand die erste Veranstaltung in Spanien statt. Finnland als Gastgeber hat die Anregung der Niederländer aufgenommen und mit Heidelberg sowie einigen anderen Sponsoren gesprochen. Diese haben dann die notwendige fachliche wie finanzielle Unterstützung gewährt und dies erst möglich gemacht", berichtet Viluksela und betont noch: "Heidelberg ist der ideale Partner für die WorldSkills, denn wir hoffen, dass zu den nächsten WorldSkills 2007 in Japan wesentlich mehr Anmeldungen aus allen Teilen der Welt für den Druckbereich eingehen, und nur Heidelberg kann in den einzelnen Regionen über seine Niederlassungen eine ideale Vorbereitung unter gleichen Bedingungen bieten.





Stefan Durrer, Schweiz, beim Schneiden des ersten Druckjobs, eines Posters.

Juror Karl Kowalczyk, der sich stark für die WorldSkills 2005 engagiert hat, bei der Bewertung der finnischen "Berufsathletin" Henna-Riikka Ahlgren.



meint er. Durrer arbeitet bei der Druckerei Odermatt aus Dallenwil bei Luzern. Die Druckerei ist spezialisiert auf Kunstdruck mit FM-Raster, druckt auf Heidelberg Speedmaster SM 74-5, SM 74-2 sowie 52-5 und hat 40 Mitarbeiter. Stefan Durrer war einige Tage in Bern bei der Schweizer Heidelberg-Niederlassung, um die im Wettkampf verwendete Maschine kennen zu lernen und investiert seinen privaten Urlaub für die WorldSkills. Seine Einschätzung des Wettkampfs: "Über eine gewisse Auflage hinweg die Qualität zu halten ist nicht einfach, wenn man die Maschine völlig alleine bedienen muss. Das Zusammenspiel der Farben bei dem ersten Druckjob war schwierig zu drucken, vor allem die Schriften in der grünen Farbe. Man hat außerdem keine Voreinstelldaten, ein anderes Messgerät usw. Das erschwert die Bedingungen, aber die sind ja schließlich für alle Teilnehmer gleich."

Benjamin Balasunderam von VollherbstDruck aus Endingen, Deutschland, ist im zweiten Lehrjahr und opfert ebenfalls einige Tage Urlaub für die WorldSkills. Er lobt die gute Stimmung und den Kontakt zu den anderen Teilnehmern: "Super Atmosphäre mit fairem Sportgeist. Jeder Druckjob ist eine Steigerung und schwieriger als der vorhergehende. Die Farbgebung ist schon sehr stark. Es sind alles sehr anspruchsvolle Jobs." Bei VollherbstDruck arbeitet er an einer Heidelberg Speedmaster SM 74-5. Vollherbstdruck hat ca. 120 Mitarbeiter und ist spezialisiert auf Wein-Etiketten.

Kein Wettkampf ohne Regeln und Schiedsrichter. Pentti Viluksela ist eigentlich Lehrer für Drucktechnik beziehungsweise für die Druck-Ingenieursausbildung bei EVTEK Polytechnik, Institute of Technology in Espoo, Finnland. Er ist der "Chief of the Expertteam" und damit verantwortlich für die Juroren, die die Gewinner ermitteln sollen. Aus jedem Land, das einen Teilnehmer stellt, kommt auch ein Mitglied für die Jury. Die Teilnehmer sind insgesamt rund fünf Tage in Helsin-ki, damit sie sich auch noch eingewöhnen können. Der Wettkampf selbst dauert vier Tage. Für den Wettkampf wurde auf vier Heidelberg Printmaster PM 52-4 gesetzt, ohne zu viele automatische Einstellungsmöglichkeiten, da ja die handwerklichen Fähigkeiten der Teilnehmer gefragt sind und nicht die der Maschinen. Heidelberg übernimmt dabei unter anderem den Transport der Maschine und deren Wartung während der WorldSkills.



Alle Teilnehmer des Wettbewerbs in der Disziplin Druck: Henna-Riikka Ahlgren, Finnland Benjamin Balasunderam, Deutschland Stefan Durrer, Schweiz Jakob Hjelme, Norwegen Peter van Kaam, Niederlande Jordan Poulain, Belgien Patrik Sahlander, Schweden

Die Medaillengewinner im Bereich Druck: Gold: Jordan Poulain, Belgien Silber: Benjamin Balasunderam, Deutschland Bronze: Stefan Durrer, Schweiz

Der WorldSkills-Ländervergleich: Die meisten Medaillen gewonnen haben

- 1. Schweiz
- 2. Korea
- 3. Deutschland
- 4. Finnland

Jeder Teilnehmer kann so auf der Wettkampf-Maschine trainieren. Außerdem benötigen die Teilnehmer natürlich auch das fachliche Know-how zum Beispiel eines Karl Kowalczyk, des Leiters des Print Media Centers in Heidelberg, der hier mit seiner Expertise nicht nur als Juror wichtige Hilfe leistet."

"Viele Jugendliche interessieren sich nicht für den Beruf des Druckers, weil sie immer noch schwarze Hände und Blaumänner damit assoziieren. Dabei ist es heute ein Beruf, der mit einer hohen Automatisierung sowie viel Computertechnik und Workflow-Management verbunden ist. Da sehr viele junge Leute an den Stand gekommen sind, sind die WorldSkills ein wichtiger Imagegeber für die gesamte Branche", meint Viluksela.

#### Welche Druckerei beschäftigt den besten Drucker der Welt?

"Wir sind alle sehr begeistert und freuen uns schon auf Japan", erklärt lachend Pentti Viluksela. Nicht nur er hat sich voll von dem Geist der Veranstaltung anstecken lassen, den übrigen Teilnehmern wie Juroren geht es nicht anders. "Wir benötigen mindestens acht Teilnehmer für die WorldSkills in Japan, damit der Bereich Druck vertreten bleibt. Wir haben bereits eine große Nachfrage aus asiatischen Staaten und sind zuversichtlich, dass wir in zwei Jahren in Japan wesentlich mehr Teams an den Start bringen. Wir würden uns über weitere Teilnehmer, vor allem aus Nord- und Südamerika, sehr freuen", fordert Pentti Viluksela schmunzelnd, "damit wir auch in Zukunft erfahren können, wer den besten Nachwuchs-Drucker der Welt beschäftigt."

Heidelberg Nachrichten • Perspektiven

Perspektiven

GUTENBERG-MUSEUM, DEUTSCHLAND

# Das Gutenberg-Projekt

Die gedruckte Bibel des Johannes Gutenberg gilt als das Schlüsselsymbol für einen Wendepunkt in der Menschheitsgeschichte. Seine Erfindung der Druckpresse löste eine Revolution aus: die Verbreitung von Wissen für jedermann. Gutenberg stammt aus Mainz, Deutschland. Seine Heimatstadt ehrt ihren berühmten Sohn mit dem Gutenberg-Museum. Heidelberg Nachrichten stellt Werk und Museum vor.



Original Gutenberg-Bibel "B 42". Die Abkürzung steht für die Bibel mit 42 Zeilen.

**▼** in abgedunkelter Raum, in dem das zersetzende Tageslicht vom empfind-✓ lichen Material fern gehalten wird, umfasst von dicken Brandschutzmauern und schweren Eisentüren. Nahezu sakrale Ruhe umgibt das Herzstück des Gutenberg-Museums in Mainz: den Schatz im Tresorraum. Er besteht aus original Gutenberg-Bibeln, den ersten gedruckten Büchern der Welt. Gedämpftes Punktlicht lässt zwei Exemplare der Gutenberg-Bibel unter dem dicken Panzerglas der alarmgesicherten Vitrinen für jedermann sanft erstrahlen. "90 Lux Helligkeit und 50-55 Prozent Luftfeuchtigkeit sind die optimalen Bedingungen für die unersetzlichen Inkunabeln", erläutert die Direktorin des Museums, Dr. Eva Hanebutt-Benz. Inkunabel ist vom lateinischen incunabula ("Windeln", "Wiege") abgeleitet und definiert die Anfänge der Druckkunst, d.h. alle Drucke, die bis zum Jahr 1500 entstanden.

Für Gutenberg war das Projekt "Bibel" ein Lebenswerk. Nicht nur die Bedeutung des Buches, auch sein Umfang war erheblich. 1.282 Seiten mit je 42 Zeilen – daher auch der Code B 42 für die Gutenberg-Bibel –, aufgelöst in rund 3 Millionen Lettern, umfasst

das zweiteilige Werk. Es besteht aus Altem und Neuem Testament. Gut drei Jahre, von 1452 bis 1455, arbeitete Gutenberg mit rund 20 Mitarbeitern daran. Kaufmännisch gesehen ein nicht unerheblicher Aufwand, der sich dennoch rechnete. Denn das Wort Gottes war im Spätmittelalter nicht billig zu haben. Ein Schreiber arbeitete mehrere Jahre an einer Kopie, für die mit der Gutenberg-Presse "nur" wenige Monate benötigt wurden. Für die erste gedruckte Bibel hätte dieser Berufsschreiber allerdings vier seiner Jahreseinkommen bezahlen müssen. Kein "Schnäppchen" also.

So schön wie eine Handschrift. Ziel Gutenbergs war ein Druck, so schön wie von Hand geschrieben. Er wählte daher in der Mainzer Klosterbibliothek ein Handschriftenexemplar aus, dessen Schriftbild – die Textura – besonders kantig war. Um aber die Lebendigkeit der geschriebenen Schrift in starre Lettern umzusetzen sowie ein dichtes Schriftbild und einen gleichmäßigen Zeilenabschluss in den zwei Spalten (Kolumnen) zu bekommen, waren mehr als die 26 Buchstaben des Alphabets vonnöten. 290 Zeichen (Figuren) gossen seine Mitarbeiter, darunter



Faksimileband des Codex Aureus.

Das Original entstand um 981 bis

985 n. Chr. (Bild oben)

Der Tresorraum, die Schatzkammer
des Gutenberg-Museums. (Bild unten)



\_\_\_\_Heidelberg Nachrichten • Perspektiven



Bleisatz eines Ablassbriefes. Mit solchen Briefen konnten sich im Mittelalter die "reichen" Sünder von ihren Sünden freikaufen. Dank Gutenbergs Erfindung konnte die Kirche in die "Massenproduktion" eintreten und verdiente daran nicht schlecht: je größer die Sünde, desto teurer der Brief.

viele Buchstabenverbindungen (Ligaturen) und Abkürzungszeichen (Abbreviaturen). Und groß mussten die Typen der neuen "Textura" sein, damit sie in den ziemlich dunklen und nur mit Kerzen beleuchteten Kirchen lesbar waren. Von den 180 Exemplaren dieser Auflage der B42 – 150 davon auf handgeschöpftem Büttenpapier aus Italien und 30 auf wertvollerem Pergament gedruckt - existieren heute weltweit noch 49. Im Mainzer Museum hat der Besucher die einmalige Gelegenheit, zwei nebeneinander liegende Exemplare zu vergleichen. Der Wert einer B42 ist kaum mehr zu ermitteln, denn der würde sich aus dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage ergeben: "Es ist nicht mehr zu erwarten, dass überhaupt noch eine Gutenberg-Bibel zu erwerben sein wird, denn es gibt fast keine mehr, die sich im Privatbesitz befindet. Die englische Königin hat zwar eine, aber die wird sie wohl nicht verkaufen", berichtet Dr. Eva Hanebutt-Benz schmunzelnd. Die meisten liegen bereits in Museen. Im Jahr 2000 wurden bei einer Versteigerung bei Christie's in London, England, für eine einzige Seite aus einer B42 bereits fast 41.000 Euro erzielt.

Ein bekannter Unbekannter. Über Gutenbergs Leben und Wirken ist wenig bekannt. Selbst das Geburtsjahr kann nur geschätzt werden. Irgendwann zwischen 1393 und 1405 wurde er als Sohn des Kaufmanns Friele Gensfleisch in Mainz geboren. Er bewohnte später einen Hof, der wegen seiner Lage in Mainz den Namen "Zum Gutenberg" trug. Aus welchem Grund er sich diesen Namen als Familiennamen auswählte, ist nicht überliefert. Wegen seines technischen und kaufmännischen Geschicks wird vermutet, dass er eine standesgemäße Ausbildung in einer Klosterschule und ein Universitätsstudium genossen hat. Im Jahr 1434 tritt er im elsässischen Straßburg in Erscheinung, das damals noch Bestandteil des Deutschen Reiches war und in der direkten Nachbarregion von Mainz lag. Gutenberg arbeitet in

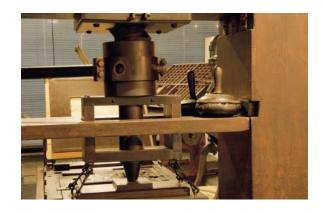
Straßburg vermutlich als Schreiber und Goldschmied. Fast vierzigjährig gründet er hier mit Partnern eine Firma, um Pilgerspiegel für Wallfahrer nach Aachen herzustellen. Das Herstellungsverfahren erinnert bereits an den späteren Letternguss. Jedoch hat er bei diesem Unternehmen Pech: Die Wallfahrt wird um ein Jahr verschoben. Seine Geschäftspartner, die einen Teil des Unternehmens finanzieren, klagen ihr Geld bei Gericht ein. In den Prozessakten wird Gutenberg erstmalig als handwerklicher Meister und einfallsreicher Erfinder bezeichnet. Er verfolgt nämlich zeitgleich auch das Geheimprojekt "Aventure und Kunst" mit einer Form und einer Presse, über das seine Geschäftspartner absolutes Schweigen bewahren mussten. Mehr geben die Akten in Straßburg nicht her. Einige Forscher vermuten heute, dass es dabei um Experimente zum Buchdruck ging. Denn als Johannes Gutenberg 1448 in Mainz wieder in den Akten auftaucht, kann er bereits drucken.

Die Gutenberg-Werkstatt. Im Tiefgeschoss des Gutenberg-Museums denkt staunend so mancher Besucher: Das war doch ganz einfach, die Kombination von Stempeln, Papier und Presse! Doch im Laufe der Demonstration in der rekonstruierten Gutenberg-Werkstatt wird jedem deutlich, wie erst die Verknüpfung der vielen einzelnen Erfindungen zum gewünschten Resultat führte.

Zunächst mussten alle Zeichen spiegelverkehrt in ein hartes Metall – z.B. Eisen oder Stahl – graviert werden. Diese Stempel – auch Patrizen genannt – wurden in ein weiches Metall – z.B. Kupfer – geschlagen, wobei tief gelegene Buchstabenabdrucke entstanden, die Matrizen. Diese wurden wiederum am Handgießgerät – ebenfalls eine Erfindung Gutenbergs – eingeklemmt. Mit einem Löffel füllte man eine 300 Grad heiße Legierung in den entstandenen Hohlraum. An dieser Legierung hat der Meister vermutlich sehr lange getüftelt: Denn damit die Pro-

duktion schnell ging, musste die Metalllegierung sehr schnell erkalten, im kalten Zustand aber auch besonders hart sein, damit die Buchstabenformen lange hielten. Aus den wohl geordneten Setzkästen wurden schließlich die Lettern auf dem Kopf stehend zu Wörtern und Zeilen zusammengesetzt. Auch die Druckfarbe für Papier und Pergament musste noch erfunden werden. Zähflüssig musste sie sein, das Papier aber nicht durchdringen, da die Rückseite auch bedruckt werden sollte, und sie musste schnell trocknen. Eine Mischung aus Ruß, Harz und Leinöl bildete schließlich die erste Druckerschwärze. Aufgetragen wird die Farbe mit zwei pilzförmigen Druckerballen. Innen sind diese mit Rosshaar gepolstert, die Oberfläche besteht aus Hundehaut. Auch dies sicherlich das Resultat vieler gutenbergscher Experimente: Nur Hundehaut hat keine Poren - denn Hunde schwitzen über Maul und Zunge -, und dies gewährleistet, dass die Farbe nicht vom Ballen aufgesaugt

"90 Lux Helligkeit und 50 – 55 Prozent Luftfeuchtigkeit sind die optimalen Bedingungen für die unersetzlichen Inkunabeln." Dr. Eva Hanebutt-Benz







Einer der Ausstellungsräume im Gutenberg-Museum

\_\_\_Heidelberg Nachrichten • Perspektiven



Horst Gassen und Rainhard Matfeld im Druckladen, direkt im Museum. Woher der Begriff "Handwerk" stammt, erklärt sich hier von selbst (von links).

Der Druckladen besitzt antiken Charme. Auf den alten Kostbarkeiten wird immer noch gedruckt.



wird und an der Oberfläche bleibt. Den eingefärbten Satz – die Form – legt man auf den Karren der Presse. In den Deckel wird das Papier oder Pergament eingefügt. Dieses wird dann auf die eingefärbten Lettern geklappt und der ganze Karren unter den Tiegel der Presse geschoben.

durch einen Kuss. Mithilfe des Pressbengels wird der Tiegel mit dem Papier auf die Buchstaben gedrückt. "Während ein Mann druckt, färbt ein anderer die Lettern ein – immer im Wechsel", erläutert Dr. Eva Hanebutt-Benz. Gibt es abschließend ein kräftig schmatzendes Geräusch beim Abziehen des Papiers von der Form – der Kuss der Maschine –, so ist der Druck stark genug und gut gelungen. Der Druck liefert ein ausgewogeneres Schriftbild, als es selbst den besten Schreibern von Hand dieser Zeit möglich war.

unverkennbar. Wirtschaftlich verbrauchte Gutenberg mit seiner Werkstatt riesige Geldmengen für die Durchführung des Bibeldrucks. Dies brachte ihm große Schwierigkeiten ein, denn er investierte nicht nur sein eigenes Vermögen.

Aus Partnern wird Konkurrenz. Im Gerichtsstreit 1455 mit seinem Finanzier Johannes Fust, der insgesamt 1.600 Gulden – heute eine Millionensumme – in das Druckprojekt investierte, verliert Gutenberg seine Druckerei. Gutenberg selbst druckt in sei-

Die Druckpresse ist Gutenbergs wichtigste Erfindung. Wie kam er darauf? Gutenberg lebte in einer seit der Römerzeit durch Weinanbau geprägten Landschaft, heute "Rheinhessen" und "Pfalz" genannt. Entlang dem Rhein, über Straßburg und Karlsruhe bis nach Mainz und weiter in den Norden, erstrecken sich über mehrere hundert Kilometer die Weinberge. Bis heute ist die Region das größte zusammenhängende Weinanbaugebiet Europas. Zur Weingewinnung wurden

bereits Weinpressen eingesetzt, um den Saft aus den Trauben zu "pressen". Diese Weinpresse zum Vorbild genommen, bedurfte es allerdings noch vieler Arbeit, um daraus eine Druckpresse zu fertigen. Die Aufhängung des Tiegels, der sich nicht mitdrehen durfte, war die große Neuerung. Die Ähnlichkeit mit den Weinpressen ist zu diesem Zeitpunkt unverkennbar. Wirtschaftlich verbrauchte Gutenberg mit seiner Werkstatt riesige Geldmengen für die Durchführung des Bibeldrucks. Dies brachte ihm große Schwierigkeiten ein, denn er investierte nicht nur sein eigenes Vermögen.

richtsstreit 1455 mit seinem Finanzier Johannes Fust, der insgesamt 1.600 Gulden heute eine Millionensumme - in das Druckprojekt investierte, verliert Gutenberg seine Druckerei. Gutenberg selbst druckt in seinem Elternhaus weiter. 1462 ereilt ihn der nächste Schicksalsschlag. Nach dem Kampf um den Mainzer Erzbischofsstuhl werden zahlreiche Bürger ins Exil gezwungen, darunter Gutenberg und seine Gehilfen. Er selbst darf zwar einige Zeit später wieder zurückkehren, viele seiner Mitarbeiter wandern jedoch in andere Städte aus. Eigentlich ein Glücksfall, denn so verbreitet sich die "schwarze" oder auch "deutsche" Kunst des Buchdruckens über ganz Europa. Gutenberg stirbt 1468 als angesehener Bürger von Mainz.

Den Siegeszug seiner Erfindung erlebt er nicht mehr: Rund 50 Jahre nach seinem Tod gibt es bereits in 270 europäischen Städten Druckereien. Zu diesem Zeitpunkt hatten diese schon mehr als 40.000 Titel mit über 10 Millionen Exemplaren hergestellt. Im Jahre 1539 erreicht seine Erfindung schließlich die Neue Welt: Die erste Druckmaschine kommt im Auftrag des deutschen Johann Cromberger nach Mexiko.

Ungewollter Lichtbringer oder Revolutionär? Die Erfindung des Drucks mit beweglichen Lettern wurde zunächst von der katholischen Kirche begrüßt, denn dadurch wurde beispielsweise der massenhafte Druck von Ablassbriefen ermöglicht. Für Geld konnte sich damit jeder von seinen Sündenstrafen



Dr. Eva Hanebutt-Benz, Direktorin des Museums, hier im Museums-Café.

und vom Fegefeuer freikaufen. Ein Vorteil des Drucks: Lange Texte, die zuvor durch das handschriftliche Übertragen mit Fehlern übersät waren, konnten nun frei von Makeln gedruckt werden. Im Laufe der folgenden Jahrzehnte waren immer mehr Menschen in der Lage, die Bibel selbst zu lesen, da sie durch den Druck "preiswerter" wurde. Auch das Verbot der katholischen Kirche, die Bibel vom Lateinischen in weltliche Sprachen zu übertragen, damit das "einfache" Volk die wahren Worte der Bibel in Erfahrung bringen konnte, hielt ihren Siegeszug nicht auf. 1521 wurde sie ins Englische übersetzt und in Antwerpen, Belgien – zu dieser Zeit

ein Bestandteil des Deutschen Reiches -, gedruckt. Ihr Übersetzer, der Priester William Tyndale aus dem südenglischen Dursley, wurde dafür auf dem Scheiterhaufen verbrannt. Unbeeindruckt davon folgte Martin Luther seinem Beispiel, übersetzte die Bibel (1534 gedruckt) in eine neuhochdeutsche Sprache, die sich dann langsam als Schriftbzw. Hochdeutsch durchsetzte. Ohne den Buchdruck wären die Verbreitung der Bibel, bis heute das meistgedruckte Buch der Welt, und der Schriftsprachen nicht denkbar gewesen. Die Basis für die Entwicklung von Sprache, Kultur und Wissenschaft in Europa und in deren Folge der wirtschaftliche Wohlstand der nächsten Jahrhunderte war mit dem Buchdruck gelegt. Das Wissens- und Machtmonopol der Kirche und des Adels hingegen stand mit Gutenbergs Erfindung am Anfang des Endes, der Humanismus gewann unaufhaltsam an Boden. Das revolutionäre Frankreich des 18. Jahrhunderts sah in Gutenberg den "ersten Revolutionär und Wohltäter der Menschheit", wollte den Buchdruck in "Gutenbergisme" umtaufen und sogar ein Sternbild nach ihm benennen. In seiner Heimatstadt ist man darauf mit Recht stolz, und neben der Gutenberg-Bibel finden sich im Gutenberg-Museum viele Dokumente, Maschinen und Fakten rund um das Buch und den Buchdruck. Absolut sehenswert und eine Reise wert.

#### Daten & Fakten

Gutenberg-Museum Mainz Liebfrauenplatz 5 55116 Mainz

Deutschland

Tel.: +49-(0)-6131-122640/44 Fax: +49-(0)-6131-123488

E-Mail: gutenberg-museum@stadt.mainz.de www.gutenberg-museum.de

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Samstag 9–17 Uhr Sonntag 11–15 Uhr



Nachdruck der Luther-Bibel. Für knapp 100 Euro im Museumsshop erhältlich.

#### **Das Gutenberg-Museum**

#### Vorführung der Gutenberg-Presse

Zu jeder vollen Stunde während der Öffnungszeiten.

#### Sonderausstellung

Schwarz auf Weiß. 400 Jahre Zeitung – ein Medium macht Geschichte. Vom 10. Juli bis 30. Dezember 2005.

#### Aktionswochen

Viermal im Jahr führen Buchbinder, Miniaturmaler, Papierschöpfer und viele andere Experten aus den verschiedenen Bereichen des Themas "Buch, Druck und Schrift" ihr Handwerk vor. Termine auf Anfrage.

#### Der Druckladen

Museum zum Anfassen:
Drucken mit historischen Handpressen.
Seilergasse 1, 55116 Mainz
Tel.: +49-(0)-6131-122686
Der Druckladen, direkt im Museum mit separatem Zugang, ist eine lebendige
Werkstatt, in der die Tradition des Buchdrucks von erfahrenen Setzern und
Druckern gepflegt wird. Unter Anleitung kann sich hier jeder auf die Spuren
Gutenbergs begeben und zum selbsttätigen Setzer und Drucker werden.

Heidelberg Nachrichten • Service

### **Tipps & Tricks**

#### Verkleben von Wertmarken auf Wasserflaschen

#### **Fehlerdefininition und Auswirkung**

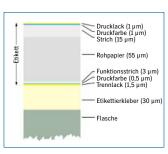
Produkte tragen auf Behältern oder deren Verpackung Angaben über den Inhalt sowie zusätzliche Informationen. Es ist ein wichtiges Ziel, dass der Kunde die verpackte Ware in einwandfreiem Zustand vorfindet, denn nach Untersuchungen von Verkaufspsychologen besteht ein enger Zusammenhang zwischen dem äußeren Erscheinungsbild des Produktes und dem Kaufverhalten. Es gibt jedoch auch Beispiele, bei denen die optische Erscheinung zwar stimmt, aber trotzdem, unabhängig von der Qualität des Inhalts, im Nachhinein Reklamationen auftreten können. Zum Beispiel werden Etiketten mit einem speziellen Klebstoff auf Flaschen aufgespendet. Sie sollen unbeschadet die verschiedenen Stationen bis zur Auslieferung überstehen. Die Etiketten sind in der Regel auf der Flasche fest fixiert, d.h. völlig verklebt, und lassen sich nicht ohne weiteres ablösen. Aber es gibt auch Fälle, bei denen sich das Etikett leicht ablösen lassen muss. Denn es kann möglich sein, dass sich auf der Rückseite des Etiketts Informationen verbergen, die für den Käufer wichtig sind oder einen bestimmten Sammlerwert haben. Es handelt sich hier um so genannte Wertmarken.

#### **Ursachen und Abhilfen**

Wie erwähnt gibt es Anwendungen, bei denen sich das Etikett leicht mit der Hand ablösen lassen soll. Damit dieses funktioniert, muss ein spezieller Trennlack aufgetragen werden. Dabei spielen die richtige Abstimmung des Klebstofftyps auf das gesamte System und die Mindest-Auftragsstärke des Klebstofftyps eine große Rolle. Bei Druckbetrieben, die hier Neuland betreten, sind entsprechende Vorversuche erforderlich.

#### **Fallbeispiel**

Die Vorderseite der Etiketten von Wasserflaschen war vierfarbig bedruckt und inline drucklackiert. Auf die Rückseite war eine Wert-



Schematischer Aufbau des Etiketts.

marke einfarbig aufgedruckt.

Dem Käufer wurde zugesichert,
dass er beim Sammeln von hundert dieser Etiketten den aufgedruckten Betrag einlösen kann.

Damit dieses System funktioniert, wird ein Trennlack in
zwei Druckwerken nass in nass
auf die Etikettenrückseite aufgebracht, der nach dem Aufspenden der Etiketten zwar mit dem

Etikettierkleber bzw. der Flasche im Kontakt steht, jedoch ein völliges Verkleben der Etiketten verhindert. Der komplizierte Auf bau eines solchen Etiketts ist in der Abbildung dargestellt. Nach Auslieferung der Flaschen im Getränkehandel wurden bald die ersten Beschwerden bekannt. Bei einem Teil der Flaschen lösten sich die Halsetiketten nicht, obwohl bei Betrachtung der Flaschenrückseite die Aufforderung zum Sammeln deutlich zu erkennen war. Die Versuche, das Etikett von der Flasche zu entfernen, führten zu dessen völliger Zerstörung. Die Beanstandungen häuften sich, so dass rechtliche Konsequenzen zu befürchten waren.

#### Untersuchunger

Visuelle Beurteilung: Bei den als "gut" bezeichneten Flaschen ließen sich die Halsetiketten ohne Papierrückstände einwandfrei von der Glasoberfläche lösen, wogegen die reklamierten Etiketten eine teilweise bzw. vollständige Verklebung zeigten. Im Nachhinein konnte von der Druckerei nicht mehr nachvollzogen werden, zu welchem Zeitraum der Etikettenherstellung jeweils verschiedene Papierlieferungen zum Einsatz gekommen waren. Den beanstandeten Etiketten konnte mit Sicherheit ein ganz bestimmter Trennlack (D) zugeordnet werden.

Die vergleichenden Prüfungen der bei dem Auftrag eingesetzten Papiere gaben keinen Hinweis auf die Fehlerursache. Ferner konnten bei den zwei eingesetzten Trennlacken bei verschiedenen chemischen Untersuchungen im Wesentlichen identische Inhaltsstoffe festgestellt werden. Da diese Untersuchungen keinerlei Anhaltspunkte für die Ursache des aufgetretenen Problems lieferten, wurde auf Verdacht dem Einfluss der Trennlack-Auftragsmenge nachgegangen. Dazu erfolgten Probelackierungen und anschließende Klebeversuche. An einer Probedruckmaschine wurden Serien von gewogenen Andrucken mit den bei der Auflage eingesetzten Materialien erstellt (zwei Papiere und zwei Trennlacke C und D). Die Lacke wurden im Nass-in-Nass-Druck mit den Mengen von 1,0 g/m² – 2,5 g/m² – 3,5 g/m² aufgebracht.

**Klebeversuche:** Papierproben mit unterschiedlichem Trennlack-Auftrag sowie Originaletiketten – mit "gut" und "beanstandet" bezeichnet – wurden bei Verwendung des eingesetzten Etikettierklebstoffes einem vergleichenden, definierten Klebeversuch unterzogen. Der Klebstoff wurde mit einer Ziehrakel mit einer Schichtdicke von 10  $\mu$ m bzw. 50  $\mu$ m auf die zu prüfende Probenrückseite aufgetragen. Unmittelbar danach erfolgte das Aufspenden der Probe.

#### Zusammenfassende Beurteilung der Klebeversuche:

- **1.** Die Klebstoff-Auftragsmenge hatte keinen Einfluss auf das Testergebnis.
- Die mit "gut" bezeichneten Originaletiketten ließen beim Versuch des Ablösens leichtes Haften erkennen, jedoch war ein vollständiges Trennen ohne Papierrückstände möglich.
- **3.** Die beanstandeten Etiketten zeigten eine völlige Verklebung.
- **4.** Mit einer Trennlack-Auftragsmenge von 2,5 g/m² bzw. 3,5 g/m² konnte bei beiden Lacken ein einwandfreies Lösen festgestellt werden. Vom Lackhersteller wird ein Mindestauftrag von 2,5 g/m² gefordert.





Gutes Etikett mit geringer Benetzung.

Beanstandetes Etikett mit hoher Benetzung.

- 5. Bei der Auftragsmenge von 1,0 g/m² zeigte sich bei Verwendung des Lacktyps C ein einwandfreies Trennen der Proben, wogegen Lacktyp D unter sonst gleichen Testbedingungen ein völliges Verkleben bewirkte.
- 6. Beide Papiere verhielten sich bei den Versuchen absolut gleich.

Die Versuche zeigen also, dass die Ursache der aufgetretenen Probleme weder in der Klebstoff-Auftragsmenge noch in der Papierqualität zu suchen war. Vielmehr wurde deutlich, dass Lacktyp D nur mit relativ hoher Auftragsmenge ein gutes, bei geringer Auftragsmenge allerdings kein Trennen ermöglichte.

**Prüfung der Oberflächenspannung:** An lackierten Proben und an Originaletiketten wurden auf der Rückseite im Anschluss Prüfungen der Oberflächenspannung durchgeführt. Diese Tests erfolgten mit den im Handel erhältlichen Testtinten, die sich in der Oberflächenspannung unterscheiden. Zum Einsatz kam die Prüftinte mit der Oberflächenspannung von 41 mN/m.

#### Ergebnisse:

Auf den beanstandeten Etiketten und den Probelackierungen mit Lack D zeigte sich bei geringer Auftragsmenge ein Spreiten des Tropfens – gute Benetzung bei geringem Lackauftrag.

- Die als "gut" bezeichneten Etiketten und Probelackierungen mit Lack C und D zeigten bei hohen Auftragsmengen ein starkes Perlen des Tropfens – geringe Benetzung bei hohem Lackauftrag.
- Die Versuche ergaben einen engen Zusammenhang zwischen der Auftragsmenge des Trennlacks und der Oberflächenspannung.
- In der Praxis ist diese Prüfung ein probates Mittel, um vor Ort rechtzeitig eventuelle Schwierigkeiten auf Grund zu geringer Lackauftragsmenge zu erkennen.
- Die Abbildungen zeigen die Prüfungen der Oberflächenspannung an einem einwandfreien und einem beanstandeten Etikett.

#### **Fazit**

Etiketten dürfen sich normalerweise nicht von der Flasche lösen. Im vorliegenden Fall sollten sich die Halsetiketten allerdings einwandfrei entfernen lassen. Es handelte sich hierbei um Wertmarken, die vom Kunden gesammelt werden sollten. Bei einem Teil der Produktion waren die Etiketten völlig mit der Flasche verklebt und daher als Wertmarken unbrauchbar.

Die Untersuchungen haben gezeigt, dass weder im Papier noch in der Klebstoff-Auftragsmenge der Fehler zu suchen war. Erst nach Probelackierungen mit zwei bei der Produktion eingesetzten Trennlacken und anschließenden Klebeversuchen konnte die Ursache gefunden werden: Die beiden Anfertigungen von Trennlacken des gleichen Herstellers verhielten sich in ihrer Trennwirkung sehr unterschiedlich. Während der Lack C selbst bei geringer Auftragsmenge "funktionierte", führte Lack D unter gleichen Druckbedingungen zu einer völligen Verklebung, also einer Unbrauchbarkeit der Sammlermarken. Nach den durchgeführten Untersuchungen wurden zwei Verursacher ermittelt:

- **1.** Der eingesetzte Lack D hatte in seiner Trennwirkung wesentlich ungünstigere Eigenschaften als Lack C desselben Herstellers.
- 2. Die Versuche machten ferner deutlich, dass bei Unterschreitung der vom Lackhersteller geforderten Mindestauftragsmenge von 2,5 g/m² Probleme in der Trennwirkung auftreten können. ■

#### Daten & Fakten

■ In Zusammenarbeit mit: FOGRA

Forschungsgesellschaft Druck e.V. Streitfeldstraße 19

81673 München

Tel.: +49-(0)-89-43182-0

Fax: +49-(0)-89-43182-100

E-Mail: info@fogra.org

www.fogra.org (Deutsch und Englisch)

### **Termine & Messen**

#### **■** Termine Asien

#### Japan: Japan Graphic Arts Show (JGAS)

Die diesjährige Japan Graphic Arts Show steht unter dem Motto "Mehrwert durch Innovation". Das fünftägige Event dreht sich rund um Maschinen und Produkte aus der grafischen Industrie. Zielmärkte sind Japan und die angrenzenden Nachbarstaaten.

Ort: Tokyo, Japan

Zeit: 4.-8. Oktober 2005

Kontakt: Japan Graphic Arts Suppliers Committee/JGAS 2005 Office

Telefon: +81-3-3434-2656 Fax: +81-3-3434-0301

E-Mail: JGASmail@aol.com Internet: www.jgas.jp

#### ■ Termine Europa



#### **Deutschland: Hauptversammlung**

Auf der Hauptversammlung der Heidelberger Druckmaschinen AG wird Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, vorläufige Angaben zu Auftragseingang und Umsatz des ersten Quartals (1. April bis 30. Juni 2005) von Heidelberg geben. Ort: Heidelberg, Deutschland

Zeit: 20. Juli 2005

Kontakt: Heidelberger Druckmaschinen AG,

Thomas Fichtl

Telefon: +49-(0)-6221-924747

Fax: +49-(0)-62 21-92 50 69 E-Mail: thomas.fichtl@heidelberg.com

Internet: www.heidelberg.com

#### **Deutschland: PMA Summer University**

Mit der Summer University wird Heidelberg zum Dreh- und Angelpunkt für Print- und Medienmanager aus aller Welt. Den Mittelpunkt der Veranstaltung bilden Workshops, Fachgespräche und vor allem strategische Fragen zum Unternehmensmanagement.

Ort: Heidelberg, Deutschland Zeit: 17. – 22. Juli 2005

Kontakt: Print Media Academy,

Martina Brand

Telefon: +49-(0)-62 21-92 49 28 Fax: +49-(0)-62 21-92 45 22 9

E-Mail: martina.brand@heidelberg.com Internet: www.heidelberg.com

#### **Finnland: FINNGRAF 2005**

Wichtigstes Event für die grafische Industrie in Finnland.

Ort: Jyväskylä, Finnland Zeit: 6.– 8. Oktober 2005

Kontakt: Ilari Tervakangas, Projektleiter Telefon: +358-14-334 0021

Fax: +358-50-596 6710

E-Mail: ilari.tervakangas@jklmessut.fi Internet: www.jklmessut.fi/finngraf2005

#### **Rumänien: Print Show**

Wichtigste Messe der rumänischen Druckindustrie mit internationaler Beteiligung.

Ort: Bukarest, Rumänien Zeit: 21.– 24. September 2005

Kontakt: Dana Toma, Projektleiter Print Show

Telefon: +40-21-2 02 57 54 Fax: +40-21-2 02 57 54

E-Mail: danatoma@euroexpo.ro

#### Russland: PolygraphInter

Internationale Ausstellung von Maschinen Technologien, Zubehör und Services aus

der Druckbranche.

Ort: Moskau, Russland Zeit: 10.–17. Oktober 2005

Kontakt: Marina N. Ivanova, Messedirektorin

Telefon: +7-(095)-105-3417 Fax: +7-(095)-268-0709 E-Mail: imn@mvk.ru

Internet: www.polygraphinter.ru

#### **Schweden: GRAFEX**

Fachmesse für die gesamte grafische Industrie Schwedens.

Ort: Stockholm, Schweden Zeit: 21.–24. September

Kontakt: Patrik Löwstedt, Projektleiter

Telefon: +46-(0)-8-7494361 Fax: +46-(0)-8-7499830 E-Mail: patrik.lowstedt@stofair.se Internet: http://grafex.stofair.se

#### Serbien-Montenegro: Grafima

Internationale Messe für die gesamte

grafische Industrie.
Ort: Belgrad, Serbien-Montenegro

Zeit: 25.-31. Oktober 2005

Kontakt: Jasminka Savic, Projektleiterin

Telefon: +381-11 65 58 99 Fax: +381-11 65 52 19 E-Mail: gb@sajam.co.yu

#### **Ukraine: Poligraphy**

Internationale Ausstellung von Maschinen und Ausrüstungen für die Druck-, Papierund Verpackungsindustrie.

Ort: Kiew. Ukraine

Zeit: 19.–23. September 2005 Kontakt: Valery N. Ponomarenko,

Messedirektor

Telefon: +38-(0)-44-2519101/02 Fax: +38-(0)-44-2519111/12 E-Mail: expo@nvc.ukrsat.com

#### Ungarn: PrintExpo

Internationale Fachmesse der

Druckindustrie.

Ort: Budapest, Ungarn Zeit: 11.–14. Oktober 2005

Kontakt: Andrea Kovács, Marketing

#### Manager

Telefon: +36-1-2636523 Fax: +36-1-2636342

E-Mail: kovacs.andrea@hungexpo.hu

Internet: www.printexpo.hu

#### ■ Termine Nordamerika

#### **USA: PRINT 05**

Die weltweit größte Fachmesse in diesem Jahr rund um Akzidenz- und Verpackungsdruck, Weiterverarbeitung und Verlagswesen. Auf fast 70.000 m² Fläche werden rund 800 Aussteller aus über 75 Ländern Platz finden.

Ort: Chicago, USA

**Zeit:** 9.–15. September 2005

Kontakt: Graphic Arts Show Company, Inc.

Telefon: +1-7 03-2 64 72 00 Fax: +1-7 03-6 20 91 87 E-Mail: info@gasc.org Internet: www.print05.com



September 9–15, 2005 McCormick Place • Chicago, IL, USA

Alle aufgeführten Messen sind mit Heidelberg-Beteiligung.

#### Gewinner der Leserumfrage

#### 1. Preis: Reise nach Heidelberg

Michael Schwayda, Druckerei Berger, Horn, Österreich

#### 2.-5. Preis: iPod

Ronald Kuchanek, SiGG-SET AG Druck, Laufenburg, Deutschland; Pavraj Dhanjal, Centenary Printers Ltd., Nairobi, Kenya; Silva Henrique, SerSilito – Empresa Gráfica Lda, Maia, Portugal; Aldo Daniel Leguizamon Morel, Mercurio S.A., Paraguay

#### 6.-10. Preis: XL 105 Modell

Dirk Betermann, Holterdorf Offsetdruckerei, Oelde, Deutschland; William Ferguson, Ferguson Printing Inc., Salamanca, USA; Alexander Schorsch, Konrad A. Holtz AG, Neudrossenfeld, Deutschland; Urs Gämperle, Bürgerspital Grafisches Zentrum, Basel, Schweiz; Andreas Gogele, Druckerei Medus, Meran, Italien

#### **IMPRESSUM**

© Heidelberger Druckmaschinen AG, Ausgabe 253, 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.: +49-(0)-6221-92-4570 Fax: +49-(0)-6221-92-4949

E-Mail: Matthias.Tritsch@heidelberg.com

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

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

#### Redaktionsbeirat, Heidelberger Druckmaschinen AG

Daniela Bethonico (Latin America), Dominique Bouffard (France), 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), Elke Steinbach (Service), 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

Auflage 130 000 Exemplare

#### Verbreitungsgebiet

81 Länder

Sprachen

Dänisch, Deutsch, Englisch, Finnisch, Französisch, Schwedisch, Spanisch, Ungarisch

#### Titelhild

Mats und Bengt Strand (von links), Strand Grafiska AB, Malmö, Schweden

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.



