

Heidelberg

Nachrichten

Das Kundenmagazin
Seit 1930 • Ausgabe 256 • 2006

DER INSELDRUCKER

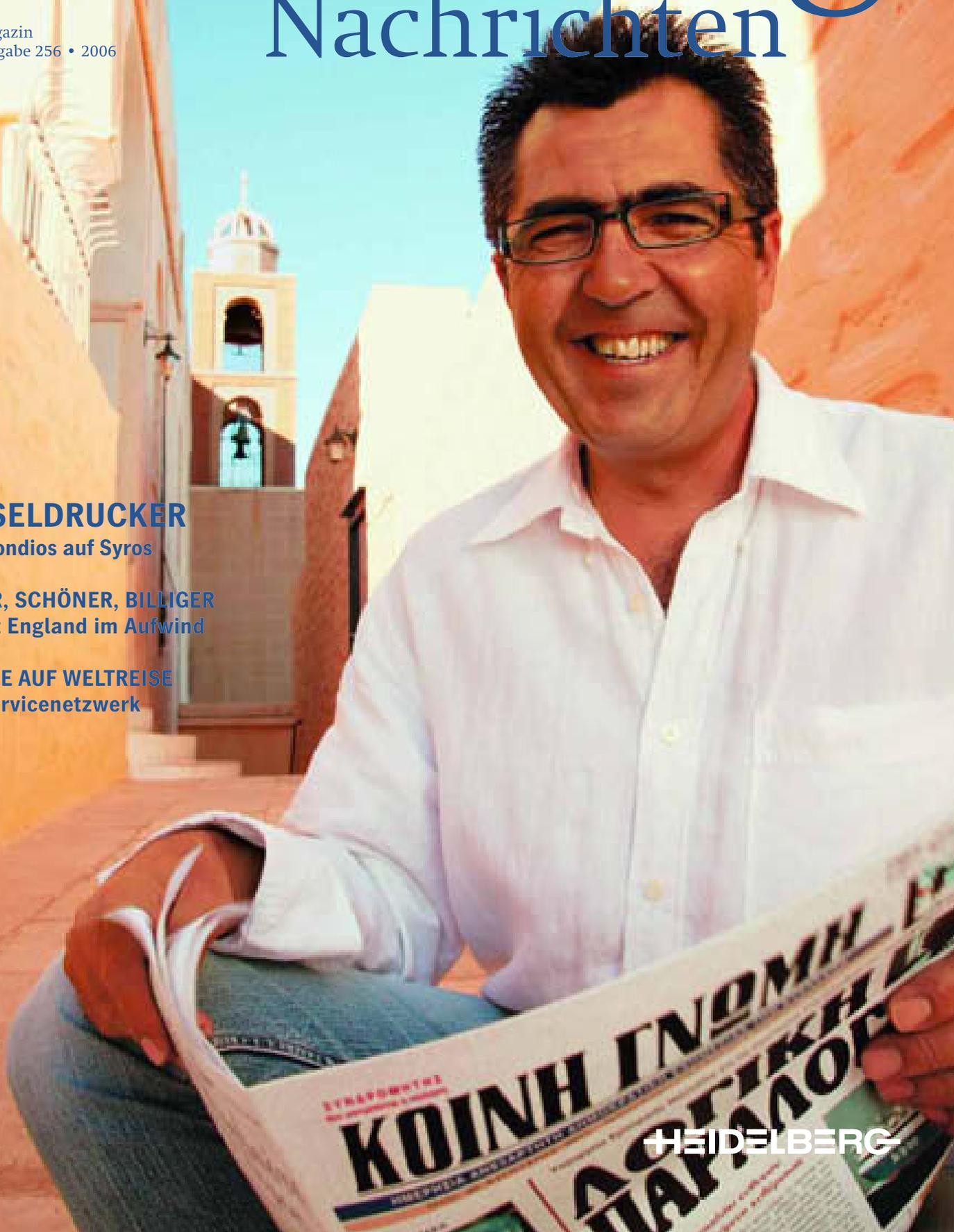
George Vakondios auf Syros

SCHNELLER, SCHÖNER, BILLIGER

Druckmarkt England im Aufwind

ERSATZTEILE AUF WELTREISE

Globales Servicenetzwerk



HEIDELBERG



Liebe Leserin, lieber Leser,

das positivere Klima in vielen Märkten der Printmedien-Industrie signalisiert: Es geht wieder aufwärts – wenn auch moderat und regional unterschiedlich. Viele Druckereien haben ihr Geschäftsmodell schon zu Zeiten der Rezession darauf ausgerichtet. Beispiele hierfür lassen sich u.a. in England finden, wo der konjunkturelle Rückgang früher einsetzte als anderswo. Welche Entwicklung dieser Markt genommen hat, erfahren Sie von George Clarke, dem Chef von Heidelberg Großbritannien. Darüber hinaus können Sie miterleben, wie der mittelenglische Familienbetrieb Bahson Colour trotz widriger Umstände gewachsen ist, und sich einen Eindruck davon verschaffen, welche Rolle die Wendetechnologie von Heidelberg dabei spielt.

Zudem beleuchten wir die Prinect Color Solutions und begleiten ein Heidelberg Serviceteil auf seinem Weg zum Kunden. Aus Japan berichten wir über Ichikudo Printing, wo ungewöhnliche CD-Hüllen und Verpackungen gestaltet und hergestellt werden. Das „Inseln springen“ in diesem Heft schließt ein Besuch bei Typokykladiki ab, der sich zu einem echten Medienbetrieb gemausert hat – mit eigener Zeitung für die griechischen Kykladen. Zu guter Letzt geben wir Ihnen noch ein paar Tipps für Versicherungen gegen Naturgewalten an die Hand und erläutern, wie in alten Zeiten Holzbuchstaben für den Druck von Plakaten genutzt wurden. Wir hoffen, dass auch diesmal wieder etwas Interessantes für Sie dabei ist!

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Bernhard Schreier
Vorstandsvorsitzender Heidelberg Druckmaschinen AG

Inhalt

Profile



Der Inseldrucker von Syros
Mitten in der Ägäis betreibt George Vakondios eine florierende Druckerei – und dies trotz oder gerade wegen der Insellage. ▶ 4

Profile

- 4 **Der Inseldrucker von Syros**
Modernste Technologie und Traumkulisse: der Drucker und Zeitungsmacher George Vakondios aus Griechenland.
- 12 **Im Ursprung der Sonne**
Ichikudo Printing aus Japan ist für seine kreativen CD-Hüllen und Verpackungen bekannt.
- 20 **Typisch britisch!**
Auf drei Wendemaschinen fertigt Bahson Colour in Bradford, England, hohe Auflagen in kurzen Durchlaufzeiten.

Spektrum

26 **Nachrichten & Meldungen**
aus der Heidelberg-Welt.

Lösungen



Problem? Anruf genügt!
Mit rund 1.700 Kundenlieferungen täglich erbringt die weltweite Servicelogistik von Heidelberg Höchstleistungen im Wettlauf mit der Zeit. ▶ 38

Lösungen

- 30 **Schön- und Widerdruck**
Flexibel, zeit- und kostensparend – die langen Wendemaschinen von Heidelberg.
- 38 **Problem? Anruf genügt!**
Ein Blick hinter die Kulissen der globalen Servicelogistik.

Innovationen

46 **Die Farbe im Griff**
Farbmanagement mit den Prinect Color Solutions.

Chancen

- 49 **Der Gefahr ins Auge schauen**
Mit den richtigen Maßnahmen Schäden durch Naturkatastrophen vermeiden.
- 56 **Schneller, schöner, billiger!**
George Clarke, Chef von Heidelberg UK, erläutert die Lage der Druckbranche in Großbritannien.

Chancen



Der Gefahr ins Auge schauen
Hurrikans, Überschwemmungen, Erdbeben: Naturkatastrophen scheinen zuzunehmen. Höchste Zeit auch für Druckereibetriebe, die entsprechende Vorsorge zu treffen. ▶ 49

Perspektiven

60 **Mit alter Technik zu neuen Ideen**
Eine Manufaktur in Hamburg, Deutschland, fertigt Holzlettern wie vor hundert Jahren.

Service

- 65 **Tipps & Tricks**
- 66 **Termine & Messen**
- 66 **Gewinner der Leserumfrage – HN 255**
- 67 **Stimmen zur HN**
- 67 **Impressum**



TYPOKYKLADIKI S.A., GRIECHENLAND

Der Inseldrucker von Syros

Das griechische Wort Typographie verbindet Drucker auf der ganzen Welt miteinander. Kein Wunder also, dass die Heidelberg Nachrichten auch aus Griechenland über ein interessantes Unternehmen berichten kann, das nicht trotz, sondern wegen seiner einmaligen Lage auf einer Insel den Geschäftserfolg für sich abonniert hat: George Vakondios heißt der Besitzer der Druckerei Typokykladiki S.A.

Ob irgendjemand schon einmal alle Inseln der Kykladen gezählt hat? George Vakondios lacht herzlich über diese Frage. „Vermutlich, aber es sind sehr viele. Bewohnt sind allerdings nur 24“, gibt er zu bedenken. Wenn es eine Druckerei in einer traumhaften Kulisse gibt, dann hat diese ab sofort einen Namen: Typokykladiki S.A. Übersetzt heißt dies so viel wie „Druck auf den Kykladen“. Die Kykladen sind eine griechische Inselgruppe in der Ägäis – also dem östlichen Teil des Mittelmeeres. Von der Druckerei aus bietet sich ein malerischer Blick über Syros, die Inselhauptstadt Ermoupolis, das türkisfarbene Meer und in einen wolkenlos blauen Himmel. Eine Postkartenidylle, so schön, dass sie fast schon surreal wirkt.

Rund 100.000 Menschen leben verteilt auf den Inseln, die meisten davon auf Syros. Es gibt Inseln mit weniger als hundert, andere mit einigen tausend Bewohnern. Touristisch wenig erschlossen, ist Syros mit seinen Stränden und historischen Bauwerken noch ein Geheimtipp für Urlauber. Syros liegt im Zentrum der Kykladen und ist mit 86 km² die elftgrößte der Inseln. Über Ermoupolis, der Hauptstadt von Syros und gleichzeitig des Regierungsbezirks der Kykladen, thront Ano Syros. In der seit über 700 Jahren fast unveränderten Stadt mit vielen Stufen und engen Gassen, die zum Verweilen einladen, ist George aufgewachsen. Jeden Tag musste er zur Schule hinuntersteigen nach Ermoupolis und am Nachmittag wieder hinauf. Beschwerlich war dies, ▶





1. Blick auf Ermoupolis, Hauptstadt der Kykladen. 2. Straßenszene auf Syros, mit griechisch-orthodoxem Priester in typischem Ornat. Im Hintergrund das Rathaus der Stadt. 3. Zwei „Insulaner“ beim Lesen der „Öffentlichen Meinung“, der Tageszeitung auf den Kykladen. 4. Gutes Essen ist eine Selbstverständlichkeit auf Syros, sei es in den Restaurants oder bei der Selbstversorgung in den heimischen Geschäften wie hier in einer Metzgerei mit den luftgetrockneten Würsten.

aber das Leben in den historischen Gemäuern war für ihn auch aufregend. Wenn er darüber spricht, merkt man ihm den Stolz auf seine Wurzeln deutlich an. Ano Syros wurde von Venezianern gegründet und ist überwiegend katholisch, im Gegensatz zu Ermoupolis, das größtenteils christlich-orthodox geprägt ist und auch stärkeren Einflüssen von „Festland-Griechen“ ausgesetzt war. Auch der Familienname Vakondios spiegelt katholische Wurzeln wider, denn er stammt eigentlich aus dem Italienischen, wo „Vai con Dio“ zu Deutsch „Geh mit Gott“ bedeutet.

Angefangen hat George als einfacher Drucker im elterlichen Betrieb – wobei „einfach“ eine ebenso richtige wie falsche Umschreibung für ihn ist. Schon Großvater und Vater waren bereits Drucker. Der Vater gründete auch mit einem Bruder 1958 eine eigene Druckerei in der Altstadt von Ermoupolis. Schon in jungen Jahren hilft George im väterlichen Betrieb mit. Er unterstützt seinen Vater, wo er nur kann, und erlernt so das Druckerhandwerk. Der Betrieb arbeitet seit Anfang der 1960er Jahre mit einem Heidelberg-Tiegel. Doch George will mehr: Er lernt zeitweise in Athen, durchläuft dort etwa zehn verschiedene Druckereien und lernt unterschiedliche Druckprozesse sowie Unternehmensführungen kennen. Daraus entstehen seine eigenen Vorstellungen für den elterlichen Betrieb: Er möchte moderne Maschinen, und er will expandieren. Der Onkel und Mitgeschäftsführer ist eher skeptisch, doch sein Vater unterstützt ihn dabei. Weil der Onkel nichts von „seinem“ Geld in neue Maschinen investieren will, versetzt George kurzerhand mit 16 Jahren sein Motorrad und kauft davon die erste Schneidemaschine. Bis dahin musste das benötigte Papier immer in derjenigen Größe eingekauft werden, die später das Druckprodukt haben sollte, denn auf den gesamten Kykladen gab es bis dato keine einzige Schneidemaschine.

Unternehmer mit Weitblick & Geschäftssinn. 1979 machen sich George, damals gerade 19 Jahre alt, und sein Vater selbstständig. Zugleich trennen sie sich vom Onkel, der fortan eine eigene Druckerei betreibt. 1982 ziehen Vater und Sohn aus der engen Altstadt, wo nur 60 Quadratmeter zur Verfügung stehen, mit dem Drucksaal in ein Gebäude mit einem zunächst 150 Quadratmeter großen Drucksaal um. Nach einem Umbau stehen dann sogar etwa 600 Quadratmeter auf drei Stockwerken zur Verfügung. Das Büro hingegen verbleibt noch in der engen kleinen Gasse in der Altstadt von Ermoupolis und wird selbst heute noch als „Zweigstelle“ genutzt, in der Kunden

Anzeigen oder Druckaufträge abgeben können. George investiert unterdessen weiter und holt 1985 die erste Offset-Maschine auf die Kykladen, eine Einfarben-GTO 52. „Die GTO konnte nicht gleich voll ausgelastet werden, und daher wurde nur einen Tag in der Woche auf ihr gedruckt. Offset war eben noch nicht so bekannt auf den Inseln, und die Kunden mussten erst einmal davon überzeugt werden“, kommentiert George die damalige Zeit nachdenklich.

Zeitungsgründung & Expansion. Eine schon drei Jahre zuvor realisierte Geschäftsidee entwickelt sich ebenfalls prächtig: 1982 geht George mit seiner eigenen Inselzeitung mit dem Namen „Koini Gnomi“, zu Deutsch „Öffentliche Meinung“, auf Erfolgskurs und schreibt von Anfang an schwarze Zahlen. Die Zeitung startete zunächst mit einem (Chef-)Redakteur als Wochenzeitung mit vier Seiten. Heute erscheint sie täglich mit 20 Seiten. Ihre Aufmachung gleicht inzwischen der von großen griechischen Tageszeitungen – farbiger Mantel, viele Fotos und gute journalistische Beiträge über und um das Inselleben und voll mit Anzeigen. Die Zeitung hat heute zwölf Mitarbeiter für Redaktion, Layout und das Anzeigengeschäft. „Die Anzeigen und das Jahres-Abonnement sind dem Lebensstandard der Insel angepasst und nicht zu teuer. Die Zeitung ist zudem auf den Lebensstil der Insulaner zugeschnitten und durchaus wettbewerbsfähig mit den anderen griechischen Zeitungen von großen Verlagen“, erklärt George.

Etwa 2.500 Exemplare werden tagtäglich auf der Speedmaster SM 52 und der Speedmaster SM 74 gedruckt und an die Abonnenten versendet. In den Straßencafés der Insel kann man sie auch ausleihen und bei einem Kaffee durchlesen. Dieses Angebot wird reichlich genutzt, die Zeitung ist schnell zu einem wichtigen Medium auf den Inseln geworden. Hier finden sich Informationen über die wichtigen Inselereignisse wie die klassischen Konzerte im historischen Konzerthaus Apollon von 1864, einem verkleinerten Nachbau der Mailänder Scala. Weitere 1.500 Exemplare der Zeitung werden als PDFs an Kunden gemailt – denn an den teilweise abgelegenen Inseln kommt nicht jeden Tag eine Fähre vorbei. Manchmal sogar nur einmal die Woche, so dass die Zustellung einer Tageszeitung in gedruckter Form keinen Sinn hätte. Im November 1999 folgt der große Umzug in ein komplett neues und eigenes Firmengebäude. Zwei neue Speedmaster SM 74-2 mit Wendung und eine Vierfarben werden installiert. Es folgt 2003 ein Prosetter 74 CtP-System – das erste in ganz Griechenland. Im Sinne der Produktivitätssteigerung im Bereich Prepress ▶

und einer Verbesserung des unternehmenseigenen Kundenservice fiel seine Entscheidung auch auf das JetBase System aus dem Hause Heidelberg. Dies war ein überaus wichtiger Schritt, da den Kunden von nun an die Möglichkeit der internetbasierten Kommunikation mit der Druckvorstufe eröffnet wurde und gleichzeitig sowohl die Auftragsunterbreitung als auch der Freigabe-Prozess beschleunigt werden konnten.

Neueste Technik. Ein Jahr später entschied sich George für den Ausbau des JetBase Systems durch die Installation von Heidelbergs Prinect Printready. Neben der Druckplattenvorbereitung und Proofherstellung ist sein Vorstufenbereich zusätzlich für die Übermittlung der Zeitungsausgabe in Form einer PDF-Datei mit geringer Auflösung verantwortlich, die jede Nacht via E-Mail anhand des standardmäßigen Tools „Approval Mail“ an alle Druckereikunden auf der Mailing-Liste geschickt wird. Nicht zuletzt konnte George mit dem Prinect Printready System sein Servicespektrum über die Grenzen seines geographisch eingeschränkten Geschäftsumfeldes hinaus wie beispielsweise im Bereich des dezentralen Proofs (Remote Proofing) erweitern. Und damit gelang es ihm, bedeutende Kunden aus Athen für sich zu gewinnen. Dies führte dazu, dass George rasch den Entschluss für den Kauf der neuen SM 74-4 mit Lackwerk und verlängerter Auslage fasste.

Die Speedmaster wurde vor einigen Monaten in Betrieb genommen. „Früher mussten wir Schutzlackaufträge von anderen Druckereien in Athen erledigen lassen. Der Hauptgrund für den Kauf der neuen Maschine war jedoch, dass wir in den mittleren Auflagen unsere Produktivität steigern wollten. Das erreichen wir beispielsweise durch das Prinect Prepress Interface“, begründet George die Anschaffung der neuen Maschine mit Lackwerk. Mit der neuen Speedmaster kann er solche Aufträge nun selbst und dazu kostengünstig anbieten. Insgesamt 3.000 Quadratmeter, davon 1.650 im Erdgeschoss mit dem Drucksaal, mit Vorstufe, Lager und Büro, stehen der Druckerei heute zur Verfügung. Im zweiten Stock sind die Räume für

die Redaktion, Sozialräume, ein Papierlager sowie ein Untermieter mit einigen Büroräumen untergebracht. Der zweite Stock ist noch frei für weitere Expansionspläne des quirligen Unternehmers. Die Böden sind beispielsweise schon vorbereitet, um große und schwere Maschinen aufzunehmen.

Wirtschaftskraft auf breiter Basis. Was wird auf einer Insel gedruckt? Und für wen? George wirkt von den Fragen überrascht. Für ihn ist die Insel eigentlich keine Insel – zumindest nicht im täglichen Bewusstsein. Wer hier lebt, findet nichts Besonderes daran, dass die meiste Zeit des Jahres warme Temperaturen, blauer Himmel und ruhiges Meer mit schönen Stränden feste Bestandteile des Lebens sind. Es gibt viele Unternehmen und Geschäfte auf den Inseln, und nach Athen ist es ebenfalls nicht weit – mit dem Flugzeug gerade 30 Minuten und mit der Schnellfähre etwa zwei Stunden. Typokykladiki S.A. ist mit 39 Mitarbeitern, davon 19 in Vorstufe, Drucksaal und Weiterverarbeitung, der drittgrößte Arbeitgeber auf Syros. Nur das Casino und die Schiffswerft beschäftigen noch mehr Angestellte. Ansonsten dominieren kleine Unternehmen die lokale Wirtschaft, die aber in der Masse für eine geringe Arbeitslosenquote auf den Inseln sorgen. So gibt es viele Geschäfte, Restaurants, Tavernen, Cafés, Bäckereien und beispielsweise die Süßwarenhersteller des Loukumus (einer Nougat-Spezialität).

Für 80 Prozent der Kykladen-Unternehmen ist das Druckhaus der Ansprechpartner in Sachen Druck. Konkurrenz muss George nicht fürchten, denn auf Syros gibt es lediglich zwei Druckereien, Typokykladiki S.A. und die Druckerei des Onkels, die heute von dessen Enkeln betrieben wird. Auf den anderen Inseln gibt es einige kleinere Druckereien, die zumeist nur über eine Druckmaschine mit ein oder maximal zwei Farben verfügen. Mit einigen Kollegen aus diesen Druckereien arbeitet George zusammen, zum Beispiel für das Anzeigengeschäft oder für Druckaufträge, die mehr Farben benötigen. Die durchschnittlichen Auflagen liegen bei Büchern im Bereich 1.000 bis 3.000, bei Geschäftsberichten auch darunter. Prospekte und Flyer haben etwas höhere Auflagen. Bei den Büchern handelt es sich beispielsweise um Werft- oder Schiffschroniken. Überwiegend kleine bis mittlere Auflagen werden für Athener Kunden produziert. 2004 konnte George so einen Jahresumsatz von 1,9 Millionen Euro erwirtschaften.

Hochsaison im Insel-Druckgeschäft ist dem – noch verhältnismäßig bescheidenen – Tourismus folgend von April bis September. Dann werden zum Beispiel für Hotels und Restaurants die Werbebroschü-



Wie aus dem Ei gepellt präsentiert sich der Drucksaal von Typokykladiki. Der griechische Vorzeigebetrieb druckt seine hochwertigen Produkte ausschließlich auf Heidelberg Equipment.



Neueste Technik und modernste Maschinen sorgen für einen nahtlosen Workflow von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung. 1. Nikos Varthalitis beim Prüfen der Daten. 2. Petros Papisits an der Speedmaster. 3. George Vakondios und Melina Xanthaki an der Falzmaschine. 4. Drei Generationen auf einen Blick: Joseph Vakondios, der Vater von George Vakondios, dem Gründer der erfolgreichen Druckerei, und seine zwei Söhne Joseph und Marios (von links).



ren, Kataloge oder Speisepläne gedruckt. In den übrigen Monaten ist das Geschäft etwas ruhiger, und vor einigen Jahren noch blieb der Drucksaal manchmal im Januar einfach geschlossen, wenn nicht genügend Aufträge vorlagen. 1999, mit den neuen Speedmaster-Druckmaschinen, war George schließlich in der Lage, in puncto Druckqualität mit den Athener Kollegen zu konkurrieren und über Aufträge aus Athen für mehr Auslastung im Drucksaal zu sorgen. Aufgrund der günstigen Preise und hohen Qualität hatte George auch schnell Erfolg. „Überraschend aufgrund der Entfernung und unserer Inselage, sind unsere Kunden aus Athen vor allem wegen der Pünktlichkeit der Anlieferung zufrieden mit uns“, berichtet George. Kein Wunder, denn darauf legt er von Anfang an besonders großen Wert. Vakondios macht in der griechischen Hauptstadt „nur“ etwa 20 Prozent seines Umsatzes.

Die Fähren auf die anderen Inseln oder nach Athen sind modern, schnell und relativ preiswert. Geht morgens ein Auftrag ein, wird dieser in manchen Fällen bereits abends auf ein Fährschiff verladen und ist bereits am nächsten Morgen beim Kunden. Der Standort bietet Vorteile, über die Urlaubskulisse hinaus, die George zu nutzen weiß. Dies erkennen inzwischen auch namhafte Unternehmen wie Panasonic oder die Alpha Bank, die größte Privatbank Griechenlands, die inzwischen zu den Kunden von Typokykladiki S.A. gehören. Der gesamte Service und die Geschäftsabwicklung laufen über Syros, es gibt kein Verkaufsbüro in Athen. Die Abstimmung mit den Kunden auf den anderen Inseln oder in Athen geschieht via Internet, sogar die Proofs werden online abgestimmt. Zur Datenabstimmung dient ein Webserver, auf den die Kunden direkt zugreifen können.

Kein unnötiges Risiko. Bei allen Investitionen in Immobilien und Maschinen der letzten Jahre, die für seine Druckerei enorm waren, setzt George Vakondios auf ein solides und gemäßigtes Wachstum. Er hat nicht vergessen, dass es die kleinen Aufträge der vielen kleinen Geschäftsleute waren, die ihm den Erfolg ermöglicht haben. Er lässt daher lieber die Finger von vermeintlich lukrativen Großaufträgen, die regelmäßig angeboten werden. Dafür die alte Stammkundschaft zu verprellen und sich in Abhängigkeit von wenigen großen Kunden zu begeben, hat er nicht nötig. George setzt viel lieber auf eine breite Kundenbasis, mit kleineren Auflagen. Darauf ist das Unternehmen mit seinen Maschinen ausgerichtet.

Hochwertige Drucksachen zu vernünftigen Preisen, zuverlässig und schnell auf modernsten Maschinen produziert, so lautet das Erfolgsrezept von George. Eine wichtige weitere Zutat ist seine Fähig-

keit, die 39 Mitarbeiter zu motivieren. „Was nützt das ganze Geld, wenn ich es nicht genießen kann? Ich will, dass meine Mitarbeiter motiviert sind, Spaß haben in ihrem Beruf und sich bei mir wohl fühlen“, betont George. Inzwischen fahren 14 Angestellte ein „Firmenauto“, und im nächsten Jahr sollen es noch mehr werden. Alle Mitarbeiter werden im Unternehmen ausgebildet, denn qualifizierte Mitarbeiter sind auf den Inseln kaum zu finden. Auf einen ausländischen Besucher mag diese Insel wie ein Paradies wirken, für viele Griechen ist es aber eben nur eine Insel von vielen und es ist relativ schwer, Leute vom Festland für eine Arbeit hier zu begeistern“, meint George. Er liebt seinen Beruf und ist eher Vater denn Chef. Auch in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter investiert er, denn nur dann, so weiß er, werden auch beste Leistungen erbracht. Nur wer seinen Job liebt, gibt wie er auch alles dafür.

Seine Zufriedenheit und sein Erfolg strahlen ab. Der sympathische Grieche ist auf der Insel bekannt wie kaum ein Zweiter und wirkt auch als Generalsekretär der Handelskammer, um die Interessen der Unternehmen von Syros gerecht zu vertreten. Geht er durch die Straßen von Ermoupolis, oder sitzt man mit ihm im Hafen in einem der vielen Straßencafés, folgt ein „Hallo, wie geht’s?“ dem anderen. Jeder hier kennt ihn und freut sich mit ihm über seinen Erfolg. ■

Daten & Fakten

Typokykladiki S.A.
 Printings & Publications
 22 Aerodromiou Street – Manna
 84100 Syros Island
 Griechenland
 Tel.: +30-228 10-82748
 Fax: +30-228 10-82184
 E-Mail: info@typokykladiki.gr
 www.typokykladiki.gr

www.syros-island.com

www.heidelberg.com/hd/SM52
 www.heidelberg.com/hd/SM74
 www.heidelberg.com/hd/ProsetterFamilie





*Junichi Iwao, Geschäftsführer
Ichikudo Printing.*

ICHIKUDO PRINTING CO., LTD., JAPAN

Im Ursprung der Sonne

Mit 145 Mitarbeitern, auf zwei Gebäude und insgesamt acht Stockwerke in der japanischen Hauptstadt Tokio verteilt, ist Ichikudo Printing Co., Ltd. im Bereich CD-Hüllen und Verpackungen aktiv. Das erfolgreiche Unternehmen lebt von seiner Kreativität und Innovationskraft. Neben einer großen Designabteilung wird auch auf neueste Technik gesetzt: eine Speedmaster CD 102 mit UV-Ausstattung.



Kreative Verpackungen gehören zum Alltagsgeschäft bei Ichikudo. Dabei wird auf Formen und Farbgebung großen Wert gelegt.

Vier Hauptinseln – Honshu, Kyushu, Shikoku und Hokkaido – bilden mit Hunderten von kleinen und kleinsten Inseln, die sich über einen gut 3.800 Kilometer langen Bogen erstrecken, Japan. Gebirgszüge prägen zu 72 Prozent die Landschaft, und rund 580 Berge übersteigen die 2.000er-Marke. Der wohl bekannteste Berg Japans, der Fujiyama, bringt es auf stolze 3.776 Meter und ist auch ein Bestandteil eines der größten Probleme des Landes, denn er ist einer von insgesamt 196 Vulkanen, von denen noch 30 aktiv sind. Japan ist auch das erdbebenreichste Land der Erde, womit wir beim tatsächlich größten Problem der geografischen Besonderheiten angekommen sind: Jedes Jahr werden rund 1.500 Beben registriert.

Da die Inseln von hohen Bergen durchzogen sind, spielt sich das Leben hauptsächlich entlang der Küstenlinie ab. Rund 125 Millionen Japaner drängen sich auf dem relativ dünnen Küstenstreifen, der auch noch für die Landwirtschaft genutzt wird. Obwohl mit Tokio die größte Stadt und eine der am dichtesten besiedelten Gegenden der Welt in Japan liegt, finden sich gleichzeitig an anderen Stellen der Inseln auch die wohl am dünnsten besiedelten Regionen des Globus in Japan.

Japanisches Venedig. Die Hauptstadt Tokio liegt auf der größten Insel, Honshu, und etwa auf dem gleichen Breitengrad wie Teheran, Tanger oder San Francisco. Feuchtheiße Sommer sind die Regel, und von Erdbeben bleibt die Stadt ebenfalls nicht verschont. Im Großraum Tokio, mit Kawasaki und Yokohama, leben über 28 Millionen Menschen. Die Bevölkerungsdichte liegt bei gut 13.000 Menschen je Quadratkilometer. Die Ausdehnung der Stadt ist immens. Die Druckerei von Ichikudo liegt in Koto-ku, im Südwesten von Tokio. Hier durchziehen Wasserkanäle die Straßen und erinnern ein wenig an Venedig. Vor langer Zeit entstand die Halbinsel, auf der Koto-ku errichtet wurde, indem durch Landaufschüttungen das Meer zurückgedrängt wurde. Die Stadt, heute ein Vorort von Tokio, war einmal eine eigenständige große Metropole.

Wohn- und Arbeitsraum ist also in Tokio und direkter Umgebung nur sehr wenig vorhanden und damit richtig teuer. Das ist auch der Grund, warum der zur Verfügung stehende Platz, so gut es geht, ausgenutzt wird. Die Druckerei von Ichikudo verteilt sich beispielsweise

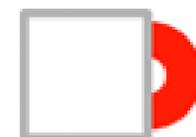


Die beiden Drucker Kenji Nakamura und Shuhei Mizuno, an der neuen Fünffarben-Speedmaster CD 102 mit UV-Ausstattung (von links).

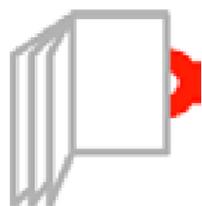
auf vier Stockwerke, angeliefert wird auf der Vorderseite, die Beladung der Lkw mit fertigen Produkten erfolgt auf der Rückseite des Gebäudes. Insgesamt sind acht Druckmaschinen mit 31 Druckwerken bei Ichikudo in Betrieb. Im Drucksaal wird in einer Schicht von zehn bis zwölf Stunden am Tag gearbeitet – fünf Tage die Woche.

Geschäftsmodell mit vielen Ebenen. Über dem Drucksaal mit der CD 102 und der Verpackungsabteilung, mit Warenein- und -ausgang, liegt im zweiten Stock ein weiterer Drucksaal mit drei Mittel- und Kleinformatdruckmaschinen, von denen ebenfalls zwei für UV-Druck umgerüstet sind. Im dritten und vierten Stockwerk ist schließlich die Weiterverarbeitung untergebracht. Aufzüge verbinden die Produktionshallen miteinander. 80 Mitarbeiter, davon etwa 20 in der Vorstufe und 40 in der Weiterverarbeitung, arbeiten hier zusammen. Der zentrale Treffpunkt ist die gemeinsame Kantine im ersten Stock.

Das Verwaltungsgebäude mit den rund 65 Mitarbeitern liegt in einem anderen Stadtteil, einige Straßenzüge vom Drucksaal entfernt. Es ist ein absolut modernes „Hochhaus“ – wenn auch im wörtlichen Sinn kein „skyscraper“ wie in Manhattan üblich. Hier sitzen in einem Büro im achten Stock der Eigentümer, Junichi Iwao, und ▶



„Kunden wollen nicht nur Zeichnungen sehen, sondern auch Proben und Muster.“ Mari Mayama



„Wir wollen uns auf Jobs konzentrieren, die sehr schnell realisiert werden müssen.“ Junichi Iwao

ebenso das Designcenter für die Entwicklung der Verpackungen, von denen circa 120 Prototypen am Tag angefertigt werden. „Die Kunden wollen nicht nur eine Zeichnung oder ein Bild, sondern wollen auch Proben und Muster sehen. Die werden ebenfalls alle intern bei uns produziert“, meint Mari Mayama, verantwortlich für Management & Planung bei Ichikudo. Von den circa 10.000 Druckplatten – zu über 90 Prozent mit Computer-to-Plate belichtet –, die im Monat benötigt werden, gehen daher gut 20 Prozent für Andrucke und Muster drauf. Ein Einsatz, der sich lohnt, denn das Geschäft läuft gut.

Ein Unternehmen mit Geschichte. Geschäftsführer Junichi Iwao (57) studierte an der Keio-Universität in Japan und erlangte dann seinen Magistergrad am Rochester Institute of Technology in den USA. Als er nach Japan zurückkehrte, arbeitete er zunächst für fünf Jahre für eines der größten Druckunternehmen der Welt, die japanische Druckerei Toppa. 1978 kehrte er in den elterlichen Betrieb zurück, und ein Jahr später übernahm er die Geschäftsführung. Gegründet wurde das Unternehmen bereits 1910 als Farben- und Verbrauchsmaterialienhandel für das Druckgewerbe. Mit dem Drucken fing das Unternehmen etwa zwei Jahre später an. Zunächst wurden Poster

und Flyer für Shochiku, einen führenden japanischen Filmproduzenten, sowie für Asahi Newspaper, einen führenden japanischen Verlag, gedruckt. Um 1945 begann man, für einen der wichtigsten japanischen Musikproduzenten, Victor, Schallplattenhüllen zu drucken. Ichikudo spezialisierte sich in der Folgezeit auf dieses Geschäft.

Als die Schallplatten von den CDs verdrängt wurden, stellte man sich darauf ein und produziert seitdem CD-Hüllen beziehungsweise ihre Einlagen. Auch heute sind dies die Hauptprodukte, die bei Ichikudo hergestellt werden. Hinzu kommen beispielsweise auch CD- und DVD-Kartonverpackungen sowie Poster für große Musik- und Filmgesellschaften. Insgesamt etwa 50 Kunden bedient Ichikudo damit. Das Hauptgeschäft ist dabei überwiegend im B2B-Bereich, läuft also direkt über die Plattenfirmen, ohne Zwischenschaltung von Agenturen. Dafür unterhält das Unternehmen auch die große, moderne Designabteilung, um die Gestaltung der gewünschten Verpackungen realisieren zu können.

Alles aus einer Hand ist das Gebot der Stunde, denn die Kunden von Ichikudo fordern eine zügige Realisierung ihrer Aufträge und Designs, die sich auch im Druck realisieren lassen. Daher ist es für sie konsequent, alles aus einer Hand direkt bei einer Druckerei entwerfen und drucken zu lassen.

Umweltbewusst und innovationsfreudig. Bei Ichikudo ist man umweltbewusst und deshalb nicht nur ISO 9001- und ISO 14001-zertifiziert. Iwao ist so stark an Umweltschutz interessiert, dass er eigene Umweltparagraphen entwickelt hat, und die hängen überall gut sichtbar aus. Die Mitarbeiter sollen danach weniger Abfall produzieren: was möglich ist, dem Recycling zuführen, und weniger Strom verbrauchen etc. Aus diesem Grund werden auch, wo immer möglich, Papiere als Bedruckstoffe eingesetzt. Folie oder Plastik sind die Ausnahme – wobei natürlich auch diese Produkte je nach Kundenwunsch angefertigt werden.

Im Erdgeschoss bei Ichikudo steht das neue „Prachtstück“, die erste Maschine im Format 70×100 im Unternehmen, eine Fünffarben Heidelberg Speedmaster CD 102 mit UV-Ausstattung – standesge-



Sorgfältige Planung ist für Mutumi Komano und Akira Yamashita im Verkauf sehr wichtig, denn die Kunden fordern nicht nur schöne und preiswerte Produkte, sondern auch kurze Lieferzeiten (von links).



CD-Hüllen, perfekt abgestimmt auf die jeweilige Zielgruppe, sind ein wichtiges Standbein der Druckerei aus Tokio.



Samenpackungen als Kalender: eine von vielen kreativen Ideen mit praktischem Nutzen und relativ einfacher Umsetzung von Ichikudo Printing. Jeden Monat ein anderer Gemüsesamen, entsprechend der Jahreszeit.



„Stets auf dem technischen Stand der Zeit zu sein, ist für uns der Schlüssel zum Erfolg.“ Mari Mayama

mäß auf einem echten Parkettboden. „Wir wollen uns weiter auf die Jobs konzentrieren, die sehr schnell realisiert werden müssen, bei hoher Qualität. Daher brauchen wir eine Druckmaschine, die nicht nur in höchster Qualität drucken kann, sondern dies auch schnell und mit kurzen Rüstzeiten, da wir sehr viele Jobwechsel am Tag haben“, begründet Junichi Iwao seine Entscheidung für die CD 102. Hinzu kommt, dass er zwei große Vorteile in der UV-Technik in Kombination mit der Speedmaster CD 102 sieht, neben dem Vorteil, dass er Zeit spart, weil das Papier trocken aus der Maschine kommt und deshalb keine Zeit mehr für die weitere Bearbeitung verloren geht: Die „Lead Time“ ist dramatisch reduziert und „unnötig zu sagen, dass in Tokio der Raum sehr wertvoll ist und wir einfach nicht den Platz mit Papier zustellen können, das austrocknen soll“, merkt Iwao noch mit

einem Augenzwinkern an. Er will auch stärker in den regulären Verpackungsdruck mit der neuen Speedmaster CD 102 vorstoßen, und hier ist für ihn die Vielfalt der Bedruckstoffe, die fast alle Stärken umfassen, ein weiterer wichtiger Vorteil der Maschine.

„Hinzu kommt noch eine Besonderheit der japanischen Kunden, denn immer populärer werden Proofs, die von der tatsächlichen Druckmaschine kommen müssen, die dann den Auftrag drucken soll. Hier sind die kurzen Rüstzeiten, auch bei unterschiedlichen Bedruckstoffen, ein großer Vorteil der Maschine“, erklärt Tadimitsu Nagaoka. Der 60-jährige Produktionsleiter hat seit 20 Jahren Erfahrung im UV-Druck. Er kam vor zwei Jahren zu Ichikudo und war maßgeblich im Auswahlprozess für die neue Heidelberg involviert, da er von ihrer Qualität begeistert ist.

Messbare Ergebnisse. Die durchschnittlichen Auflagen auf der CD 102-5 liegen zwischen 500 und 20.000 – in seltenen Fällen werden sogar 100.000 Exemplare erreicht. Etwa zehn Jobs am Tag laufen auf der CD 102, circa 190 im Monat. Der größte Teil sind Vierfarben-Jobs mit Schutzlack oder Fünffarben-Aufträge, daher fiel die Wahl auf eine Fünffarben-Druckmaschine. Im April 2005 allein wurden auf der Maschine 1.826.000 Bogen gedruckt. Seit August 2004, als die Speedmaster CD 102 installiert wurde, sind es insgesamt etwa 10.000.000.

Auf der neuen Speedmaster CD 102 laufen nur UV-Jobs, alle Papiersorten werden darauf problemlos verarbeitet. Dabei sind Hybrid-Farben im Einsatz. Die Maschine hat als zusätzliche Ausstattung noch Preset Plus An- und Ausleger, Modular Blanket Washup Device, AirTransfer System, Continuous Dampening System Alcolor. „Prinect Image Control ist für mich sehr wichtig, da jetzt weniger das Gefühl oder Auge des Druckers über die Druckqualität entscheidet, sondern heute messbare und vor allem auch den Kunden gegenüber belegbare Ergebnisse vorliegen“, erklärt Tadimitsu Nagaoka.

Vor der Kaufentscheidung waren der Geschäftsführer Junichi Iwao und Tadimitsu Nagaoka in Deutschland und haben die Maschine auf Herz und Nieren beziehungsweise Walze und Schrauben geprüft. Ein mitgebrachter Testjob überzeugte restlos. „Die Entscheidung für die Heidelberger Speedmaster CD 102 fiel auch deshalb, weil diese präziser druckt als die bisher eingesetzte eines japanischen Herstellers“, meint Nagaoka. „Unser Ziel ist es, alle sieben Jahre die Maschinen zu wechseln, damit wir stets auf dem technischen Stand der Zeit sind und den Anschluss nicht verlieren, denn dies ist für uns ein Schlüssel zum Erfolg“, erklärt Mari Mayama.

Neues Geschäftsfeld: eigene Kalender vermarkten. Ausschließlich auf Maschinen bei Ichikudo produzierte Kalender werden den Kunden seit 2003 angeboten. Das erste Exemplar war ein Kalender mit einer Sammlung von Kochrezepten. Danach folgte ein Kalender, der passend zur aktuellen Jahreszeit beziehungsweise für den jeweiligen Monat die entsprechenden abgepackten Pflanzensamen enthielt. Dieser Kalender wurde in Zusammenarbeit mit einem Samenhersteller realisiert, der diesen dann zum Verteilen an Schulen dem entsprechenden Ministerium verkauft hat. In der Folge entstanden ein Gemüsekalendar sowie eine Version mit Küchenutensilien im Jahr 2004. So viel Kreativität wird schlussendlich belohnt, denn Letzterer gewann den „Special Prize“, den Ehrenpreis bei einer Kalenderausstellung, die vom Verband der japanischen Druckindustrie veranstaltet wurde. Gold gab es dafür auch auf internationaler Ebene, bei der „Internationalen Kalenderschau“ in Deutschland.



Die Kantine bei Ichikudo Printing.

Bereits erste gute Erfahrungen, vor allem mit der Langlebigkeit der Heidelberg Druckmaschinen, machte Ichikudo schon mit KORD und KORS, die vor vielen Jahren gekauft wurden. An Heidelberg schätzt Junichi Iwao darüber hinaus die sehr gute und kompetente Beratung, auch zu Themen im Bereich Color Management und Schulungsmöglichkeiten beispielsweise für seine Verkaufsleute oder direkt an den Maschinen. Solchen Service gibt es von anderen Maschinenherstellern nicht auf diesem Niveau. Außerdem kann er über Heidelberg auch andere Unternehmen außerhalb Japans kennen lernen, und so erhält er Informationen, die er gut für sein eigenes Unternehmen nutzen kann, um seiner Konkurrenz ein Stück voraus zu sein – und das ist eines seiner Erfolgsgeheimnisse: sich nicht auf den eigenen Lorbeeren ausruhen, immer dazulernen und technisch auf dem höchsten Niveau bleiben. Dann, so hofft Iwao, scheint für ihn immer die Sonne in Nihon, so der japanische Name für das Inselreich, der übersetzt „Ursprung der Sonne“ bedeutet. ■

Daten & Fakten

Ichikudo Printing Co., Ltd.
1-9-5 Tsukiji Chuo-ku Tokio
104-0045 Japan
Tel.: +81-3-35 42-01 91
Fax: +81-3-35 41-19 19
www.ichikudo.com

www.heidelberg.com/hd/CD102



BAHSON COLOUR, GROSSBRITANNIEN

Typisch britisch!

Ian Jenkinson in seinem Lieblings-Pub in Bradford. Mit 28 Druckwerken auf nur drei Druckmaschinen verteilt ist sein Geschäftsmodell klar: hohe Auflagen, die in kürzester Zeit durch den Drucksaal und die Weiterverarbeitung gebracht werden. Vor zehn Jahren starteten Ian und seine Frau Suky das Unternehmen mit gebrauchten Druckmaschinen. Eine unglaubliche Erfolgsgeschichte begann und seit einigen Monaten „ziert“ eine neue Zwölfarben-Speedmaster SM 102 mit Wendeeinrichtung den englischen Drucksaal.





Willkommen bei den Wendespezialisten: Bahson in Yorkshire, im Norden Englands. Als Suky und Ian Jenkinson vor viereinhalb Jahren in der neuen und leeren Produktionshalle mit 2.300 m² stehen, glauben die beiden, dass dies eine riesige Anlage sei. Gegenüber der alten Produktionshalle vielleicht. Heute platzt das Unternehmen bereits aus allen Nähten. Mit dem Umzug in die neue Produktionshalle wurden bereits eine Sechsfarben-Speedmaster SM 102 und eine Zehnfarben-Speedmaster SM 102 angeschafft. Gemeinsam mit der neuen Zwölfarben-Speedmaster SM 102 ist die Produktivität so hoch, dass auch kontinuierlich in die Weiterverarbeitung investiert werden musste, damit diese mit dem produzierten Druckvolumen Schritt halten kann. Die Weiterverarbeitung stellt daher etwa die Hälfte der insgesamt 53 Mitarbeiter. Hinzu kommen drei Verkäufer, Verwaltung und natürlich die Drucker. All dies hat Ian über ein Fenster in seinem Büro gut im Blick. Gut 7,9 Millionen Euro Jahresumsatz macht das Unternehmen heute und erwartet dank der neuen SM 102-12 einen Zuwachs von 40 Prozent in den kommenden zwei Jahren.

Der Name Bahson ist eine Erfindung von Ian und Suky. Die beiden haben lange überlegt, welchen Namen man sich geben sollte. Quickprint oder Millenniumprint klang ihnen zu abge-

droschen, außerdem nannten sich bereits andere Druckereien so. Dann wollte der fußballbegeisterte Ian seine Druckerei „The Bantams“ taufen. Denn er ist begeisterter Anhänger von Bradfords Fußballverein, und dort sind „The Bantams“ – es handelt sich dabei um eine spezielle Hühnersorte – auf den Trikots der Spieler und als Wappentiere des Vereins im Einsatz. Dagegen sprach sich seine Frau und Mitgründerin Suky mit Erfolg aus. Bahson ist ein Kompromiss, eine Wortkomposition aus den Familiennamen der beiden. Suky, deren Eltern aus Indien kamen, hieß mit Nachnamen **Bahia** – und in Kombination mit einem Teil von Ians Familiennamen **Jenkinson** wurde daraus Bahson.

Die Idee, eine eigene Druckerei zu gründen, kam Ian, der zuvor als Verkäufer bei einer Druckerei beschäftigt war, weil er mit der Leistung und dem Service seines alten Unternehmens nicht zufrieden gewesen ist. Allerdings hat er dort noch seine Frau kennen gelernt. Gerade frisch verheiratet und mit seiner ersten Tochter auch als Familienvater gefordert, kündigt er seine Anstellung kurzentschlossen und eröffnet mit gebrauchten Maschinen und geliehenem Kapital seine Druckerei. „Ich wollte mein eigener Herr sein und mein Leben selbst gestalten. Am Anfang stand ich jeden Tag 16 Stunden im Unternehmen und bediente die beiden Maschinen im Drucksaal

und die in der Weiterverarbeitung. Schnell musste dann ausgebaut und auch immer mehr Personal eingestellt werden“, freut sich Ian heute, der inzwischen stolzer dreifacher Familienvater ist.

Die Druckmaschinen bei Bahson sind alle mit Wendeeinrichtungen ausgestattet. „Damit verdoppeln wir die Produktivität“, betont der erfolgreiche Geschäftsmann. Wenn er seine seit September letzten Jahres installierte Zwölfarben-Speedmaster bei 12.000 Bogen pro Stunde laufen lässt, im Schön- und Widerdruck, entspräche das bei einer „normalen“ Druckmaschine einer Laufgeschwindigkeit von 24.000 Bogen in der Stunde. Entspräche, denn bislang gibt es keine Druckmaschine im Bogenoffsetbereich, die dies im Schöndruck schaffen würde. Die Bogen müssen bei Ian vor dem zweiten Durchgang auch nicht gewendet werden, denn sie wurden ja schon von der Vorder- und Rückseite in einem Durchgang bedruckt. Sie können damit sofort in die Weiterverarbeitung.

Die Maschine läuft fast pausenlos mit Höchstgeschwindigkeit und hat daher in der kurzen Zeit seit ihrer Auslieferung bereits etwa 16.000.000 Drucke geleistet. Pausenlos ist dabei wörtlich gemeint, denn das Unternehmen arbeitet 24 Stunden am Tag, fünf Tage die Woche zweischichtig. Wobei jede Schicht 12 Stunden hat. Samstags wird nur eine Schicht tagsüber produziert.

Entsprechend enorm ist der Ausstoß, der durch die Weiterverarbeitung und Konfektionierung muss. Die Auflagen überschreiten auch einmal die Dreimillionenmarke, wobei die durchschnittlichen Auflagen bei etwa 100.000 bis 300.000 Bogen liegen. Rüstzeiten spielen dann zwar weniger eine Rolle, aber Drucker Stewart Drury schafft einen kompletten Plattenwechsel dennoch in etwa zwölf Minuten – auch dank der hohen Automatisierung der Maschine.

Das Geschäftsmodell mit 24-Stunden-Laufzeiten im Drucksaal erfordert, so könnte man meinen, eine entsprechend große Anzahl von Kunden. Doch falsch gedacht, denn Ian hat eigentlich „nur“ etwa 100 Stammkunden. Darunter bekannte Namen internationaler Konzerne. Der Kundenstamm hat sich mit dem Wechsel von den alten gebrauchten Maschinen zu den neuen gewandelt. Die Auflagen steigen stetig an, und der Kundenstamm erstreckt sich heute über die Region um Leeds, Birmingham und Manchester auf ganz England hinaus. Auch für die britische Regierung wie beispielsweise Schulbehörden, Facility-Management-Unternehmen und Krankenhäuser werden viele Aufträge gedruckt. Typische Produkte für Bahson sind Vierfarben-, Fünf- und Sechsfarbenaufträge mit und ohne Schutzlack, wie etwa Broschüren und Flyer. Die Qualität der Maschinen ist bei diesem temporeichen Dauerein-

In voller Pracht: James Dale (links) und Stewart Drury an „ihrer“ Speedmaster SM 102 ...





Suky und Ian Jenkinson mit ihren drei Kindern. Tochter Beth spielt gerne Gitarre, Sohn Tom ist wie sein Vater ein leidenschaftlicher Fußballer und der jüngste Sproß der Familie, Harry, übt bereits für den Führerschein (von links).

satz von entscheidender Bedeutung für Bahson Colour. Ausfälle sollte es nicht geben und vor allem der Service für die Maschinen muss stimmen. Ian hat deshalb von Beginn an, auch mit den ersten gebrauchten Maschinen, auf Heidelberg gesetzt. Er kam aus einem Unternehmen, das einen anderen Hersteller im Drucksaal stehen hatte, und dessen Service war Ian zu unflexibel. Seine Entscheidung hat er auch keine Minute bereut, ein Anruf bei Heidelberg, und ihm wird sofort geholfen, und „das war auch schon mit unseren gebrauchten Maschinen so“, erklärt Ian.

Die Zwölffarben Speedmaster hat zudem eine Internet-Anbindung für Remote Service. Heidelberg kann daher Ferndiagnosen und bestimmte Einstellungen vornehmen, ohne dass ein Mitarbeiter vor Ort erscheinen muss. Das spart Zeit und Geld. Zur stetigen Modernisierung des Unternehmens zählt auch die Vorstufe. Seit 2001 wurde hier auf Computer-to-Plate umgestellt und seitdem ist ein Topsetter im Einsatz. 3.000 Druckplatten im Monat werden damit belichtet.

Für Suky Jenkinson war das Prinect Image Control sehr wichtig, das gleichzeitig mit der Sechs- und der Zehnfarben-Maschine in das Unternehmen kam. Speziell bei den Großkunden, wie sie die Druckerei hat, ist die Qualität heute belegbar und immer reproduzierbar,



was bei ihren häufigen Wiederholaufträgen wichtig ist – und vor allem auch bei der Neukundenakquise.

Ebenfalls mit der neuen Zwölffarben-Speedmaster SM 102 kam auch der Rollenquerschneider CutStar von Heidelberg. Ian ließ auch gleich einen zweiten für die Zehnfarben-Speedmaster montieren. „Wir sparen eine Menge Geld beim Papier ein und müssen nicht mehr so häufig Bogenpaletten anfahren“, so Ian. „Und zudem spart man mit dem Rollenpapier nicht nur Geld, sondern eine Menge Lagerplatz ein, den die gleiche Menge Papier auf Paletten benötigen würde. Das ist bei dem mittlerweile großen Platzmangel im Drucksaal ein weiterer Pluspunkt für den CutStar“, ergänzt Suky. Wegen der engen räumlichen Verhältnisse stehen auch schon Umbaupläne an: Die Fertigung wird um rund 1.500 m² und die Verwaltung um 600 m² erweitert.

Ian und Suky Jenkinson haben es dank gutem Geschäftsmodell sowie moderner Technik geschafft, sind geschäftlich erfolgreich und können ihr Leben mit ihren drei Kindern genießen. Jeden Urlaub fahren sie gemeinsam ins Ausland, denn beide lieben beispielsweise Skifahren über alles. Ian spielt auch gerne Golf und schaut seinem Sohn Tom sonntags beim Fußballspielen zu. Und zu den Spielen seines Lieblingsvereins Bradford geht Ian auch weiterhin gerne. Ohne verlässliche Mitarbeiter, Technik und Lieferanten

wäre der Erfolg des Ehepaars natürlich nicht möglich gewesen. Denn die beiden wollen ihren Kunden genau das bieten, was sie auch selbst als Kunden erwarten würden: höchste Qualität zu vernünftigen Preisen. ■

Daten & Fakten

Maschinenbestand:

Heidelberg Speedmaster SM 102-12-P
Heidelberg Speedmaster SM 102-10-P
Heidelberg Speedmaster SM 102-6-P

Bahson Colour
Adwalton Moor Business Park
Cross Lane
Drighlington BD11 2PS
Großbritannien
Tel.: +44-(0)-1274-47 45 00
Fax: +44-(0)-1274-47 45 77
www.bahsoncolour.co.uk

www.heidelberg.com/hd/SM102Wendemaschinen

Mehr zur Technik der Wendemaschinen von Heidelberg erfahren Sie im Beitrag auf Seite 30.

... mit Wendeeinrichtung und dem Rollenquerschneider CutStar, an der rund um die Uhr gearbeitet wird.



Nachrichten & Meldungen

Tausendmal bewährt: Prinect Image Control

Deutschland. Ende vergangenen Jahres hat Heidelberg das 1.000ste Prinect Image Control ausgeliefert: Das Jubiläumsstück samt der neuen Software-Version 4.0 ging an die Druckerei Rasch, die in Bramsche in der Nähe von Osnabrück (Norddeutschland) ansässig ist. Dort spielt das Farbmanagement wegen der Ausrichtung auf das Qualitätssegment eine große Rolle, so dass das Farbmess-System zur Qualitätskontrolle eine wichtige Aufgabe in Raschs Farb-Workflow übernimmt. Das weltweit einzige System, das das gesamte Druckbild spektralfotometrisch misst, nahm Rasch-Geschäftsführer Uwe Schade samt einer „Jubiläums-Urkunde“ aus den Händen von Jörn Gossé, Leiter der Region Nord bei der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, und Andrea Brem vom Produktmanagement Prinect Image Control entgegen. Rasch-Geschäftsführer Schade setzt nun schon zum zweiten Mal auf Image Control – nicht nur, weil es für eine besonders wirtschaftliche Produktion und Reproduktion von Qualitätserzeugnissen sorgt, sondern insbesondere, weil „es das gesamte Druckbild misst und damit tatsächlich das, was verkauft wird“.



Jubiläumsstück: Rasch-Geschäftsführer Uwe Schade (Mitte) nahm das 1.000. Prinect Image Control aus den Händen der Heidelberg-Vertreter Jörn Gossé (links) und Andrea Brem (rechts) entgegen.



Zukunft im Blick: Zusammen mit den Heidelberg- und BTI Hellas-Vertretern (v.l.) Dimitrios Douros, Wolfgang Roth, Manolis Patitakis, Ali Makari und Athanasios Athanasiadis freuen sich Charalambos und Georg Akritidis (2. und 4. v.l.) über ihre neue Speedmaster XL 105.

Generationenvertrag: Eine Speedmaster XL 105 für den Nachwuchs

Griechenland. Als erste Druckerei Griechenlands investieren die Akritidis Bros. in eine Speedmaster XL 105. Die Maschine wird in einem neuen, rund 3.000 Quadratmeter großen Gebäude zum Einsatz kommen, das die Brüder Georg und Charalambos Akritidis vergangenes Jahr in Thessaloniki errichtet haben. Dort soll die Maschine ab Spätsommer 2006 vor allem leichte Verpackungskartons und Etiketten produzieren. Georg und Charalambos bilden bereits die zweite Generation von Akritidis-Druckern, die mit dem griechischen Heidelberg-Vertriebspartner BTI Hellas zusammenarbeiten. „Aufgrund der hervorragenden Erfahrungen, die wir seit 1980 mit BTI Hellas sowie den Prepress-, Press- und Postpress-Lösungen von Heidelberg gesammelt haben, wollten wir natürlich auch für die Zukunft entsprechend vorsorgen“, erklären die Brüder unisono. „Und wir sind sicher, dass wir dafür mit dem Service von BTI Hellas sowie der Speedmaster XL 105-4+L von Heidelberg beste Voraussetzungen geschaffen haben.“ Da sich die nächsten Drucker-Sprösslinge aus dem Hause Akritidis bereits in den Startlöchern befinden, wird die Maschine dort also eine Art „Generationenvertrag“ erfüllen.

Heidelberg Nachrichten auch online verfügbar



Seit Ende vergangenen Jahres ist die Heidelberg Nachrichten auch im Internet verfügbar: Auf der Seite <http://www.heidelberg-news.com> werden ab sofort ausgewählte Artikel inklusive hilfreicher Tipps & Tricks aus der jeweils neuen Ausgabe online veröffentlicht. Darüber hinaus kann man sich jedes Heft ab der Nummer 251 in Deutsch, Englisch, Französisch oder Spanisch als pdf-Datei herunterladen. Abonnements oder auch Nachbestellungen gedruckter Exemplare sind über die Heidelberg Nachrichten-Website ebenso möglich wie Änderungen an bereits bestehenden Abonnements.

Besuchen Sie uns doch mal auf: www.heidelberg-news.com

Neuer Master-Studiengang „Printmedien“ in England

England. Ab April 2006 bietet das London College of Communication (LCC) in Zusammenarbeit mit der Heidelberger Print Media Academy (PMA) einen neuen, internationalen Master-Studiengang „Printmedien“ an. Der Studiengang richtet sich an aufstrebende Manager und Führungskräfte aus der Printmedien-Industrie, die ihr technisches sowie strategisch-betriebswirtschaftliches Wissen vertiefen und ihre Karrieremöglichkeiten erweitern wollen. Zu dem entsprechenden Programm, das rund neun Monate in Vollzeit umfasst, gehört auch ein zweiwöchiges Symposium in der PMA in Heidelberg. Dieses findet im September 2006 bzw. im März 2007 statt und beschäftigt sich mit Themen wie „Personal“, „Neue Applikationen und Trends“, „Umweltschutz“ und „Veränderungen durch den internationalen Wettbewerb“. Im Rahmen des Symposiums in Heidelberg stellen die Studenten auch ihre Projektarbeiten vor. Begegnungen mit Kunden und Experten von Heidelberg runden den Aufenthalt ab.

Nähere Informationen:

www.lcc.arts.ac.uk bzw. www.print-media-academy.com



Auf zu neuen Ufern: Bernd Schopp (Mitte) und Martina Brand (rechts) von der PMA besiegeln mit (v.l.) Sue Pandit, John Stephens und Dr. Will Bridge vom LCC den neuen Master-Studiengang „Printmedien“.



Zünftig: Zur Einweihung ihrer beiden neuen Speedmaster-Maschinen ließ Capture Press in Südafrika „krachlederne“ Volksmusik aufspielen.

Südafrika: „Oktoberfest“ zur Maschinen-Einweihung

Südafrika. Zur Einweihung ihrer beiden neuen Speedmaster-Maschinen hat sich die Druckerei Capture Press mit Sitz in Pretoria etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Unter dem Motto „Deutsche Gründlichkeit“ veranstaltete Capture Press ein zünftiges „Oktoberfest“, zu dem Geschäftsführer Dean Viljoen und Marketing- und Vertriebschefin Leanne Kelly ihre größten Kunden eingeladen hatten. Volksmusikanten in „Krachledernen“ gehörten ebenso zum stilsicheren Abendprogramm wie deutsches Bier und ein Fahrdienst mit deutschen Nobelkarossen. Was die deutsche Wertarbeit aus dem Hause Heidelberg zu leisten im Stande ist, zeigte Capture Press seinen Kunden natürlich auch: Die neue Speedmaster SM 74-5-P+LX und ihre kleine Schwester SM 52-5+L produzierten diverse Demo-Druckjobs, darunter auch im Aqua Print-Verfahren. Dabei ließen sich die Neuerwerbungen nicht im Geringsten davon irritieren, dass sie trotz aller Deutschtümelei keine deutschen Namen erhalten hatten („Baobab“ bzw. „Bonsai“). Jan Lottrup Jensen, Chef von Heidelberg Südafrika, gratulierte Capture Press zu seinen Neuerwerbungen und versicherte, das Unternehmen auch in Zukunft zu unterstützen.

Nachbau einer Gutenberg-Pressen im Gutenberg Museum



Deutschland. Das Gutenberg Museum in Mainz ist ein international bekanntes und renommiertes Museum der Schrift- und der Druckkunst. Zu den Schätzen des Museums gehört der Nachbau einer Holzpresse von Johannes Gutenberg. Zu jeder vollen Stunde können Besucher in der Werkstatt des Museums miterleben, wie im 15. Jahrhundert mit beweglichen, bleiernen Lettern gedruckt wurde. Und wer mag, kann eine Nachbildung der Druckpresse kaufen. Die Mini-Pressen sind aus Massivholz und wurden nach Holzschnitten des 15. und 16. Jahrhunderts rekonstruiert. Schlitten und Spindel der Miniatur sind voll beweglich. Außerdem ist sie zerlegbar und lässt sich mit Holzkeilen stabilisieren – ideal zum Spielen, Auf- und Abbauen und zur Demonstration. Die Nachbildung im Format 12×16×18 cm kostet 39,90 Euro und ist im Shop des Museums oder via Internet erhältlich (Bestellnummer: 20008192).

Nähere Informationen: Gutenberg-Shop, Liebfrauenplatz 5, 55116 Mainz, Deutschland, Tel.: +49-(0)-61 31-22 04 69, Fax: +49-(0)-61 31-14 37 98, www.gutenberg-shop.de

Prosetter: Mehr Speed für Einstiegsversionen

Die Einstiegsversionen der Prosetter-Familie stattet Heidelberg ab sofort mit einem neuen Antriebsmotor für den Drehspiegel aus. Darüber hinaus erhalten die Einstiegsmodelle eine neue Software und – wie alle anderen Varianten des Violett-Plattenbelichters auch – einen Laserkopf mit einer Leistung von 60 Milliwatt. Das Resultat all dieser Maßnahmen: Der Plattendurchsatz der Einstiegsversionen für das Klein-, Mittel- und Großformat erhöht sich um bis zu 30 Prozent. Zudem bereitet der leistungsfähigere Laserkopf den Prosetter auf zukünftige Plattentechnologien im Photopolymerbereich vor. Selbst Anwender, die bereits über eine Standardversion des Prosetters verfügen, können dessen Leistung noch verbessern: In diesem Fall sorgt ein Software-Update dafür, dass der Durchsatz des Belichters um bis zu 15 Prozent steigt.

Kooperation für den Kopierschutz

Schätzungen der Zollbehörden zufolge werden pro Jahr Waren im Wert von rund 510 Milliarden Euro gefälscht – mit steigender Tendenz. Um der zunehmenden Markenpiraterie entgegenzuwirken, haben die Saueressig Security International GmbH (SSI) und Heidelberg Ende vergangenen Jahres einen Kooperationsvertrag unterzeichnet, der auf die Entwicklung von Inline-Sicherheitslösungen im Verpackungsdruck abzielt. SSI und Heidelberg wollen ein Prägewerk entwickeln, das als letzte Einheit in die Druckmaschine integriert ist. Hier können dann über Prägezyylinder oder mittels Hülsen (sleeves) z.B. versteckte Grafiken oder Bilder auf das Printprodukt aufgebracht werden. Sichtbar werden diese Sicherheitselemente erst bei der Betrachtung durch eine spezielle Lupe, d.h., dass die Gestaltung des Printprodukts durch die Sicherheitsmerkmale nicht beeinträchtigt wird. Gerade Verpackungsdrucker können damit ihr Geschäftsfeld ausweiten und sich vom Wettbewerb abheben.



Kopierschutz: Mit versteckten Merkmalen, die inline auf Druckprodukte aufgebracht werden, wollen Heidelberg und SSI den Markenpiraten in aller Welt das Leben schwerer machen.

Für Einsteiger: Heidelberg Stahlfolder TA 52

Seit Herbst 2005 bietet Heidelberg mit der Taschenfalzmaschine Stahlfolder TA 52 einen Einstieg in die Weiterverarbeitung an: Der kompakte, aber modular aufgebaute und zudem hoch automatisierte TA 52 versetzt auch kleine und mittlere Druckereibetriebe in die Lage, einfache Falzarbeiten auszuführen. Er kann bei einer Arbeitsbreite von 52 cm Planformate ab 10×12 cm bis hin zu 52×85 cm falzen und erreicht eine maximale Taktzahl von 40.000 Bogen pro Stunde. Mit nur einer Falzstation realisiert die individuell konfektionierbare Einstiegslösung bereits Zickzack-, Wickel- und Fensterfalze; mit zwei Falzstationen sind zusätzlich Parallel- und Kreuzbruchfalze möglich. Dank Falzwalzen aus Soft-Polyurethan kann eine große Bandbreite an Papiersorten und -stärken verarbeitet werden. Der TA 52 lässt sich über Prinect FCS 100 in den digitalen Workflow integrieren, wird über einen Touchscreen mit selbsterklärenden Symbolen bedient und wartet mit einer Reihe optionaler Zusatzrichtungen auf, die dann z.B. auch das Rillen, Perforieren und Stanzperforieren ermöglichen.



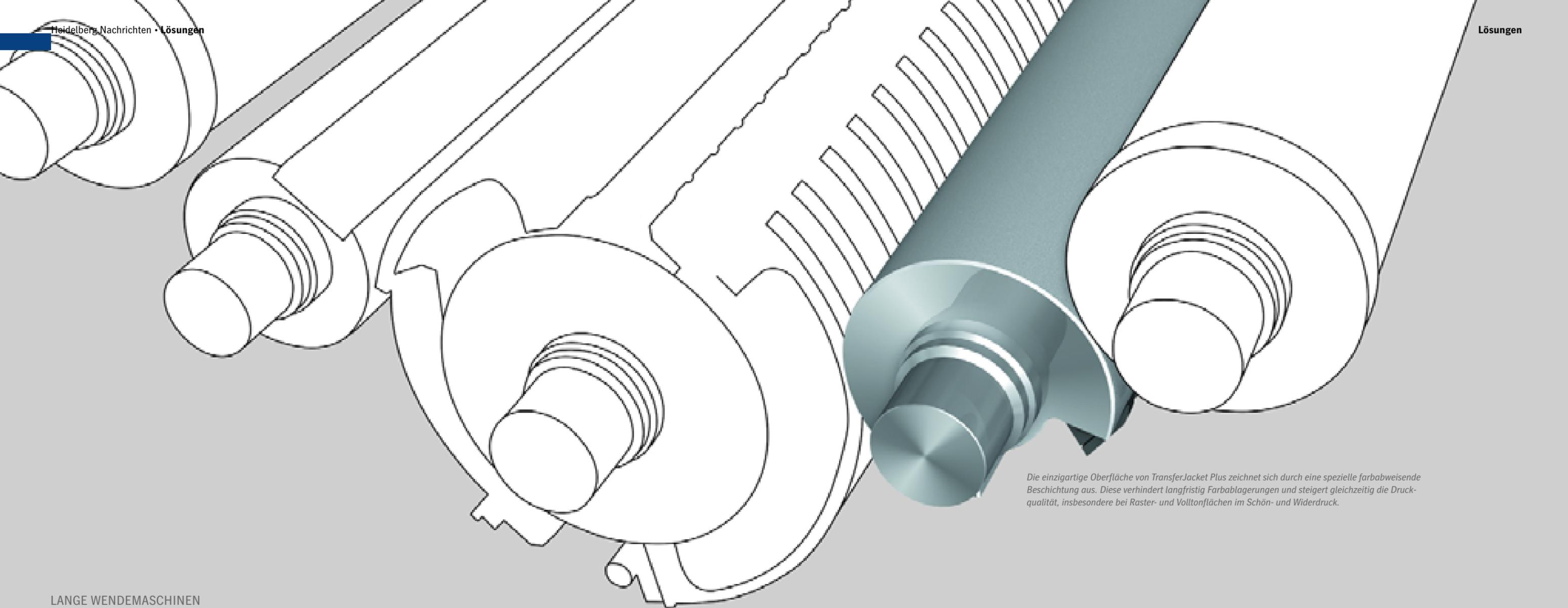
Nähere Informationen: www.heidelberg.com/hd/TA52

IT-Anwendung des Jahres: Heidelberg Remote Service

Deutschland. Eine Auszeichnung der besonderen Art wurde einem bereichsübergreifenden Team bei Heidelberg noch Ende vergangenen Jahres zuteil: Die deutsche IT-Fachzeitschrift „Computerwoche“ und die Unternehmensberatung Gartner Deutschland kürten das Projekt des Teams samt der daraus resultierenden Technologieplattform HEIRES (Heidelberg Remote Services) zur „IT-Anwendung des Jahres 2005“. Eine mit hochkarätigen Experten aus Forschung und Industrie besetzte Jury wählte die Heidelberg Remote Services unter 77 eingereichten Bewerbungen an die Spitze der Kategorie „Großunternehmen“. Damit hatte die Mannschaft um Gesamtprojektleiter Tom Oelsner sowie die IT-, Service- und F&E-Koordinatoren Andreas Hohl, Michael Pfeffer und Reiner Keim schon vor Weihnachten 2005 allen Grund zur Freude. Ihre innovative Technologieplattform, die weltweit verfügbar und in Heidelberg's neue Maschinen bereits fest integriert ist, ermöglicht z.B. blitzschnelle Ferndiagnose-, -wartungs- oder auch -schulungsarbeiten, indem sich ein Experte von Heidelberg via Internet mit der Druckmaschine beim Kunden verbindet. Die entsprechenden Maßnahmen des Servicetechnikers kann der Kunde dann an seinem Bildschirm vor Ort nachvollziehen. Wenn der Kunde es wünscht, kann das System den Heidelberg Service sogar selbstständig über sich anbahnende bzw. aufgetretene Störungen informieren (siehe HN 255/2005).



Ausgezeichnet: Für ihr Projekt „Heidelberg Remote Service“ erhielten (von links) Michael Pfeffer, Reiner Keim, Andreas Hohl und Tom Oelsner den Preis „IT-Anwendung des Jahres 2005“.



Die einzigartige Oberfläche von TransferJacket Plus zeichnet sich durch eine spezielle farbabweisende Beschichtung aus. Diese verhindert langfristig Farbablagerungen und steigert gleichzeitig die Druckqualität, insbesondere bei Raster- und Volltonflächen im Schön- und Widerdruck.

LANGE WENDEMASCHINEN

Schön- und Widerdruck

Höchste Druckqualität und zügige Auftragsabwicklung werden selbst bei sehr komplexen Druckjobs erwartet. Derartige Kundenwünsche lassen sich perfekt erfüllen und gleichzeitig wirtschaftlich produzieren mit der bewährten Wendetechnologie von Heidelberg, der so genannten „One Pass Productivity“.

Druckereien aus dem Akzidenzbereich, die anspruchsvolle Periodika, Magazine, Geschäftsberichte oder Produkt- und Imagebroschüren beidseitig und unter Termindruck produzieren, können mit langen Wendemaschinen der Speedmaster-Reihe ihren Kundenkreis erweitern“, so Matthias Wenderoth, Product Manager 70×100 bei Heidelberg. Auf dem Gebiet der Flexibilität, Qualität und nicht zuletzt Produktivität sind diese Maschinen einfach unschlagbar. Vor allem bei der Produktivität ergeben sich entscheidende Vorteile zum Beispiel gegenüber einer Vier- oder Fünffarben-Maschine. Wendemaschinen bedrucken zeit- und kostensparend in einem Durchgang beide Seiten eines Druckbogens in gleichermaßen hoher Qualität.

Diese Technologie hilft Druckereien, Kosten auf mehreren Ebenen zu sparen. Schließlich müssen die einseitig bedruckten Bogen nicht aus der Maschine entnommen, gewendet, Trocknungszeiten beachtet und dann von der anderen Seite noch einmal bedruckt werden. Außerdem reduziert sich der Makulaturanfall und Kosten werden ebenfalls eingespart. Das Wendekonzept von Heidelberg, das es bereits seit über 20 Jahren gibt, ist kontinuierlich weiterentwickelt worden. Je nach Speedmaster-Baureihe gibt es die Wendemaschinen

in individuellen Konfigurationen von der Zwei- bis zur Zwölfarbenmaschine mit oder ohne Lackierwerk.

Die Palette erstreckt sich von der SM 52 über die SM 74 bis zur CD 74 und SM 102. So unterschiedlich diese Maschinen auch sein mögen, was die Wendetechnologie betrifft, gibt es über alle Baureihen hinweg doch viele Gemeinsamkeiten. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang folgende Merkmale:

- **TransferJacket Plus:** Ein neuartiger, farbabweisender und wechselbarer Mantel für die Übergabezylinder 1 und 3 vor der Wendung. Er sichert eine kontrollierte und schonende Übergabe an das nächste Druckwerk.
- **Drei-Trommelwendung:** Drehsauger auf der Speichertrommel strecken den Bogen, der dann in einem Greiferschluss mit dem patentierten Zangengreifer registerhaltig und gewendet an das nächste Druckwerk übergeben wird.
- **PerfectJacket Plus:** Ein weiterentwickelter, wechselbarer Druckzylinder mantel nach der Wendung. Die frisch bedruckte Schön- druckseite wird durch die extrem feine und farbabweisende Trägerstruktur schonend durch die Widerdruckwerke transportiert. ▶



Die Drehsauger auf der Speichertrommel spannen den Bogen an der Papierhinterkante, bevor dieser dann in einem Greiferschluss registerhaltig an das nächste Druckwerk übergeben wird.

Speedmaster SM 52. Mit bis zu acht Druckwerken ist sie die einzige lange Wendemaschine in ihrer Formatklasse. 4-über-4 oder bis zu achtfarbige Aufträge lassen sich so mit einer Druckgeschwindigkeit bis zu 15.000 Bogen pro Stunde wirtschaftlich produzieren. Von 0,03 bis 0,4 mm oder optional bis 0,6 mm ist ein breites Spektrum an Bedruckstoffdicken möglich. Geringe Rüstaufwände und schnellere Durchlaufzeiten sind nur einige der Vorteile. Ideale Aufträge sind Buchumschläge, anspruchsvolle Werbedrucksachen in kleinen Auflagen und geringer Seitenanzahl. Ab der IPEX ist diese Maschine auch als Sondermodell mit zehn Farben verfügbar.

Speedmaster SM 74. Im Schön- und Widerdruck hat die Speedmaster SM 74 ihren Einsatzschwerpunkt bei Grammaturen bis zu 250 g/m². Hier kann sie ihre volle Produktivität ausspielen. Mit einer maximalen Fortdruckgeschwindigkeit bis zu 15.000 Bogen pro Stunde stellt sie das ideale Produktionsmittel für kleine und mittlere Auflagenhöhen dar. Die Speedmaster SM 74 gibt es bis zur Zehnfarbenmaschine, Achtfarben-Modelle wahlweise mit Lackierwerk.

Speedmaster CD 74. Die Speedmaster CD 74 setzt neue Maßstäbe im Bereich des Bogenlaufs. Mit maximal 12 Druckwerken mit oder ohne Lackierwerk verarbeitet diese Maschine bei einer Druckgeschwindigkeit bis zu 15.000 Bogen pro Stunde alles von Dünndruckpapier über Kunststoff bis hin zu biegesteifen Kartonagen von 0,8 mm. Die Lufteinstellungen des Bogenlaufs werden über die Bedruckstoffeingabe (Format und Dicke) weitgehend vollautomatisch voreingestellt. Die Speedmaster CD 74 wird in zwei Formaten angeboten (C-Format = 530×740 mm; F-Format = 605×740 mm max. Bogenformat). Außerdem kann sie mit CutStar ausgestattet und mit vielen Sondermaschinenkonfigurationen geliefert werden.

Speedmaster SM 102. Sie druckt beispielsweise 6-über-6 oder 5-über-5 plus Matt- oder Glanzlack im Schön- und Widerdruck und ermöglicht den Einsatz beliebiger Sonderfarben im Geradeausbetrieb.

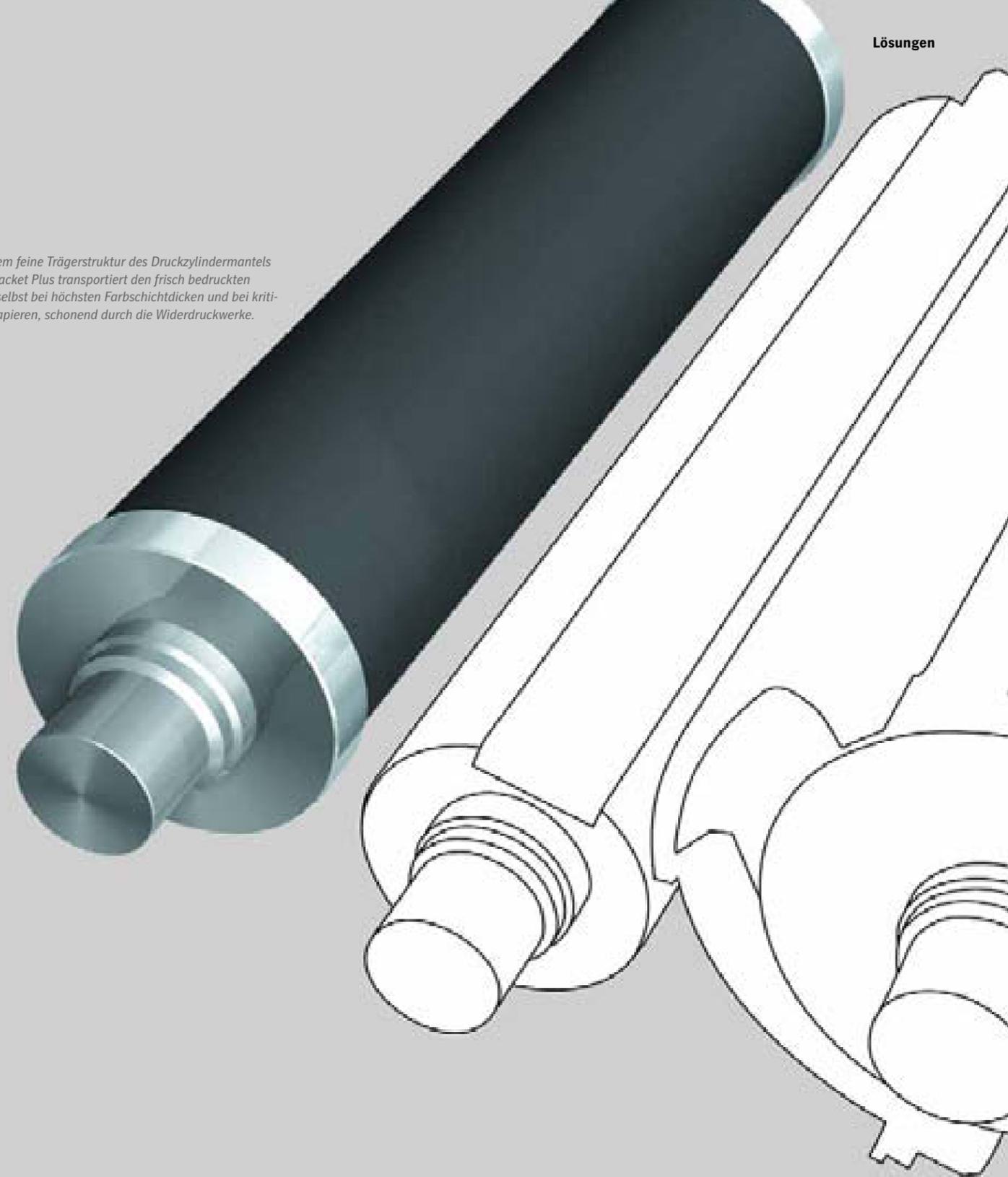
Um dem beidseitig bedruckten Bogen nach dem schonenden Transport durch die Druckwerke auch im Ausleger eine abschmierfreie Qualität zu sichern, wurde eine neuartige Greiferbrückenarchitektur entwickelt, die Luftverwirbelungen vor und hinter der Greiferbrücke nahezu vollständig beseitigt. Gleichzeitig wurde der Abstand zur Bogenleitbahn verringert und so die Effizienz des Venturi-Effekts erhöht. Ein auf Schön- und Widerdruck optimiertes Bogenablage-system sorgt für eine schonende Ablage des beidseitig bedruckten Bogens auf den Auslagestapel.

„Heidelberg ist heute Weltmarktführer im Bereich der Wendetechnologie – speziell bei den langen Wendemaschinen von acht bis zwölf Druckwerken, die einen Marktanteil von mittlerweile weit über 70 Prozent erreicht haben,“ berichtet Matthias Wenderoth. Bei den modernen Wendemaschinen ist praktisch kein Unterschied in der Qualität von Vorder- oder Rückseite erkennbar. Die lange Wendemaschine Speedmaster SM 102 steht dabei für maximale Flexibilität und für eine besonders hohe Produktivität. ■

Daten & Fakten

www.heidelberg.com/hd/SM52Wendemaschinen
www.heidelberg.com/hd/SM74Wendemaschinen
www.heidelberg.com/hd/CD74Wendemaschinen
www.heidelberg.com/hd/SM102Wendemaschinen

Die extrem feine Trägerstruktur des Druckzylindermantels PerfectJacket Plus transportiert den frisch bedruckten Bogen, selbst bei höchsten Farbschichtdicken und bei kritischen Papieren, schonend durch die Widerdruckwerke.



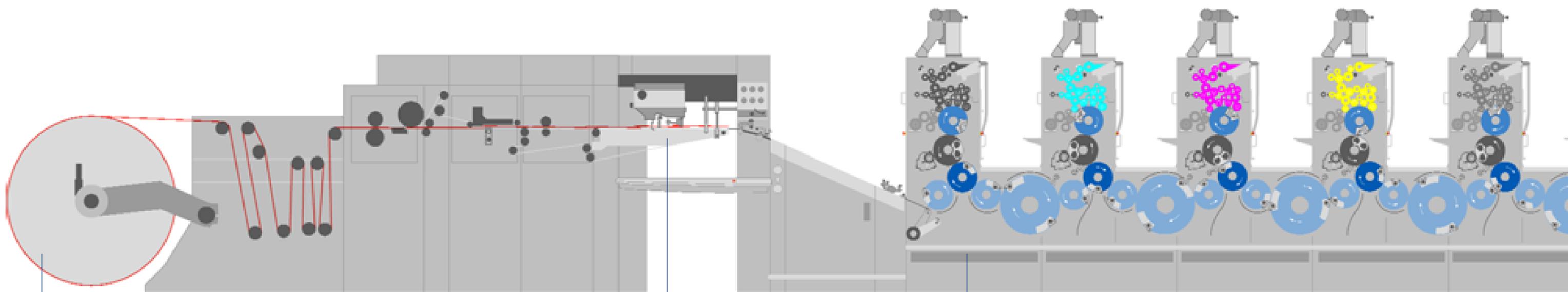
„Mit der Wendetechnologie lassen sich höchste Druckqualität und eine zügige Auftragsabwicklung realisieren.“ Matthias Wenderoth

Der Weg des Bogens durch die Maschine:

Beispielhaft werden im Folgenden anhand eines von einer Speedmaster SM 102-Zwölfarben erstellten Druckjobs die Stationen durch die Maschine im Schön- und Widerdruck veranschaulicht. Produziert wird eine 16-seitige Broschüre im Format 64×90 cm inklusive Umschlag auf Zanders Papier, Typ Megaglanz 115g/m². Es handelt sich um einen Fünffarb-Job mit Spotlack, die Druckgeschwindigkeit liegt bei 10.000 Bogen pro Stunde.



Bestehend hohe Druckqualität nicht nur im Schöndruck, ...



1. Bogen oder Rollenware? Bei Rollenverarbeitung spart der CutStar bis zu 15 Prozent an Kosten pro Auftrag, denn: Rollenware kann kostengünstiger eingekauft werden und die Bogen werden stufenlos auf das tatsächlich benötigte Papierformat mit weiterem Einsparpotenzial zugeschnitten.



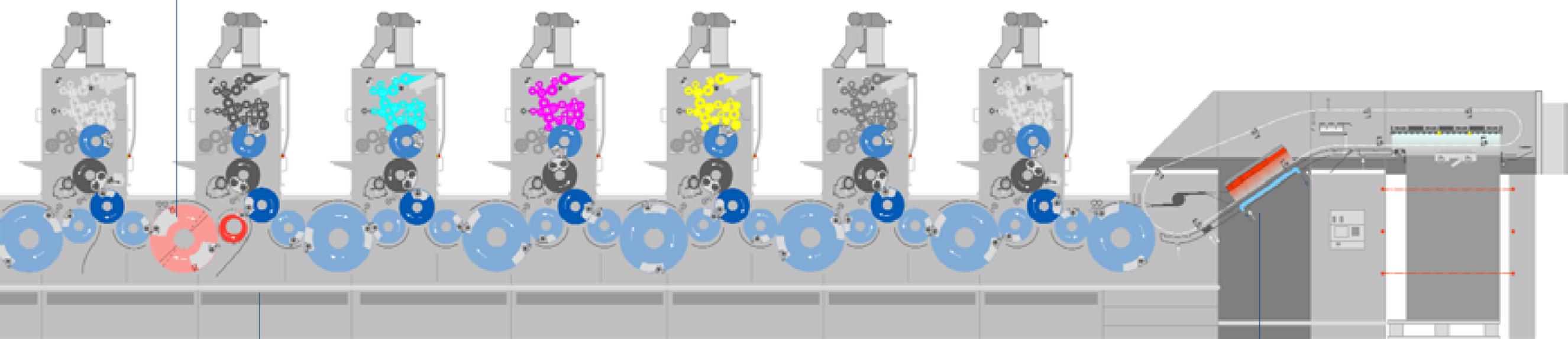
2. Im Preset Plus Anleger, den der Drucker über den Maschinenleitstand Prinect CP2000 Center bequem voreinstellen und ansteuern kann, wird der Bogen über das zentrale Saugband um 65 Prozent verlangsamt. Dies ist von Vorteil bei der Ausrichtung des Bogens, weil er dadurch sanft an die Vordermarken geführt und ausgerichtet wird, bevor er durch die Übergabetrommel wieder auf volle Produktionsgeschwindigkeit beschleunigt wird.

3. Im Schöndruck wird der Bogen zuerst in den ersten vier Druckwerken mit den Prozessfarben bedruckt. Darauf folgt im fünften Druckwerk die Sonderfarbe Pantone 5425C und schließlich im sechsten Druckwerk eine Spotlackierung mit Drucklack. ▶

4. Nach dem Schönldruck kommt der Bogen zur Wendung. Bei der Wendetechnologie von Heidelberg handelt es sich um die so genannte Drei-Trommelwendung, die bei jeder Geschwindigkeit für eine registerhaltige Bogenwendung und eine kontrollierte Übergabe in einem Greiferschluss an das nächste Druckwerk sorgt. Bogenstreckende Drehsauger spannen die Papierhinterkante, bevor der patentierte Zangengreifer den Bogen an den nächsten Druckzylinder weitergibt. Durch eine Reduzierung des Wendezylinderdurchmessers wird die Luftzirkulation verbessert und die Registerhaltigkeit noch weiter gesteigert.



... sondern auch im Widerdruck, dank der innovativen Drei-Trommelwendung von Heidelberg.



5. Im Widerdruck wird die Bogenrückseite dann in den Druckwerken sieben bis zehn nach der Wendung wiederum zuerst mit den vier Prozessfarben bedruckt, gefolgt im elften Druckwerk von der Sonderfarbe Pantone 5425C und im zwölften Druckwerk von einer Spotlackierung mit Drucklack. Nach der Wendung sichern die wechselbaren PerfectJacket Plus der Schönldruckseite eine konstant hohe Druckqualität. Kritische Papiere und hohe Farbschichten können ohne Einschränkungen verarbeitet werden.

6. Vom letzten Druckwerk bis zum Auslagemodul führt ein integriertes S-Modul den Bogen und übergibt ihn vollständig ausgedruckt an die Auslagegreifer. Diese sind mit Spoilern ausgestattet und durchströmungsfähig, so gibt es keine Luftverwirbelungen. Stattdessen bilden sich über und unter dem Bogen homogene Luftschichten, die ihn dank des Venturi-Effekts kontaktlos und flutterfrei bis zur Bogenablage transportieren. Hier wird er von den Bogenbremsen sanft abgebremst. Das neuartige Ablagesystem sorgt für eine ruhige Ablage der Bogen und einen kantengenauen Stapel. Alle wesentlichen Format- und Lufteinstellungen des Preset Plus Auslegers sind bequem über das Prinect CP2000 Center voreinstellbar. Die optimierten Werte können abgespeichert werden und stehen für Wiederholaufträge zur Verfügung. Vorder- und Rückseite des Bogens sind nun in gleich hoher Qualität bedruckt und können ohne Zeitverlust in die Weiterverarbeitung geleitet werden. ■





Produktionsleiter Hasse Gustafsson ist gespannt, ob Heidelberg systemservice den Schaden innerhalb von 24 Stunden beheben kann.

WELTWEITES SERVICENETZWERK

Problem? Anruf genügt!



Wer bei Heidelberg ein Original Ersatz- oder Verschleißteil bestellt, bekommt es in der Regel innerhalb von 24 Stunden geliefert – rund um den Globus. Sobald ein Kunde zum Telefonhörer greift, um eine Bestellung aufzugeben, setzt er damit eine in der Welt einzigartige, hochprofessionelle und minuziös aufeinander abgestimmte Logistikmaschinerie in Bewegung. Als wichtiger Bestandteil der systemservice-Philosophie von Heidelberg sorgt dieses „Service-Uhrwerk“ dafür, dass die gewünschten Serviceteile und der Servicetechniker selbst in abgelegenen Druckereien schnellstmöglich eintreffen.

Freitag, 7:22 Uhr

Hässleholm, Schweden, Maschinenstillstand

Für Tommy Nordkvist, Drucker bei Exakta AB im südschwedischen Hässleholm, ist es ein Tag wie jeder andere. Glaubt er jedenfalls. Gerade hat seine Schicht begonnen. Routiniert legt er die letzte von vier Druckplatten ein und geht zum Bedienpult der Heidelberg Vierfarben-Speedmaster SM 102. Er nimmt einen kräftigen Schluck Kaffee, während die Maschine anläuft, als ihn ein metallenes Knirschen zusammenzucken lässt. Blitzschnell schaltet Tommy die Speedmaster aus. „Mist“, schießt es ihm durch den Kopf, „hoffentlich ist es nichts Schlimmes“, und er geht zum hinteren Teil der Maschine. Sofort erkennt er, dass mit der Greiferstange etwas nicht stimmt: Sie ist nach oben gewölbt.

An Drucken ist nicht mehr zu denken – die Produktion steht still. Dabei muss Tommy 3.500 Bogen für eine Lebensmittelzeitschrift fertigen, die am Dienstagmorgen an den Kunden gehen soll. Kurze Lieferzeiten für die komplette Abwicklung eines Auftrags, einschließlich Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung, sind ein Wettbewerbsvorteil der Exakta AB. Deshalb laufen die beiden Druckmaschinen, eine Heidelberg Vierfarben-Speedmaster sowie eine Achtfarben eines anderen Herstellers, unter der Woche rund um die Uhr.

Blass vor Schreck hastet Tommy in das Büro von Produktionsleiter Hasse Gustafsson und berichtet ihm von diesem Vorfall. Hasse eilt zur Speedmaster, schaut sich die Greiferstange an und beschließt, bei Heidelberg anzurufen. Er geht zurück in sein Büro, nimmt die Service-Karte des Heidelberg systemservice von der Pinnwand und wählt die Rufnummer der Heidelberg-Niederlassung in Malmö. Nach zwei Freizeichen ist Hasse verbunden und schildert das Problem. „In wenigen Minuten meldet sich unser Techniker bei Ihnen“, sagt ihm Pia Johnson von der Heidelberg Hotline. Erleichtert wartet Hasse auf den Rückruf.

Freitag, 7:35 Uhr

Klippan, Schweden, Eingang der Problemmeldung bei Heidelberg systemservice

Rund 70 Kilometer südlich von Hässleholm fährt Ulf Nilsson, Servicetechniker bei Heidelberg systemservice, gerade seinen Computer hoch, um seinen Einsatzplan für den Tag herunterzuladen. Da klingelt das Telefon, Pia ist am Apparat: „Hallo Ulf, bei Exakta in Hässleholm gibt es ein Problem. Könntest du dich bitte sofort darum kümmern und den Kunden anrufen?“ „Geht in Ordnung“, erwidert Ulf, der inzwischen auch auf seinem



Drucker Tommy Nordkvist und Hasse Gustafsson (von links) erkennen sofort: Die Greiferstange der Speedmaster SM 102 ist verbogen ...



... Hasse Gustafsson meldet das Problem umgehend bei Heidelberg systemservice. Der Countdown läuft ...



Noch 21 Stunden und 4 Minuten: ... im World Logistic Center treffen die Serviceteile an der Kommissionierungsstation ein ...



Noch 20 Stunden und 59 Minuten: ... die Serviceteile werden verpackt ...



Noch 20 Stunden und 52 Minuten: ... und an die Spedition übergeben ...

elektronischen Kalender den aktualisierten Einsatzplan mit dem Exakta-Einsatz vorliegen hat. Ulf öffnet die Datei mit den Kundendaten von Exakta und ruft Hasse an. Dieser schildert ihm das Problem. Ulf bietet Hasse an, nach Hässleholm zu kommen, um den Schaden sofort zu begutachten. „Ich kann in einer Stunde bei euch sein.“

Freitag, 8:42 Uhr

Hässleholm, Schweden, Fehlerdiagnose und Serviceteilbestellung

Ulf trifft bei Exakta ein. Gemeinsam mit Hasse untersucht er die Speedmaster SM102. Er öffnet den Deckel über dem Greifersystem, um besser erkennen zu können, was die Ursache des Maschinenausfalls ist. „Das Auslagesegment war nicht richtig positioniert. Dadurch konnte sich die Greiferstange nicht richtig drehen und hat sich deshalb verbogen“, erklärt er Hasse.

Nachdem Ulf die anderen Teile des Greifersystems überprüft hat, öffnet er auf seinem Laptop den elektronischen Teilekatalog von Heidelberg, um die Bestellnummern für die benötigten Serviceteile herauszusuchen. Mit Hilfe eines elektronischen „Serviceteile-Detektivs“ identifiziert er schnell und sicher die benötigten Teile einschließlich der Bestellnummern: Greiferstange, Auslegersegmente, Lager und Innenglieder samt Stiften sowie Nadelhülsen. Dann schickt er die Teilebestellung an die Heidelberg-Niederlassung in Malmö. Dort werden die benötigten Teile in den Serviceauftrag eingefügt.

Freitag, 10:09 Uhr

Wiesloch, Deutschland, Eingehen des Serviceauftrags

Knapp eineinhalb Stunden nach Ulfs Eintreffen bei Exakta geht rund 1.200 Kilometer Luftlinie weiter südlich im Heidelberg World Logistics Center (WLC) die Anfrage aus Malmö ein. Auf elektronischem Weg, über Glasfasernetze, gelangt sie in das Warenwirtschaftssystem von Heidelberg. Dort werden die Daten automatisch als Auftrag verbucht und mit dem Inventar abgeglichen. Rund 240.000 Original Heidelberg Serviceteile sind im WLC gelistet, über 110.000 davon sind sofort lieferbar – darunter auch die von Exakta bestellten Produkte. Deren vollautomatisierten Weg durch die Wieslocher Hallen können WLC-Mitarbeiter mit Hilfe einer speziellen Lagersoftware jederzeit nachvollziehen.

Unterdessen erhält Ulf in Schweden die elektronische Auftragsnummer, damit Hasse über Internet jederzeit nachverfolgen kann, wo sich die bestellten Serviceteile gerade befinden. Produktionsleiter Hasse ist jetzt zwar etwas beruhigt, doch er bleibt skeptisch: Vorsichtshalber erstellt er einen Notfallplan, falls die Speedmaster doch länger ausfallen sollte.

Freitag, 10:16 Uhr

Wiesloch, Deutschland, Abwicklung des Serviceauftrags

Unbeeindruckt davon läuft die Logistikmaschinerie im Wieslocher WLC auf Hochtouren: Ein Universum aus Stahl, Kabeln und Betriebsamkeit sorgt dafür, dass in der Regel nicht mehr als 60 Minuten zwischen Auftragseingang und Auslagerung der Teile vergehen. Wie von Geisterhand gelenkt flitzen hier Kisten und Päckchen, gefüllt mit Original Heidelberg Serviceteilen, durch eine riesige Halle, die eine Fläche von vier Fußballfeldern einnimmt. Darunter nun auch die Exakta-Teile, um die sich das automatisierte Lagersystem sofort kümmert: Zielsicher greift das Be- und Entladesystem aus dem Hochregal die richtige Kiste heraus und bringt sie zum zuständigen Mitarbeiter.

Innerhalb weniger Minuten befinden sich die Tablare mit den für Exakta bestimmten Serviceteilen auf dem Weg zur Kommissionierungsstation. Dort entnimmt WLC-Mitarbeiterin Stefanie Menrath die Auslegersegmente, Lager, Innenglieder, Stifte und Nadelhülsen ▶



WLC-Mitarbeiterin Stefanie Menrath mit den versandfertigen Serviceteilen für Exakta.



Startklar für den Transport zum Flughafen: Ronald Doherr von der Spedition TNT.

- für die Exakta-Bestellung, scannt deren Barcodes ein und legt die Teile in eine mit einem gemeinsamen Barcode versehene Kiste. Diese wandert per Förderband zum Verpacken, Wiegen und zum Versand – alles automatisch.

Am Warenausgang übernimmt das Logistikunternehmen TNT die Sendung. Im Versandwagen der Spedition, die im WLC sogar ein eigenes Büro unterhält, liegt auch schon die Greiferstange für die SM 102 bereit. Anders als die vier Kleinteile wurde die Stange dem Hochregallager direkt nebenan entnommen, wo rund 13.500 Großteile lagern. Zu diesem Zeitpunkt bestätigt die schwedische Niederlassung von Heidelberg dem Kunden, dass er seine Teile am nächsten Morgen erhalten wird. ►



Noch 20 Stunden und 42 Minuten: ... die Serviceteile kommen in den LKW ...



„So nah wie möglich am Kunden“

Täglich erhalten rund 1.600 Kunden in aller Welt Original Heidelberg Serviceteile zugestellt und eingebaut – pünktlich und zuverlässig. Möglich macht dies die globale Servicelogistik mit ihrem weltweiten Versorgungs- und Verteilungsnetz, einer intelligenten Planung, einer hochprofessionellen Technik und einer effizienten Versandsteuerung. Gemeinsam mit Andreas Doikas (Leiter Global Service Logistics) wirft Heidelberg Nachrichten einen Blick hinter die Kulissen des Netzwerks vom Heidelberg systemservice.

Herr Doikas, die globale Servicelogistik ist mit dem Ziel angetreten, Kunden weltweit innerhalb von 24 Stunden zu beliefern. Wie erreichen Sie das?

ANDREAS DOIKAS: Über unsere beiden hochmodernen Logistikkreisläufe: das World Logistics Center (WLC) in Wiesloch und das American Logistics Center (ALC) in Indianapolis. Das WLC, unser globales Logistikkreisläufigkeit, sichert bei rund 1.100 Lieferungen am Tag eine Teileverfügbarkeit von mehr als 95 Prozent an 364 Tagen fast rund um die Uhr. Es bedient Heidelberg-Kunden in aller Welt. Kunden in den USA, Kanada und Mexiko werden direkt vom ALC versorgt. Von dort gehen täglich bis zu 500 Lieferungen an unsere Kunden. Dies ermöglicht uns eine Übernacht-Expresszustellung mit Anlieferung am nächsten Arbeitstag.

Was ist mit Ländern, die aufgrund ihrer geografischen Lage nur schwer erreichbar sind?

ANDREAS DOIKAS: Unser Ziel ist es auch hier, so nah wie möglich am Kunden zu sein. Aus diesem Grund richtet Heidelberg gerade die erste von zwei Logistikkreisläufen im asiatischen Raum in Tokio (Japanese Logistics Center, JLC) ein, die im August 2006 an den Start gehen soll. Darüber hinaus erarbeiten wir auch immer wieder länderspezifische Sonderlösungen wie z.B. für Großbritannien und Kanada. Um auch hier am nächsten Tag flächendeckend ausliefern zu können, werden die Serviceteile vom

WLC bzw. ALC aus mit gecharterten Kurierflugzeugen ins Land gebracht und dort an das nationale Logistiknetz des von uns beauftragten Spediteurs übergeben. Aufwändige Zollabfertigungen vermeiden wir durch Kooperationen mit nationalen Logistikdienstleistern. Außerdem lagern wir unsere Serviceteile in den USA in einer Freihandelszone.

Lohnt sich ein derartiger Aufwand auch bei Kleinteilen, etwa bei Schrauben?

ANDREAS DOIKAS: Auf jeden Fall. Denn auch ganz kleine Teile können große Schäden nach sich ziehen, das haben wir mehr als nur einmal erlebt. Ich erinnere mich da an einen Vorfall im letzten Jahr in Portugal, wo eine Schraube im Wert von einem Euro einen Schaden von über 300.000 Euro verursachte. Nur mit Originalteilen von Heidelberg kann der Kunde sicher sein, höchste Qualität zu erhalten. Im Rahmen der Heidelberg systemservice-Philosophie ist dies ein wichtiger Baustein zur Sicherung eines störungsfreien Betriebs. Wir wählen Materialien und Zulieferteile nach strengen Kriterien im Rahmen von Dauer- und Belastungstests aus. Nur was unseren extrem hohen Anforderungen dauerhaft standhält, wird für den Einsatz beim Endkunden freigegeben, um Maschinenschäden und -stillstandszeiten, die in der Vergangenheit zu hohen Folgeschäden führten, zu vermeiden. ■



Noch 8 Stunden und 17 Minuten: ... ab ins Flugzeug Richtung Schweden ...



Noch 1 Stunde und 2 Minuten: ... Servicetechniker Ulf Nilsson fährt bei Exakta vor ...



Endspurt: ... Ulf Nilsson hat die Maschine repariert und kontrolliert das Greifersystem.

Freitag, 10:38 Uhr

Wiesloch, Deutschland, Versand der Serviceteile

Ein Mitarbeiter von TNT lädt die beiden Kartons mit den kleineren Serviceteilen für Exakta in einen Transporter. Weitere Pakete kommen hinzu, bevor sich der Wagen mit der Exakta-Ware auf den Weg zu einer Luftfracht-Drehscheibe in Belgien macht: den Flughafen Liège. Nach etwas mehr als vier Stunden Fahrtzeit wird die Sendung für Exakta in die Flughafen-Logistik eingespeist; gegen Mitternacht startet dann eine Maschine gen Schweden – die beiden Exakta-Pakete im Bauch.

Samstag, 3:59 Uhr

Flughafen Stockholm, Schweden, Ankunft der Serviceteile

Vom Flughafen Stockholm aus werden die Teile von TNT nach Hässleholm gefahren. Dort befindet sich ein so genannter Drop-off-Point – eine Art „Mitnahmestation“, wo in Sonderfällen, z.B. an Wochenenden, Heidelberg Techniker die Waren entgegennehmen, um bereits vor 7:00 Uhr beim Kunden mit der erforderlichen Reparatur zu beginnen. Deshalb klingelt Ulfs Wecker an diesem Morgen auch etwas früher als sonst: Er schaltet seinen Computer ein und versichert sich via Internet, dass die Exakta-Lieferung beim Drop-off-Point vorliegt. Gegen 6:00 Uhr macht er sich auf den Weg – schließlich will er zu Beginn der Frühschicht bei Exakta eintreffen.

Samstag, 7:00 Uhr

Hässleholm, Schweden, Reparatur der Speedmaster SM 102

Pünktlich kommt Ulf mit den Serviceteilen beim Kunden an. Nach einer kurzen Begrüßung macht er sich an die Reparatur der Maschine. Er baut die Trommel, die verbogene Greiferstange und die Auslegersegmente aus und setzt die Original Heidelberg Teile ein. Danach justiert er die beiden Ketten rechts und links vom Greifersystem. Anschließend bittet er Tommy, die Maschine zu starten: Sie läuft wieder tadellos. Um 9:30 Uhr drückt die Speedmaster wie gewohnt, 15.000 Bogen die Stunde. „Gut gemacht“, lobt Hasse. Nach nur 24 Stunden Unterbrechung läuft die Produktion wieder auf vollen Touren. ■

Daten & Fakten

Exakta AB
Hövdingegatan 29
281 33 Hässleholm
Schweden
Tel.: +46-451-850-25
www.exakta.se

www.heidelberg.com/hd/systemservice



systemservice

Strahlende Gesichter bei Hasse Gustafsson, Tommy Nordkvist und Ulf Nilsson (von links). Nach nur 24 Stunden läuft die SM 102 wieder tadellos.



PRINECT COLOR SOLUTIONS

Die Farbe im Griff

„Die Zeiten sind vorbei, in denen sich Agenturen und Industriekunden allein auf das gute Auge des Druckers verlassen“, Volker Felzen, Product Manager Prinect.



Drei Dinge braucht die Druckerei: Prinect Color Solutions, Prinect Production Solutions und Prinect Management Solutions. Aber es muss ja nicht gleich alles auf einmal sein. Qualitätssicherung, nachprüfbar und wiederholbare Druckergebnisse wissen Kunden immer stärker zu schätzen. Heidelberg Nachrichten nimmt deshalb den Bereich Prinect Color Solutions aus dem Prinect-Programm etwas genauer ins Visier.

Ob Papier, Druckfarben, Färbungsstandard oder Druckmaschine, viele Faktoren beeinflussen die Druckqualität. Deshalb ist es sinnvoll, für die individuellen Bedürfnisse im eigenen Unternehmen ein abgestimmtes Farbmanagement zu realisieren“, meint Volker Felzen aus dem Product Management Prinect der Heidelberger Druckmaschinen AG. Der Schlüssel zu einem modernen Farbmanagement liegt für ihn dabei in der digitalen Integration der Produktionsressourcen von Vorstufe und Drucksaal. Denn nur mit einem durchgängigen Farb-Workflow lässt sich eine verlässliche und exakte Abstimmung zwischen Proof, Platten und Druck erreichen. Wichtig für die Effektivität eines Farb-Workflows ist das optimale Zusammenspiel der eingesetzten Produkte. „Im Kern geht es dabei darum, Platten, Proof und Farbvoreinstellung so vorzubereiten, dass die Maschine so schnell wie möglich in Produktion gehen kann, erklärt Felzen. Die notwendigen Werkzeuge dazu bieten diejenigen Prinect-Module, die Heidelberg unter dem Begriff Prinect Color Solutions zusammenfasst.

Prinect ist ein durchgängiges Workflow-Management-System, das Softwarelösungen und Produkte zur effektiven Steuerung der Prozesse in einer Druckerei umfasst. Prinect ist modular aufgebaut. Dadurch lässt es sich an die individuellen Anforderungen der eigenen Druckerei ideal anpassen. Einzelne Bausteine sind dabei auch mit denen anderer Anbieter kombinierbar.

Was umfasst Prinect? Prinect deckt drei Bereiche ab: Prinect Color Solutions, Prinect Production Solutions und Prinect Management Solutions. Unter Solutions versteht Heidelberg praxisbezogene Anwendungsbeispiele. Die Prinect Color Solutions umfassen Produkte und Funktionen für einen farbsicheren und wirtschaftlichen Druck. Die Prinect Production Solutions verbinden Vorstufe, Drucksaal und

Weiterverarbeitung miteinander. Die in der Vorstufe erstellten Daten gehen damit automatisch zur Voreinstellung an die nachfolgenden Maschinen in Drucksaal und Weiterverarbeitung und stehen damit in der Produktion ohne Zeitverlust zur Verfügung. Prinect Management Solutions integrieren die Produktions- mit den betriebswirtschaftlichen Daten. Kalkulation, Disposition, Betriebsdatenerfassung, Rechnungsstellung bis hin zur Nachkalkulation können damit überwacht und gesteuert werden.

Die Prinect Color Solutions. Mit den Produkten der Prinect Color Solutions gelingt ein schnelleres und vor allem sicheres „In-Farben-Kommen“. Die Druckqualität ist damit jederzeit nachweisbar und auch wiederholbar. Unzufriedene Kunden, Reklamationen sowie teure Makulatur werden damit auf ein Minimum reduziert. Die Prinect Color Solutions verteilen sich dabei auf die Produktionschritte Vorstufe und Drucksaal. Für die Vorstufe bietet Prinect die Produkte Prinect Printready System, Prinect MetaDimension, Prinect Calibration Toolbox und die Prinect Profile Toolbox mit dem Quality Monitor. Im Drucksaal sind es das Prinect Prepress Interface, Prinect CP2000 Center sowie das Prinect Image Control.

Wie arbeiten Prinect Color Solutions in der Vorstufe? Von Kunden eingehende PDF-Druckdaten werden mit dem Prinect Printready System, einem auf JDF basierenden Vorstufen-Workflow, auf ihre Vollständigkeit und Druckfähigkeit geprüft. Alle Farben können dabei mit Hilfe von ICC-Profilen dem aktuellen Farbraum des Druckprozesses angepasst werden. Die Ausgabe des druckfähigen Dokuments erfolgt dann über das RIP, Prinect MetaDimension zur Kontrolle auf einem Proofer. Entspricht der Proof dem geforderten Ergebnis, übermittelt Prinect MetaDimension die Daten an den gewünschten Belich-



Prinect Color Solutions bilden einen abgestimmten Farb-Workflow für maximale Farbsicherheit und Produktivität von der Vorstufe bis zum Druck.

ter, Prinect MetaDimension erzeugt auch die digitalen Daten zur späteren Berechnung der Farbvoreinstellung an der Druckmaschine. Die Softwareprodukte Prinect Calibration Toolbox beziehungsweise Prinect Profile Toolbox dienen zur Erstellung von auf den Druckprozess angepassten Platten bzw. ICC-Profilen, die anschließend im Vorstufen-Workflow implementiert werden.

Die Leistungen der Prinect Color Solutions im Drucksaal. Das Prinect Prepress Interface errechnet aus den digitalen Daten der Vorstufe die Flächendeckungswerte für die Farbzonen der Druckmaschine und übergibt diese an die Maschinensteuerung Prinect CP2000 Center. Eine spezielle Datenbank ermöglicht es, Kennlinien zu speichern, die die unterschiedlichsten Produktionsparameter wie beispielsweise Papier und Farbe bei der Farbvoreinstellung berücksichtigen. Mit der neuen Funktion „Color Assistant“ wird der Drucker befähigt, diese spezifische Einstellung für die Produktion selbst zu erstellen bzw. falls erforderlich von Zeit zu Zeit anzupassen. Dies ermöglicht Einparungen von 15 Prozent bei der Einrichtezeit und bis zu 25 Prozent bei der Makulatur.

Mit dem spektralphotometrischen Messgerät Image Control erfolgt das präzise Regeln auf die gewünschte Sollfärbung und das Überwachen des Fortdrucks. Daneben bietet dieses Bildmessgerät eine Vielzahl weiterer Funktionen. Herauszuheben ist dabei die Option „Color Interface“ zur Unterstützung des Color Managements. Mit Hilfe dieses Moduls werden Daten aus der Druckproduktion für die Qualitätsanalyse oder zur Korrektur in der Vorstufe bereitgestellt.

Highlight von Prinect. Neu ist die Kontrolle des Farbprozesses innerhalb des durchgängigen Workflows mit kleinen Messelementen, so genannten Mini Spots, die auf dem Druckbogen stichprobenhaft platziert und mit dem Prinect Image Control gemessen werden. Diese

Daten können über einen speziellen Quality Monitor analysiert werden. Abweichungen von dem Färbungsstandard können damit schneller erkannt und gegebenenfalls durch Anpassung bei der Plattenkalibrierung oder den Farbprofilen durch Einsatz der Calibration und Profile Toolbox sehr schnell korrigiert werden. Der Quality Monitor lässt sich auf jedem PC installieren und der Bediener kann dann über das Netzwerk auf die Daten des Messgerätes Image Control zugreifen. Dadurch kann sich der Druckereileiter oder Qualitätsbeauftragte sehr schnell ein Bild von der erzielten Qualität machen.

Wer seine Zukunft auf verlässliche Daten und nicht auf wackelige Schätzungen aufbauen will, kommt um einen digitalen Workflow wie ihn Prinect bietet, nicht vorbei. „Gerade bei der Neukundengewinnung ist Überzeugungskraft wichtig. Wer da nicht auf solides Handwerkzeug verweisen kann, wird es immer schwerer haben, Kunden an sich zu binden. Die Zeiten sind vorbei, in denen sich Agenturen und Industriekunden allein auf das gute Auge des Druckers verlassen“, erklärt Volker Felzen und betont: „Die betriebliche Standardisierung sollte daher im eigenen Interesse liegen. Die Prinect-Produkte bieten eine solide Basis. Sie entbinden den Drucker jedoch nicht von seiner Eigenverantwortung im Druckbetrieb, denn der Maschinenbediener hat es nach wie vor selbst in der Hand, ob und wie er auf Abweichungen von der gewünschten Druckqualität reagiert.“ ■

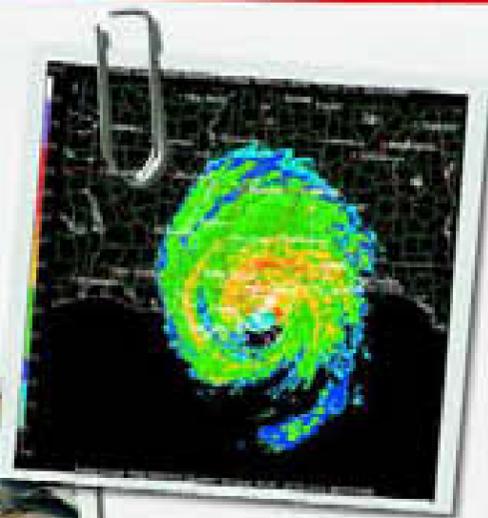
Daten & Fakten

www.heidelberg.com/hd/prinect

NATURKATASTROPHEN ALS WIRTSCHAFTSRISIKO

Der Gefahr ins Auge schauen





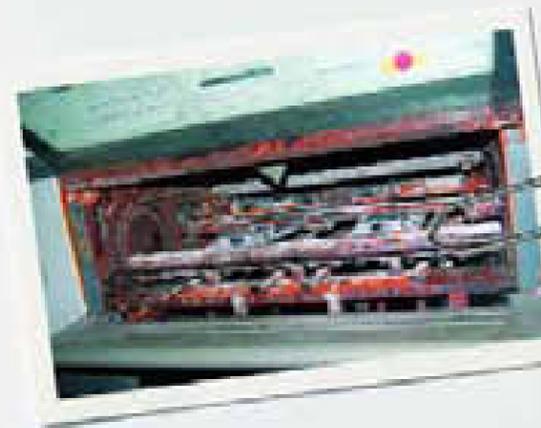
Hurrikan Katrina richtete in der Druckerei von Steve Singleterry, Knight-Abbey, einen Schaden von fünf Millionen US-Dollar an.

Der Tsunami in Südostasien, das Jahrhunderthochwasser in Zentraleuropa oder die jüngste Hurrikansaison in den USA – die Natur bedroht mit einer noch nie dagewesenen Wucht die Menschen und die Wirtschaft. Selbst in bislang sicher geglaubten Gebieten. Daher tun sinnvolle Maßnahmen Not, mit denen Druckereien ihr Geschäft gegen Betriebsausfälle oder gar Bankrott wetterfest machen können.

Es ist der 29. August 2005. Biloxi, eine Kleinstadt im US-Bundesstaat Mississippi, ist bereits evakuiert, als Steve Singleterry in seine Druckerei zurückkehrt. Der Inhaber von Knight-Abbey Commercial Printing will seine drei Welpen vor Hurrikan Katrina in Sicherheit bringen, der rund 130 Kilometer westlich New Orleans in den Fluten versinken lässt. Doch Singleterry unterschätzt die Gefahr: „Ich sah noch einen Lieferwagen durch das Fenster schleudern, dann kam schon die Flutwelle auf mich zu.“ In letzter Minute rettet er sich vor den tosenden Wassermassen zu

einem Dachsparren. An diesem hängt Singleterry schließlich acht Stunden, bevor er und seine Welpen wieder sicheren Boden unter den Füßen spüren. Allerdings fällt fast das ganze Druckerei-Equipment dem Salzwasser zum Opfer. Es entsteht ein Schaden von fünf Millionen US-Dollar.

„Biloxi sah aus wie nach einem Bombenangriff. Katrina wütete mit einer solchen Kraft, dass ein zwölfstöckiges Hotel rund 150 Meter weit einfach weggeschoben wurde“, berichtet Ed Chalifoux, Vizepräsident vom Branchenverband Printing Industry Association of the South (PIAS) in Nashville. Er



Die Flutwelle ließ innerhalb kürzester Zeit die Elektronik des gesamten Equipments korrodieren, etwa an der Polarschneidemaschine (Bild oben) und an den Druckmaschinen. (Bild unten)

glaubt, dass gut ein Viertel der ehemals rund 170 Druckereien in Biloxi und New Orleans nicht mehr öffnen wird. Von den Top-Ten-Druckereien in der Südstaatenmetropole New Orleans haben nur drei überlebt.

Wetterextreme als Normalfall. Mit einem volkswirtschaftlichen Schaden von rund 125 Milliarden US-Dollar ist Hurrikan Katrina die bislang teuerste Katastrophe überhaupt. Der Amerikanische Rückversicherungsverband RAA beziffert die versicherten Schäden auf 40 bis 45 Milliarden US-Dollar (zirka 33,5 bis 37,7 Milliarden Euro). Gut die Hälfte der Summe entfällt auf die Wirtschaft (ohne den Energie- und Seesektor). Das zerstörte Anlagevermögen schlägt mit rund 16 Milliarden US-Dollar zu Buche und die Produktionsausfälle mit etwa 9 Milliarden US-Dollar.

Das Beunruhigende: Katrina ist kein Einzelfall. „Extreme Wetterereignisse wie Hitzewellen, Dürren, Stürme und Überschwemmungen nehmen an Häufigkeit und Intensität zu. Bereits in den vergangenen zehn Jahren traten große Wetterkatastrophen fast dreimal so häufig auf wie in den 1960er Jahren“, konstatiert Ernst Rauch, Experte bei der Geo-Risiko-Abteilung der Münchener Rück, dem zweitgrößten Rückversicherer weltweit. Gerade die Rückversicherer beobachten die Klimaentwicklung sehr genau, sind sie es doch, bei denen die meisten Versicherungen einen großen Teil ihrer Risiken absichern.

Eine der Ursachen für die Zunahme der Wetterextreme ist sehr wahrscheinlich der Treibhauseffekt. So lässt die Erderwärmung die Oberflächentemperaturen der Meere ansteigen. Aus deren wachsendem Energiegehalt speisen sich die Winde wie aus einem Kraftwerk. Die Folge: Wirbelstürme gewinnen nicht nur an Stärke, wie Katrina, Wilma und Rita in 2005 gezeigt haben, die allesamt unter den Top Ten der stärksten Hurrikane aller Zeiten rangieren. Hurrikane treffen inzwischen auch Regionen, die bisher als sicher galten, wie etwa 2005 die Kanaren. Ein Novum war auch der tropische Wirbelsturm Catarina im Südatlantik, der sich 2004 über Brasilien austobte. Meteorologen hielten das für unmöglich,

weil das Wasser dort als zu kalt galt. Darüber hinaus suchten ebenfalls in 2004 zehn Taifune Japan heim, so viele wie nie zuvor in einem Jahr.

Trügerische Sicherheit. Für genaue Vorhersagen ist es laut Rauch noch zu früh. Doch rechnen manche Klimaforscher etwa auch in Europa häufiger mit Winterstürmen: Durch die Erderwärmung schwächt sich das kontinentale Kältehoch über Russland ab. Es kann somit nicht länger eine Barriere gegen die vom Meer heranziehenden Sturmtiefs bilden. Darüber hinaus werden außergewöhnlich heiße Sommer wie in 2003 zunehmen, damit steigt auch das Risiko von Unwettern. Höhere Temperaturen bedeuten gleichzeitig ▶



Naturkatastrophen wie Überschwemmungen, Erdbeben oder Dürre werden in den kommenden Jahren weiter zunehmen.

einen höheren Energiegehalt in der Atmosphäre und die Möglichkeit, mehr Feuchtigkeit aufzunehmen. Häufigere und intensivere Gewitter, Hagel, Sturzfluten und Starkwinde sind die Folge.

„Über all den Wetterextremen sollte man jedoch nicht vergessen, dass viele Menschen ständig in potenziellen Risiko-regionen leben. Man denke nur an jene Küstenabschnitte, die unter dem Meeresspiegel liegen, etwa in Holland, oder an erdbebengefährdete Gebiete wie Kalifornien oder Japan. Allerdings wird diesen Gefahren bislang zu wenig Bedeutung beigemessen, die Menschen haben sich daran gewöhnt“, warnt Experte Rauch. Und das kann sich als kostspieliger Fehler erweisen.

Von der Flutwelle überrascht. Es gilt daher, vorbereitet zu sein. Knight-Abbey in Biloxi hatte vorgesorgt. Denn Hurrikane gehören zum Leben der Menschen an der amerikanischen Golfküste wie der Kater nach Mardi Gras. Aber Hurrikan Katrina war einfach eine Nummer zu groß: „Die Messlatte unserer Notfallmaßnahmen war Hurrikan Camille, der 1969 die Golfregion verwüstete. Damals waren die Flutwellen sechs Meter hoch, aber die von Katrina erreichten zehn Meter“, berichtet Benson Young, Chief Technology Officer bei Knight-Abbey. Der Betrieb war daher auf einen Sturm eingerichtet, nicht aber auf eine Flutwelle: „Wir erwarteten schlimmstenfalls ein beschädigtes Dach, durch das Regenwasser tröpfeln könnte“, ergänzt Inhaber Singleterry.

Das Salzwasser hinterlässt verheerende Schäden an den neueren Druckmaschinen, im Nu korrodiert die gesamte Elektronik. „Bei Süßwasser hätten wir 70 Prozent unserer Maschinen reparieren können, infolge des Meerwassers funktionieren nur noch 10 bis 15 Prozent, darunter ein Hei-

delberg-Tiegel“, stellt Young fest. Das traurige Resultat: Druckmaschinen im Wert von drei Millionen US-Dollar und Material wie Papier und halbfertige Ware im Wert von zwei Millionen US-Dollar sind nicht mehr zu retten. Knight-Abbey ist zwar versichert, allerdings reicht die Schadensdeckung nicht aus. Diese liegt üblicherweise bei einer halben Million US-Dollar.

Young ist dennoch zuversichtlich, den Wiederaufbau zu schaffen. Das Geschäft brummt, nicht zuletzt weil viele Unternehmen sämtliche Formulare neu drucken lassen müssen. Außerdem verfügt das Unternehmen über lukrative Kunden wie die großen Casinos sowie Firmen in anderen Teilen der USA. Darüber hinaus profitiert die Druckerei von einem Netzwerk von Geschäftspartnern, die für ein halbes Jahr die Druckaufträge übernehmen, so lange, bis Knight-Abbey im März 2006 wieder selbst drucken kann. Neben der fehlenden Ausrüstung mangelt es dem Betrieb auch an Arbeitskräften. Von den ursprünglich 60 Mitarbeitern sind noch 30 übrig. Die meisten sind weggezogen, in sichere Gebiete, zumal es kaum Wohnraum gibt. ▶

„Infolge des Salzwassers funktionieren nur noch 10 bis 15 Prozent unserer Maschinen.“ Benson Young

Ratschläge

Schlimmster anzunehmender Fall als Messlatte: Richten Sie den Notfallplan immer an der größten Katastrophe aus, die Sie sich vorstellen können.

Hilfsnetzwerke von Druckereien: Partner-Druckereien außerhalb der Gefahrenzone können im Notfall Aufträge übernehmen.

Regional gestreuter Kundenstamm: Akquirieren Sie Kunden an unterschiedlichen Standorten, damit diese nicht alle auf einmal Opfer einer Katastrophe werden können.

Ausreichender Versicherungsschutz: Neben der Versicherungssumme ist auch die Art des Schutzes entscheidend. Bei Hurrikans gilt es zum Beispiel, sich nicht nur gegen Sturm-, sondern auch gegen Wasserschäden abzusichern.



Bei Knight-Abbey versank die komplette Ausrüstung im Salzwasser.



Noch immer liegen Teile der amerikanischen Golfküste in Trümmern.

Katastrophe als Chance. Aufgrund der zerstörten Infrastruktur ist Knight-Abbey seit Katrina bereits dreimal umgezogen. Es wird ein bis zwei Jahre dauern, bis wieder Normalität eingetreten ist. „Wir bauen die Druckerei in einer sicheren Gegend von Biloxi neu auf. Schon deshalb, weil die Versicherungsprämien für die überfluteten Gebiete in die Höhe geschossen sind und manche Versicherer für diese Risiken keine Policen mehr anbieten“, erklärt Singleterry. Und Young ergänzt: „Wir nutzen die Gelegenheit, um zu expandieren und die Verbesserungen vorzunehmen, die wir schon immer vorhatten.“ Dazu zählen die Restrukturierung des Unternehmens und die Einführung von State-of-the-Art-Technologie.

Young sieht Katrina als Chance, aus Fehlern der Vergangenheit zu lernen. Auch was den Katastrophenschutz angeht: „Wir werden viel Zeit darauf verwenden, einen neuen Notfallplan zu erarbeiten. Oberste Priorität hat die Sicherheit der Ausrüstung.“ Darüber hinaus plant er, den Versicherungsschutz zu erhöhen. Doch ganz auf die Versicherung verlassen will er sich auch in Zukunft nicht. Denn eine der wichtigsten Lektionen, die Knight-Abbey aus Katrina gelernt hat, ist: „Man kann nie gut genug vorbereitet sein.“ ■

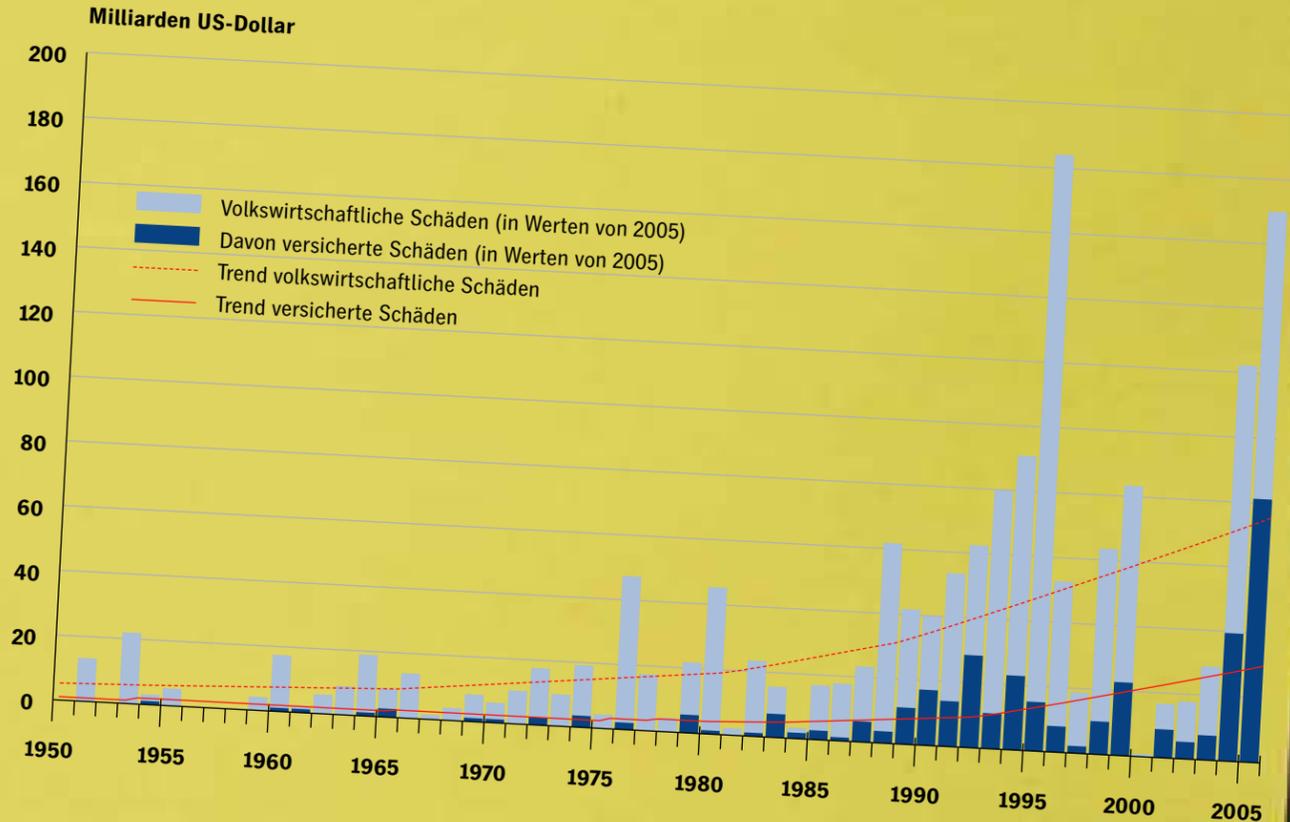
Daten & Fakten

Knight-Abbey Commercial Printing Company
 1030 Howard Avenue
 Biloxi, MS 39530
 USA
 Tel.: +1-228-374-3298
 Fax: +1-228-347-3304
 E-Mail: info@knightabbey.com
 www.knightabbey.com

Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft
 Aktiengesellschaft in München
 Königinstraße 107
 80802 München
 Deutschland
 Tel.: +49-(0)-89-3891-0
 Fax: +49-(0)-89-3990-56
 www.munichre.com

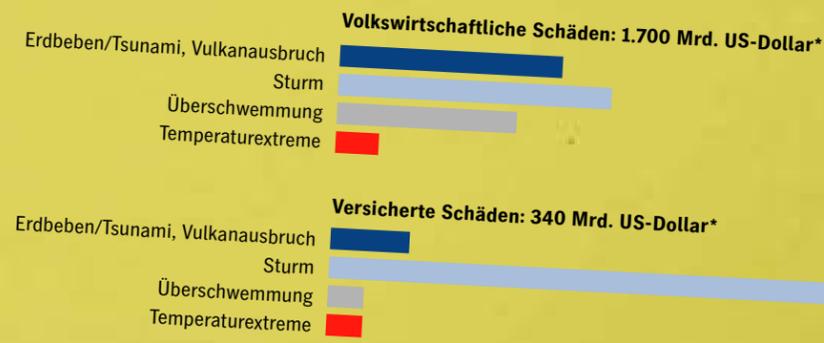
Weltweit steigende wirtschaftliche Schäden durch große Naturkatastrophen

In 2005 schnellten die volkswirtschaftlichen Schäden aller Naturkatastrophen auf eine Rekordhöhe von über 200 Milliarden US-Dollar, davon gingen allein mehr als 160 Milliarden US-Dollar auf das Konto der so genannten großen Naturkatastrophen. Dabei handelt es sich – in Anlehnung an Definitionen der Vereinten Nationen – um Katastrophen, welche die Selbsthilfefähigkeit der betroffenen Regionen deutlich überschreiten und überregionale oder internationale Hilfe erfordern. Dies ist in der Regel der Fall, wenn die Zahl der Todesopfer in die Tausende und die der Obdachlosen in die Hunderttausende geht; oder wenn die volkswirtschaftlichen bzw. versicherten Schäden außergewöhnlich hoch sind.



Große Naturkatastrophen – die unterschätzte Gefahr

Wie die Daten der Jahre 1950 bis 2005 zeigen, öffnet sich die Schere zwischen volkswirtschaftlichen und versicherten Schäden. Besonders Überschwemmungen sind nicht ausreichend abgesichert.



*in Werten von 2005

Quelle: Münchener Rück, NatCatSERVICE



DRUCKMARKT GROSSBRITANNIEN

Schneller, schöner, billiger!

Nach zwei rückläufigen Jahren in Folge war der Umsatz der englischen Printmedien-Industrie im Jahre 2004 erstmals wieder gestiegen: Mit rund 22,5 Milliarden Euro erwirtschafteten die Druckereibetriebe im Vereinigten Königreich ein Umsatzplus von 2,5 Prozent. Über die aktuelle Situation und die weiteren Aussichten der Druckereien in England sprach die Heidelberg Nachrichten mit George Clarke, dem Chef von Heidelberg Graphic Equipment Ltd. in Großbritannien.

Herr Clarke, geben Sie unseren Lesern einen Eindruck von der Druckbranche in England: Wie setzt sich der Markt zusammen?

GEORGE CLARKE: Als Bestandteil des Druck-, Verlags- und Papiersektors gehört die Druckbranche zum fünftgrößten Wirtschaftszweig des Königreichs. Nach Angaben der BPIF (British Printing Industries Federation, Britischer Druckindustrie-Verband; Anm. d. Red.) arbeiten hier etwa 185.000 Menschen in 12.000 Druckereibetrieben. Allerdings zählen lediglich 550 Betriebe mehr als 50 Beschäftigte – oder anders ausgedrückt: Druckereien mit weniger als 20 Mitarbeitern stellen 90 Prozent der gesamten Branche. Zwar ist die Anzahl der Druckereien in den letzten Jahren ebenso zurückgegangen wie die durchschnittliche Mitarbeiterzahl pro Druckerei, doch ist das Volumen bedruckter Bögen im gleichen Zeitraum gleich geblieben oder gar gestiegen. Die Druckereien von heute sind also hochproduktiv.

Und welche Produkte werden in Großbritannien durch die hochproduktiven Druckereien gefertigt?

GEORGE CLARKE: Laut den jüngsten uns vorliegenden Zahlen der BPIF machen Werbedrucksachen – gemessen am Umsatz – den Löwenanteil aus. Bücher und Broschüren ohne werblichen Charakter folgen mit deutlichem Abstand. Die drei nächstkleineren Sparten „Eintrittskarten und Veranstaltungsprogramme etc.“ sowie „Periodika“ und „Verpackungen“ erreichen zusammen etwa das Niveau der Werbedrucksachen allein.

Decken diese Produkte hauptsächlich den Inlandsbedarf oder werden sie exportiert?

GEORGE CLARKE: Aufgrund unterschiedlicher und zudem nicht topaktueller Datengrundlagen ist es schwierig, diesbezüglich eine wirklich verlässliche Aussage zu treffen. Ich kann Ihnen jedoch ein paar Anhaltspunkte nennen: Bei einem Gesamtumsatz

von 21,7 Milliarden Euro im Jahr 2003 gingen Drucksachen im Wert von 3,5 Milliarden Euro ins Ausland, wobei das Export-Volumen um rund 900 Millionen Euro über dem Import-Volumen lag. Damit war die „Außenhandelsbilanz“ der britischen Druckindustrie im Jahr 2003 so gut wie seit 12 Jahren nicht mehr.

Wie hat sich der Markt in den vergangenen Jahren entwickelt?

GEORGE CLARKE: Der britische Druckmarkt ist sicher nicht weiter entwickelt als diejenigen anderer Industrienationen, aber es gibt ein paar Besonderheiten. Ursache dafür ist vor allem der Umstand, dass die hiesige Rezession früher einsetzte als in anderen westlichen Märkten. Diese Rezession brachte erhebliche Einschnitte auf breiter Basis mit sich und hielt zudem lange an. Infolgedessen mussten sich die Drucker hierzulande vergleichsweise zeitig und nachhaltig an veränderte Rahmenbedingungen anpassen; das heißt: ihre Betriebe schlanker, effizienter und bedarfsorientierter aufstellen. Dadurch fand eine Art „Industrialisierung“ auch kleinerer Betriebe statt. Preis- und Zeitdruck sind in den letzten Jahren derartig gestiegen, dass es klassische, quasi „isolierte“ Familienbetriebe immer schwerer haben, sich zu behaupten. Bei einer branchentypischen Rentabilität von gerade mal 3,2 bis 4,3 Prozent waren die Drucker gezwungen, ihre Produktivität zu erhöhen, ihre Kosten zu senken, ihren Umsatz zu steigern und ihren Kunden diverse Mehrwerte anzubieten, um überhaupt noch eine brauchbare Marge erwirtschaften zu können.

Sie sprachen den Zeitdruck an. Spielt das Tempo in Großbritannien eine besondere Rolle?

GEORGE CLARKE: Das ist sicher ein wesentlicher Aspekt: Online-Auktionen von Druckjobs nehmen zu, und kurze Durchlaufzeiten sowie schnelle Auftragswechsel sind generell unabdingbar. Nicht umsonst haben wir im Vereinigten Königreich überpropor- ▶

„Der Markt wird von den Druckern weiterhin alles verlangen: hohes Tempo, hohe Qualität und niedrige Kosten.“

George Clarke



tional viele lange Wendemaschinen installiert, also Perfektoren mit acht, zehn oder zwölf Farben. Lange Wendemaschinen machen hier fast die Hälfte aller Installationen im 102er-Format aus – bei weiter steigender Tendenz. Rund drei Viertel davon stammen aus dem Hause Heidelberg. In absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet dies, dass Heidelberg hierzulande etwa 200 lange Wendemaschinen im Markt hat. Übrigens sind 26 davon schon mit CutStar-Rollenquerschneidern ausgestattet; auch dies ein zunehmender Trend. Konfigurationen wie diese versetzen unsere Kunden unter anderem in die Lage, eine Vielzahl von Aufträgen innerhalb kürzester Zeit zu marktfähigen Preisen abzuwickeln.

Und wie steht es um die Qualität?

GEORGE CLARKE: Auch diesbezüglich sind die Ansprüche gestiegen. Dafür sorgen unter anderem so genannte „print management companies“, die hierzulande schon deutlich weiter verbreitet sind als in Kontinental-Europa oder gar USA. Ganz abgesehen davon beauftragen diese „Druck-Broker“ einen immer höheren Anteil des gesamten britischen Druckvolumens; derzeit etwa zehn Prozent und steigend. Diese Zwischenhändler lassen oft bei unterschiedlichen Unternehmen produzieren, wollen dabei aber sicher sein, dass sie von allen beteiligten Betrieben die gleiche Druckqualität erhalten. Anders formuliert: Die einmal definierte Qualität soll an anderen Standorten reproduzierbar sein. Damit kommt etwa dem Farbmanagement oder auch einem standardisierten Offsetdruck-Prozess eine besondere Bedeutung zu. In dieser Hinsicht haben wir einiges zu bieten, und deshalb verlassen sich die größten Print Management Companies im Lande zumeist auf Kunden von Heidelberg. Hier stimmt der Dreiklang aus Produktivität, Kosten und schließlich Qualität.

Gibt es weitere Trends, die sich derzeit abzeichnen?

GEORGE CLARKE: Neben dem Prinzip, möglichst viele verschiedene Jobs in möglichst kurzer Zeit bei definierter Qualität zu marktfähigen Preisen anbieten zu können, spezialisieren sich manche Drucker auch auf Nischen. Dabei geht es meist in Richtung besonders hochwertiger, veredelter Druckprodukte. Auch in diesem Sektor machen sich entsprechend konfigurierte Maschinen bezahlt; z.B. im Hinblick auf UV- oder sonstige Lackapplikationen.

Wie können Sie den Heidelberg-Kunden helfen, sich angesichts all dieser Rahmenbedingungen am Markt zu behaupten?

GEORGE CLARKE: Der Markt wird von den Druckern weiterhin alles verlangen: hohes Tempo, hohe Qualität und niedrige Kosten. Darauf können wir unsere Kunden z.B. mit Hilfe einer Art „Drucksaal-Analyse“ trimmen, die für jede Druckerei Effizienzsteigerungspotenziale eruiert. Um verschiedene Produkte auf hohem

Qualitätsniveau möglichst schnell produzieren zu können, ist außerdem unsere Workflow-Software Prinect sehr von Vorteil. Übrigens kann sich Prinance bei der Teilnahme an Online-Auktionen auch deshalb auszahlen, weil man damit sehr schnell eine verlässliche Kostenkalkulation aufstellen kann. Wer bereits eine lange Wendemaschine hat, kann deren Produktivität z.B. durch den Einsatz von Rollenquerschneidern wie dem CutStar noch erhöhen. Und wer die Investition in eine lange Wendemaschine scheut, kann womöglich von den schnellen Rüstzeiten, der enormen Druckgeschwindigkeit und der überragenden Qualität der Speedmaster XL 105 profitieren. Nicht zuletzt haben wir auch flottes Finishing-Gerät im Angebot, und selbst Sonderwünsche können wir mit Sondermaschinen erfüllen. Von der eigentlichen Hard- und Software mal ganz abgesehen bieten wir unseren Kunden ja auch diverse Dienstleistungen wie etwa einen Rund-um-die-Uhr-Service an, der für unsere vielen Dreischicht-Betriebe Gold wert ist. Und noch ein Tipp: Wer im April in England weilt, kann sich auf der IPEX gern selbst von all meinen Ausführungen überzeugen! ■

Daten & Fakten

George Clarke: Beruflicher Werdegang

Abschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität von Manchester (UMIST).
Wirtschaftsprüfer bei Peat Marwick Mitchell & Co (KPMG).
Beendigung der Karriere als Wirtschaftsprüfer und Eintritt bei BTR Plc.
1985 Designer Leiter der Finanzabteilung von Heidelberg UK.
1992 Zusätzliche Bestellung zum Company Secretary von Heidelberg UK (Gesellschaftssekretär und Schriftführer).
1995 Ernennung zum Vertriebsdirektor von Heidelberg UK.
2000 Geschäftsführer von Heidelberg UK.
2003 Präsident von APMI (Association of Printing Machinery Importers).
2004 Mitglied bei Picon Council (Eigentümer von IPEX).
Mitglied des Beratungsausschusses von IPEX (IPEX Advisory Committee – IAC).

Persönliche Angaben

Verheiratet, Vater von vier Kindern
Private Interessen: Oldtimer, Genealogie, Holzhandwerk und Geschichte.
Liveryman of the Worshipful Company of Cutlers – Mitglied der ehrenwerten Zunft der Messerschmiede.

www.heidelberg.com/hd/VertretungUK

www.heidelberg.com/hd/SM102Wendemaschinen



HOLZLETTERN MANUFAKTUR HAMBURG, DEUTSCHLAND

Mit alter Technik zu neuen Ideen

Im „Museum der Arbeit“ in der norddeutschen Metropole Hamburg können Besucher erfahren, wie in früheren Zeiten Holzbuchstaben hergestellt wurden und damit Drucke entstanden. Der Grafikdesigner Daniel Janssen hat dafür die letzte Holzlettern Manufaktur Deutschlands restauriert und in einer Schauwerkstatt aufgebaut.



Mit knappen Slogans in großen, klaren Buchstaben informieren uns Plakate über Sonderangebote, Veranstaltungsankündigungen oder Wahlkampagnen. Nicht nur die Bilder, auch die Worte sollen schon aus der Ferne aufgenommen werden. Doch wie gelangten die überdimensionalen Buchstaben aufs Papier, bevor das Zeitalter moderner Druckmaschinen und Computertechnologien anbrach? Große

Buchstaben wurden früher aus Holz gesägt oder gefräst, auf einer Platte zu Sätzen zusammengelegt und dann zu Schriftzügen auf den Bogen gedruckt.

Robuste Buchstaben aus Holz. Da die Produktion großer Buchstaben aus Blei mit viel Aufwand und Kosten verbunden war, wurden Buchstaben aus Holz hergestellt. Das Holz stammte aus Birnen-,

Ahorn- oder Buchsbäumen, die durch ihre robuste Struktur der hohen Belastung der Druckwalzen besonders gut standhielten und sich durch ihre kurzen Fasern ideal bearbeiten ließen. Schon Anfang des 19. Jahrhunderts wurden Holzlettern für den Druck von Plakaten und Überschriften eingesetzt. Vor allem in England und den USA wurde im Zuge der aufkommenden Werbung der Bedarf nach neuen Schriften mit ausgefallenen Designs immer größer. Zahlreiche Firmen spe-

zialisierten sich auf die Produktion von Holzschriften, den so genannten Plakatschriften. Anders war es in Deutschland, wo die Produktion gegen Mitte des 19. Jahrhunderts einsetzte: Hier produzierten ausschließlich die Schriftgießereien Holzbuchstaben, die auch Bleilettern herstellten. Darüber hinaus waren sie weniger experimentell, so dass die deutschen Plakatschriften die strengen und geradlinigen Formen der Bleischriften in größerer Ausführung wiedergaben. ▶



Mit dem Schriftmusterbuch machen Daniel und Sylvia Janssen Technik und Anwendung der Holzlettern greifbar: Es zeigt alle 79 Schriften der unterschiedlichen Gießereien und dient als Vorlage für neue Schriftsätze.

Holzlettern hielten allerdings längst nicht so lange wie Lettern aus Blei. Je länger sie in Gebrauch waren, desto stärker nutzten sich Oberfläche und Kanten ab, wodurch das Druckbild immer unschärfer wurde. Nach etwa 30 Jahren waren Holzlettern nicht mehr für den Druck einsatzfähig. Mit zunehmender Automatisierung durch den Offsetdruck im 20. Jahrhundert wurde die Nachfrage nach Holzlettern immer geringer. Demnach stellten die deutschen Schriftgießereien die Produktion von Holzlettern im Laufe der 1960er Jahre ein. Die noch verbleibende Nachfrage deckte die Firma „Gedi-Schriften“ der Gebrüder Diller aus Bamberg ab. Allerdings wurde der Bedarf bald so gering, dass auch sie ab 1975 keine Holzlettern mehr herstellte.

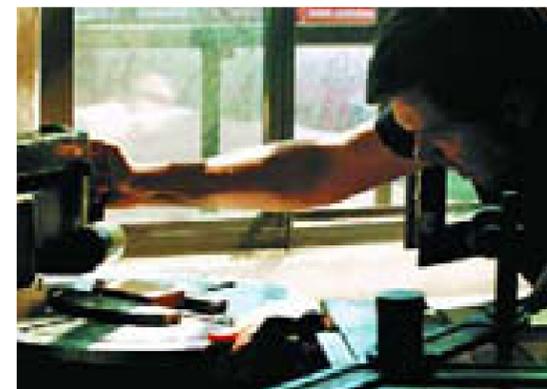
Eine einmalige Gelegenheit. Bevor er im März 2000 seine Heimatstadt Düsseldorf verließ, um an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) in Hamburg Grafikdesign zu studieren, hat Daniel Janssen als Graveurmeister gearbeitet und Prägewerkzeuge für Druck-

maschinen hergestellt. Später nutzten ihm diese Kenntnisse, denn neben seinem Studium half er in der Metallwerkstatt des „Museums der Arbeit“ aus. Der Abschluss seines Studiums rückte näher und Janssen suchte nach einem Thema für seine Diplomarbeit. Ungefähr zur gleichen Zeit, im Mai 2004, übernahm das Museum die letzte noch existierende Holzlettern Manufaktur Deutschlands von der Firma Gedi-Schriften. „Ich hatte die einmalige Gelegenheit in Zusammenarbeit mit dem Museum die Holzlettern Manufaktur wieder betriebsfähig zu machen – und machte dieses Projekt zum Thema meiner Abschlussarbeit“, berichtet der 32-jährige Janssen.

Gemeinsam mit seiner Frau Sylvia (29), die ebenfalls Grafikdesign studiert hat, baute Janssen die Werkstatt in der grafischen Abteilung des Museums auf und machte die Manufaktur wieder funktionsfähig. „Als wir die Werkstatt zum ersten Mal sahen, waren wir überrascht, in welchem gutem Zustand sie war“, erinnert er sich. „Die ganze Sammlung war vollständig und sauber verpackt“, fügt er hinzu.

Neben einer Holzletternfräse der Firma Klingspor von zirka 1920 besteht die Sammlung aus 79 Sätzen mit Originalschablonen historischer Holzlettern der wichtigsten deutschen Schriftgießereien von berühmten deutschen Schriftgestaltern. Werkzeuge zur Vor- und Nachbereitung der Lettern gehören auch dazu. „Die Schablonen sind die wahren Schätze, die das Museum hat“, sagt Janssen. Genau

Janssen lässt an der Holzletternfräse einen neuen Buchstaben entstehen: Er spannt eine Schablone in die Fräse (Bild rechts) und umfährt mit dem Taststift die Konturen des Buchstaben (Bild links).



wie die anderen Schablonen dient diese heute noch als Muster für die Herstellung neuer Holzlettern. Um die Schablonen einsatzfähig zu machen, hat das Ehepaar Janssen viel Zeit und Mühe investiert: Jeden der aus 210 Zeichen bestehenden Schablonensätze nahmen sie auseinander und prüften ihn auf Vollständigkeit und Richtigkeit.



alte Technik wieder belebt. Mit der Holzletternfräse kann Janssen aus Holzblöcken anhand einer Schablone neue Buchstaben herstellen. Der Pantograf, eine Vorrichtung aus vier zu einem beweglichen Parallelogramm zusammengefügt Metallarmen, überträgt die Buchstabenvorlagen im verkleinerten Maßstab auf den Holzblock. Janssen demonstriert, wie ein neuer Buchstabe entsteht: „Für die Verkleinerung rechnet man den Maßstab aus und stellt dementsprechend alle Arme gleich ein, damit die Proportionen erhalten bleiben“, erläutert er. Feine Holzspäne fliegen von dem Block Birnbaumholz ab, den er bearbeitet. Janssen stoppt die Fräse, entnimmt den neu entstandenen Buchstaben, bläst ihn von den Spänen frei und betrachtet die Letter. „Die Ecken muss man von Hand stechen, denn da kommt der Fräser nicht hin“, meint er und schnitzt sie behutsam mit einem speziellen Schneidwerkzeug aus. „Man muss wirklich vorsichtig sein. Wenn man jetzt falsch sticht, kann man den ganzen Buchstaben ruinieren“, erklärt Janssen. Anschließend bringt er den frisch geschnittenen Buchstaben auf die Oberflächenfräse, mit der er alle Lettern eines Schriftzuges auf dieselbe Höhe bringt, damit die Walzen sie später beim Druck fassen können.

Um die Technik und die Anwendung der Holzlettern Manufaktur zu veranschaulichen, hat der Grafikdesigner Begleitmaterial erstellt: ein Schriftmusterbuch, ein Projektheft und verschiedene Anwendungsbeispiele. Das Schriftmusterbuch verschafft einen Überblick über alle 79 Schriften der unterschiedlichen Gießereien und ist ein wichtiges Werkzeug für die Produktion neuer Schriftsätze. Als Blindtext diente der Schriftzug „Hamburg“. Das Projektheft beinhaltet nähere Angaben über die Geschichte und Absicht der Holzlettern Manufaktur. Um den Nutzen der Holzschriften greifbar zu machen, hat Janssen eine Mappe mit Anwendungsbeispielen zusammengestellt. In diesen Arbeiten hat er seiner Inspiration freien Lauf gelassen. ▶



Durch das pantografische Gelenksystem der Holzletternfräse (Bild oben) überträgt Janssen die Form einer Buchstabenschablone verkleinert auf einen Holzblock (Bild unten).



Ein neu entstandener Buchstabe aus Birnbaumholz: Janssen pustet einmal kräftig, damit auch die letzten feinen Späne vom Fräsvorgang verschwinden.

Für die Drucke hat er bestehende Schriften weiterentwickelt, die Holzlettern befräst und sie so mit kreativen Mustern und Designs versehen. Das Ergebnis sind 15 mehrfarbige Grafiken, in denen er die alte Technik innovativ genutzt hat. „Mit der Manufaktur kann man immer wieder neue Schriften anfertigen. Nur so konnte ich experimentell mit den Buchstaben umgehen“, berichtet Janssen.

Mit Tiegel und Zylinder. „Für meine Arbeiten habe ich alle Möglichkeiten des Museums ausgeschöpft“, erzählt Janssen. Für alle Arbeiten, die mit dem Projekt verbunden waren, konnte er nicht nur die Manufaktur, sondern auch die Druckmaschinen des Museums verwenden. Die Eintragsfelder mit näheren Angaben zu Schriftart und Motiv auf den Seiten des Schriftmusterbuchs und der Anwendungsbeispiele wurden auf einem Heidelberger Zylinder gedruckt, bevor Janssen die 79 Hamburg-Schriftzüge und die typografischen Motive auf einer Andruckpresse eingedruckt hat.

Das Projektheft entstand auf einem Heidelberger Tiegel. Klaus Raasch, Leiter der Buchwerkstatt im Museum der Arbeit, hat Janssen bei der Durchführung seines Projekts maßgeblich unterstützt. Seit 2003 ist er freier Mitarbeiter in der grafischen Abteilung des Museums und kennt sich mit den Heidelberg-Maschinen bestens aus. Sowohl Zylinder als auch Tiegel stammen aus den späten 1950er Jahren. „Ich mag die Geräusche dieser alten Maschine – wie bei einer Dampflok!“, schwärmt Raasch, während er den Zylinder in Bewegung setzt. „Wenn man die Heidelberg-Maschinen richtig pflegt, werden sie auch noch weitere 50 Jahre laufen“, ist er überzeugt.

In der Werkstatt werden ein- bis zweimal jährlich Projekte in aufwändigen Buchdruckverfahren realisiert. „Der Vorzug des Museums

ist, dass man dabei die einzelnen Schritte zur Entstehung eines Buches genau nachvollziehen kann – vom Satz über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung“, erklärt Raasch.

Seine Diplom-Prüfung zum Grafikdesigner hat Janssen mit dem Projekt „Holzlettern Manufaktur Hamburg“ mit Bravour bestanden. Doch das war nicht sein einziges Ziel. „Ich möchte die Manufaktur für meine Arbeit einsetzen, zum Beispiel um Schriften zu entwickeln und Buch- und Plakatprojekte durchzuführen“, sagt Janssen. Die besten Voraussetzungen dafür bringt er mit: In ihrer Agentur „Büro für Gestaltung Janssen“ tüfteln Sylvia und Daniel Janssen an neuen Schriftdesigns und kreativen Konzepten. ■

Daten & Fakten

Museum der Arbeit
Wiesendamm 3
22305 Hamburg
Deutschland
Tel: +49-(0)-40-42 81 33 0
www.museum-der-arbeit.de

Büro für Gestaltung Janssen
Sylvia & Daniel Janssen GbR
Saarlandstraße 13
22303 Hamburg
Deutschland
Tel: +49-(0)-40-27 87 66 04
www.bfgjanssen.de

www.holzlettern-manufaktur.de



Tipps & Tricks

Drucken mit Polyesterdruckplatten Die kostengünstige Alternative für den Akzidenzdruck

In einem Markt, der von immer kleineren Auflagenhöhen, zunehmender Farbzigkeit und steigendem Wettbewerb geprägt ist, werden Druckaufträge überwiegend über CtP-Systeme belichtet. Neben Druckfolien auf Papierbasis stellen vor allem Polyesterdruckplatten eine Alternative zu Metalldruckplatten dar. Insbesondere für Akzidenzdruckereien mit Kleinauflagen von bis zu maximal 20.000 Exemplaren zeigen sich viele Vorteile, mit denen sich neue Märkte erobern lassen und die den langfristigen Erfolg sichern:

- Mehr Flexibilität bei guter Qualität
- Geringere Produktionskosten im Vergleich zu konventioneller Metallplattenherstellung
- Kürzere Durchlaufzeiten und damit höhere Wirtschaftlichkeit im Vergleich zur analogen Plattenkopie

Die Produktionsmöglichkeiten von Polyesterdruckplatten reichen vom ein- bis zum vierfarbigen Druck. Vor allem in den Formaten A4 und A3 sichern sie die Effizienz in Druckunternehmen.

Mehr Effizienz bei richtiger Anwendung

Druckplatten

- Diese können mit konventionellen Filmbelichtern hergestellt werden, deren Chemie im Entwickler nach Herstellerangaben entsprechend umgestellt ist.
- Polyesterdruckplatten mit einer Stärke von 0,20 mm für Raster bis 70 Linien/cm eignen sich für die meisten Druckaufträge.
- Maschine und Bedruckstoff müssen richtig justiert sein, um die Dehnung der Polyesterdruckplatten in der Druckmaschine auf ein Minimum zu reduzieren.
- Beim Einspannen muss der Plattenzylinder absolut fettfrei sein.
- Es sollte eine individuelle Überfüllung (Trapping) vorgenommen werden, abhängig vom jeweiligen Druckauftrag. In der Regel liegt diese zwischen 0,08 und 0,1 mm (wie bei Metallplatten).
- Polyesterdruckplatten mit rauer Rückseite ermöglichen ein sicheres Handling in Bezug auf Platteneinzug und Diagonaleinstellung, wie die Anwendung in der Printmaster QM 46 zeigt.

Druckfarben

- Höher pigmentierte Farben halten die übertragene Farbmenge auf geringem Niveau.
- Für optimale Druckqualität dürfen die Farben nicht mit Drucköl oder anderen Druckhilfsmitteln gemischt werden.

Feuchtmittelzusatz

- Bei der Zusammensetzung des Feuchtmittels beachten Sie bitte die Dosierangabe des Herstellers.
- Grundsätzlich sollte ein pH-Wert zwischen 5,0 und 5,5 eingehalten werden.
- Bei Druckproblemen wie Eckenzulaufen oder Tonen können weitere Zusätze beigemischt werden, eine Überdosierung muss jedoch vermieden werden. Fragen Sie hierzu auch den Druckplattenhersteller oder Ihren Lieferanten.



Druckwerk

- Eine regelmäßige und sorgfältige Wartung der Maschine sichert perfekte Druckergebnisse.
- Niemals die Plattenrückseite befeuchten!
- Beim Anlaufen der Druckmaschine die Polyesterdruckplatte stärker anfeuchten als eine Metalldruckplatte.
- Auf korrekt eingestellte Walzen achten, um die Plattenoberfläche zu schonen.
- Auf das richtige Abwicklungsverhältnis zwischen Platten- und Gummituchzylinder achten, um die Dehnung der Druckplatte zu minimieren.
- Die richtige Aufzugsstärke des Gummituchs mit einer Aufzugsmessuhr ermitteln. Alternativ die Unterlagebogen des Gummituchs bis zum Kiss Print reduzieren (schwacher Ausdruck) und einen Unterlagebogen von 0,05 mm beifügen.

Feuchtwerk

- Für optimales Freilaufverhalten die Platte einige Sekunden in der Maschine vorfeuchten.
- Bei Druckunterbrechungen Feuchtwerk zugeschaltet lassen.
- Für den Auswurf vermeidet das Anfeuchten der Platte ein Ankleben an der Feuchtauftragwalze. ■

Termine & Messen

■ Termine Australien

Neuseeland: Printech 2006

Neuseelands bedeutendste Veranstaltung in den Industriesparten Druck, Design und digitale Kommunikation. Im Vordergrund stehen innovative Ideen und Produkte und der Service.

Ort: Auckland, Neuseeland

Zeit: 11. Juni bis 13. Juni 2006

Kontakt: Auckland Office

Telefon: +64-(0)-9-976-83 00

Fax: +64-(0)-9-3 79-33 58

E-Mail: info@nz.dmgworldmedia.com

Internet: www.printechnz.com

■ Termine Europa

Italien: Grafitalia

Führende Fachmesse Italiens für all diejenigen, die im Bereich Druck und Vorstufe tätig sind.



Ort: Mailand, Italien

Zeit: 9. bis 13. Mai 2006

Kontakt: Centrexpo Spa

Telefon: +39-02-319 10 91

Fax: +39-02-34 16 77

E-Mail: centrexpo@centrexpo.it

Internet: www.centrexpo.it

■ Russland: Etiketta

Die internationale Fachmesse präsentiert neue Technologien und Zubehör für den Druck und die Herstellung von Etiketten.

Es werden über 25.000 Besucher aus 35 Ländern erwartet.

Ort: Moskau, Russland

Zeit: 11. bis 14. April 2006

Kontakt: Ekaterina Vasilieva

Telefon: +7-0 95-105-34 17

E-Mail: info@labelshow.ru

Internet: www.labelshow.ru

■ Termine Nordamerika

Mexiko: Mexigrafika

Mexigrafika ist die wichtigste Ausstellung im Norden Mexikos. Bei den mehr als 10.000 erwarteten Besuchern handelt es sich vor allem um Maschinenhersteller und Zulieferer.

Ort: Monterrey, Mexiko

Zeit: 25. bis 27. Mai 2006

Kontakt: Asociación promotora

de Exposiciones, A.C.

Telefon: +52-(0)-81-83 69 66-60 oder 64

Fax: +52-(0)-81-83 69 67 32

E-Mail: jarizmendi@cintermex.com.mx

Internet: www.mexigrafika.com

■ USA: VuePoint

Die Konferenz konzentriert sich auf Wachstum durch Streuung. Die Themen der Fachdiskussionen reichen vom Mail- und Dienstleistungsservice über Digital- und Verpackungsdruck bis hin zu Datenbanken. Auch Managementthemen wie etwa Geschäftsmodelle oder Kundenbetreuung kommen dabei nicht zu kurz.

Ort: Orlando, USA

Zeit: 10. bis 12. April 2006

Kontakt: Graphic Arts Show Company

Telefon: +1-7 03-2 64-72 00

E-Mail: info@gasc.org

Internet: www.vue-point.org

■ Termine Südamerika

Brasilien: ExpoPrint

Besucher und Kunden bekommen auf dieser Verkaufsmesse einen kompletten Überblick über die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Vorstufe, Druck und Druckweiterverarbeitung vermittelt.

Ort: São Paulo, Brasilien

Zeit: 31. Mai bis 6. Juni 2006

Kontakt: Messe Frankfurt Ltda.

Telefon: +55-11-46 88-60 41

E-Mail:

marcelo@messefrankfurtfeiras.com.br

Internet: www.expoprint.com

Gewinner der Leserumfrage – HN 255

1. Preis: Reise nach Heidelberg

Rafael Gascón Hernández, GRÁFICAS IM-TRO, S.L., Leganés (Madrid), Spanien

2.–5. Preis: iPod

A. Riyaz Ahamed, Golden Line Factory, Jeddah, Saudi-Arabien

Doug McCallum, Halcraft Print Inc., Halifax, NS, Kanada

Graham Judd, GTO Printers Ltd., Auckland, Neuseeland

Hasnain Khimsi, The Print Factory Ltd., Dar Es Salaam Region, Tansania

6.–10. Preis: XL 105 Modell

Hamilton Chan, Charlie Chan Printing Inc., Los Angeles, CA, USA

Martin Felhofer, Pastoralamt Linz Diözesendruckerei, Linz, Österreich

Werner Forschner, Stadt Reutlingen Hausdruckerei, Reutlingen, Deutschland

Moshe Maggid, Jerusalem, Israel

Valerie Sexton, Raven Press, Christchurch, Neuseeland

Stimmen zur HN

José Carlos Hidalgo Romero, Madrid, Spanien: Was den Inhalt Ihrer Zeitschrift betrifft, finde ich, dass alle behandelten Themen generell von hohem Interesse und praktischem Wert sind, da sie gezielt auf die aktuellen Bedürfnisse in den Druckereien und auf die Anforderungen seitens der Kunden eingehen.

Hasnain Khimsi, Dar es Salaam, Tansania: Wir finden die Tipps & Tricks sehr hilfreich.

Heinz Pischny, Bottrop, Deutschland: Habe zum ersten Mal Ihre „Hauszeitung“ gelesen. Es ist alles ansprechend, lesenswert und informativ, auch die Themen, die nicht zu unserem Fachgebiet (Druckvorstufe) gehören.

Jon Castro Fernandez, Bilbao, Spanien: Der Beitrag über Kitagawa aus Japan war für mich die beste Reportage über Druck, die ich in der letzten Zeit gelesen habe. Jede der vorgestellten Ideen im Beitrag war ein Gewinn.

Doug McCallum, Halifax, Kanada: Exzellente Publikation. Danke für Ihre Ideen und Informationen. Es ist eine große Freude, das Magazin zu lesen.

A. Riyaz Ahamed, Jeddah, Saudi-Arabien: Jede Seite dieses Magazins ist sehr nützlich, für den gesamten Bereich Druck. Bitte mehr Artikel aus dem asiatischen Raum.

Roberto Antonio Mestre, Gandia – Valencia, Spanien: Ich bin an Ihrer Kundenzeitschrift, die hier großes Ansehen genießt, sehr interessiert. Sie verschafft mir einen Einblick in die gegenwärtige Situation der Druckbranche und ihre Zukunftstrends.

Hans Joachim Laue, Wiedlisbach, Schweiz: Eine gute Mischung der Fach-, Sach- und Wissenskompetenz.

Hamilton Chan, Los Angeles, Kalifornien: Ein gelungenes Produkt. Die Farben waren dieses Mal etwas matt. Der Mailing-Artikel hat mir besonders gut gefallen.

Henk van Dongen, Freudenberg, Deutschland: Ich bin seit mehr als 30 Jahren im Offsetbereich beschäftigt. Ich habe mich sehr über die CD Prinect Signa Station in den Heidelberg Nachrichten 255 gefreut.

Christian Tornyzuku, Accra, Ghana: Die Heidelberg Nachrichten ist ein zentraler Bestandteil für die weltweite moderne Druckkunst. Als Preise für die Teilnehmer der Umfrage würde ich mir Training-Kurse von Heidelberg wünschen.

IMPRESSUM

© Heidelberger Druckmaschinen AG,
Ausgabe 256, Jahrgang 2006

Internet: www.Heidelberg-News.com
E-Mail: Heidelberg.News@heidelberg.com

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

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

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

Resort Solutions
Stefanie Woytowitz
E-Mail: Stefanie.Woytowitz@heidelberg.com

Redaktionsbeirat
Daniela Bethonico (Latin America), Dominique Bouffard (France), James Martin (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 Trappmann (Western Europe / Middle East / Africa)

Herstellung
SIGNUM communication GmbH
Lange Rötterstraße 11
68167 Mannheim
Deutschland
Tel.: +49-(0)-621-3 39 74-0
Fax: +49-(0)-621-3 39 74-20
www.signum-web.de

Chefredaktion
Jürgen Ströbele
E-Mail: Stroebele@signum-web.de

Redaktion
Heike Link
E-Mail: Heike.Link@signum-web.de

Projektleitung
Christian Westenhöfer
E-Mail: Christian.Westenhoefel@signum-web.de

Kreativ-Direktion
Matthias Birkenbach
E-Mail: Birkenbach@signum-web.de

Art-Direktion
Oliver Weidmann, Annika Sailer und Karin Breuner

Druck
Gedruckt in der Bundesrepublik Deutschland

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

Auflage
130.000 Exemplare

Verbreitungsgebiet
81 Länder

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

Titelbild
George Vakondios, Typokykladiki, Griechenland

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.

