

Heidelberg

Nachrichten

Das Kundenmagazin
Seit 1930 • Ausgabe 261 • 2007

NUR SCHAFE UND BERGE?

Jon & Chris aus Neuseeland bieten
viel mehr als klassische Klischees

DIE MANNSCHAFT IST DER STAR

Mit den Star-Komponenten
lässt sich nicht nur Geld sparen

DUBLIN

Der Reisetipp für Bücherfreunde

HEIDELBERG



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Auswirkungen des Klimawandels werden derzeit vielerorts engagiert und vielfach auch kontrovers diskutiert. Welche ökologisch wie ökonomisch sinnvollen Maßnahmen in der Druckbranche z.B. durch den Einsatz neuester Drucktechnik realisierbar sind, zeigen wir Ihnen u.a. am Beispiel von Scott Print auf: Der australische Betrieb mit den ersten Speedmaster XL 105 der Südhalbkugel hat sich einen „Waste and Resource Management Award“ verdient. Die ebenso umweltbewussten „Ecodrucker“ aus den Niederlanden tragen ihren Öko-Anspruch sogar offensiv zu Markte und profitieren auch dank einer Printmaster PM 74 Ecocolor von höheren Margen. Wie genau Ecocolor funktioniert, erläutern wir Ihnen ebenso wie die ressourcenschonende Technik unserer Star-Peripheriegeräte.

Darüber hinaus schauen wir Prinect Inpress Control tief ins spektrale Auge, lassen Sie an der Installation einer Speedmaster CD 74 teilhaben und beleuchten, wozu Pakworld diese Maschine in Neuseeland einsetzt. Wir vermitteln Ihnen Einblicke in den kenianischen Alltag von Ramco, skizzieren den Wissensvorsprung im Print-Media-Academy-Netzwerk und laden Sie schließlich zu einem irischen Leckerbissen für Bücherwürmer ein.

Übrigens: Grundlage unseres neuen Lesestoffs ist Papier aus kontrollierter Wiederaufforstung. Und nun viel Spaß beim Lesen!

Ihr

Bernhard Schreier
Vorstandsvorsitzender Heidelberger Druckmaschinen AG

Inhalt

Profile



Paradies mit Tücken

Für Ramco Printing Works Ltd. aus der kenianischen Hauptstadt Nairobi ist der Erfolg keine Selbstverständlichkeit. ▶ 4

Profile

4 Paradies mit Tücken

Neue Technik, Sachverstand und etwas Mut in einem nicht immer optimalen Umfeld haben Ramco Printing Works Ltd. erstaunlich rasch zu einer der führenden kenianischen Druckereien aufblühen lassen.

16 Druck, der nicht die Umwelt kostet!

Zwei Männer, ein Gedanke: Wirtschaftliches Drucken und Umweltschutz sind keine Gegensätze für Dudley und Mike Scott aus Australien.

24 Von Kiwis, Schafen und Leben ohne Grenzen

Die beiden Brüder Jon und Chris Flett haben Erfolg. Sie packen an, schauen in die Zukunft und handeln im Sinne ihrer Kunden.

Spektrum

36 Nachrichten & Meldungen
aus der Heidelberg-Welt.

Innovationen



Prinect Inpress Control

Das spektralphotometrische Inline-Farbmess- und Regelsystem Prinect Inpress Control revolutioniert die Bogenkontrolle. ▶ 58

Lösungen

42 Reif für den Energie-Oscar

Drei Star-Peripheriegeräte sorgen für optimale Druckbedingungen.

48 Ein perfekter Tag

Installation einer Sechsfarben-Speedmaster CD 74 bei dem Druck- und Medienstleister RheinMail Service, Deutschland.

Innovationen

52 Viel floter zu viel ...

..., denn auch ohne Alkohol lassen sich die Sinne angenehm stimulieren: Die „Ecodrucker“ aus den Niederlanden haben die Printmaster PM 74 mit Ecocolor Feuchtwerk erfolgreich im Einsatz.

58 Viel floter in Farbe

Prinect Inpress Control sorgt für schnelles In-Farbe-Kommen und korrigiert Farb- bzw. Passerabweichungen bei laufender Druckmaschine.

60 „Ideal für effizienten Druck“

Geschäftsführer Christian Abächerli der Schweizer Abächerli Druck AG erklärt, warum ihn Prinect Inpress Control überzeugt hat.

Chancen



Print Media Academy

Die berufliche Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sichern den betrieblichen Erfolg in der Printmedien-Industrie. ▶ 62

Chancen

62 Know-how, so wertvoll wie bare Münze

Die Print Media Academy (PMA) bietet die perfekten Lernprogramme, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Printmedien-Industrie.

65 Wissen ist Zukunft

Bernd Schopp, Leiter der PMA, über die Zukunft der Unternehmen in der Druckbranche.

66 Wert von Bildung

Viel positive Resonanz auf dem von Heidelberg ausgerichteten internationalen Bildungsgipfel in New York City.

Perspektiven

68 Druiden, Mythen und Legenden

Irland bietet Liebhabern der Druckkunst und der Bücher wahre Schatzkammern, die es zu entdecken gilt.

Service

73 Tipps & Tricks

74 Spotlight

74 Gewinner der Leserumfrage – HN 260

75 Stimmen zur HN

75 Impressum

RAMCO PRINTING WORKS LIMITED, KENIA

Paradies inmitten Tüpfeln

Wer eine Druckerei in Afrika zum Erfolg führen möchte, braucht nach wie vor eine gute Portion Pioniergeist. Das weiß Amit Patel, Vorstand der Ramco Printing Works Ltd., nur zu gut: Der Kenianer indischer Abstammung hat Ramco mit viel Ehrgeiz, Flexibilität, neuester Technik und in beeindruckendem Tempo zu einer der führenden Druckereien Afrikas gemacht.



Pravin Patel und Amit Patel im Innenhof des „GoDown Art Centre“.

Kenia gilt vielen als der Inbegriff Afrikas. Kein Wunder, strotzt das Land doch geradezu vor atemberaubenden Landschaften, wilden Tieren und reizvollen Kontrasten: Schnee direkt am Äquator – auf dem Mount Kenya. Davor endlose Savannen in flirrender Hitze. Der Lake Turkana inmitten einer unwirtlichen Wüste, gesäumt von einem Farbspektakel aus Hunderttausenden rosa Flamingos. An der Küste azurblaues Wasser, feinsten, gleißend weißer Sand, vorgelagerte Korallenriffe und Meeresbewohner, die in ihrer Vielzahl und Farbprächtigkeit kaum zu übertreffen sind. Wo man auch hinschaut,

stets hat man das Gefühl: Ja, hier könnte alles angefangen haben. Was menscheitsgeschichtlich wohl auch stimmt. Kein Zweifel also, dass das Land reich an Einmaligem ist – und es weiß damit umzugehen: Mit über 50 verschiedenen Naturreservaten weist die ehemalige britische Kolonie die größte Anzahl geschützter Wildgebiete weltweit auf. Attraktionen, die dem Tourismus zu zweistelligen Wachstumsraten verhelfen und ihn zu einem der wichtigsten Wirtschaftssektoren Kenias machen. Und doch lebt das Land nicht vom Tourismus allein.

Weit weniger bekannt als die unberührte Natur Kenias ist die Tatsache, dass das Land auch über die leistungsfähigste Volkswirtschaft

Ostafrikas verfügt. Neben dem Tourismus spielen vor allem der Dienstleistungssektor und die Landwirtschaft eine wichtige Rolle. Von der Agrarbranche leben fast siebenzig Prozent der Bevölkerung; landwirtschaftliche Produkte sind die Hauptexportschlager Kenias. Die anderen Industriezweige fertigen überwiegend Konsumgüter, inzwischen kommen aber auch Zement und Stahl hinzu. Tatsächlich befindet sich Kenias Wirtschaft in einer anhaltenden Wachstumsphase: Mit 5,8 Prozent Zuwachs wurde 2005 das beste Ergebnis seit Jahrzehnten erzielt. Dabei profitiert Kenia vor allem von seiner politischen Stabilität und einer liberalen Wirtschaftsordnung. Dennoch: Die Mehrheit der meist ländlichen Bevölkerung lebt immer

noch an oder unterhalb der Armutsgrenze und profitiert nur wenig vom ostafrikanischen Wirtschaftsboom. Nairobi hingegen, die Hauptstadt des Landes mit knapp drei Millionen Einwohnern, kann auf ein zweistelliges Wirtschaftswachstum verweisen. Die relativ junge Stadt – gegründet wurde sie Ende der 1890er Jahre als britisches Lager für Eisenbahnarbeiter – ist das Finanz-, Wirtschafts- und Bildungszentrum Kenias. Die Universität von Nairobi gilt als eine der besten Universitäten Afrikas südlich der Sahara. Außerdem ist die kenianische Hauptstadt nicht nur wegen der vielen Touristen international geprägt: Auch global tätige Organisationen wie beispielsweise der „Umweltarm“ der Vereinten Nationen (UNEP) haben hier



Der Stempelmacher von Nairobi. Aber auch zum Beispiel Werbeplakate werden handgefertigt.



Ein Lachen sagt mehr als tausend Worte: Bushaltestelle im Industriegebiet der kenianischen Hauptstadt (oben). Fernreisen innerhalb des Landes finden fast immer mit Reisebussen statt.

ihr Welthauptquartier. Darüber hinaus finden sich in der über 1.600 Meter hoch gelegenen Metropole eine der wichtigsten Börsen Afrikas sowie Ostafrikas bedeutendster Flughafen. Hier lässt es sich gut arbeiten, verspricht der äußere Schein. Hinter den Fassaden der brodelnden Stadt verbergen sich jedoch einige Stolpersteine, die den unternehmerischen Alltag nicht gerade vereinfachen.

Darvon weiß auch Amit Patel, Miteigentümer einer führenden Druckerei Kenias, der Ramco Printing Works Ltd. in Nairobi, zu berichten. „Eigentlich müssten wir in drei Schichten arbeiten, aber aus Sicherheitsgründen ist das nicht machbar: Wenn unsere Mitarbeiter spät in der Nacht nach Hause gingen, wäre das für sie einfach zu gefährlich.“ Aus diesem Grund hatte das Druckereimanagement sogar schon einmal über einen betriebseigenen Pendlerdienst nachgedacht, aber selbst damit bliebe das Risiko zu hoch: Die Idee wurde wieder verworfen. Zwar gilt das Stadtzentrum selbst noch als einigermaßen sicher, doch nur wenig außerhalb befinden sich gleich fünf große Elendsviertel. Allein in Mathare, einem Slum fünf Kilometer nordöstlich der City, leben schätzungsweise eine halbe Million Menschen dichtgedrängt unter erbärmlichen Bedingungen in kleinen Wellblech- oder Holzhütten. So überrascht es nicht, dass Nairobi eine der weltweit höchsten Kriminalitätsraten aufweist

– und Ramco notgedrungen zu einem Arbeitsmodell mit zwei Schichten an sieben Tagen gegriffen hat. Dabei muss sich der Betrieb auch noch rund um die Uhr von Sicherheitspersonal bewachen lassen. Umso erstaunlicher also ist es, dass diese Druckerei dennoch eine fast unglaubliche Erfolgsgeschichte vorweisen kann.

Amit Patels Familie stammt ursprünglich aus Indien. Wie die meisten Inder kamen seine Großeltern noch während der britischen Kolonialzeit ins Land, die 1963 mit der Unabhängigkeit Kenias ihr Ende fand. Seit den 50er Jahren betrieb seine Familie einen Eisenwarenhandel mit dem Namen Rambhai & Company Ltd. und hatte im Geschäftsviertel von Nairobi einige Ladengeschäfte. Während Sohn Amit noch in Großbritannien am Londoner King's College Informationstechnologie studierte, wurden Vater Patel die Geschäftsräume im Zentrum der kenianischen Hauptstadt zu klein. Kurzerhand erwarb er das Gebäude einer ehemaligen Druckerei in Nairobis größtem Industriegebiet Dunga Close. Zum Bestand gehörten auch zwei alte, aber noch einigermaßen funktionstüchtige Einfarb-Druckmaschinen. „Zum Verschrotten zu schade“, befand der Familienrat. Um das für die Patels noch unbekanntes Geschäftsterrain zu erkunden, verstärkte sich die Familie mit einem erfahrenen Druckereimanager. Mit dessen Know-how und einer intensiven Informations- und Einkaufstour von Vater Kirit Patel auf der Druckmaschinenmesse drupa 1995 in Deutschland wappnete sich die Druckerei für den Start ins Geschäftsleben: Eine komplette Druckvorstufe, eine neue Zweifar-





Typische Straßenszene in den Randbezirken der kenianischen Hauptstadt.



Fahrer Wilson Githinji, Bote Benedict Munyasia und Sicherheitsmann John Ogutu im Firmenhof von Ramco.

und eine Fortdruckmaschine fanden danach auf den 5.000 Quadratmetern Betriebsfläche Platz. Mit 17 Mitarbeitern und einem kleinen Büro wurde dann wenige Monate später „Ramco Printing Works Limited“ aus der Taufe gehoben: ein komplett neues Geschäftsfeld mit neuen Aufgaben für das ganze Team. „Gar nicht so einfach in einem Markt, der von einigen alteingesessenen Druckereien mit einer 30- bis 40jährigen Tradition dominiert wurde“, betont Amit Patel, der 1996 nach seinem Bachelor-Abschluss ins Unternehmen einstieg. Etwa 200.000 Euro wurden zu diesem Zeitpunkt mit Akzidenzdruck umgesetzt – was dem ehrgeizigen Jungunternehmer Amit aber viel zu wenig war.

Der erste Schritt zum Erfolg. „Die Marktnische, die wir im zweiten Jahr für uns entdeckten, war der Dreiklang aus Geschwindigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit“, so Amit Patel. Das bedeutete aber auch hohe Investitionskosten für die Technik. „Denn wenn wir mehr als zwei Farben drucken wollten, mussten die Sachen zweimal durch die Maschine. Das war ziemlich ineffizient.“ 1998 investierte Ramco deshalb in eine Vierfarben-Speedmaster SM 74 und musste auch in größere Räume in dem größten Industriegebiet von Nairobi umziehen. Im Jahr 2004 wurden weitere Investitionen in eine Fünffarben-CD 74 und weiteres Equipment getätigt. „Das war

der entscheidende Schritt, um uns besser im Markt zu positionieren“, betont der 32-jährige Druckereibesitzer Amit Patel. „Mit diesen neuen Maschinen konnten wir viele unterschiedliche Materialien hochwertig bedrucken.“ Außerdem wurde noch einmal kräftig in die IT-Infrastruktur investiert und mit Hilfe von Amit Patels Know-how das gesamte Unternehmen vernetzt sowie ein Management-Informationssystem installiert.

Die Strategie ging auf: Nicht nur neue, sondern auch größere und internationale Unternehmen sowie Werbeagenturen konnten als Kunden gewonnen werden. „Vieles, was in Kenia an hochqualitativen Printprodukten auf dem Markt ist, wird in Südafrika, Dubai, Europa oder Indien gedruckt“, erklärt Patel. „Unser Ansatz ist es, diese hohen Qualitätsstandards hier in Kenia zu erfüllen.“ Der Erfolg gibt dem jungen, indisch-kenianischen Geschäftsmann recht: Inzwischen hat Ramco seine Betriebsfläche auf 45.000 qm und sein festangestelltes Vollzeitpersonal auf derzeit 130 Mitarbeiter fast verzehnfacht. Eine weitere große Investition stand dann 2006 an. Eine Fünffarben-Speedmaster CD 74 mit UV-Ausstattung, der ersten Maschine dieser Art in Ostafrika; dank ihr kann Ramco heute nicht nur auf Papier, sondern auch auf Plastik drucken. Zusammen mit den neuen Maschinen in der Weiterverarbeitung hat Ramco einen erheblichen Wettbewerbsvorteil gewonnen. In Kenia hat das Unternehmen mittlerweile mit seinem Angebot vom Inhouse-Design über Druckvorstufe und CTP – dem ersten System dieser Art in Kenia – bis zum Offset- und

Flexo-Druck sowohl bei Kapazität als auch bezüglich der Qualität ein Alleinstellungsmerkmal. „Die One-Stop-Solution, also alles aus einer Hand zu liefern, war ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. In der Vorstufe haben wir früher auf einen externen Dienstleister gesetzt, doch durch den Aufbau einer eigenen Abteilung und dank unserer eigenen Design-Abteilung sind wir wesentlich effizienter“, berichtet Chef Patel stolz. Der Gesamtjahresumsatz von rund sieben Millionen Euro entspricht einem Marktanteil von zehn Prozent. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Del Monte, BAT, Shell, Lowe, UNICEF, Ogilvy & Mather sowie East African Breweries Ltd., die „Tusker Beer“, die bekannteste Biermarke Ostafrikas, vermarktet. Aber auch etwa Geschäftsberichte, Magazine, Broschüren, Werbematerialien aller Art sowie Kalender werden bei Ramco produziert. Ein neues Joint Venture mit einer englischen Druckerei bringt nun weitere Aufträge für Werbematerialien nach Kenia.

„Unser größter Kunde mit rund zehn Prozent unseres Jahresumsatzes ist Del Monte Kenya Ltd.“, sagt Amit Patel. Der Lebensmittelkonzern, der gleichzeitig einer der größten Arbeitgeber Kenias ist, wurde bis dahin von acht verschiedenen Druckereien beliefert. „Da gab es nicht nur Schwierigkeiten bei der termingerechten Lieferung, auch die Qualität war nicht immer zufriedenstellend“, so der Druckereichef, und ergänzt: „Vor allem unser Heidelberg-Equipment überzeugte das Del-Monte-Management davon, dass wir diese Probleme lösen können. Eine wichtige Rolle spielte hierbei auch der

Einsatz der UV-Technik.“ Heute ist Ramco der Hauptlieferant für den Konzern, vor allem von Etiketten. Darüber hinaus konzentriert sich Ramco auf monatliche Magazine. „Das garantiert uns einen festen Umsatz“, erklärt Patel weiter und fügt noch an: „Spezialisieren können wir uns nicht, dafür ist der kenianische Markt einfach zu klein. Zuverlässigkeit ist sehr viel entscheidender.“

Qder Strom ausfällt oder das Telefon streikt, Ziel ist es, pünktlich zu liefern. Termingerech und schnell zu liefern ist eigentlich für jeden Drucker der Welt eine Selbstverständlichkeit. In einem Land wie Kenia jedoch stellt dies eine ganz besondere Herausforderung dar. Dort lässt sogar die elementarste Infrastruktur zu wünschen übrig: Die Verfügbarkeit von Strom, Wasser und Telefon ist alles andere als selbstverständlich. „Es gibt nur einen einzigen Elektrizitätsanbieter, der jedoch keine gleichmäßige Belieferung gewährleisten kann. Stromausfälle einmal die Woche – meist für eine ganze Nacht – sind die Regel“, berichtet Chetan Patel, der Produktionsleiter bei Ramco. Selbst wenn der Strom mal fließt, fließt er nicht unbedingt gleichmäßig: Stromschwankungen – also Unter- und Überspannungen – sind an der Tagesordnung. Aus der Not eine Tugend machend, betreibt Ramco deshalb einen eigenen Generator und hat die gesamte Elektronik damit eigenverantwortlich ▶



Avtar Singh, der Leiter der Vorstufe, mit seinem Mitarbeiter Ahmed Onyango (oben links). Lagerarbeiter Reamy Oroka beim Sortieren von Papier (oben rechts). Joseph Dunga wird an der Speedmaster CD 74 ausgebildet (unten links). Produktionsleiter Chetan Patel hat alle Hände voll zu tun (unten rechts).

Boniface Kisilu, Mitarbeiter im Drucksaal (oben links). Mitarbeiter Paul Kavoi am Stromgenerator von Ramco (oben rechts). Lillian Theuri, Mitarbeiterin der Weiterverarbeitung (unten links). Paul Mwathi ist einer der Lagerarbeiter bei Ramco; im Hintergrund zu sehen sind die Wassertanks der Druckerei (unten rechts).



Johannes Obudho, Lagerleiter, und einer seiner Mitarbeiter, Davis Ogendi, mit einer zufriedenen Kundin.

abgesichert. Ähnlich sieht es beim Wasser aus. Auch hier musste eine unternehmenseigene Lösung gefunden werden: „Unseren gesamten Wasserbedarf – auch für den Fall eines Brandes – bevorraten wir auf dem Betriebsgelände in Tanks“, meint Chetan Patel. Über 120.000 Euro betrug die Investitionen in diese überlebensnotwendigen Bereiche: Extrakosten, die in Industrieländern einfach nicht anfallen. „Allein der Stromgenerator verschlang um die 70.000 Euro“, stellt Mitinhaber und Geschäftsmann Pravin Patel fest.

Die

Kunst der Planung von Ressourcen. Wie viele andere kenianische Unternehmer kämpft Amit Patel nicht nur mit technischen Tücken, sondern auch mit den Fußangeln der Bürokratie – und tut es damit den meisten Unternehmern in aller Welt gleich. Darüber hinaus sorgt der schlechte Zustand der Straßen nicht gerade für einen zügigen Transport. „All dies erfordert eine – gelinde ausgedrückt – äußerst vorausschauende Planung“, erklärt Amit Patel. Noch erschwerend hinzu kommt eine Besonderheit in der kenianischen Mentalität, die den Unternehmer immer wieder vor spezielle Herausforderungen stellt: „Niemand plant hier wirklich weit im Voraus. Die meisten Aufträge sind daher extrem zeitkritisch“, erklärt der junge Druckereichef. Da diese Spontaneität typisch für die Kundschaft ist, müssen die entsprechenden personellen wie auch maschinellen Kapazitäten vorgehalten werden. „Wir wissen nie genau, was am Abend gebraucht wird“, stellt Amit Patel fest. „Kluge Planung ist die große Kunst im kenianischen Druckereigeschäft“, ergänzt sein Partner Pravin Patel. Eine eigene Abteilung hält daher beispielsweise bei Ramco etwa 250 Tonnen Papier auf Vorrat im eigenen Lager. „Auch deshalb sind uns unsere Kunden treu: Wir sind jederzeit lieferfähig und machen wirklich alles, um unsere Kunden zufriedenzustellen“, betont Amit Patel.

Kommt es trotz aller Vorsicht doch zu unvorhersehbaren Zwischenfällen – etwa einem Maschinenschaden –, wird es richtig eng. Dies ist bei Ramco bisher nur einmal passiert, während des Hauptgeschäfts im Jahr 1997. Allerdings war es dann auch gleich ein Totalschaden. „Hier hat uns Heidelberg richtig aus der Patsche geholfen. Eine Maschine, die eigentlich nach Frankreich gehen sollte, wurde für uns auf dem schnellsten Wege nach Kenia geschafft“, schwärmt Amit Patel noch heute. Die administrativen Formalitäten wurden unter Hochdruck und Ausschöpfung aller Ressourcen von Ramco beschleunigt. Nur so konnte tatsächlich binnen fünf Tagen eine voll einsatzfähige Maschine in Betrieb gehen. „Aber ohne die Unterstützung von Heidelberg wäre das gar nicht möglich gewesen“, erinnert sich der Druckereimanager.

Seit der Erfahrung mit dem Totalschaden spielt Heidelberg für Amit Patel auch bei der Ausbildung des Ramco-Personals eine wichtige Rolle. Gut ausgebildete Drucker sind in Kenia eher eine Rarität. Zwar ist in Nairobi ein Polytechnikum inklusive Druckfachbereich ansässig, doch verfügt dieser nur über sehr einfache und meist veraltete Maschinen. Viele Studenten absolvieren deshalb ein drei- bis viermonatiges Praktikum bei Ramco. Dort werden sie an den modernen Anlagen trainiert. „Davon profitieren auch wir selber, denn unter den Absolventen finden wir nun auch entsprechend qualifiziertes Personal“, meint der Druckereibesitzer. Außerdem hat Ramco

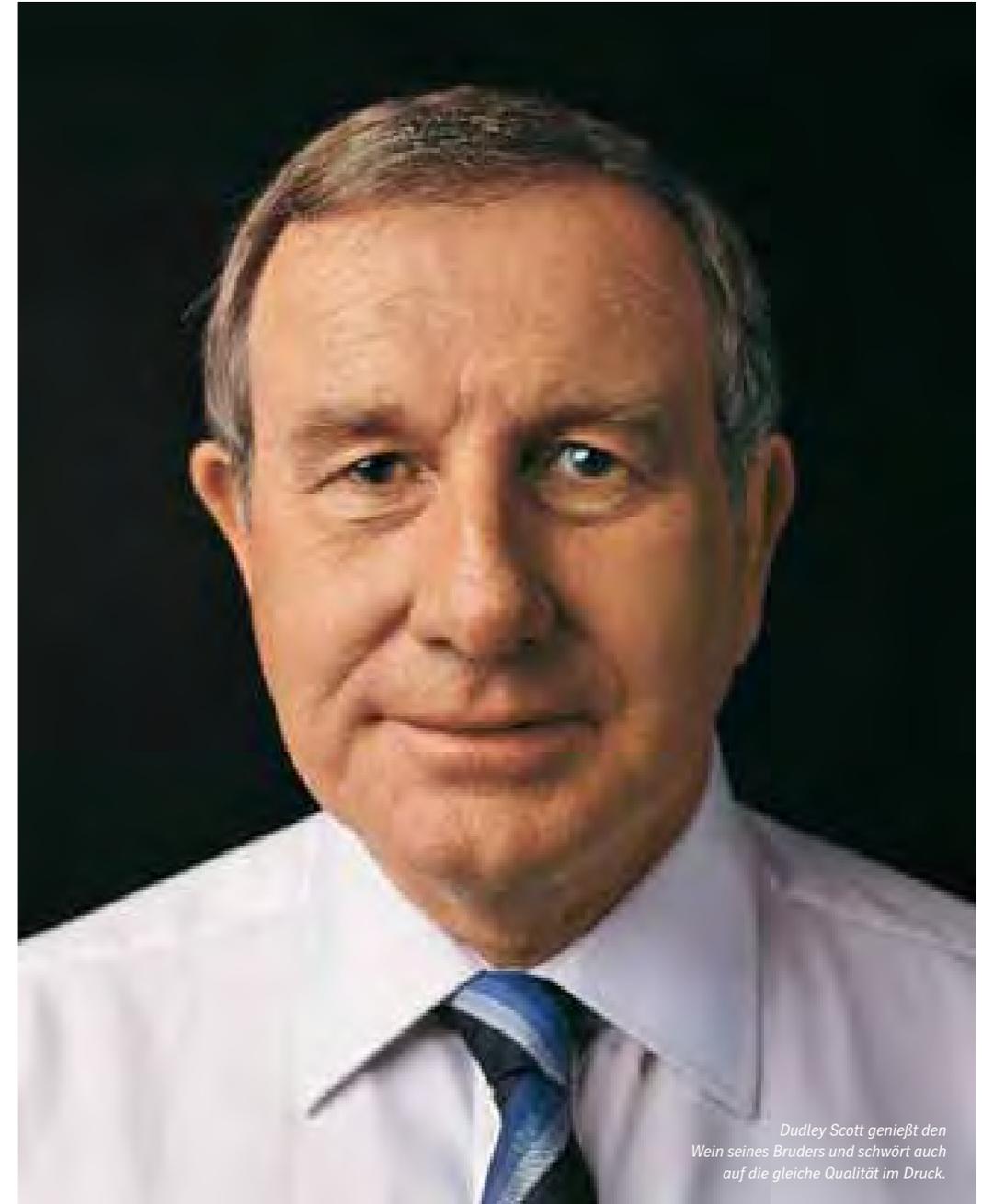
immer wieder Heidelberg-Ingenieure zu Trainingszwecken im Haus. „Inzwischen schicken wir unser Personal aber zusätzlich nach Heidelberg an die Print Media Academy“, so Amit Patel.

Aber auch ein anderer Wesenszug Patels hat sicherlich ein ganzes Stück zum Durchbruch von Ramco beigetragen: sein Ehrgeiz. „Unser Umsatz ist in den vergangenen Jahren jedes Jahr um mindestens 30 Prozent gestiegen, und auch für 2007 erwarten wir ein ähnliches Wachstum“, so Amit Patel, der von sich selber sagt, dass er eigentlich immer und überall der Beste sein will. Inzwischen ist er mit Ramco auf dem Weg, die Nummer 1 auf dem kenianischen Druckmarkt zu werden. „Unser Ziel ist es nun, diesen Führungsanspruch zu untermauern“, sagt der Ramco-Mehrheitseigner Amit Patel. Weiter wachsen will er deshalb ebenfalls: „Dabei setzen wir auch auf den Export: Äthiopien, Uganda und ein bisschen Ruanda.“ Dafür hat Ramco zehn Vertriebsmitarbeiter in Nairobi und einen Agenten in Äthiopien im Einsatz. Zwar wird das Nachbarland bislang noch überwiegend von internationalen Druckereien beliefert, doch wird sich die überwiegend fernöstliche Konkurrenz wohl auch im heißen Afrika bald etwas „wärmer anziehen“ müssen ... ■

Daten & Fakten

Ramco Printing Works Limited
Dunga Close, Industrial Area
PO Box 27750
00506 Nairobi
Kenia
Tel.: +254-20-53 54-26
Fax: +254-20-53 51-63
E-Mail: info@printing.ramco-group.com

www.heidelberg.com/hd/CD74



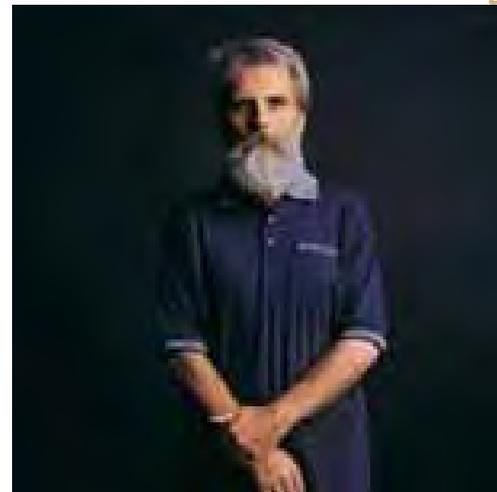
SCOTT PRINT, AUSTRALIEN

Druck, der nicht die UmWelt kostet!

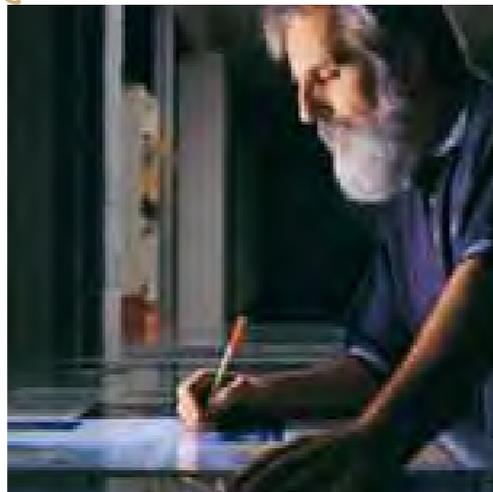


Kängurus, Krokodile, Schlangen? Die größte Stadt Westaustraliens erinnert mit ihren Flüssen, Seen und Palmen so überhaupt nicht an das Klischee aus Crocodile-Dundee-Filmen: Das schmutzige „Walkabout Creek-Image“ des wohl berühmtesten Kino-Australiers sucht man im Zentrum von Perth vergeblich. Geboten wird das Flair einer bunten und angenehmen Mischung aus New York und Mailand – mit einem Hauch von Manchester. Hier stehen die beiden ersten Speedmaster XL 105 der südlichen Hemisphäre.

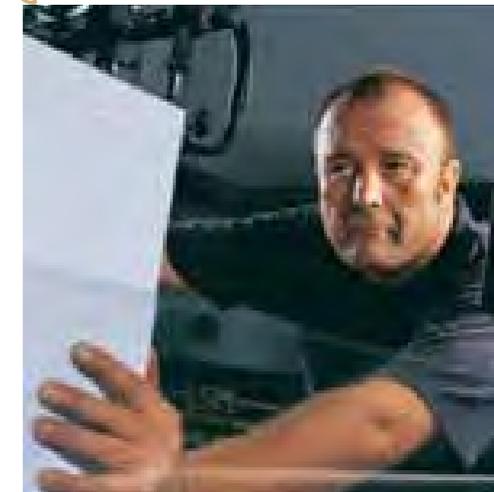




Terry Boyle ist Fachmann in der Vorstufe bei Scott Print.



Dave Lang hält die Speedmaster XL 105 am Laufen.



Perth ist eine Insel.

Nein, natürlich nicht im wörtlichen Sinn, obwohl es hier große Kolonien freilebender Papageien sowie Palmen, feine, weiße Sandstrände und im Wasser sogar Haie gibt. Insoweit wird der Anspruch an Insel-Attribute also durchaus erfüllt. Andererseits ist Perth mit weit über einer Millionen Einwohnern die größte, genau genommen die einzige Stadt in ganz Westaustralien. Und das ist immerhin ein Gebiet etwa viermal so groß wie Texas. Es ist umgeben vom Indischen Ozean auf der einen und von Buschland auf der anderen Seite, und es braucht rund 5.000 Flugkilometer bis zu den Nachbarn in Singapur und etwa 3.000 bis zu den nächsten größeren Metropolen im eigenen Lande, beispielsweise nach Sydney oder Melbourne.

Die „Inselage“ zielt daher eher auf eine gewisse geographische und damit auch wirtschaftliche Isolation der Menschen in Perth ab. Schwer hat man es hier, über die eigenen Stadtgrenzen hinaus an Kunden zu kommen oder wirtschaftliche Beziehungen aufzubauen. Noch dazu, da alle großen Banken und Versicherungen ihre Zentren in anderen großen australischen Städten wie Melbourne haben. Deren lukrative Druckaufträge werden daher überwiegend an den Standorten der jeweiligen Auftraggeber vergeben. Das Volumen des Druckgeschäfts in Perth ist entsprechend konstant – um nicht zu sagen: relativ klein – und bietet kaum Wachstumsmöglichkeiten. Um zumindest ein möglichst großes Stück von diesem relativ kleinen Kuchen abzubekommen, investiert Scott Print fast jedes Jahr in neue Technik. Wettbewerbsfähigkeit ist ein stichhaltiger Trumpf in dieser Lage: Insgesamt „küm-

mern“ sich fünf Druckereien in der Größe von Scott Print um etwa die gleichen Auflagen, Aufträge und Kunden. Neue Maschinen helfen dabei, die Qualität zu steigern, aber auch die Kosten zu senken.

Sechs Uhr morgens. Der Wetterbericht flimmert über den Fernsehschirm. Sydney mit Regen, Melbourne mit Sturm, Darwin mit 39 Grad. Perth? Kein Perth. Anscheinend vergessen.

Die Abgeschiedenheit von Perth bietet den Druckern gewisse Vorteile, denn es kommen kaum Druckereien aus anderen Teilen Australiens auf die Idee, nach Perth zu gehen, um Aufträge zu akquirieren – der Transport und Zeitaufwand wären schlicht nicht wirtschaftlich. Und überhaupt, Perth, wer denkt im Rest des Landes schon an Perth? Irgendwie nimmt man die Millionenstadt im großen Rest Australiens einfach nicht zur Kenntnis. In Perth werden nur rund fünf Prozent des gesamten australischen Druckvolumens produziert. „Aber gerade auch weil der Aufbau eines Geschäfts in dieser Stadt schwer ist: Wer es in Perth schafft, der steht auf sicheren Beinen“, meint Andrew Neale, der Geschäftsführer bei Scott Print. Nicht überraschend ist es da, dass die Fastfood-Kette „Hungry Jacks“ ausgerechnet hier ihren Siegeszug durch den fünften Kontinent gestartet hat. Auch die inter-

nationale Franchise-Druckereikette „Snap“, „Worldwide Online“ und die in ganz Australien mit Franchisern arbeitende „Print Force“ haben hier ihren Gründungssitz.

Zwölf Uhr mittags. Wieder der Wetterbericht. Hobart mit Regen, Brisbane mit Sandsturm. Perth? Wieder kein Perth. Seltsam, kein Mensch scheint davon Notiz zu nehmen.

1979 kauften die beiden Brüder Dudley (57) und Mike (66) Scott aus Perth „ihre“ Druckerei. Bereits der Vater hatte eine Druckerei, und nachdem er sie verkauft hatte, versuchten sich die beiden zunächst in anderen Branchen. Aber das Druckgeschäft lag ihnen quasi in den Genen, und sie suchten schließlich den Weg dorthin zurück. Scott Print ist seitdem kontinuierlich gewachsen, vor allem, was das Maschinenformat angeht: Die ersten beiden Speedmaster XL 105 der südlichen Hemisphäre stehen hier im Drucksaal. „Typische Produkte von uns sind Zeitschriften, Broschüren und Verpackungen, die für unsere insgesamt mehr als 2.000 ganz unterschiedlichen Kunden gedruckt werden“, erklärt Dudley Scott. Die gesamte Bandbreite an Drucksachen eben. „Die Speedmaster XL 105 ist deshalb die richtige Maschine für uns. Sie kann alle gewünschten Produkte

in der benötigten hohen Qualität liefern und darüber hinaus in einer beeindruckenden Geschwindigkeit. Mit ihr haben wir unsere Kapazität gegenüber den zuvor eingesetzten Modellen der Speedmaster noch einmal deutlich steigern können“, betont Colin Seth, der Betriebsleiter der Druckerei mit gut 50 Mitarbeitern. Er kann heute Aufträge stoppen, um wichtige kurzfristige Aufträge vorzuziehen, denn über das mit den beiden Druckmaschinen installierte Image Control und die hohe Qualität der Speedmaster XL 105 kann der Druck jederzeit unterbrochen und der Auftrag zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt werden.

Colin Seth hat von Beginn an auf je ein Image Control pro Maschine gesetzt. „Das Risiko, wenn man mit mehreren Druckmaschinen auf nur ein Image Control setzt, war uns zu groß. Die beiden Speedmaster XL 105 laufen bei uns häufig mit Höchstgeschwindigkeit, also mit 18.000 Bogen in der Stunde. Ein Fehler muss rasch erkannt werden. Der wirtschaftliche Schaden ist ansonsten schnell sehr hoch. Um solche Verluste zu vermeiden, reicht ein Image Control nicht aus“, ist Colin Seth überzeugt.

Der gesamte Betrieb ist ordentlich und absolut sauber, ein Verkaufsargument gegenüber Kunden. Wenn diese zur Druckabnahme oder zu Besprechungen kommen, soll die Druckerei und nicht nur ihre Produkte einen sehr guten Eindruck hinterlassen. „Wer traut schon einer Druckerei gute Qualität zu, wenn sie nicht gepflegt ist und die Maschinen in einem schlechten Zustand sind?“, meint Dudley Scott. ▶



Es erfordert Weitsicht und Mut, in umweltgerechte Produktion zu investieren.

Hightech im Outback. Aufgrund der isolierten Lage wird Perth, abseits der pulsierenden großen australischen Städte, von den übrigen Australiern schon eher als „Outback“ angesehen. Umso überraschter waren die Druckereien des Landes, dass ausgerechnet hier die ersten beiden XL 105 installiert wurden. Die Speedmaster XL 105-6+L kam als erste im September 2005 und hat inzwischen 34 Millionen Bogen hinter sich (Stand Januar 2007). Die zweite, eine Speedmaster XL 105-5, folgte nur einen Monat später, im Oktober 2005, und hat 41 Millionen Bogen auf dem Zähler (Stand Januar 2007). Die Auflagen liegen durchschnittlich bei 5.000 bis 10.000 Bogen, können aber auch 100.000 erreichen.

Später Nachmittag. Der Wetterbericht beschäftigt sich gerade mit Alice Springs und Canberra, auch Adelaide. Perth? Langsam wird es merkwürdig, die komplette Hälfte des Inselkontinents wird allem Anschein nach einfach ignoriert und bleibt weiterhin von der Berichterstattung ausgeschlossen. Wie isoliert ist man in Perth wirklich?

Fünf Mitarbeiter kümmern sich bei Scott Print um den Vertrieb, der angesichts der geographischen Lage der Stadt natürlich alles andere als einfach ist. Allerdings können die Vertriebsmitarbeiter die XL 105 selbst als überzeugendes Verkaufsargument ins Feld führen, denn mit ihr lassen sich große Auflagen in hoher Qualität und kurzer Zeit produzieren.

Das Ozonloch ist hier allgegenwärtig. Beim Spaziergang am Strand oder beim Schwimmen im Meer gibt es extra auf Australien abgestimmte Sonnenschutzcremes – die beispielsweise in Europa verwendeten reichen hier einfach nicht aus. Selbst UV-undurchlässige Kleidung wird empfohlen. Denn die UV-Strahlung trifft Unvorsichtige ohne Vorwarnung – sogar an trübem und kühlen Regentagen – in Form von schweren Hautverbrennungen. Als ausdauernder und interna-

tional erfahrener Ruderer, vor allem aber als Winzer, der sich auch mit seinem Hobby einen guten Ruf erarbeitet hat, kennt Mike Scott sowohl die Segnungen wie auch die Tücken der Natur: Ist sie intakt, und befolgt man ihre Regeln, gelingen zum Beispiel sehr gute Weine – so einfach kann diese Rechnung sein.

Dass das Ozonloch gerade in Australien große Gefahren mit sich bringt, sorgt bei vielen Menschen des Landes für ein Umdenken. „Jeder kann etwas gegen die Umweltverschmutzung tun. Selbst wenn jeder nur etwas Kleines bewegt, ergibt das in der Summe einen großen Schritt“, mahnt Mike Scott. Auch sein Bruder, ein Segler und Golfer, schätzt die Natur. Beide wollen es nicht nur bei guten Worten belassen. Für sie ist es eine moralische, soziale und ethische Verpflichtung den künftigen Generationen gegenüber, sich heute aktiv um den Umweltschutz zu kümmern und alles zu tun, gerade im Rahmen des eigenen Geschäfts und der finanziellen Möglichkeiten, um dieses wertvolle Geschenk Natur zu bewahren. Es erfordert Weitsicht und Mut, in einem Land, in dem solches Engagement nicht steuerlich gefördert wird und es auch keine sonstigen finanziellen Anreize gibt, in die Philosophie einer sauberen, umweltgerechteren Produktion zu investieren: Das Umweltzertifikat ISO 14001 wurde dennoch im letzten Jahr umgesetzt. Dadurch konnten zum Beispiel der Papierabfall um fünf Prozent, der Einsatz von Lösungsmitteln auf 48 Prozent gesenkt und der Einsatz von Alkohol um 30 Prozent reduziert werden. Den Lösungsmittelabfall reduzierte die Druckerei damit um 42 Prozent, den Farbverbrauch um 8 Prozent, der Wasserverbrauch konnte sogar um 25 Prozent vermindert werden. Das sind bereits beeindruckende Werte, hinter denen auch betriebswirtschaftliche Erfolge stecken, denn nicht vergessen werden darf dabei, dass parallel die Kosten entsprechend gesenkt werden konnten.

„Drucken darf uns nicht die Welt kosten, es sollte uns nicht egal sein, wie wir mit unseren Ressourcen umgehen. Es kostet auch nicht die Welt, wenn man etwas ändert“, erklären die beiden Brüder im Einklang. Und in einem Land mit einem notorisch großen Wassermangel sind relativ einfache Maßnahmen zur Vermeidung von unnötigem Wasserverbrauch beziehungsweise von Wasserverschmutzung bereits sehr wertvoll. Dass sich dieses Engagement doch lohnen kann ▶



Geschäftsführer
Andrew Neale.



Produktionsleiter
Colin Seth.



Trotz zweier großer Speedmaster XL 105 herrscht weder Hektik noch Enge im Drucksaal in Perth.



Stuart Bishop ist Spezialist für die Stahlfolder-Falzmaschine.



Das Lager unter Kontrolle hat Richard Ferguson.

– wenn es auch nicht von staatlicher Seite in Form von Steuererleichterung honoriert wird –, belegt beispielsweise die Anerkennung durch das Ministerium für Natur und Umweltschutz Westaustraliens. Dieses hat vor wenigen Monaten Scott Print den „Waste and Resource Management Award“ verliehen und damit das Engagement für die Ressourcenschonung und Abfallminimierung ausgezeichnet. Eine große Ehre für Scott Print, denn eigentlich nimmt man von der Druckbranche hierzulande in der Öffentlichkeit herzlich wenig Notiz. Da wiegt eine solche Auszeichnung gleich doppelt: Vorreiter zu sein und gutes Beispiel für die ganz großen Produzenten.

Reduce, Reuse, Recycle. Mit Abfallvermeidung allein ist es aber bei Scott Print nicht getan. Im Einsatz sind beispielsweise auch auf pflanzlicher Basis hergestellte Farben. Oder auch Lack für Veredelungen, der wasserbasiert und damit voll recycelbar ist. Damit ist er auch preiswerter und laut Colin Seth zudem noch effektiver. Der gesamte Plastikabfall wird ebenfalls in das Recyclingsystem eingespeist und landet nicht im Müll. „Uns gefällt das neue Farbnachfüllsystem an den beiden Speedmaster XL 105 daher besonders gut. Es reduziert den Farbverbrauch, und die Kartuschen lassen sich ebenfalls recyceln“, erklärt Colin Seth. Auch der gesamte Papierabfall wird recycelt, und bei den Kunden für den Einsatz von Recycling-Papieren geworben. Dank des modernen CtP werden Druckplatten ohne Film und damit ohne den Einsatz von Chemikalien hergestellt. Und natürlich gelangen die nicht mehr benötigten Druckplatten in den

Recyclingkreislauf. Das bereits in der Maschine abgesaugte Puder – auf pflanzlicher Basis hergestellt – belastet die Luft nicht mehr. Selbst Energiesparen gehört zu den Zielen der Druckerei: „Die neuen Druckmaschinen nutzen die Energie wesentlich effizienter: Bei gleichem Stromverbrauch schafft ein neuer Druckturm etwa dreimal so viel Durchsatz wie eines unserer alten Druckwerke“, freut sich Dudley Scott. Die Druckerei will auch auf Kundenseite die Sensibilität für Umweltschutz wecken und beweist dabei, dass die Ziele des Umweltschutzes vereinbar sind mit den wirtschaftlichen Interessen und dass darunter weder Qualität noch Service leiden müssen. Ganz im Gegenteil. „An der weiteren Reduzierung des Alkohols (IPA) wollen wir noch arbeiten“, umreißt Mike Scott ein zusätzliches Ziel.

Trotz des hohen Ausstoßes der beiden Speedmaster XL 105 ist die Abteilung Weiterverarbeitung relativ klein. Im gleichen Stadtviertel, quasi auf der gegenüberliegenden Straßenseite, findet sich eine Reihe von guten Weiterverarbeitern. Angesichts derartig kurzer Wege hat man sich bei Scott Print dazu entschieden, einige Aufträge extern, aber trotzdem noch beinahe im eigenen Haus verarbeiten zu lassen.

**Das Wetter in den Spätnachrichten:
Endlich, Perth, es gibt diese Stadt also doch!
39 Grad waren es tagsüber, und morgen
wird es ebenso heiß. Spät erfährt der geduldige
Zuschauer, was er am Tage erleiden musste.**

Die Sonne hat inzwischen jeden nicht bedeckten Quadratmeter Haut versengt, und die Goldkette hat sich regeleht in die Haut eingebrannt: Auswirkungen der harten UV-Strahlung im Sonnenlicht, die durch das immer größer werdende Ozonloch nahezu ungefiltert auf die Erde trifft. So bekommt man „down under“ die Folgen des Drecks zu spüren, der vor allem aus der nördlichen Hemisphäre stammt: Europa und vor allem die USA sind die Hauptverursacher hierfür. Doch Scott Print lässt sich davon nicht entmutigen und will mit gutem Beispiel vorangehen und zeigen, wie man es besser machen kann – für sich, für die Natur und für eine bessere Zukunft für uns alle.

Welch vorzügliche Genüsse „Mutter Natur“ derzeit noch für den Menschen bereithält, kann man in vielen Restaurants der Region ausgiebig kosten – beispielsweise in Form der Weine von Mike Scott. Natürlich kann man die leichten Weiß- und vollmundigen Rotweine auch im Fachgeschäft erstehen und sich an ihnen mit Freunden zu Hause erfreuen. „Rosily“ steht auf dem Etikett: eine an der Westküste Australiens bekannte Weinmarke. Auch hier setzt Mike Scott, wie er es in seiner Druckerei praktiziert, auf moderne und umweltschonende Produktionsverfahren. „Nostalgie ist schön anzuschauen, aber selten wirtschaftlich, das ist im Weingeschäft nicht anders als im Druckmarkt“, murmelt er noch und hebt das Glas Cabernet-Merlot in die Abendsonne. Ein guter Jahrgang war das, der 2004er. Es werden noch viele folgen, da sind sich sämtliche Weinkenner und Drucker hier in Australien einig. ■

Australien auf einen Blick

Wenn man Perth aufgrund seiner abgeschiedenen Lage in Australien als Insel bezeichnet, so trifft dies auch auf den Kontinent insgesamt zu. Seit 55 Millionen Jahren treibt der Kontinent zwischen zwei Weltmeeren völlig isoliert und losgelöst von der übrigen Welt. Als einziger Kontinent liegt Australien komplett auf der Südhalbkugel. Mit gut 21 Millionen Einwohnern ist Australien relativ dünn besiedelt, der Binnenmarkt ist entsprechend schwach. Neben der Landwirtschaft spielt der Bergbau (sehr große Vorkommen u.a. von Zink, Gold, Blei, Uran und Nickel) eine bedeutsame Rolle. Die größten Industriezweige sind daneben die Metall-, Maschinen- und Transportindustrie sowie der Tourismus.

Daten & Fakten

Scott Print
4 Aberdeen Street, Perth
Western Australia 6000
Australien
Tel.: +61-(0)-8-92 23-77 88
Fax: +61-(0)-8-92 23-77 00
www.scott.com.au

www.heidelberg.com/hd/XL105

PAKWORLD, NEUSEELAND

Von Kiwis, Schafen und Leben ohne Grenzen

Grüne Wiesen und Wälder bis zum Firmament, wie auf einem Schachbrett angelegte Felder und Weiden: Schon aus der Luft wirkt Neuseeland ordentlich und gepflegt – ein Eindruck, der sich in Büros, Produktionsräumen, dem Maschinensaal und selbst dem Lager von Pakworld wiederholt. Die Druckerei in Christchurch hat sich dank intelligenter Investitionen in eine Speedmaster CD 74, einen Prosetter 74 und in die erste Varimatrix des Landes – ja sogar der gesamten südlichen Hemisphäre – zum modernsten Verpackungsspezialisten des Inselstaates entwickelt.

Scheinbar endlos winden sich die engen Straßen durch die grüne Landschaft. Immer gesäumt von Schafen, die am Straßenrand weiden. Wohin man auch in die schöne Natur blickt, die Schafe sind einfach überall. Große, kleine, manchmal schwarze, mit kurzem und mit langem Fell. Wenn nicht das Schaf, welches Tier verdiente dann die Ehre, als Wappentier Neuseelands zu dienen? Es mag für einige Zeitgenossen der sehr seltene, nur in der Nacht aktive und damit schwer wahrnehmbare Kiwi sein, von dem die Neuseeländer ihren internationalen Spitznamen bekommen haben. Auch wenn es noch immer einige Menschen geben soll, die meinen, dieser sei von der berühmten kleinen, grünen Tropenfrucht abgeleitet, handelt es sich in diesem Fall jedoch tatsächlich um den flugunfähigen Vogel.

Über Stunden hinweg kommen einem keine Autos entgegen – und wenn der seltene Fall dann doch einmal eintritt, wird freundlich begrüßt. Irgendwann verschwindet sogar die Asphaltdecke, und fast 40 Kilometer lang geht es über Schotterpisten immer weiter in die Bilderbuchlandschaft hinein, entlang an kleinen Farmen – von Schafzüchtern, versteht sich. Das Land wirkt unberührt und grenzenlos, ist aber von den vielen Zäunen der Schafskoppeln durchzogen. Unterbrochen wird die rumpelige Fahrt im Geländewagen auf staubigem Untergrund denn auch nur durch „cattle stops“, Eisengitter im Fahrbahnuntergrund, die verhindern, dass sich die Schafe auf und davon machen – oder durch die Schafe selbst: Nicht selten blöken sie die Reisenden protestierend an und wirken geradezu entrüstet, weil man ihre Ruhe stört. Also geben sie sich störrisch, bleiben mitten im Weg stehen und lassen sich erst durch mehrmaliges Hupen zum Räumen der Piste bewegen. Ganz, ganz allmählich kommt eine rhythmische Bewegung in die Herde. Nein, Hektik kennen diese Tiere nicht wirklich, selten genug bekommen sie Besuch. Geduld ist gefragt, bis die Schafe den Gang auf die grüne Wiese zurückgelegt haben. Nach einigen Minuten ist der Weg endlich wieder frei, weiter geht die Fahrt.

Entspannung in der Natur. Am Ende des langen Weges steht Jonathan Flett schließlich inmitten der Natur; Postkartenpanorama – Gletscherblick und Schafsheide inklusive, auf der „Glenfalloch High Country Station“. Jon Flett genießt solche gemeinsamen Ausflüge mit seiner Frau Mhairi und seinen zwei Kindern Sophie und Brodie: Auf der abgelegenen Lodge – seinem Geheimtipp für stressgeplagte Neuseeländer und Touristen – fühlt er sich wohl. Die Lodge liegt nicht weit von der Basisstation der „Methvin Heli Ski“, mit deren

Waren müssen oft mehrere Tausend Kilometer zu Kunden transportiert werden.

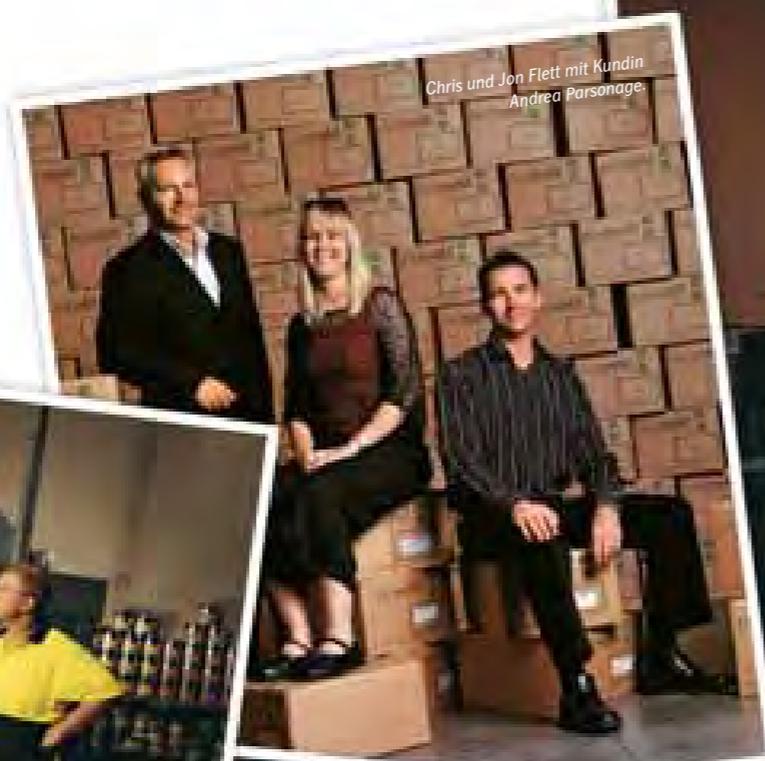
Helikoptern sich Jon in den Wintermonaten gerne in die Berge zum Skifahren fliegen lässt – seinem einzigen und deshalb für ihn auch so wichtigen Hobby. Die Glenfalloch High Country Station liegt mitten in den Bergen der Südinsel Neuseelands auf einer Farm. Die Besitzer des Anwesens verdienen sich mit der Vermietung der Fremdenzimmer ein Zubrot. Ansonsten leben sie – wie so viele „Kiwis“ – natürlich von der Schafzucht. Wolle und Fleisch der Tiere finden im Ausland ihre Abnehmer, denn die hohe Qualität wird geschätzt und ist sprichwörtlich weltberühmt.

Insellage mit Vor- und Nachteilen. Sein Bruder Chris dagegen liebt Action, vor allem hohe Geschwindigkeiten auf dem Wasser. Ein schnelles Sportboot lockt ihn bei gutem Wetter an den Wochenenden auf das Meer. Abschalten vom Alltag bedeutet für ihn, die Küste entlangzufahren und entlegene Strände anzusteuern. Hier findet schließlich auch er die benötigte Ruhe, die er gemeinsam mit seiner Frau Helen genießen kann.

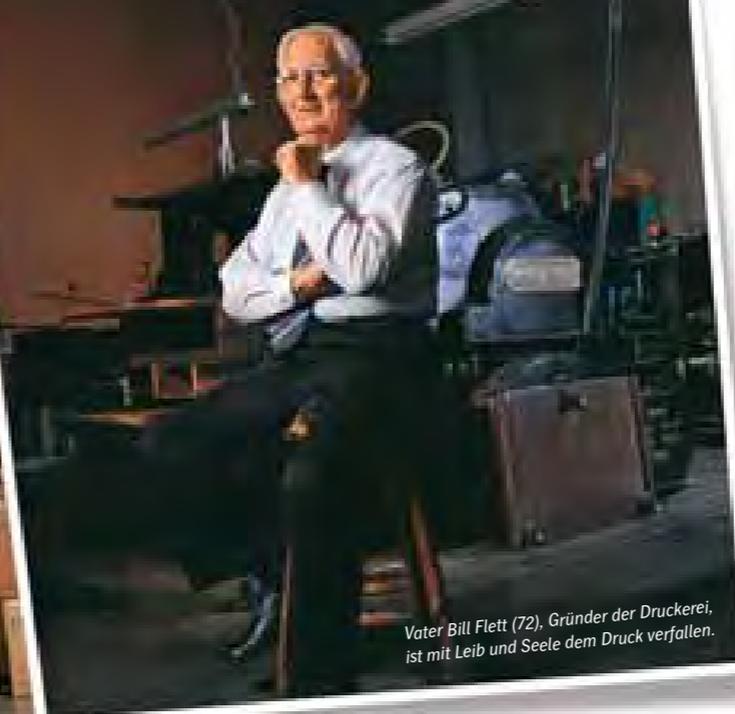
Derartige Ausflüge sind für die Fletts aber eine Ausnahme, etwas Besonderes, denn unter der Woche ist für die Brüder häufig Hektik angesagt. Seit Jon und sein Bruder Chris vor etwa fünf Jahren die Druckerei Pakworld von Vater Bill übernommen haben, gibt's viel zu tun. Nicht, dass im eher beschaulichen Christchurch wirklich große Hektik aufkommen würde – stressiger Berufsverkehr wie in Paris, Rom oder New York ist hier völlig unvorstellbar. Aber die Druckerei beliefert überwiegend Kunden, die ihre Produkte international, das heißt nach Australien und Asien verschiffen. Und deshalb bekommt der Begriff Termindruck plötzlich eine sehr konkrete Bedeutung, denn die Waren müssen oft mehrere Tausend Kilometer über den Pazifik zu den Nachbarn transportiert werden. Bei all der grandiosen Natur, der wild-romantischen Schönheit des Landes: Es ist und bleibt eine Insel, umgeben von Wasser – sehr viel Wasser. ▶



Jon Flett (37) will noch hoch hinaus. Investitionen in die Technik sollen das Unternehmen voranbringen.



Chris und Jon Flett mit Kundin Andrea Parsonage.



Vater Bill Flett (72), Gründer der Druckerei, ist mit Leib und Seele dem Druck verfallen.



Drucker Paul Webb und sein Kollege Brent Laby an der neuen Speedmaster CD 74 (von links).

Die pro Kopf höchste „Einwanderungsquote“ in Neuseeland haben, da gibt es keine Zweifel, natürlich auch die Schafe zu verzeichnen. Gut 40 Millionen bevölkern die Inseln. Die Wirtschaft ist seit der Gründerzeit geprägt von der Landwirtschaft, und hier vor allem von der Tierhaltung. Neben Schafen sieht man gelegentlich auch noch einige Schweine, Rehe und sogar Alpakas, die eigentlich aus Peru stammen, am Straßenrand weiden. Produzierendes Gewerbe macht zurzeit nur etwa 17 Prozent der Wirtschaftsleistung aus, während Gastronomie und Tourismus mit 20 Prozent den größten Wirtschaftszweig darstellen. Als durchschnittliche Betriebsgrößen gelten Unternehmen mit zehn bis 15 Beschäftigten.

Kundengewinnung auf einer Insel ist sehr schwer.

Pakworld hat 26 Mitarbeiter, davon sind 19 in der Produktion, je einer in der Vorstufe und Verwaltung tätig. Auch zwei Verkäufer sind im Einsatz und natürlich Bill, Jon und Chris Flett. Vater Bill und seine beiden Söhne sind alte Hasen oder – um im Bild der neuseeländischen Fauna zu bleiben – „alte Schafe“ im Geschäft. Auch wenn 90 Prozent der Pakworld-Kunden in Neuseeland angesiedelt sind, gehen dennoch weit mehr als die Hälfte der Produkte in den Export. Kundengewinnung ist auf einer Insel traditionell etwas schwer, denn man kann kaum, wie beispielsweise in Europa üblich, über Grenzen hinweg akquirieren. Aber auf der anderen Seite können Kunden auch nicht sehr leicht auf noch weiter entfernte internationale Druckereien ausweichen, denn ein Transport über Grenzen findet hier zu meist über Schiffe und viele Tausend Seemeilen hinweg statt. Das kostet Zeit und Geld.

Bislang liegt Neuseeland noch nicht im Fokus der sich immer weiter globalisierenden Industrie. So haben derzeit nur wenige internationale Unternehmen das Land als preiswerten Standort mit guter Infrastruktur für sich entdeckt. In der Regel lassen diese Konzerne ihre Produkte in Neuseeland auch nur in Lizenz fertigen – von Betrieben, die im Rest der Welt völlig unbekannt sind und womöglich auch bleiben. Für das Gros der Unternehmen aus den USA, aus Europa und Asien erscheint das Land am unteren Rand der Weltkarte, so kurz vor dem Polarkreis, einfach zu abgelegen, als dass sie sich persönlich auf den weiten Weg über den Ozean machen würden. Dass der Inselstaat mit nur knapp vier Millionen Einwohnern auch über keine sehr große Kaufkraft verfügt, erschwert diese Situation zusätzlich.

Lieber Klasse als Masse.

Kaum wahrgenommen zu werden ist für die heimischen Unternehmen aber durchaus auch von Vorteil, denn ohne Konkurrenzdruck von außen können hier sehr viele mittelständische Unternehmen wie Pakworld aufblühen. Sie bilden daher ein solides Rückgrat der Wirtschaft Neuseelands, die ansonsten vom Export heimischer landwirtschaftlicher Produkte getragen wird. Richtig, man ahnt es bereits: Es handelt sich hierbei, wie sollte es anders sein, überwiegend um Schafwolle und Schaffleisch. Da versteht es sich von selbst, dass die am meisten produzierte Faltschachtel des Landes ebenjene ist, in der tiefgefrorenes Schaffleisch bis nach Asien, Europa und Nordamerika verfrachtet wird. „Die Schachteln brachten einem Drucker einmal 45 Cent je Stück ein, heute sind es mit Glück noch neun. Solche Druckaufträge lohnen sich nur noch über die Menge, aber Massenprodukte wie diese sind nicht der Markt von Pakworld“, kommentiert Jon die Situation trocken. Er und sein Bruder setzen viel lieber auf Klasse denn auf Masse.

Wie im Paradies lebt es sich für Pakworld deshalb noch lange nicht. Konkurrenz gibt es im eigenen Land noch genügend: Allein auf der Südsinsel sind es rund 150 Druckereien, die sich den Markt um die gut 4.000.000 Einwohner teilen. Zählt man die Druckereien aller Inselteile zusammen, kommt man sogar auf 500. Dabei ist die Wirtschaftskraft auf der nördlichen Insel, auch wegen der höheren Bevölkerungsdichte, stärker. Folglich macht Pakworld dort auch mehr Umsatz. Rund 200 Kunden finden sich in der Kundenkartei, darunter sogar internationale Marken wie Johnson & Johnson.

Kundenbeziehung für Pakworld wichtig. Die Kontakte zu lokalen Unternehmen aus Christchurch, gerade auch zu den ganz kleinen, sind Jon und Chris sehr wichtig. Ganz in der Tradition von Vater Bill setzen die Brüder nämlich auf eine intensive Beratung ihrer Kunden vor Ort. „Wir haben Kunden, die mit einer guten Geschäftsidee zu uns

Als einziger Hersteller bietet Heidelberg in Neuseeland ein Servicenetzwerk an, das dazu noch perfekt ist.

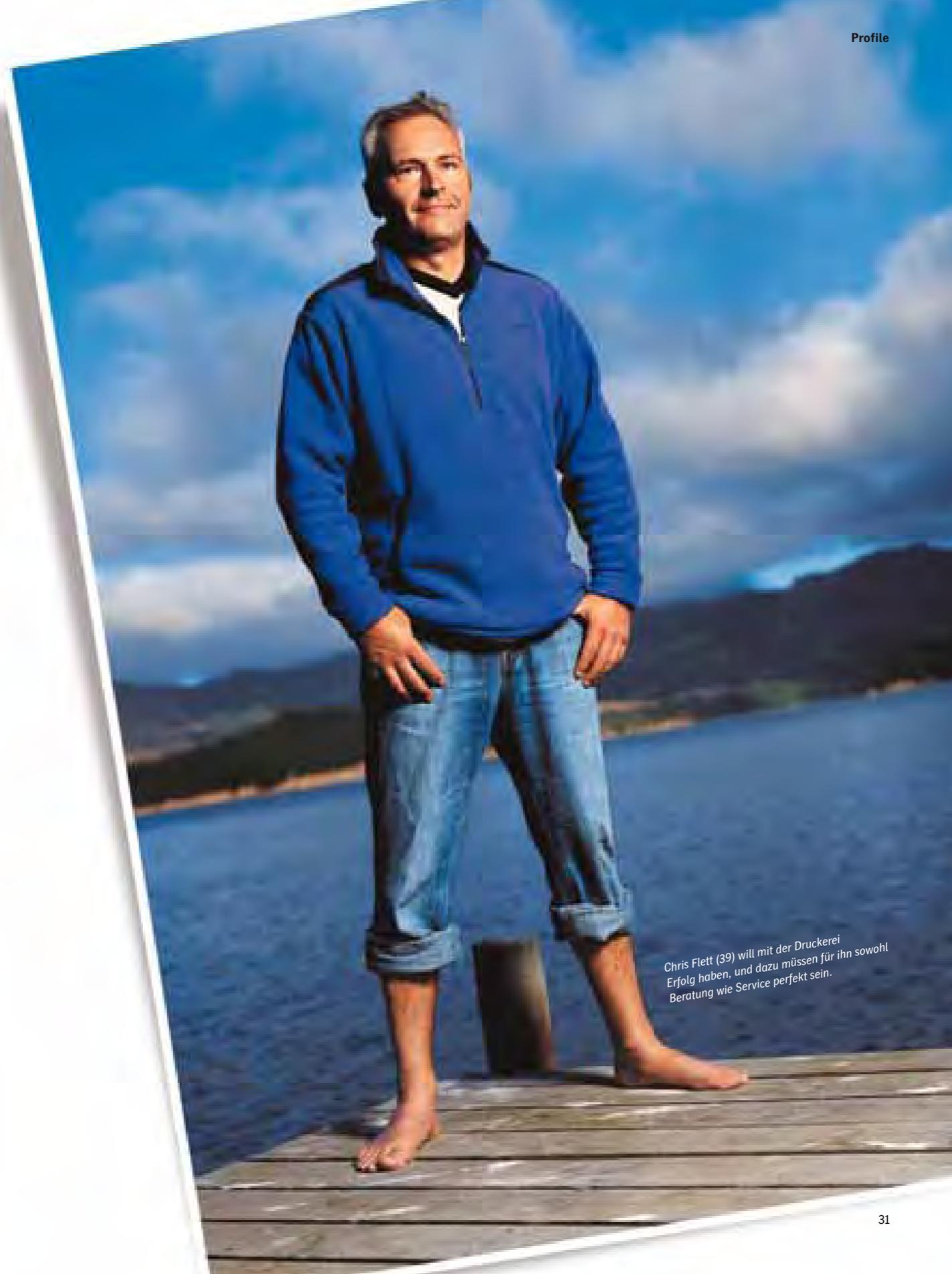
kommen und für ihre Produkte eine interessante, verkaufsfördernde Verpackung benötigen. Wenn zum Beispiel ein Kunde eine neue Marmelade auf den Markt bringen möchte, aber bereits eine ähnliche Verpackung für ein im weitesten Sinne vergleichbares Produkt auf dem Markt ist, versuchen wir, den Kunden davon zu überzeugen, dass er seine Marmelade halt ‚anders‘ verkaufen oder ‚andere‘ Abnehmer suchen sollte. Über eine eigenständige, perfekte Verpackung mit individuellem Design kann man Kannibalisierungseffekte unter Umständen vermeiden und seinen Erfolg nachhaltig sichern, indem man neue Käuferzielgruppen anspricht. Oder wir überzeugen unsere Kunden davon, nicht gleich 50.000 Verpackungen zu bestellen – auch wenn dies preiswerter pro Stück wäre als bei kleineren Mengen. Letztlich nutzt es aber weder uns noch den Kunden, mangels Nachfrage auf 50.000 Verpackungen sitzenzubleiben – und dieses Risiko besteht nun mal bei neuen Produkten kleiner Hersteller. Wir drucken lieber immer wieder kleinere Mengen für den gleichen Kunden – die dann auch bezahlt werden, so dass wir nicht auf unseren Forderungen sitzenbleiben. Es kam auch schon mal vor, dass ein Kunde sein hochwertiges 120-Dollar-Produkt in einen billigen Karton stecken wollte. Das passt natürlich nicht zusammen, deshalb haben wir ihm etwas Besseres vorgeschlagen“, umschreibt Chris die Geschäftsphilosophie von Pakworld. Dieses Vorgehen sichert der Druckerei ein seit Jahren anhaltendes nachhaltiges Wachstum und ist ein Schlüssel für den Erfolg des Drucker-Duos.

Zukunft im Zeichen der Modernisierung. „Auf unseren Produkten ist stets auch unser Firmenlogo zu finden. Wir betrachten das als eine Art Gütesiegel, mit dem wir für unsere Qualität bürgen. Zwar ist das Logo zumeist auf nicht leicht sichtbaren Stellen angebracht, aber bei genauer Betrachtung der Verpackung kann jeder erkennen, woher sie stammt“, erklärt Jon. Daraus spricht der Stolz, zu den

modernsten und leistungsfähigsten Druckereien des Landes zu gehören. Den Grundstein dafür legten die beiden Brüder, als sie das Geschäft vor fünf Jahren vom noch heute bei Neuanschaffungen und der Herstellung von Vorserien- und Testverpackungen mitwirkenden Vater übernahmen: Ihnen wurde schnell bewusst, dass modernere Maschinen hermussten. Die bunt zusammengewürfelten alten Maschinen unterschiedlicher Hersteller liefen zwar immer noch, doch genügten sie den Qualitätsansprüchen von Jon und Chris nicht mehr. Die Zukunft des Unternehmens und damit seine Wettbewerbsfähigkeit sahen sie deshalb in einer grundlegenden Modernisierung. Doch eine Investition in neue Maschinen ist in Neuseeland leichter gesagt als getan: Ein Händler für Druckmaschinen lässt sich im näheren Umkreis einfach nicht finden. Also sahen sich die Unternehmer auf einer Messe im australischen Melbourne um – und wurden dort auf die Speedmaster CD 74 aufmerksam. Alle Maschinen, die sie danach testeten – darunter vergleichbare Modelle aller namhaften Hersteller aus Europa und Asien – konnten einfach nicht mit der Qualität der Speedmaster CD 74 mithalten.

Ein weiteres ganz dickes Plus der Heidelberger Maschine war, dass für sie in Neuseeland ein gutes Servicenetzwerk vorhanden ist. Hier, am „Ende der Welt“, kurz vor der Antarktis, dauert die Anlieferung von Ersatzteilen oder der Besuch von Servicemitarbeitern unter Umständen etwas länger als andernorts. „Als einziger Hersteller bietet Heidelberg in Neuseeland ein – noch dazu perfektes – Servicenetzwerk an, inklusive Schulung der Mitarbeiter sowie prompter Ersatzteillieferungen. Uns war klar, dass eine solche Investition nur dann sinnvoll ist, wenn die Maschine ausgelastet werden kann und es nicht zu unnötigem Stillstand kommt. Dafür ist ein guter Service unabdingbar“, erklärt Jon. Die Entscheidung war gefallen.

Der wohl älteste Drucker der Nation. Eine Speedmaster CD 74? Alle „Druckexperten“ auf der Südinsel waren davon überzeugt, dass die beiden offenbar größenwahnsinnig gewordenen Brüder in spätestens sechs Monaten pleite wären. „Kalkulierbares Risiko“ nannte hingegen Vater Bill diese Entscheidung. Bill kennt Heidelberg seit fast 60 Jahren: Direkt nach der Schule, im Jahr 1949, begann er seine Druckerlaufbahn – an einem Heidelberg Zylinder. Seit dieser Zeit schlug sein Herz für Heidelberg. Nachdem er diverse Druckereien durchlaufen hatte, stieg er in Christchurch als Partner bei Andrews Baty ein. 1980 übernahm er den Betrieb. Ein damaliger Kunde von ihm hieß „Musicworld“, und da sich Bill bereits auf Verpackungen spezialisiert hatte und ihm der Name des Kunden gefiel, nannte er seine Druckerei ab dieser Zeit „Pakworld“. Heute freut er sich, dass seine beiden Söhne so gut mit der Druckerei klarkommen. Es hätte nicht besser für ihn laufen können: Während andere Unternehmen an der Frage eines Nachfolgers in der Geschäftsführung zu Grunde gehen, kann er sich mit zwei perfekten Erben und den positiven Aussichten für das Unternehmen sehr glücklich schätzen. Jon kümmert sich um die Produktion und leitet den Betrieb. Chris hingegen ▶



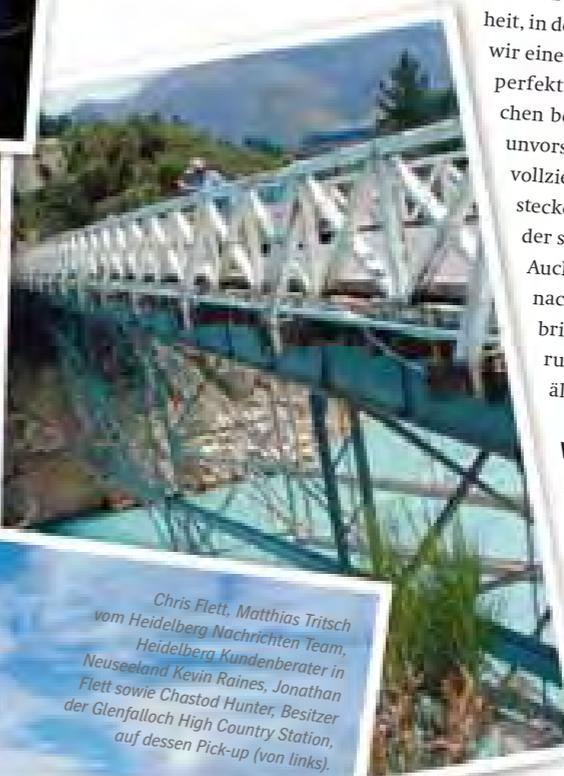
Chris Flett (39) will mit der Druckerei Erfolg haben, und dazu müssen für ihn sowohl Beratung wie Service perfekt sein.



Land & Leute

Die Ureinwohner sollen vor etwa 500 Jahren nach Neuseeland gekommen sein. Belegt ist dies für die Zeit ab dem 16. Jahrhundert. Vermutlich aus Hawaii oder von anderen pazifischen Inseln sind sie ursprünglich herübergekommen. Die beiden etwa gleich großen Nord- und Südinselformen bilden neben einigen kleineren den Inselstaat Neuseeland. Etwa zur gleichen Zeit wie von Europa aus fand auch von der Nordinsel her die Besiedlung der Südinselformen durch Stämme wie die Maoris und Waitahas statt.

1770 hatte der berühmte englische Seefahrer James Cook die Christchurch vorgelagerte Halbinsel entdeckt, sie allerdings für eine Sandbank gehalten. Walfänger hatten dann in den folgenden Jahrzehnten immer wieder in dem Gebiet Rast gemacht. 1815 landeten die ersten europäischen Siedler aus Frankreich auf jener Halbinsel, die Christchurch vorgelagert ist, dem heutigen Akaroa. Organisierte Besiedlungen durch Großbritannien erfolgten in den nächsten Jahrzehnten. Um eine ideale anglikanische Gemeinde zu führen, kam eine Gruppe von ihnen 1851 in das Land und gründete Christchurch. Bereits 1856, nur fünf Jahren später, bekam die Gemeinde ihre offiziellen Stadtrechte – und ist damit die erste und älteste Stadt Neuseelands. Zum ersten Mal weltweit durften Frauen hier bereits ab 1893 das Wahlrecht ausüben. Schon 1896 rollte das erste Auto durch die Straßen von Christchurch – ein Benz aus Deutschland. Mit etwa 340.000 Einwohnern, davon rund 90 Prozent aus Europa abstammend, ist Christchurch die zweitgrößte Stadt Neuseelands und gilt im ohnehin sehr grünen Inselstaat als „Gartenstadt“, denn sie ist mit 740 großen und kleinen Parks gesegnet.



Chris Flett, Matthias Tritsch vom Heidelberg Nachrichten Team, Heidelberg Kundenberater in Neuseeland Kevin Raines, Jonathan Flett sowie Chastod Hunter, Besitzer der Glenfalloch High Country Station, auf dessen Pick-up (von links).

ist für die Verwaltung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens zuständig. „Beide arbeiten gut zusammen, sind nicht nur Brüder, sondern auch Freunde“, freut sich Bill. „Ein Verdienst der Mutter“, ergänzt er verschmitzt schmunzelnd. Die Investitionen der letzten Jahre, auch der Umzug in ein neues Gebäude, haben ihn gefreut. „Die beiden packen gemeinsam an und bauen weiter aus, was ich aufgebaut habe. Es ist schön zu sehen, wie das Unternehmen unter ihrer Leitung weiterwächst“, berichtet Bill weiter.

Ab und zu richtet Bill noch die Zylinder für spezielle Aufträge ein oder baut Einzeldummys von Schachteln zu Präsentationszwecken. Das macht bislang keiner so gut und gründlich wie er. Aber Bill lebt auch als „Semi-Rentner“ nicht in einer verklärten Vergangenheit, in der angeblich alles besser war: „Auf einem Zylinder haben wir einen Sechsfarbenauftrag mit 10.000 Exemplaren ebenfalls perfekt produziert. Aber dafür haben wir dann gut zwei Wochen benötigt. Die neue CD 74 erledigt das in einer Stunde – unvorstellbar! Die meisten Leute können einfach nicht nachvollziehen, welche enorme Präzision und Leistung dahinterstecken“, stellt der wohl älteste Drucker Neuseelands fest, der stolz darauf ist, seit 58 Jahren als Drucker zu arbeiten. Auch Chris und Jon haben, wie ihr Vater, bereits gleich nach der Schule in der Druckerei gearbeitet. Gemeinsam bringen es die drei also auf über 100 Jahre Druck-Erfahrung: Tradition genug in einem Land, das selbst kaum älter als 150 Jahre ist.

Weiterverarbeitung ohne Zeitverlust: Varimatrix.

Allen Unkenrufen zum Trotz zahlte sich die Speedmaster CD 74 für Pakworld von Beginn an aus. Die Kunden sind von ihrer Qualität so begeistert, dass sich der Umsatz seit ihrer Installation glatt verdoppelte. Allerdings verursachte der enorm gestiegene Durchsatz zwischenzeitlich Engpässe in der Weiterverarbeitung: Der hohe Ausstoß der Druckmaschine konnte nicht schnell genug verarbeitet werden. Pakworld schaffte eine gebrauchte Jagenberg-Falzmaschine aus den USA an. Das Stanzen und Prägen auf den alten Zylindern von Heidelberg erforderte jedoch immer noch zu viel Zeit. Die Lösung: eine Varimatrix, neu und preiswert. Die Heidelberg Varimatrix bietet den cleveren Geschäftsleuten den Einstieg in die industrialisierte Weiterverarbeitung. Die Verpackungsspezialisten setzen unterschiedliche Kartons ein, vorwiegend aus Neuseeland. Die Varimatrix kann sie entsprechend bearbeiten, ohne dass die Fasern reißen oder brechen. Da auch die Innenseiten der Verpackungen beim Öffnen schön – und nicht nur grau – aussehen sollen, nutzt Pakworld nur hochwertige Kartons und Papiere aus neuen Holzfasern: Deren Fasern brechen ideal, es ergeben sich optimale Falzungen und Prägnungen. Diesen hohen Anspruch an die Qualität meistert die Varimatrix spielend.

Um alle Aufträge pünktlich ausliefern zu können und auch bei Überraschungsaufträgen nicht „Nein“ sagen zu müssen, stehen Pakworld neben einem eigenen Kartonlager immer noch weitere

Hoher Ausstoß der Druckmaschine muss künftig auch in der Weiterverarbeitung mit neuer Technik kompensiert werden.



Damian Holt, Mitarbeiter der Nachtschicht bei Pakworld.

150 Tonnen Karton auf Abruf bei einem Lieferanten zur Verfügung. Für einige große Kunden, deren Bestellumfänge in der Regel über Monate hinweg gleichbleiben, werden ganz bestimmte Druckjobs sogar im Voraus produziert, und die fertigen Verpackungen werden eingelagert. Das erspart Stress, wenn die Verpackungen ausnahmsweise doch mal schneller als erwartet benötigt werden. Außerdem optimiert Pakworld auf diese Art und Weise die Maschinenauslastung: Die Produktion jener „zeitlosen“ Verpackungen kann in Phasen gelegt werden, in denen nicht so viel zu tun ist. Neben dem durchschnittlichen Ganzjahresgeschäft muss Pakworld schließlich auch einige Stoßzeiten abfedern, in denen es richtig brennt; etwa an Weihnachten oder Ostern, wenn viele Verpackungen für Schokoladen gebraucht werden. Tatsächlich erstreckt sich die Spanne von durchschnittlichen Auflagen mit 5.000 Bogen bis zu hin zu Spitzenaufgaben von 350.000 Bogen. So hat die Speedmaster CD 74, die in zwei Schichten arbeitet, in der Summe schon fast 40 Millionen Drucke auf dem Zähler.

und verfolgen die Entwicklung aufmerksam. Die neue Technik bietet uns höchste Druckqualität zum gleichen Preis. Farb- und Passerprobleme gehören jetzt der Vergangenheit an. Viele Punkte, die früher als kritisch galten, müssen wir heute eigentlich gar nicht mehr prüfen. Hinzu kommen die enormen Steigerungen im Bereich Prepress, von dem wir unsere Proofs innerhalb weniger Stunden statt mehrerer Tage bekommen. Auch den Engpass in der Weiterverarbeitung hat Pakworld dank der Varimatrix behoben. Wir sind daher zuversichtlich, dass Pakworld mit der steigenden Auftragsmenge von uns klarkommen wird. Das ist wichtig für uns, da wir auf Just-in-time-Produktion angewiesen sind. Selbst große Druckereien in Neuseeland haben in den letzten Jahren nicht so in ihr Equipment investiert wie Pakworld. Für uns gibt es daher keine Alternative in Neuseeland, wenn es um die perfekte Verpackung geht“, berichtet die 32-jährige. Und dazu zählen für sie auch die gute Beratung und ein partnerschaftlicher Umgang miteinander, wie sie es von Pakworld gewohnt ist.

Auftragsboom dank Prosetter 74. Vor der Anschaffung ihres hochwertigen Arbeitspferdes kauften die Fletts die Vorstufeleistung ausschließlich extern zu. „Dies erforderte aber einen hohen Abstimmungsaufwand, Geduld und Zeit. Die Dienstleister hatten häufig andere Vorstellungen von der Qualität als wir. Vor allem dauerte uns der Prozess oft zu lang“, umschreibt Jon Flett die frühere Situation. Also nehmen die Fletts ein effizienteres Geschäftsmodell in Angriff: Pakworld installiert Prosetter 74, Prinect Signa Station und Prinect MetaDimension. „Das war die perfekte Lösung für uns – aber nicht etwa, weil wir so viele Druckplatten benötigen. Rund 60 Prozent unserer Jobs sind nämlich ohnehin Wiederholaufträge. Nein, was uns jetzt einen echten Vorteil verschafft, ist vielmehr das Abstimmen der digitalen Proofs. Das dauerte früher bis zu zwei Tage und gelingt heute in Stunden“, berichtet Jon weiter: ein Vorteil, den seine Kunden wie beispielsweise Andrea Parsonage sehr zu schätzen wissen. Sie ist Projektmanagerin bei einem Kunden aus Christchurch, der seine Produkte im Namen und Auftrag großer internationaler Konzerne, darunter Hersteller von Hygieneartikeln, produziert und verpackt. Die im Auftrag und nach Standards des Kunden produzierten Produkte erhalten ihre Verpackungen inzwischen zu 100 Prozent von Pakworld und werden dann in Supermärkte im gesamten Asien-Pazifik-Raum geliefert – überwiegend nach Australien.

Große Produktpalette. Dabei bieten die Verpackungsspezialisten von Pakworld alle nur erforderlichen Schachteln und Verpackungen, Wobblers, Displays oder auch Fensterschachteln für hochwertige Spirituosen, Schokoladen, Etiketten für hausgemachte Marmeladen und edle Weine, um nur einige zu nennen. Selbstredend liefern die Fletts all dies auch veredelt und aufwendig produziert. Die Qualität der Verpackungen ist sprichwörtlich, selbst im Hinblick auf ihre Stabilität. Schließlich kann mit dem Equipment von Jon und Chris auch stabiler Karton veredelt werden.

Beim Abendessen unterhalten sich die beiden Brüder über den Verpackungsmarkt und die Rolle einer guten Verpackung für die Wertigkeit eines Produkts. „Wir verpacken unseren Kunden wirklich alles und erfüllen jeden Wunsch. Alles? Na ja, alles außer Schafe“, erklärt Jon mit einem breiten Grinsen im Gesicht, und Chris meint noch: „Vielleicht einmal, wenn die Schafe in hochwertigen Fensterschachteln und mit kaschierten Fünffarbenkartons auf die lange Reise nach Übersee gehen.“ Dann stimme wenigstens die gute Qualität des Inhalts mit der Verpackung überein. Da sind sich die beiden wieder einmal einig und schauen lachend vor sich auf ihre Teller mit dem frischen Lammrücken – einfach grenzenlos lecker. ■

Daten & Fakten

Pakworld
Printing and Packaging
2 Caerphilly Place
Ferymead, PO Box 19903
Christchurch
Neuseeland
Tel.: +64-(0)-3-963-49 60
Fax: +64-(0)-3-963-49 62
E-Mail: management@Pakworld.co.nz
www.Pakworld.co.nz

www.heidelberg.com/hd/CD74

Nachrichten & Meldungen

Jubiläumszylinder: Werk Amstetten wird „Millionär“



Jubiläumstück: Georg Bellemann stellt den einmillionsten Zylinder aus Amstetten fertig, der inzwischen in einer Speedmaster SM 52 seinen Dienst bei der spanischen Druckerei Gráficas Mari Montañana angetreten hat.

Deutschland. Ende März hatten die Mitarbeiter des Werkes Amstetten allen Grund, sich selbst zu feiern: Sie lieferten den einmillionsten Druckzylinder aus. Diese Leistung ist umso erstaunlicher, weil die Zählung erst vor 22 Jahren begann. Damals bezog das ursprünglich in Geislingen gelegene Werk seinen jetzigen Standort auf der Schwäbischen Alb. Seit dieser Zeit haben die Amstettener ihre jährliche Zylinder-Produktion mehr als verdoppelt, so dass heutzutage rund 70.000 Exemplare pro anno das Werk gen Wiesloch-Walldorf verlassen. Darunter nun also auch das Jubiläumstück, das per Bahn zur größten Druckmaschinenfabrik der Welt transportiert und dort in eine Speedmaster SM 52 eingebaut wurde. Inzwischen ist es auf dem Weg nach Spanien, um bei Gráficas Mari Montañana seinen Dienst anzutreten. „Der einmillionste Zylinder aus Amstetten markiert einen Meilenstein und unterstreicht die Fähigkeit des Unternehmens, hochtechnologische Komponenten in gleichbleibend hoher Qualität produktiv herzustellen“, so Technikvorstand Dr. Jürgen Rautert. Amstetten ist das Kompetenzzentrum für die Herstellung von Gussteilen, Druckmaschinen-Seitenteilen und -Zylindern. Von den rund 1.300 Mitarbeitern sind 300 in der Zylinderbearbeitung beschäftigt.

Ausgezeichnetes Marketing: POLAR-Mohr-Award für Heidelberg Tschechien

Tschechische Republik. Für die ausgezeichnete Vermarktung von POLAR-Produkten ist die tschechische Vertretung von Heidelberg mit dem POLAR-Mohr-Award ausgezeichnet worden. Anlässlich des 100. Geburtstages von POLAR-Mohr hatten die Tschechen im Rahmen einer zweiwöchigen Kampagne u.a. klassische Anzeigen geschaltet, Werbeflyer verschickt, Anwenderberichte publiziert, intensive Öffentlichkeitsarbeit betrieben und eigens eine Website auf die Beine gestellt. Begleitet wurde die Kampagne von besonderen Finanzierungsangeboten. Das dadurch geschnürte Paket überzeugte derartig viele Betriebe in der Tschechien, dass der Umsatz mit POLAR-Erzeugnissen um 60 Prozent stieg. Das war den Verantwortlichen von POLAR einen Preis wert. Der erstmalig verliehene Award ist mit 10.000 Euro dotiert, die nun der Ausbildung des tschechischen Nachwuchses in der grafischen Industrie zugute kommen werden. Heidelberg Prag dankt allen Kunden, die zu diesem Erfolg beigetragen haben.



Präsentieren den erstmalig verliehenen Polar-Mohr-Award: Marek Kraus, Product Manager Postpress Heidelberg Prag, Markus Judel, POLAR Verkaufsführer Osteuropa, Tomas Hejzlar, Managing Director Heidelberg Prag, Michael Neugart, Managing Director POLAR, Jarmil Králicek, Marketing Manager Heidelberg Prag, und Rolf Brand, Marketingleiter POLAR (v.l.).

Prinect Inspection Control: Sandler Vorreiter in Österreich

Österreich. Dem Fehlerteufel rückt die Johann Sandler GesmbH & Co. KG jetzt quasi „live“ zu Leibe: Als erste Druckerei in ganz Österreich setzt der Betrieb in Marbach an der Donau auf das Bogeninspektionssystem Prinect Inspection Control, dessen scharfe Kameras auch die kleinsten Mängel aufspüren. Den beiden elektronischen Wachhunden im Lackierwerk von Sandler's neuer Speedmaster XL 105 entgehen z.B. keine Butzen, fehlenden Druckstellen, Spritzer, Streifen oder auch Kratzer – selbst bei höchster Produktionsgeschwindigkeit. Für Sandler ist diese penible Qualitätskontrolle samt Dokumentation der Messergebnisse besonders wichtig, weil die Druckerei – bei allem Tempo – auf hochwertige Akzidenzen und Faltschachteln setzt. Zusammen mit dem Farbmesssystem Prinect Image Control hat Geschäftsführer Hannes Sandler nun alle Trümpfe in der Hand: „Unsere Kunden verlangen hohe Druckqualität, nachweisbare Qualitätskontrolle und absolute Termintreue. All dies können wir ihnen dank der Lösung von Heidelberg bieten.“ Komplettiert wird diese Lösung im Falle von Sandler sogar noch durch ein maßgeschneidertes Logistiksystem, das den Versand der edlen Drucksachen optimiert.

Nähere Informationen: www.sandler.at



Dem Fehlerteufel auf der Spur: Als erste Druckerei Österreichs setzt die Sandler GesmbH & Co. KG auf das Bogeninspektionssystem Prinect Inspection Control.

Print Media Academy: Heidelberg-Know-how in Brüssel



Kooperieren jetzt in Sachen Wissen: Bernd Schopp, Leiter des weltweiten PMA-Netzwerks, und Hubert Van Vreckem, Geschäftsführer von Plantin, bei der Einweihungsfeier in Brüssel.

Belgien. Schlaue Druckerfische können sich jetzt in Brüssel noch schlauer machen: Wissen und Know-how für Erfolg in Markt und Wettbewerb, Produkt- und Management-schulungen und last, but not least, auf Foren und Kongressen gibt's ab jetzt direkt vor Ort in der neuen Print Media Academy (PMA). Der Trainingsstandort in Brüssel ist der 16. im weltweiten PMA-Netzwerk. Heidelberg kooperiert dort in Sachen Wissen mit seinem lokalen Vertriebspartner Plantin. „Vielen Unternehmen ist klar, dass sie mit besser-qualifizierten Mitarbeitern ihre Produktivität steigern und höhere Qualitätsanforderungen erfüllen können. Wenn die Druckereien in Belgien und im Großherzogtum Luxemburg ihr Know-how erweitern, wird dies ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken“, so Johan Bruyndonx, Leiter der PMA in Brüssel. Schlaue machen können sich besonders Spezialisten für den Bogenoffsetdruck, professionelle Anwender, Inhaber von Druck- und Medien-Unternehmen sowie technische und kaufmännische Manager. Aber auch Fachleute von Werbeagenturen, Designer, Drucksacheneinkäufer, Studenten, Lehrkräfte und Berufsverbände profitieren von den Schulungen.

Überzeugendes Messekonzept: Preiselegen auf der Poligrafia



Ausgezeichneter Auftritt: Heidelberg Polen erhielt auf der Poligrafia sowohl den Acanthus-Aureus-Award wie auch die PIF-Goldmedaille für die gezeigten Prinect-Lösungen.

Polen. Auf Polens größter Messe für die Printmedien-Industrie, der Poligrafia in Posen, ist der Stand von Heidelberg Polen gleich mit zwei Preisen bedacht worden: Der Auftritt erhielt nicht nur den Acanthus-Aureus-Award, der das beste Messestand-Design bzw. die beste Umsetzung der Marketingkommunikation würdigt, sondern auch die PIF-Goldmedaille für die gezeigten Prinect-Lösungen. Mit der PIF-Goldmedaille zeichnet die Poligrafia International Fair Produkte aus, die qualitativ und technologisch das derzeitige Maß der Dinge darstellen.

Zum Erfolg des 672 Quadratmeter großen Standes trug sicher auch bei, dass Heidelberg Polen dort erstmalig sein Servicepaket systemservice 36plus vorstellte, dessen Garantieleistungen weit über normale Industriestandards hinausgehen. Besonders groß war das Interesse an internetbasierten Dienstleistungen: Ein Kunde ließ seine Speedmaster CD 74 noch während der viertägigen Messe an den Remote Service von Heidelberg anschließen, ein zweiter folgte mit seiner Speedmaster SM 74 unmittelbar nach Ende der Messe.

Heidelberg fördert Leseinitiative

Deutschland. Deutsche Leseratten sind vom Aussterben bedroht. Das ergab eine Studie der Stiftung Lesen. Traurige Tatsache: In zwei Dritteln aller deutschen Familien mit Kindern von null bis zehn Jahren spielt Vorlesen keine Rolle mehr. Heidelberg will dem gegensteuern und unterstützt konkrete Maßnahmen: In Kooperation mit der Stiftung Lesen und anderen Initiatoren hat das Unternehmen die Kampagne „Lesestart – Die Leseinitiative von Deutschland“ ins Leben gerufen. Vorbild ist das Projekt „Bookstart“ aus Großbritannien. Ab Sommer 2008 erhalten Eltern für ihre Kleinkinder im Rahmen einer kinderärztlichen Vorsorgeuntersuchung ein kostenloses mehrteiliges Lesestart-Set. So sollen Kinder die Chance haben, so früh wie möglich zu lesen, denn: „Lesenkönnen bedeutet Bildung, und Bildung steht für Zukunft“, so Heidelberg Vorstandsvorsitzender Bernhard Schreier. Je früher Kinder die Gelegenheit haben, in faszinierende Bücherwelten einzutauchen, desto selbstverständlicher wird ihr Umgang damit. Die Allianz, die das frühkindliche Lese- und Sprachförderungsprojekt realisiert, sucht noch nach weiteren Sponsoren, um die durchschnittlich 700.000 potentiellen Leseratten pro Jahr langfristig mit frühen Förderungsmaßnahmen füttern zu können und eine flächendeckende Versorgung zu ermöglichen.

Nähere Informationen: www.stiftunglesen.de



So macht Lesen Spaß: Lesefutter für die Aller kleinsten gibt's bald beim Kinderarzt (Foto ©: Stiftung Lesen).

Internationales Training: Master für Printmedien-Management

Großbritannien. Wer sich für eine Führungsposition in der Printmedien-Industrie interessiert oder seine Karriere als Manager mit Berufserfahrung in der Printmedien-Welt weiter ausbauen und sich Wettbewerbsvorteile verschaffen will, für den kommt das MA-Studium „Printmedien-Management“ in Frage. Angeboten wird der Masterkurs als Vollzeitstudium von der School of Printing and Publishing am London College of Communication in Zusammenarbeit mit der Print Media Academy (PMA). Der Kurs dauert ein akademisches Jahr. In dessen Verlauf geht's zweimal für jeweils eine Woche in die Heidelberger PMA, wo die Studenten neueste Technologien, Industrietrends und Managementtechniken kennenlernen. Das Studium verbindet akademische Qualifikationen mit moderner Managementphilosophie. Dazu gehören Werksbesichtigungen, internationale Gastredner, Fallstudien, Druckereibesuche, Managementspiele, Szenarioplanungen, Seminararbeiten und ein Abschlussprojekt. „Die Absolventen dieses Kurses werden über die notwendigen Managementkompetenzen verfügen, um in der Printmedien-Industrie als Entscheider erfolgreich heutige und zukünftige Herausforderungen bestehen zu können“, so Bernd Schopp, Leiter der Print Media Academy. Anmeldungen für den nächsten Kurs im September 2007 werden ab sofort entgegengenommen.

Nähere Informationen: www.lcc.arts.ac.uk, printing@lcc.arts.ac.uk oder www.print-media-academy.com, martina.brand@heidelberg.com

Neue Anzeigenserie: Heidelberg startet „HEI Tech-Offensive“

Die englische Abkürzung „hi tech“ (high technology) hat sich in der ganzen Welt als Synonym für technische Spitzenleistungen etabliert. Heidelberg wiederum steht für Spitzentechnologie – und diesen Umstand macht sich das Unternehmen kommunikativ zunutze: Zur Vorbereitung auf die drupa 2008 startet der Weltmarktführer eine Anzeigenserie, die nun sogar phonetisch eine Verbindung zwischen HEI(delberg) und „high tech“ herstellt. Die ersten Motive tragen den Titel „HEI Tech“ und zeigen jeweils ein Hightech-Produkt aus dem Hause Heidelberg.



Durch die Hintergrundfarbe Rot wirken die neuen Anzeigen deutlich emotionaler als bisher. Auftrag des neuen Erscheinungsbildes ist es, Markenwerte wie „Technologie“, „Leistung“ oder auch „Qualität“ zu transportieren. Zu diesem Zweck werden im zeitlichen Umfeld der drupa (29. Mai bis 11. Juni 2008) noch weitere „HEI-Motive“ folgen. Was Heidelberg unter den entsprechenden „HEI“-Schlagwörtern versteht, wird in den einzelnen Anzeigentexten jeweils kurz erläutert. Den Auftakt zur neuen Serie macht eine Speedmaster SM 102 mit Wendung. Sie finden dieses Stück „HEI Tech“ auf der nächsten Seite! ▶

Auftakt zur neuen Anzeigenserie von Heidelberg: die Speedmaster SM 102 mit Wendung – ein echtes Stück „HEI Tech“.

Jubiläumsstück: 1000. Suprasetter geht nach Brasilien



Da kommt Freude auf: Rolf Stärke, Leiter Montage Suprasetter, Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender Heidelberg, Stephan Plenz, Leiter Produktion, und Andreas Forer, Leiter Produktmanagement Imaging Systems, scharen sich mit dem Suprasetter-Team um das Jubiläumsstück, (vorn, von links).

Der Suprasetter scheint sich tatsächlich zu einem echten Dauerbrenner gemauert zu haben: Anfang dieses Jahres lief bereits das 1000. Computer to Plate (CtP)-Belichtungssystem der Suprasetter-Familie vom Band. Aus dem Werk Wiesloch-Walldorf wurde das Jubiläumsstück, ein Suprasetter E 105, auf den Weg nach Brasilien geschickt. Dort hat ihn inzwischen längst eine Druckerei im Einsatz, die hauptsächlich Verpackungen produziert. „Der stattliche Markterfolg des Suprasetters insgesamt belegt, dass Heidelberg mit der CtP-Strategie international die Anforderungen der Kunden erfüllt. Dabei freut uns besonders die rege Nachfrage nach den neuen Einstiegsmodellen“, so Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. Viele kleinere und mittlere Druckereien

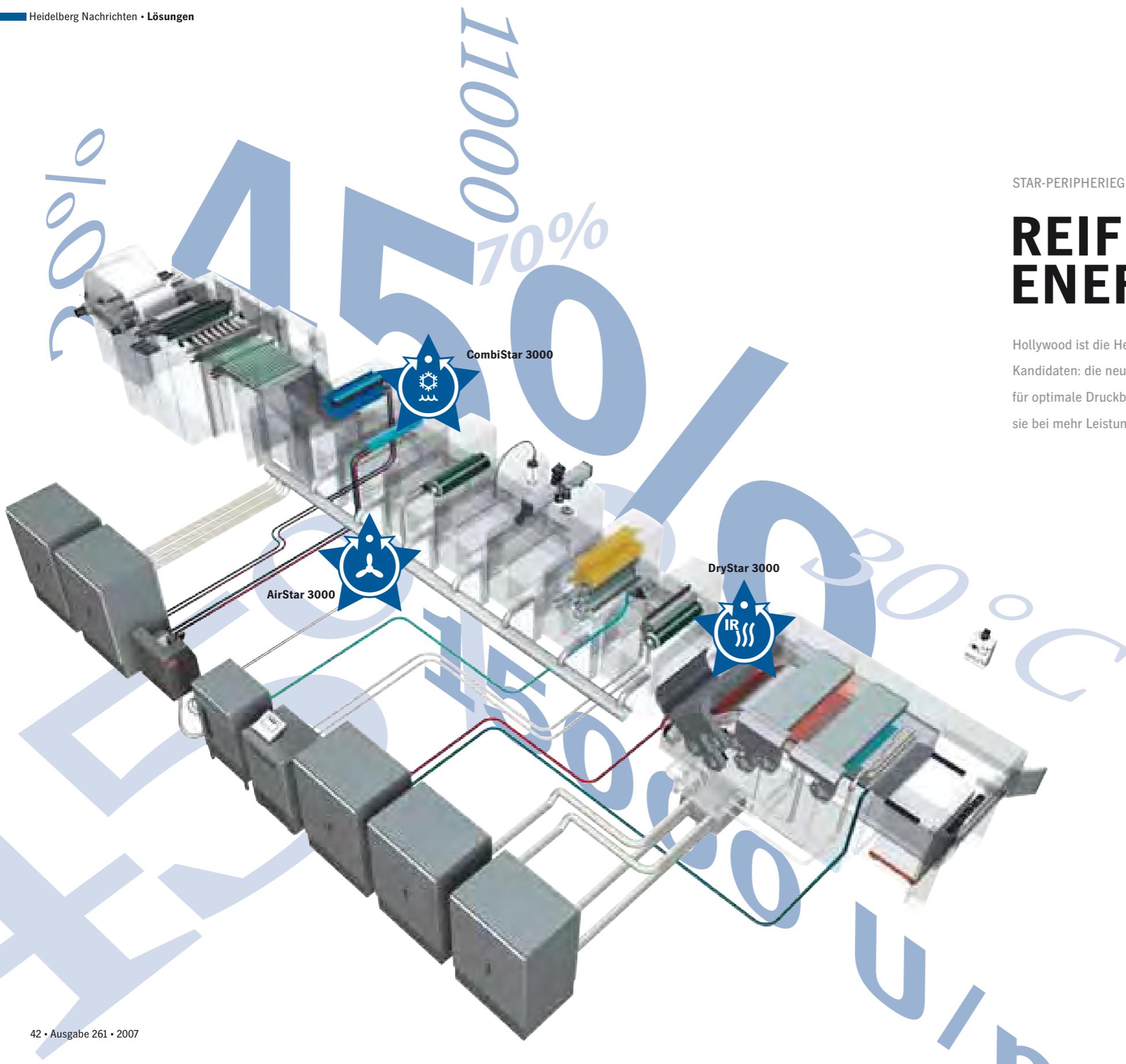
sähen gerade im Suprasetter A52/A74 eine kostengünstige und effiziente Möglichkeit, um von den Qualitätsvorteilen der CtP-Technologie profitieren zu können. Weltweit hat Heidelberg bislang über 5.000 CtP-Geräte ausgeliefert. Die Technologieentwicklung dafür begann Anfang der 90er Jahre.



HEI TECH

Seit über 150 Jahren gibt es nur ein Unternehmen, das den hohen Anspruch der Printmedien-Industrie im Namen trägt. Für Spitzentechnologie steht zum Beispiel unsere Speedmaster SM 102. Mehr Informationen auf www.heidelberg.com.

HEIDELBERG



STAR-PERIPHERIEGERÄTE

REIF FÜR DEN ENERGIE-OSCAR

Hollywood ist die Heimat der Superstars. Aber auch aus Heidelberg kommen oscarverdächtige Kandidaten: die neuen Peripheriegeräte AirStar 3000, DryStar 3000 und CombiStar 3000. Sie sorgen für optimale Druckbedingungen und erhöhen die Produktionsgeschwindigkeit. Dabei verbrauchen sie bei mehr Leistung deutlich weniger Energie.



50%

weniger Strom verbraucht das neue Luftversorgungssystem. Denn es sind immer nur so viele Einzelgebläse im Einsatz, wie für eine optimale Versorgung der Druckmaschine benötigt werden. AirStar 3000

Humphrey Bogart hat einen. Ebenso Charlie Chaplin. Und natürlich Marylin Monroe. Auf dem Walk of Fame in Hollywood sind die größten Stars mit einem Stern verewigt. Diese Ehre wurde noch keinem Heidelberg Star zuteil – obwohl die Peripheriegeräte in vielen Druckereien ebenfalls überzeugende Rollen spielen. Heidelberg bietet insgesamt 13 „Stars“ in verschiedenen Kategorien an, das waren bisher: AirStar für die Luftversorgung, CoatingStar für die Lackversorgung, CombiStar zur Farbwerktemperierung, CutStar als Rollenquerschneider, DryStar und DryStar UV für die Trocknung, FoilStar zur Kaltfolienveredelung, HydroStar zur Feuchtmittelaufbereitung, InkLine für die Farbzuführung, PowderStar für die Puderbestäubung, CleanStar für die Puderabsaugung, StaticStar zur statischen Bogenentladung, ScrollStar für die Druckluftversorgung und WashStar zur Waschlösungsmittelentsorgung.

Seit einigen Monaten ist nun die 3000er Serie erhältlich. Sie umfasst den Luftversorgungsschrank AirStar

3000, den Trockner DryStar 3000 und das Kombigerät zur Farbwerktemperierung und Feuchtmittelversorgung CombiStar 3000. Die neue Star-Generation ist noch leistungstärker als die vorherige und senkt gleichzeitig die Produktionskosten, weil sie deutlich weniger Strom verbraucht und hilft, Ressourcen wie Öl, Alkohol und Feuchtmittel zu sparen. Letzteres schont natürlich auch die Umwelt – ein weiterer positiver Aspekt.

AirStar 3000. Fortsetzungen erfolgreicher Hollywoodfilme bleiben häufig hinter den Erwartungen zurück. Ganz anders sieht es beim AirStar 3000 aus, dem Nachfolger des mit 15.000 Installationen am meisten verbreiteten Luftversorgungsschranks im Markt. Der AirStar 3000 verbraucht bei mehr Leistung bis zu 50 Prozent weniger Strom als vergleichbare Luftversorgungsschränke. Möglich wird dies durch ein neu entwickeltes

weniger Strom verbraucht der DryStar 3000 gegenüber dem Vorgängermodell – trotz größerer Luftmengen und einer höheren Fortdruckgeschwindigkeit. Denn rund ein Drittel der bereits verwendeten Heißluft wird für den nächsten Trockenvorgang erneut genutzt. DryStar 3000

20%

Turboradialgebläse, dessen Rotor mit Geschwindigkeiten von bis zu 15.000 U/min läuft. Diese hohe Drehzahl lässt sich durch den Einsatz neuartiger Fertigungstechniken erzielen.

Der AirStar 3000 ist mit ein bis fünf solcher Turboradialgebläse bestückt. Der Clou dabei: Das zweite oder weitere Gebläse schalten sich erst dann automatisch zu, wenn die Maschine entsprechend viel Saug- und Blasluft benötigt. Dies ist zum Beispiel bei sehr hohen Grammaturen oder einer hohen Druckgeschwindigkeit der Fall. „Durch die bedarfsgerechte Gebläseregelung spart eine Druckerei mit einer Speedmaster XL 105-6+LX im Dreischichtbetrieb jährlich

45%

weniger Wärme wird vom AirStar 3000 in den Drucksaal abgegeben. Dadurch sinkt der Energieverbrauch für die Kühlung des Schrankes und des Drucksaals. AirStar 3000

etwa 82.500 Kilowattstunden Strom“, rechnet Bernd Thuerauf, Produktmanagement Peripheriesysteme bei Heidelberg, vor. Ein weiterer Pluspunkt: Die Gebläse sind äußerst verschleißarm und nahezu wartungsfrei.

Ein weiterer Vorzug: Der in einem separaten Schrank untergebrachte AirStar 3000 ist erheblich kleiner als sonstige Lösungen und schafft so Platz im Drucksaal. Die Schalldämmung des Schrankes reduziert zudem den Geräuschpegel. Darüber hinaus wird die ange-

staute Luft zuverlässig gefiltert und die Wärme gut abgeführt. Dies trägt dazu bei, ein angenehmes Raumklima im Drucksaal zu schaffen. Auch die Bedienung ist äußerst komfortabel: Für jeden Auftrag können die Drucker die Lufteinstellungen abspeichern, so dass sie bei Wiederholaufträgen die Konfiguration per Knopfdruck am Prinect CP2000 Center wiederherstellen können.

DryStar 3000. Obwohl es im Drucksaal nicht zu warm sein darf, ist Hitze gelegentlich sehr gefragt: „Manche mögen’s heiß.“ Was in Billy Wilders Komödienklassiker für Marylin Monroe und Tony Curtis gilt, trifft beim Trocknen nämlich auch für Drucker zu. Die neue Trocknergeneration von Heidelberg überzeugt durch ihre Vielseitigkeit: Der DryStar Combination 3000 ist als Endtrockner für alle Anwendungen geeignet. Speziell für den UV-Druck wurde der DryStar 3000 UV konzipiert. Und der DryStar 3000 LYYL ist ideal für Doppellackanwendungen.

Bis zu 100 Prozent mehr Heißluft lassen sich dank kleiner Runddüsen mit dem DryStar 3000 zuführen. Der gleichmäßige Luftauftrag stabilisiert den Bogenlauf, und weil die Bogenhinterkante weniger stark unterblasen wird, schmiert der Bogen nicht ab. Dieses patentierte Runddüsenfeld ist das Kernstück jedes DryStar 3000. Durch die spezielle Düsenform wird die Luft auf 33 m/s beschleunigt, das sind knapp 120 km/h – schnell genug, um die vom Bogen mitgerissene Umgebungsluft, die sogenannte Laminarschicht, zu durchbrechen und das Wasser im Dispersionslack zur Verdunstung zu bringen.

„Der Stromverbrauch für die Trocknung sinkt mit dem neuen DryStar um 10 bis 20 Prozent pro Bogen – trotz größerer Luftmengen und einer höheren Fortdruckgeschwindigkeit“, erklärt Alice Weimer, Produktmanagerin für Trocknungstechnologie. Auch deshalb, da bei einigen der DryStar 3000 Combination- und Dry Star 3000 LYYL-Modelle rund ein Drittel der bereits verwendeten Heißluft in einem Kreislauf zurückgeführt und für den nächsten Trockenvorgang genutzt wird.

Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit sind weitere Vorteile des DryStar 3000: Dank der Einschubtechnologie können Drucker die Trockereinheiten innerhalb von Sekunden auf der Bedienerseite ausziehen und haben damit einfachen Zugang für die Reinigung der Bogenleitbleche. Sie bedienen den DryStar 3000 über CANopen bequem vom Prinect CP2000 Center aus und übernehmen bei Wiederholaufträgen einfach die bereits programmierten Konfigurationen des Trockners.

70%

beträgt der Wirkungsgrad des AirStar 3000 – gegenüber 30 bis 35 Prozent bei herkömmlichen Luftversorgungsschränken. Die eingesetzte elektrische Energie wird also effizient umgesetzt. AirStar 3000

CombiStar 3000 Advanced. Der CombiStar 3000 Advanced hält – wie sein „kleiner Bruder“, der CombiStar 3000 – die Temperaturen im Druck konstant und versorgt die Maschine mit Feuchtmittel.

„Der Zyklus, in dem das Feuchtmittel gewechselt werden muss, verlängert sich mit dem CombiStar 3000 Advanced um das 3- bis 4-fache. Die Druckerei spart so wertvolle Zeit, die Maschine steht nicht so oft still, und es fällt weniger Sondermüll an“, erklärt Bernd Thuerauf, der zuständige Produktmanager. Dafür sorgt die zweistufige Feuchtmittelfiltration: Alle groben Schmutzpartikel wie Papierstrich verbleiben im kostengünstigen Vorfilter, der sich in wenigen Minuten wechseln lässt. Der Hauptfilter nimmt dagegen die feineren Bestandteile auf, er wird normalerweise nur einmal im Jahr ausgetauscht. Weil die Qualität des Feuchtmittels konstanter ist, können Druckereien zudem die Alkoholkonzentration im Feuchtmittel spürbar senken. ▶

15000 U/min

beträgt die maximale Laufgeschwindigkeit der revolutionären Turboradialgebläse. Dieser Wert wurde erst durch neuartige Fertigungstechniken möglich. AirStar 3000

20 °C

muss die Außentemperatur mindestens betragen. Erst dann schaltet sich das energieintensive Kühlaggregat zu. Bei Temperaturen unter 20 °C kühlt der CombiStar die Farbwerktemperierung der Druckmaschine direkt mit einem Rückkühler (Wärmetauscher) vor der Druckerei. CombiStar 3000

And the Oscar goes to ... „Was den sparsamen Energieverbrauch angeht, sind wir auch mit unseren Druckmaschinen führend“, erklärt Eike Frühbrodt. Dies wird beim Betrachten der Herstellerangaben aber nicht immer auf den ersten Blick deutlich. Denn Heidelberg nennt beim Stromverbrauch stets den maximalen Leistungsbedarf, zum Beispiel bei voller Geschwindigkeit und höchster Grammat. Zudem sind die meisten Peripheriegeräte bereits mit eingerechnet. „Bei anderen Anbietern wird dagegen häufig nur der durchschnittliche Verbrauch der nackten Druckmaschine angegeben. Dieser liegt jedoch lediglich bei circa 30 bis 60 Prozent des maximalen Leistungsbedarfs. Wer die angegebenen Werte also nicht hinterfragt, läuft Gefahr, Äpfel mit Birnen zu vergleichen“, so Frühbrodt. Eins steht jedoch in jedem Fall fest: Die „Stars“ von Heidelberg sind reif für den Energie-Oscar. ■

Auf einem Farbdisplay liest der Drucker alle relevanten Prozessparameter ab, zum Beispiel den Temperaturverlauf, pH- oder Leitwert. So stellt er fest, wann er das Feuchtmittel wechseln muss, und erkennt frühzeitig drucktechnische Probleme.

Die sogenannte Freikühlung des CombiStar 3000 Advanced spart viel Energie, indem sie sich die Außentemperatur zunutze macht. Bei Temperaturen bis 20 Grad Celsius wird die Maschine über einen Außenrückkühler (Wärmetauscher) gekühlt. Erst wenn es draußen wärmer als 20 Grad Celsius ist, schaltet sich ein Kühlaggregat dazu. Diese Regelungstechnik eignet sich vor allem für Druckereien in gemäßigten und kalten Klimazonen.

Allstars als Top-Besetzung. Aber nicht nur die neuen Youngster der 3000er Serie, sondern auch die übrigen „Allstars“ helfen Druckereien, Energie und Ressourcen zu sparen. Die automatische Farbversorgung InkLine sorgt zum Beispiel dafür, dass die Farbkartuschen nahezu vollständig entleert werden und dadurch der Farbverbrauch deutlich sinkt. Mit dem PowderStar lässt sich die Pudermenge bei Schöndruckmaschinen um rund 30 Prozent reduzieren. Und der WashStar verringert den Reinigungsmittelverbrauch.

„Heidelberg ist der einzige Hersteller, der Druckmaschinen und Peripheriegeräte aus einer Hand anbietet. So ist sichergestellt, dass alle Komponenten einer Druckmaschine bestmöglich aufeinander abgestimmt sind“, betont Eike Frühbrodt, Leiter des Produktmanagement Peripheriesysteme. Die Druckmaschinen sind mit den Peripheriegeräten über das standardisierte Datenbussystem CANopen (Controller Area Network) vernetzt. Fast alle Star-Komponenten lassen sich so vom zentralen Touchscreen des Prinect CP2000 Center aus überwachen und steuern.



80 mm

beträgt die Distanz zwischen Trockner und Bogen nur noch. Vorher waren es 130 mm. Dadurch steigt die Trocknungsleistung bei gleichem Energieverbrauch um 25 Prozent. DryStar 3000

Eike Frühbrodt, Leiter des Produktmanagement Peripheriesysteme, Bernd Thuerauf, Produktmanagement Peripheriesysteme, und Alice Weimer, Produktmanagerin für Trocknungstechnologie bei Heidelberg (von links).

„Stromsparen“

Es steckt unter anderem in jeder Limonade und erfrischt dort so schön. Ohne CO₂ in unserer Atmosphäre läge die durchschnittliche Temperatur nicht bei gemütlichen 15 Grad, sondern bei frostigen minus 18 Grad – und damit wäre unsere Erde schlicht unbewohnbar. Zu viel davon erwärmt die Erdkugel indessen zu stark, die Folge ist der Klimawandel. Die Wissenschaftler streiten sich nun darüber, was denn zuviel CO₂ überhaupt sei. Vor etwa 330 Millionen Jahren – in erdgeschichtlichen Dimensionen eine eher kurze Zeitspanne – lag der Anteil des CO₂ in der Atmosphäre um ein Vielfaches höher als heute. Damals waren es etwa 1.400 ppm (parts per million, zu Deutsch: Teile pro Million), heute sind es 380 ppm. Das heißt wiederum, dass lediglich etwa 0,04 Prozent der Luft, die unsere Erde umgibt, aus CO₂ besteht. Und von den 0,04 Prozent CO₂ in unserer Atmosphäre stammen etwa 93 Prozent aus natürlichen Quellen, wie Vulkanen oder der Atmung von Menschen und Tieren. Fast die Hälfte der vom Menschen verursachten Kohlendioxid-Belastungen gehen auf das Konto von Kohle- und Gaskraftwerken. Steigender Strombedarf der wachsenden Weltwirtschaft und der Weltbevölkerung werden diesen Trend noch verstärken. Deshalb ist es so wichtig, Strom zu sparen.

Daten & Fakten

www.heidelberg.com/hd/Star

SERVICE INSTALLATION

Ein perfekter Tag

Eine neue Druckmaschine ist für jede Druckerei eine wichtige Investition. Heidelberg betreut seine Kunden deshalb intensiv – von der Planung über die Installation bis zur Inbetriebnahme und bei Einarbeitung der Mitarbeiter. Die Heidelberg Nachrichten hat Technikern des Heidelberg systemservice bei der Installation einer neuen Sechsfarben-Speedmaster CD 74 bei dem Druck- und Mediendienstleister RheinMail Service in Boppard, Deutschland, einen Tag lang über die Schulter geschaut.



Es ist Donnerstag, der 15. Februar 2007. Ein wunderschöner Spätwintertag kündigt sich über Boppard an. Der Rhein, einer der längsten Flüsse Europas, liegt noch im Frühnebel verborgen, doch über den Hügeln wölbt sich schon ein strahlend klarer Himmel. Auf die noch vom Winter kahlen Bäume des weitläufigen Stadtwaldes fallen die ersten Sonnenstrahlen. Das Firmengelände von RheinMail Service Boppard GmbH liegt ein paar Kilometer außerhalb des Zentrums, im Ortsteil Boppard-Budenau. Das Unternehmen hat sich seit seiner Umstrukturierung im Jahr 2002 von einer Druckerei zu einem Full-Service-Dienstleister im Bereich Dialogmarketing und Kundenbindung entwickelt und beschäftigt inzwischen 60 Mitarbeiter. Bei RheinMail herrscht an diesem Morgen gespannte Vorfreude: Eine nagelneue Sechsfarben-Speedmaster CD 74 mit Wendung wird heute installiert. Tarife Weinand, Geschäftsführerin von RheinMail, steht mit Bernd Lorenz in der leeren, rund 400 Quadratmeter großen Halle, in der die Maschine installiert werden soll. Lorenz ist Systemberater Technische Planung systemservice bei Heidelberg und betreut RheinMail in Sachen Planung und Installa-

tion. Ebenfalls schon vor Ort sind die beiden Heidelberg-Techniker Rainer Leibold und Siegfried Quiel, die jetzt an der Rampe auf die Anlieferung der Maschine warten.



Die leuchtend blauen LKWs eines erfahrenen Logistikpartners von Heidelberg treffen auf dem Firmengelände von RheinMail ein. Die vier Mitarbeiter der Spedition machen sich unverzüglich an die Arbeit. Insgesamt 35 Tonnen müssen von den LKWs geladen und in die Halle eingebracht werden: sechs Druckwerke, An- und Ausleger, das Prinect CP2000 Center sowie weitere Peripheriegeräte und Zubehör. Alles in allem eine Aufgabe, die einige Stunden in Anspruch nehmen wird.



Das Ausladen kann beginnen. Der Gabelstapler hebt Stück für Stück die mächtigen, grauen Schränke, die auf Paletten verzurrt sind, vom Laster und setzt sie auf die Rampe. „Wir haben

hier optimale Bedingungen. Eine breite Rampe, ebenso breite Gänge und relativ kurze Wege“, sagt Bernd Lorenz. In seiner langjährigen Tätigkeit als Systemberater Technische Planung hat Lorenz schon schwierigere Situationen erlebt. „Hier haben wir eine leere Halle, in der wir ungestört arbeiten können. In vielen Fällen müssen wir die Maschinen aber in einem Drucksaal installieren, in dem die bereits vorhandenen Maschinen auf Hochtouren laufen“, erläutert Lorenz. Die Herausforderung für Lorenz und seine Mitarbeiter besteht dann darin, ihre Arbeit konzentriert zu verrichten, ohne das Tagesgeschäft zu behindern. „Doch auch das ist dank unserer genauen Planungen im Vorfeld, der umfassenden Ausbildung und großen Erfahrung unserer Techniker meist kein Problem“, sagt Lorenz. Richtig schwierig wird es erst, wenn der Drucksaal einer Firma nicht wie bei RheinMail Service ebenerdig ist und die Maschine in ein Unter- oder Obergeschoss eingebracht werden muss. Doch auch solche komplizierten Fälle bewältigt Lorenz: „Teil unseres Installations-Service ist es, dass wir dann gemeinsam mit dem Kunden eine optimale Lösung finden.“ Wenn es hart auf hart kommt und unvorhergesehene Probleme auftauchen, kann der Systemberater auf bewährte Partner aus dem Handwerk zurückgreifen, die schnell und zuverlässig helfen. „Wir haben auch schon mal bei einem anderen Kunden ein neues Maschinenfundament nur innerhalb eines Wochenendes verlegen lassen“, berichtet Lorenz stolz.



Lorenz hat das Layout der Halle, in der der Standort der Maschine genau fixiert ist, an eine Hallenwand gehängt. „Die Gegebenheiten sind hier nahezu ideal, so dass wir die Planungsphase sehr zügig abschließen konnten“, sagt Lorenz, der im Vorfeld die statischen Gegebenheiten und die Beschaffenheit des Hallenbodens auf ihre Tauglichkeit für die Installation der Speedmaster hat prüfen lassen. Ebenfalls bereits eingeplant waren Anschlussmöglichkeiten für Wasser, Luft und Strom, so dass es keinerlei aufwendiger Baumaßnahmen bedurfte.



Mit dem Lasertracker bestimmt er nun die Koordinaten in der Halle und trägt die entsprechenden Markierungen mit einem wasserfesten Stift auf dem Hallenboden auf. Anschließend verlegt Lorenz gemeinsam mit einem der Techniker zwei parallel verlaufende Klebestreifen, die die Bodenmarkierungen miteinander verbinden. Diese Positionsangaben auf dem Hallenboden markieren den späteren exakten Standort der Speedmaster CD 74.



Die Peripherie ist in die Halle eingebracht. Mit dem Ausleger, der am hinteren Ende der Halle stehen wird, wartet nun die größte Komponente auf seinen Transport an den künftigen Standort. Der Ausleger ist zu groß, um im Firmengebäude vom Gabelstapler bewegt zu werden. Jetzt ist erst mal Feinarbeit gefragt. Die riesige Palette wird auf der Unterseite mit Laufrädern versehen, damit sie die Speditionsmitarbeiter in den Drucksaal rollen können.



Der Ausleger steht in der Halle. Techniker Rainer Leibold überzeugt sich nochmals davon, dass der leuchtend gelbe hydraulische Kran auch ordnungsgemäß funktioniert. Anschließend klettert er auf den Kran und bringt vier Haltevorrichtungen an, an denen der Ausleger festgemacht wird. Als Nächstes müssen Leibold und sein Kollege Quiel die Schienen am Ausleger anbringen, in die die Haltevorrichtungen des Krans eingeklinkt werden. Jetzt kann der Ausleger von der Palette gehoben und an seinen Bestimmungsort bewegt werden.



Draußen im Hof der Firma sind die Speditionsmitarbeiter nun mit dem ersten Druckwerk beschäftigt. Majestätisch ruht es auf seiner Palette, eingehüllt in eine feste Klarsichtfolie. „Die Maschine sollte keinen extremen Temperaturschwankungen ausgesetzt sein. Aus diesem Grund temperieren wir die Bauteile während des Transports auf rund 20 Grad Celsius“, erläutert Lorenz. ▶



06:52



07:11



07:26



08:05



08:41



09:15



Zurück in der Halle: Der Ausleger steht jetzt an seinem vorläufigen Platz. „Wir können ihn noch nicht genau an die markierte Stelle rangieren, da wir jetzt die sechs Druckwerke einbringen und dann für die Feinjustierung jeweils noch Platz zwischen den einzelnen Teilen benötigen“, kommentiert Lorenz. Inzwischen haben die Speditionsmitarbeiter das erste Druckwerk mit Hilfe des Krans von der Palette gehoben. Leibold und Quiel montieren die Füße an das Druckwerk. Anschließend wird das erste Druckwerk an seinem provisorischen Standort abgelassen.



Während das dritte Druckwerk positioniert wird, nimmt Systemberater Lorenz eine kleine Auszeit. Wenn alles normal läuft, stellt dieser Tag den Abschluss seiner Tätigkeit für RheinMail dar. Beinahe auf den Tag genau vier Monate ist es her, dass der Auftrag für die Speedmaster CD 74 bei Heidelberg einging. Lorenz setzte sich damals sofort mit Tarife Weinand in Verbindung und vereinbarte ein sogenanntes „Pre-Installation-Meeting“. Lorenz kam nach Boppard und schaute sich mit den RheinMail-Verantwortlichen die Gegebenheiten an.

Laut ursprünglicher Planung sollte die neue Speedmaster im alten Drucksaal stehen. Lorenz vermaß deshalb den Drucksaal und erstellte vor Ort einen architektonischen Plan. Beim zweiten Pre-Installation-Meeting kam dann die Idee auf, die Maschine in der jetzigen Halle zu installieren. Lorenz vermaß vor Ort noch am selben Tag den Standort, erstellte auf seinem Notebook ein neues Hallenlayout und präsentierte es den RheinMail-Verantwortlichen. Sie hatten keine Einwände.

Anschließend überprüfte Lorenz noch die statischen Gegebenheiten, die Eignung des Bodens sowie die Möglichkeiten von Strom, Wasser und Belüftung beziehungsweise Luftabfuhr. Dann ging es nur noch darum, auf dem Hallenplan den genauen Standort der Maschine festzulegen und zu bemaßen.



Die Mitarbeiter der Spedition haben das sechste und letzte Druckwerk in der Halle aufgestellt. Jetzt ist Maßarbeit gefragt, denn im ersten Schritt soll dieses Druckwerk nun exakt am vorgesehenen Standort installiert und dann in der Vertikalen und Horizontalen eingerichtet werden. Leibold und Quiel kennen jeden Handgriff genau. Über die exakten Spezifikationen, wie Abstände und Maße, vergewissern sich die beiden Techniker anhand der Montageanleitung, die auf ihren Notebooks gespeichert ist. Und auch bei den Werkzeugen und Messgeräten wird nichts dem Zufall überlassen: Minutiös sind in der Anleitung für jeden Montageschritt die notwendigen Geräte aufgeführt.



Die Speditionsmitarbeiter haben mit dem Anleger nun das letzte Teil in die Halle eingebracht und verabschieden sich. Für sie ist – abgesehen von der Heimfahrt – der Arbeitstag beendet. Nicht so für Bernd Lorenz und seine beiden Techniker Rainer Leibold und Siegfried Quiel. Auf sie kommt jetzt erst die eigentliche Schwerstarbeit zu.



Die Vorbereitungen für die Positionierung des Druckwerks sind abgeschlossen. Das Druckwerk hängt am Hydraulik-Kran, die Anschraubflächen und die äußeren Funktionsteile wurden noch einmal gereinigt, die Bodenbleche sind positioniert und die Füße montiert. Nun wird das Werk in Position gefahren und Millimeter für Millimeter vorsichtig auf seinen Standort gesenkt. Eine Aufgabe, die höchste Konzentration und viel Fingerspitzengefühl und Erfahrung erfordert. Wie alle neuen Maschinen von Heidelberg ist auch diese Speedmaster CD 74 bereits im Werk komplett zusammengebaut und in Betrieb genommen worden. „Nur wenn die Maschine bei diesem Testlauf innerhalb all der vorgegebenen Parameter liegt, geht sie auch wirklich an den Kunden raus“, erläutert Lorenz. Ein wichtiger Baustein im Qualitätssystem von Heidelberg.



Geschafft! Das Druckwerk steht auf seinem Platz. Rainer Leibold und Siegfried Quiel wischen sich den Schweiß von der Stirn. Nach einer kurzen Verschnaufpause geht es für die beiden aber wieder an die Arbeit. Feinjustierung ist angesagt: Das Druckwerk muss nun horizontal und vertikal ausgerichtet werden. Ging es bei der Positionierung um Millimeter, kommt es hier nun auf Hundertstel Millimeter an, da an diesem Druckwerk sukzessive die anderen Druckwerke sowie An- und Ausleger ausgerichtet werden sollen. Schon die kleinste Abweichung könnte zu massiven Problemen führen, wenn die Maschine im Betrieb ist. Die Techniker öffnen den „Zauberbox“ mit den Präzisionsmessgeräten. Weich gebettet liegen sie da, die edlen Teile. Keine Elektronik, sondern durchweg mechanische Präzisionsarbeit, die auf den Hundertstel Millimeter genau die Ausrichtung der Maschine messen kann. Gute zwei Stunden werden die beiden Techniker beschäftigt sein, bis das Druckwerk exakt ausgerichtet ist. Dann ist schließlich Feierabend des ersten Installationstags. „Wir sind genau im Zeitplan. Es hat alles prima geklappt“, zeigt sich Bernd Lorenz zufrieden. Für ihn ist die Arbeit bei RheinMail nun vorerst beendet.



Feierabend! Das erste Druckwerk ist exakt positioniert und ausgerichtet. In den kommenden Tagen werden Leibold und Quiel Druckwerk um Druckwerk positionieren und ausrichten, bis schließlich Mitte der darauffolgenden Woche die Maschine komplett steht. Selbst am Rosenmontag, der in diesem Teil der Republik so etwas wie der höchste Feiertag ist, werden sie nach Boppard kommen, damit RheinMail die CD 74 so schnell wie möglich einsetzen kann. Anschließend müssen dann nur noch Handwerker die Wasser- und Stromversorgung sowie die Belüftungsanlagen anschließen, bevor die Maschine schließlich in Betrieb gehen kann. Tarife Weinand ist zufrieden: „Die Beratung war optimal, die Auftragsabwicklung mit nur vier Monaten zwischen Bestellung und Inbetriebnahme sehr zügig, und auch die Installation klappt wie am Schnürchen“,

sagt die Geschäftsführerin. „Wir vertrauen im Offsetbereich seit der Firmengründung vor 45 Jahren auf Heidelberg und sind auch dieses Mal nicht enttäuscht worden.“ ■

Daten & Fakten

RheinMail Service Boppard

Die RheinMail Service Boppard GmbH wurde 1959 als Offset-Druckerei gegründet. Im Zuge einer Umstrukturierung im Jahr 2002 spezialisierte sich das Unternehmen als Lettershop und Warehouse mit dem Fokus auf Mailings und beschäftigt heute 60 Mitarbeiter. Inzwischen bietet RheinMail eine umfassende Servicepalette im Bereich des Customer Relation Management (CRM) inklusive Beratung, Kundendaten-Management und Erfolgskontrolle.

RheinMail Service Boppard GmbH
Am Eisenberg 22-24
56154 Boppard
Deutschland
Tel.: +49-(0)-67 42-87 20-0
Fax: +49-(0)-67 42-87 20-87
www.rheinmail.de

www.heidelberg.com/hd/systemservice



09:43



10:10



10:32



13:15



16:13



18:12

Druckereileiterin Petra de Boer genießt einen alkoholfreien Cocktail. Anregungen zum Selbermixen finden sich auf den Folgeseiten.



ALKOHOLFREIES DRUCKEN

Kein Tropfen zu viel ...

..., denn auch ohne Alkohol lassen sich die Sinne angenehm stimulieren: Die niederländische Druckerei Ecodruckers hat eine Printmaster PM 74 mit Ecocolor Feuchtwerk erfolgreich im Einsatz. Erfolgreich, weil die Druckqualität stimmt, die Kunden den Einsatz für den Umweltschutz mit einer erhöhten Nachfrage belohnen und natürlich, weil die Umwelt gewinnt.

Müsli im Bart, ausgefranste, verfilzte Pullover und offene Sandalen.



Das Klischee des frühen Öko-Freaks aus den 1980er Jahren hat sich in viele Köpfe eingebrannt. Inzwischen sind aber auch zahlreiche Durchschnittsbürger für das Thema Umweltschutz sensibilisiert. Und da immer mehr Verbraucher auf Produkte Wert legen, die unter Einhaltung ökologischer Auflagen produziert werden, wächst der Anteil von Öko-Erzeugnissen stark an. Den Beginn machte dabei die Nahrungsmittelindustrie: Vom ehemaligen Nischenmarkt hin zum etablierten Business finden sich heute überall Bio-Joghurte, Bio-Butter, Bio-Milch, Bio-Schokoladen, Bio-Biere und vieles mehr. „Bio“ – also biologisch produzierte Produkte mit geprüften Qualitätsstandards – lässt sich nicht nur besser vermarkten, sondern auch mit etwas höheren Margen im Markt absetzen. Auch andere Industriezweige ziehen inzwischen mit: Selbst in der Druckbranche findet eine grüne Revolution statt – wenn auch eher im Stillen und fast unbemerkt.

Petra de Boer gehört zu denjenigen, die diese Revolution vorantreiben. Den verfilzten Pullover sucht man bei ihr zwar vergeblich, aber auf Müsli steht die Geschäftsführerin der gleichnamigen Druckerei durchaus – ebenso wie auf alkoholfreie Cocktails: „Von denen ohne Alkohol kann man schließlich umso mehr genießen“, merkt sie lachend an. Im niederländischen Nieuwkoop, inmitten einer herrlichen Umgebung und noch dazu in einem Land, das traditionell von Mutter Naturs Gaben lebt, ist der Umweltschutz-Gedanke tief verankert. „Umweltschutz geht jeden an. Deshalb darf man diesbezügliches Engagement auch nicht immer nur von anderen fordern. Stattdessen sollte jeder etwas in seinem eigenen Umfeld zu Gunsten der Umwelt tun“, ist Petra de Boer überzeugt.

Gesagt, getan: Als die Zweifarben Speedmaster SM 74 der Druckerei nach acht Jahren fast 85 Millionen Bogen auf dem Zählerstand hat und eine Neuinvestition sinnvoll erscheint, wird der niederländischen Druckereileiterin die Printmaster PM 74 mit einem Ecocolor Feuchtwerk angeboten. Die Geschäftsführerin überlegt nicht lange und greift sofort zu. „Grundsätzlich gibt es in vielen Ländern bereits gesetzliche Richtlinien sowie Richtwerte, die klar regeln, wie viel Abgase und Dämpfe einem Mitarbeiter zugemutet werden dürfen. Aber selbst wenn diese nicht vorliegen oder keiner die Einhaltung überwacht, sollte man die Gesundheit der eigenen Mitarbeiter erhalten – schließlich steckt in ihnen Know-how, das für den Betrieb wichtig ist“, findet Petra de Boer. Dies war zu Beginn ihre Hauptmotivation für die Investition in die Printmaster PM 74 mit Ecocolor. ▶



Erdbeerstar

Zutaten pro Cocktail

- 1 kleine Banane
- 1 Kiwi
- 100 g Erdbeeren
- 150 ml Apfelsaft

Zubereitung

Alles ab in den Mixer und so lange zerkleinern, bis keine Stückchen mehr da sind. Am besten eiskalt genießen!



„Unsere Printmaster PM 74 ist speziell für den Druck ohne den Einsatz von Isopropanol (IPA) oder, salopp gesagt, von Alkohol entwickelt und erfüllt bei uns im Unternehmen eine wichtige Funktion“, betont die Geschäftsfrau mit Weitblick.

Als die Maschine 2004 installiert wird, ahnt im beschaulichen Nieuwkoop noch niemand, welchen Boom diese umweltschonende Technik einmal auslösen wird. Ermutigt durch den erfolgreichen Verzicht auf IPA, beginnt Petra de Boer, über weitere Umweltschutzmaßnahmen nachzudenken. Dazu gehören zum Beispiel „ökologisch wertvolle“ Beratungsdienstleistungen für die Druckereikunden – etwa, indem sie ihre Geschäftspartner für die Nutzung von Papieren aus nachhaltig-ökologischem Anbau begeistert. „Die Kunden sind sogar bereit, Mehrkosten in Kauf zu nehmen, wenn dadurch etwas Gutes für die Umwelt herauskommt und sie sicher sein können, dass für das Papier ihrer Verpackungen kein Urwald gerodet wird“, sagt Petra de Boer. Inzwischen setzt die Druckerei sogar Bio-Farben ein, die nicht auf Mineralölbasis hergestellt sind, und rührt sie im eigenen Hause an.

„Die Investition in Ecocolor ist eine in die Zukunft. Wenn immer mehr Kunden nach Bio-Produkten im Supermarkt verlangen, wird die Nachfrage auch in anderen Industriezweigen nicht lange auf sich warten lassen“, ist Petra de Boer überzeugt. Dabei spricht sie aus Erfahrung: Seit sich die Druckerei dem Umweltschutz verschrieben hat und sich im vergangenen Jahr sogar in die „Ecodruckers“, zu Deutsch: Ökodruckerei, umtaufte, konnten gut 20 Prozent mehr Kunden – überwiegend durch Mundpropaganda – hinzugewonnen werden. Tatsächlich hat sich der 16-Mann-Betrieb in kurzer Zeit von einer Regionaldruckerei zu einem echten Geheimtipp der Niederlande entwickelt. Inzwischen bedienen die Ecodruckers namhafte internationale Kunden im ganzen Land und produzieren heute sogar zweischichtig. Ein eigenes Label für die unter ökologischen Gesichtspunkten produzierten Druckerzeugnisse wird von vielen Kunden eingefordert und schmückt daher eine große Zahl der Druckprodukte aus dem Haus der Ecodruckers.



Raspberry Cream

Zutaten für 4 Cocktails

- 1 Dose Kokosmilch
- 300 ml Himbeersaft
- 300 ml Ananassaft
- 50 ml Zitronensaft
- 100 g Himbeeren
- 2 EL Ananasstücke
- 1 Kiwischeibe
- 1 Cocktailkirsche
- Eiswürfel

Zubereitung

Zutaten in einen Mixer geben, so lange mixen, bis alles cremig ist. Kann nach Belieben mit gefrorenen Himbeeren oder gefrorenen Ananasstückchen verfeinert werden. Mit der Kiwischeibe und der Cocktailkirsche dekorieren.



Pina Colada

Zutaten pro Cocktail

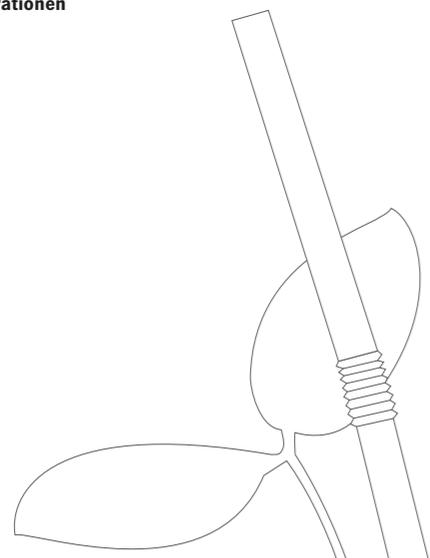
- 2 cl Sahne
 - 4 cl Kokosmilch
 - 16 cl Ananassaft
 - 1/4 Scheibe Ananas
 - Eiswürfel
- Zubereitung**
Sahne, Kokosmilch, und Ananassaft im Shaker gut durchschütteln, danach in ein großes Glas mit einigen Eiswürfeln geben. Mit der Ananasscheibe garnieren.



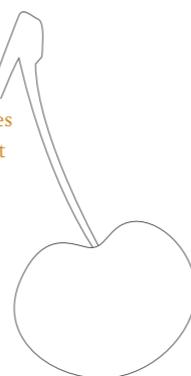
Als einziger Hersteller bietet Heidelberg ein komplett neu entwickeltes Feuchtwerk an, mit dem nicht nur alkoholfrei, sondern auch perfekt gedruckt werden kann. Also ohne jede Einschränkung der Druckqualität. Wie funktioniert nun das Ecocolor Feuchtwerk an der Printmaster PM 74? Dieses Feuchtwerk arbeitet mit farbführenden Walzenoberflächen. Durch das Einemulgieren des Wassers in die Farbe werden mikroskopisch feine Wassertropfen erzeugt. Das stellt eine schnelle und stabile Farb-/Wasserbalance sicher, führt zu einer reduzierten Anlaufmakulatur und ermöglicht hohe und kontrastreiche Druckergebnisse. Eine motorisch gesteuerte Tauchwalze sichert den exakt definierten und gleichmäßigen Feuchtmittelfilm bei jeder Druckgeschwindigkeit.

„Die Umstellung von der Zweifarben Speedmaster SM 74 auf die Vierfarben Printmaster PM 74 gelang uns problemlos“, berichtet Drucker Martin van Stokhem. Lediglich auf eine Eigenheit der neuen Druckmaschine musste sich der Betrieb einstellen: Beim alkoholfreien Druck entfällt die entfettende Wirkung des Alkohols im Feuchtmittel. Dadurch werden z.B. ölige Waschmittelrückstände oder auch kleine Farbpartikel nicht mehr weggespült. „Waschvorgänge müssen daher sehr sorgfältig vorgenommen werden“, meint Martin van Stokhem.

Was bedeutet der Verzicht auf Alkohol in Zahlen? An einer konventionellen Printmaster PM 74-4 werden je Woche rund 120 Liter Feuchtmittel eingesetzt. Der Alkoholeinsatz von gut zehn Prozent zuzüglich der etwa fünfprozentigen Verdunstung entspricht einem Verbrauch von etwa 18 Litern IPA. Bei Kosten von etwa 1,20 Euro je Liter in Europa wären dies 21,60 Euro Ersparnis je Woche. Bei einem Einschichtbetrieb summieren sich die Gesamteinsparungen demnach auf rund 1.050 Euro pro Jahr. ▶



Da das Feuchtwasser beim alkoholfreien Drucken schneller verschmutzt, muss es häufiger gewechselt werden. Normalweise ist das, je nach Auftragslage und Art der Jobs, alle drei bis vier Monate notwendig. Mit alkoholfreiem Druck spätestens alle vier Wochen. Zudem ist eine Farbwerktemperierung von Vorteil. „Die Einsparungen beim Alkohol werden somit schnell wieder kompensiert. Aber der Mehraufwand für alkoholfreies Drucken ist beim Ecocolor Feuchtwerk geringer als bei den von anderen Herstellern erhältlichen Systemen. Und unter dem Strich bleibt trotzdem eine verbesserte Umweltbilanz sowie eine verbesserte Druckqualität stehen“, so Martin van Stokhem.



Die Umwälzung und Filterung des Feuchtmittels leistet das Feuchtmittelumwälz- und -kühlgerät. Möglich ist damit bei Bedarf auch eine Temperierung des Feuchtmittels. Dadurch werden konstante Verhältnisse im Feuchtwerk erreicht und die Filterfunktion des Feuchtmittels erhöht sowie ein stabiler Druckprozess ermöglicht.

Die Pluspunkte von Ecocolor sind eine Reduzierung der Alkoholemissionen auf null und damit eine umweltfreundlichere Produktion der Drucksachen. „Vor allem bietet uns der Druck ohne Alkohol einen stabilen Fortdruck, eine hohe Druckqualität sowie ein brillanteres Druckbild wegen der optimalen Punkt wiedergabe“, ist Drucker van Stokhem überzeugt. Und schließlich kann er mit der Erfahrung von bereits über 29 Millionen produzierten Bogen auf seiner Printmaster PM 74 aufwarten.

„Mit der Umweltzertifizierung und einem Bio-Label lassen sich bestehende Kunden leichter an die Druckerei binden – aber vor allem auch leichter neue Kunden akquirieren“, ist Petra de Boer überzeugt und berichtet weiter: „Immer mehr Kunden verlangen gezielt nach solchen Zertifizierungen beziehungsweise umweltfreundlichen Druckergebnissen.“ Für die Niederländerin ist klar: Auch die nächste Druckmaschine muss mit Ecocolor ausgestattet sein. Und das soll nicht mehr so lange dauern, wünscht sich Martin van Stokhem, denn für die stark wachsende Zahl der Aufträge wird dringend Verstärkung gebraucht – schließlich muss man auch noch dem Namen der Stadt gerecht werden, „Nieuwkoop“ heißt übersetzt schließlich „Neukauf“.



Tropical Icedream

Zutaten für 2 Cocktails

- 1 Tasse Ananassaft
- 1 Tasse Orangensaft
- 1 Tasse Maracujasaft
- 2 cl Grenadinesirup
- 2 Kugeln Zitroneneis
- 1 Zitronenspalte

Zubereitung

Die drei Säfte, den Grenadinesirup und das Zitroneneis kräftig mixen. Dann in dekorative Gläser füllen, mit der Zitrone garnieren und genießen.



Was spricht für alkoholfreies Drucken?

Die wirtschaftlichen Gründe

- Kostenvorteile (kein Verbrauch, keine Lagerung, keine Entsorgung des IPA)
- Je nach Land: Zugang zu Fördermitteln, Steuerermäßigungen bei Neuinvestitionen bzw. günstige Finanzierungsbedingungen
- Chancen der Bindung umweltbewusster Kunden
- Imagegewinn für das Unternehmen
- Öko-Zertifizierung

Die ökologischen Gründe

- Verbesserte klimatische Bedingungen im Drucksaal
- Nachhaltige Produktion
- Geringere Geruchsbelästigungen
- Reduzierte Brand- & Explosionsgefahr

Daten & Fakten

Ecodruckers
 Handelsweg 2–4
 2421 LP Nieuwkoop
 Niederlande
 Tel.: +31-(0)-172-52 00-20
 Fax: +31-(0)-172-57 45-02
 www.ecodruckers.nl

www.heidelberg.com/hd/PrintmasterEcocolor

PRINECT INPRESS CONTROL

Viel flotter in Farbe

Welcher Drucker hat nicht den Wunsch, den Einrichteprozess zu beschleunigen und über die komplette Auflage hinweg auf einem konstant hohen Niveau zu drucken? Die Antwort von Heidelberg nennt sich Prinect Inpress Control. Es sorgt für schnelles In-Farbe-Kommen und korrigiert Farb- beziehungsweise Passerabweichungen bei laufender Druckmaschine.

Zeit ist bekanntlich Geld. Deshalb kommt es beim Druck unter anderem darauf an, möglichst schnell in Farbe zu sein. Mit anderen Worten: Abweichungen vom Soll müssen schnellstmöglich erkannt und korrigiert werden. Anschließend soll der gestartete Druckjob natürlich auch ohne Qualitätsverlust bzw. Unterbrechung durchlaufen. Genau dabei ist Prinect Inpress Control eine große Hilfe: Das spektralphotometrische Inline-Farbmess- und Regelsystem misst den Druckkontrollstreifen in definierten Farbfeldern jedes einzelnen Druckbogens – von Anfang an, bei laufender Maschine, in allen Geschwindigkeitsbereichen – und stellt damit sicher, dass die gesamte Auflage farbstabil ist.

Weniger Einrichtzeit. „Um Farben und Passer zu kontrollieren und zu regeln, muss der Drucker normalerweise einen Bogen ziehen, die Maschine im Bedarfsfall anhalten und anschließend nachjustieren. So kann beim Einrichten viel kostbare Zeit verlorengehen“, weiß Volker Becker, Product Manager Prinect bei Heidelberg. „Ganz anders mit Prinect Inpress Control: Wer seine Jobs im Vorfeld vollständig standardisiert, spart sich diesen Zeitverlust, indem er einfach das Messgerät arbeiten lässt. Damit wird die Farbe praktisch vollautomatisch und vor allem sehr schnell eingestellt, sogar bei höchster Produktionsgeschwindigkeit!“ Von den reduzierten Einrichtzeiten profitieren deshalb vor allem Druckereien mit einer Vielzahl an Jobwechseln pro Tag.

Und so geht's: Eine Messeinheit, die bei der Speedmaster CD 74 aus sechs und bei der Speedmaster XL 105 aus acht Spektralmeßköpfen besteht, sitzt am letzten Druckwerk. Bei Schön- und Widerdruckmaschinen befindet sich eine zusätzliche Einheit vor der Wendeeinrichtung. Die Messeinheit erkennt den neuen Druckkontrollstreifen mit der Messfeldgröße 3,25×4 mm automatisch – gleichgültig, ob er sich an der Bogenvorderkante befindet oder in der Bogenmitte positioniert wurde. Diese Druckkontrollstreifen können mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 18.000 Bogen pro Stunde gemessen werden. Dabei vergleicht das „spektrale Auge“ von Prinect Inpress Control die Messwerte permanent mit den hinterlegten Farbreferenzwerten.

Erkennt Prinect Inpress Control während der Produktion die Notwendigkeit von Korrekturen, kommuniziert es mit der Maschinensteuerung Prinect CP2000 Center, die die Farbzonen dann unverzüglich nachführt. Über den Monitor des CP2000 Center bekommt der Bediener die Färbungsdifferenzen angezeigt. Natürlich lassen

sich mit Prinect Inpress Control auch Sonderfarben genauso präzise und automatisch regeln wie Prozessfarben (CMYK). In Kürze wird Prinect Inpress Control außerdem mit einer Protokollfunktion ausgestattet, auf deren Grundlage der Drucker dann schwarz auf weiß nachvollziehen kann, wie konstant sich die hinterlegten Farbwerte über eine Auflage hinweg einhalten ließen.

Dank seiner Fähigkeiten ist Prinect Inpress Control eine ideale Ergänzung zu Prinect Image Control in der Druckerei: Während Image Control an mehrere Maschinen angeschlossen und zur Farbmessung und -regelung sowie für das Color Management genutzt werden kann, profitiert sie dank Inpress Control von beschleunigtem Einrichten und gleichmäßigen Ergebnissen im Fortdruck. „Diese Kombination ermöglicht Produktivitätsgewinne, die sich mit keiner anderen Lösung realisieren lassen“, ist Volker Becker überzeugt.

Rasche Amortisationszeit. Bei Druckereien mit vielen Standardaufträgen und häufigen Auftragswechseln amortisiert sich Inpress Control im Schnitt nach etwa zwölf bis 24 Monaten. Generell gilt: Je mehr Aufträge eine Druckerei abzuwickeln hat, desto lohnenswerter ist Prinect Inpress Control. Die größte Nachfrage besteht derzeit in Deutschland, Japan und den USA. „Wir schätzen das weltweite Marktpotential als sehr hoch ein und rechnen fest damit, dass Prinect Inpress Control bei industriell arbeitenden Kunden auf große Resonanz stößt“, so Becker. ■

Daten & Fakten

Prinect Axis Control ist das Einstiegsgerät für schnelles Messen und Regeln von Prozess- und Sonderfarben. Es misst die Farbwerte im Druckkontrollstreifen und regelt danach die Farbe online für bis zu acht Druckwerke.

Prinect Inpress Control ist ein in die Druckmaschine eingebautes System, das Farbe und Passer bei laufender Maschine misst. Es wurde speziell für Druckereien mit häufigen Jobwechseln und standardisierten Aufträgen entwickelt.

Prinect Image Control ist die High-End-Lösung für den Qualitätssektor. Das spektralphotometrische Mess- und Regelsystem erfasst nicht nur den Druckkontrollstreifen, sondern misst die gesamte Bildinformation eines Druckbogens in einem einzigen Messvorgang.

www.heidelberg.com/hd/PrinectInpressControl

ABÄCHERLI DRUCK, SCHWEIZ

„Ideal für effizienten Druck“

Im Herzen der Zentralschweiz sitzt die Abächerli Druck AG. Geschäftsleiter Christian Abächerli führt das 120 Jahre alte Familienunternehmen in der vierten Generation. Im Interview erklärt er, warum ihn Inpress Control in seiner Zehnfarben-Speedmaster CD 74 mit Wendung überzeugt hat.

Herr Abächerli, Sie nutzen die Zehnfarben-Speedmaster CD 74 LPL mit Inpress Control. Warum haben Sie sich für diese Investition entschieden?

CHRISTIAN ABÄCHERLI: Uns stand das Wasser buchstäblich bis zum Hals. Aber nicht, weil wir schlecht gewirtschaftet hatten. Im August 2005 suchte uns am Standort in Sarnen ein Hochwasser heim. Unser gesamter Keller inklusive Lager, rund 800 Quadratmeter, stand fünf Meter hoch unter Wasser. Eins war mir damals sofort klar: Wir mussten zum Überleben in eine leistungsstarke Druckmaschine investieren. Im überfluteten Lager befanden sich nämlich große Mengen bereits fakturierter Drucksachen. Diese mussten wir schnellstmöglich neu produzieren. Schließlich wollten wir nicht auch noch Kunden an die Konkurrenz verlieren. Wir haben also die Zehnfarben-Speedmaster CD 74 LPL angeschafft und inzwischen auch 15 zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. Damit ist unser Personalbestand um 33 Prozent gestiegen.

Haben Sie Ihre Ziele mit der neuen Druckmaschine erreicht?

CHRISTIAN ABÄCHERLI: Wir arbeiten im Drucksaal seit dem Hochwasser dreischichtig. Die ersten sechs Monate nach dem Schaden waren wir überwiegend damit beschäftigt, die „alten“ Aufträge neu zu drucken. Wir haben dank der neuen Maschine aber nicht nur die gesamten Stammkunden gehalten, sondern durch unsere neuen technischen Möglichkeiten auch viele anspruchsvolle Neukunden hinzugewonnen. Inzwischen sind 82 Prozent unserer Aufträge vier- oder fünffarbig. Früher waren es nur 66 Prozent.

Wie sind Ihre bisherigen Erfahrungen mit Inpress Control?

CHRISTIAN ABÄCHERLI: Wir nutzen Inpress Control nun seit rund einem Jahr und haben inzwischen unser gesamtes Produktspektrum damit gedruckt. Darunter waren sogar sehr aufwendige und komplizierte Druckjobs, wie beispielsweise ein Kunstdruck für ein renommiertes Museum. Die bisherigen Erfahrungen sind sehr positiv. Dank des neuen Messsystems können wir Zeit beim Einrichten sparen und die Fortdruckqualität zuverlässig sichern. Wir drucken heute auch deutlich mehr Aufträge in noch kürzerer Zeit. Die Bedienung von Inpress Control war und ist überhaupt kein Problem. Unsere Drucker haben sich darauf gefreut,

eine neue Technologie kennenzulernen. Und das Messsystem lässt sich über das bereits bekannte Prinect CP2000 Center wirklich leicht bedienen.

Gibt es für Sie eine Alternative zu Inpress Control?

CHRISTIAN ABÄCHERLI: Nein, zumindest nicht für unsere Auftrags- und Kundenstruktur. Wir werden auch in Zukunft mit Inpress Control arbeiten. Bei unserer vorherigen Speedmaster hatten wir bereits Axis Control im Einsatz und waren damit auch sehr zufrieden. Aber für unsere neue Zehnfarbenfarben-Maschine mit Wendung ist Inpress Control sicher die ideale Lösung. Wir produzieren sehr schnell verschiedene Drucksachen, darunter auch Broschüren für die Automobil-, Uhren- und Schmuckindustrie. Bei den entsprechenden Jobs ist Inpress Control praktisch schon mit den Korrekturen fertig, bevor wir eine Abweichung überhaupt wahrgenommen hätten. Dank der Zehnfarben-Speedmaster CD 74 und Inpress Control spielen wir jetzt in einer anderen Effizienz-Klasse. Die neue Technik ist für uns einfach das Fundament für unseren nachhaltigen Erfolg. ■

Daten & Fakten

Die Abächerli Druck AG bietet Service aus einer Hand – von der Grafik über die Vorstufe bis zum Druck und zur Datenbankanbindung. Produziert werden vor allem Akzidenzen, Broschüren, Geschäftsberichte und hochwertige Bücher. Die Kunden kommen aus der gesamten deutschsprachigen Schweiz. Typische Auflagenhöhen liegen zwischen 5.000 und 10.000 Exemplaren. Derzeit beschäftigt Abächerli 38 Mitarbeiter.

Abächerli Druck AG
Industriestrasse 2
6060 Sarnen 2
Schweiz
Tel.: +41-(0)-41-666-77 33
Fax: +41-(0)-41-666-77 34
E-Mail: welcome@abaecherli.ch
www.abaecherli.ch

PRINT MEDIA ACADEMY

Know-how, so wertvoll wie bare Münze

Die Druck- und Medienindustrie steht vor gewaltigen Veränderungen und Herausforderungen: Kunden mit immer höheren Ansprüchen, komplexe Arbeitsprozesse und technische Innovationen, die solide gusseiserne Druckmaschinen in hochmoderne Hightechanlagen transformieren. Neue Managementstrategien sind deshalb gefragt.

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr.“ Dieses Sprichwort hat längst keine Gültigkeit mehr. Die Halbwertszeit von Wissen wird immer kürzer, und intellektuelles Vermögen schwindet zusehends, wenn es nicht immer wieder aufgestockt wird. Doch Schlagwörter wie „lebenslanges Lernen“ oder „human capital“ bleiben bloße Schlagwörter, wenn sie nicht mit Inhalten gefüllt werden. Immer mehr Unternehmer erkennen den Wert einer soliden beruflichen Aus- und Weiterbildung in allen Bereichen, sei es für eher handwerkliche und technische Tätigkeiten oder für die Aufgaben auf der Führungsebene.

Dieser Trend ist dort am stärksten ausgeprägt, wo Innovation einen sehr hohen Stellenwert hat, und dazu zählt auch die Printmedien-Industrie. In dieser Branche unterliegen Berufsbilder, Software und Maschinen sowie die Anforderungen seitens der Auftraggeber einem immer schneller werdenden Veränderungsprozess. So ist es für Druckereien eine große Herausforderung, beim Tempo des technischen Fortschritts mitzuhalten und sofort auf Innovationen zu reagieren. Dabei kann neue Technik, wenn sie optimal eingesetzt wird, direkt umgesetzt werden in Kosteneinsparungen auf der einen und zur Produktivitätssteigerung auf der anderen Seite. Dazu muss man aber eben auch fundiertes Wissen über den Einsatz solcher technischen Neuheiten besitzen und zudem ihre Vermarktungsmöglichkeiten analysieren und in bare Münze umsetzen können.

„Damit diese Herausforderungen gemeistert werden können, unterbreitet die Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG in Deutschland und an weltweit weiteren 15 Standorten von Maschinentrainings bis zu Managementseminaren ein umfassendes und vor allem praxisorientiertes Weiterbildungsangebot“, erklärt Bernd Schopp, Leiter der im Jahr 2000 eröffneten PMA. Alleine nach Heidelberg kamen im vergangenen Jahr zu rund 3.000 Veranstaltungen etwa 60.000 Teilnehmer. Darunter waren beispielsweise gut 1.000 reine Produktrainings, also Schulungen zu speziellen Maschinen, die mit 11.000 Teilnehmern ebenfalls sehr gut besucht waren. Hinzu kommen die Veranstaltungen des PMA-Netzwerkes, das sich inzwischen über den gesamten Globus verteilt.

Internationale Managementstrategie-Camps. „In den dynamischen Märkten von heute ist gerade auch das gestandene Management gefordert, sich kontinuierlich über neue Entwicklungen und Business-

strategien auf dem Laufenden zu halten“, meint Bernd Schopp. Speziell an Führungskräfte aus aller Welt richten sich deshalb die „Summer“ und die „Winter Universities“. Das University-Programm entspricht inhaltlich in etwa dem einer englischsprachigen Business School. Dies jedoch komprimiert auf fünf Tage und speziell auf die Bedürfnisse der Printmedien-Branche zugeschnitten. Im Mittelpunkt steht dabei praxisnahes Managementwissen, das die gesamte betriebswirtschaftliche Bandbreite – von Strategieentwicklung über Prozess- und Personalmanagement bis hin zu Finanzen und Controlling – abdeckt. Sommer und Winter University unterscheiden sich dabei in den Inhalten. Die Summer University ist ein internationales Managementstrategie-Camp, das jährlich in Heidelberg stattfindet. Die Winterveranstaltungen hingegen greifen Themen auf wie neue Technologien, Applikationen, Workflow, Farbmanagement sowie Marketing und Finanzierung und werden an interessanten internationalen Orten wie beispielsweise Shanghai, Dubai oder im November 2007 in Kapstadt abgehalten. Diese sind dann für Heidelberg-Kunden aus Asien oder Afrika schneller zu erreichen, für die europäischen oder amerikanischen Teilnehmer aber ebenso eine Reise wert – auch um die dortigen Märkte kennenzulernen.

Begegnung der besonderen Art. Sommer 2005 in Heidelberg. Polinikis Pavlou (34), Besitzer einer Druckerei auf Zypern, betritt das PMA-Gebäude. Er will an der Summer University teilnehmen, die hier angeboten wird. Bis zum Unterrichtsbeginn hat es noch etwas Zeit, die er nutzt, um die imposante Architektur des 50 Meter hohen Glaskubus der Print Media Academy zu bewundern. Die Druckerei Pambos Pavlou Limited mit 20 Mitarbeitern hat ihren Sitz in Limassol auf Zypern. Und ihr Besitzer hat klare Erwartungen an das, was hier in den kommenden Tagen stattfinden soll. Er hat Fragen und möchte darauf klare Antworten. Er möchte beispielsweise wissen, wohin sich die Technik entwickelt, und er will erfahren, was seine Kunden in Zukunft von ihm fordern können. Mehr Service, bessere Druckqualität, kürzere Lieferzeiten etwa? Wie kann er sich im Wettbewerb erfolgreich behaupten? Ist seine Vermarktung zeitgemäß?

Auch Peter Zapris (26), Leiter und Geschäftsführer einer Akzidenzdruckerei, ist an diesem Morgen etwas zu früh dran. Er kommt vom anderen Ende der Welt: Ellikon Fine Printers hat mit 52 Mitarbeitern ihren Sitz in Melbourne, Australien. Ihn treibt vor allem die Leidenschaft für den globalen Kosmos des Druckens hierher. „In ▶

Australien lebt man ja doch weit abseits vom Rest der Welt“, meint Zapris und ist überzeugt: „An der PMA kann man Erfahrung mit ähnlichen Druckereien aus den ganzen Welt austauschen und diese dann mit den eigenen vergleichen. Das hilft mir natürlich auch im eigenen Betrieb weiter. Die hier zur Verfügung gestellten Kontaktmöglichkeiten und Informationen sowie der enorme Wissensaustausch sind mit keiner anderen Veranstaltung der Branche vergleichbar.“

Als sich Polinikis Pavlou und Peter Zapris schließlich zum ersten Mal vor dem Vorlesungssaal treffen, in dem die erste Unterrichtseinheit der Summer University stattfinden soll, entwickelt sich sofort ein lebhaftes Gespräch zwischen den beiden. „Das war eine angenehme Überraschung“, erinnert sich der Australier Zapris, „der erste Mensch, den ich in der PMA kennenlerne, stammt ausgerechnet aus Zypern, der Heimat meiner Mutter.“ Die beiden entdecken schließlich, dass sie die gleiche Leidenschaft für ihren Beruf teilen.

Beispiele aus der Praxis führen zu individuellen Lösungen.

„Der Lehrplan ist schon ganz schön umfangreich. Dennoch ist es ein hervorragender Rahmen, um motivierende und produktive Diskussionen über unseren Beruf und unser Geschäft zu führen – beispielsweise in den Workshops“, berichtet Peter Zapris. Darüber hinaus werden Beispiele aus der Praxis, sogenannte Case-Studies, von den Teilnehmern und den Dozenten eingebracht. Gemeinsam mit den Experten und den Kollegen aus aller Welt werden diese auf Tauglichkeit und Zukunftsfähigkeit hin analysiert. „Gerade die Fallstudien brachten uns ziemlich schnell zu den Problemen in unseren eigenen Unternehmen. Die Dozenten, aber auch die Kollegen unterstützten jeden Einzelnen dabei, Lösungen zu finden“, schwärmt Polinikis Pavlou und beteuert, dies sei viel, viel mehr, als er je erwartet habe. „Das Ergebnis der produktiven Diskussionen floss in meinen ‚Personal Action Plan‘ ein, den jeder Teilnehmer speziell auf seinen Betrieb zugeschnitten mit nach Hause nimmt“, berichtet Peter Zapris. Dies sind typische und bewusst herbeigeführte Erfahrungen: Zunächst glauben die Teilnehmer, ihre Probleme seien zu speziell, als dass sie mit denen in anderen Unternehmen oder gar in anderen Ländern verglichen werden könnten. Jedoch stellen sie dann sehr schnell fest, dass es durchaus Ähnlichkeiten gibt. Die Themenstellungen in der Printmedien-Industrie sind weltweit vergleichbar. Es ist der Kampf um Kunden, Margen und Marktanteile. „Und weil die Teilnehmer eigentlich nie im direkten Wettbewerb stehen, können sie miteinander besonders frei darüber sprechen“, weist Martina Brand, die unter anderem verantwortlich für die organisatorische Leitung der Universities bei der PMA ist, auf einen großen Vorteil der Veranstaltung hin.

Persönliches und geschäftliches Networking. Sowohl bei den Sommer- wie auch bei den Winterveranstaltungen gibt es reichlich Zeit für Fachgespräche und den Aufbau eines persönlichen Netzwerks. Die Teilnehmer halten anschließend nicht nur häufig den Kontakt, manchmal entstehen sogar geschäftliche Beziehungen oder gemeinsame Geschäftsmodelle aus der Begegnung an der University. Ein gemeinsames Geschäftsmodell haben Peter Zapris und Polinikis Pavlou zwar nicht entwickelt. Aber der Kontakt besteht immer noch. „Zunächst haben wir den Kontakt via Telefon und E-Mail aufrecht erhalten. Ein Jahr später haben wir uns dann auf

Mykonos zu einem gemeinsamen Urlaub mit unseren Frauen wiedergetroffen“, erzählt Zapris. Eine enge persönliche Freundschaft entstand, die aber auch das Geschäftliche weiterhin nicht ausspart. Im Gegenteil: „Polinikis und ich haben ähnliche Interessen. Wir können uns stundenlang über unser Geschäft, unsere Pläne, Herausforderungen und Erfolge unterhalten. Darüber vergessen wir manchmal jede Zeit“, beschreibt Zapris das Verhältnis der beiden. „Auch wenn Ellikon Fine Printers auf Akzidenzdruck und Pambos Pavlou Limited auf Verpackungsdruck spezialisiert ist, stehen wir doch beide unter dem gleichen Wettbewerbsdruck. Wir lernen jede Menge voneinander, insbesondere wenn es um die alltäglichen Herausforderungen geht“, ergänzt Pavlou.

Auch aus diesem Grund halten die beiden den Kontakt auch zu anderen Mitstudenten aus Mexiko, Polen, Island und Afrika aufrecht. „Nahezu alle Kursteilnehmer fanden im Nachhinein das Lernen fast zweitrangig. Wichtiger waren für uns die Beziehungen, die wir miteinander aufbauen konnten“, erklärt Pavlou. „Die University ist eine einmalige Gelegenheit, Menschen aus dem Print-Business in einer so offenen Weise zu begegnen. Ich bin der PMA sehr dankbar, diese Gelegenheit zum Knüpfen so wertvoller Kontakte bekommen habe“, bestätigt Zapris seinen Freund und Kollegen.

„Wir fördern diesen Dialog gezielt – auch über unser Alumni-Netzwerk“, erläutert Academy-Leiter Bernd Schopp: „Beispielsweise werden wir auf der drupa 2008 die verschiedenen Teilnehmergruppen der Universities zusammenführen, so dass ein noch größeres Marktforum entsteht.“ Polinikis Pavlou und Peter Zapris planen jedenfalls schon heute, im kommenden Jahr dabei zu sein – ganz bestimmt aber werden sie sich wiedersehen, das ist sicher. ■

Daten & Fakten

Print Media Academy
Martina Brand
Kurfürsten-Anlage 52-60
69115 Heidelberg
Deutschland
Tel.: +49-(0)-62 21-92 50 11
Fax: +49-(0)-62 21-92 49 29
E-Mail: pma-seminare@heidelberg.com
www.print-media-academy.com

Ellikon Fine Printers
384 George Street
Fitzroy, Victoria 3065
Australien
Tel.: +61-3-94 17 31 21
Fax: +61-3-94 17 39 81
E-Mail: mail@ellikon.com.au

Pambos Pavlou Ltd.
Ag. Athanasios Industrial Area
8 Lapetou Street
4101 Limassol
Zypern
Tel.: +357-25-72 98 42
Fax: +357-25-72 97 37
E-Mail: polinikispavlou@cytanet.com.cy

PRINT MEDIA ACADEMY

Wissen ist Zukunft

Wie kann ich in Zukunft bestehen? Und wie kann ich meine Kunden binden und neue hinzugewinnen? Solche oder ähnliche Fragen stellen sich heute viele Unternehmer.

Bernd Schopp, Leiter der Print Media Academy (PMA) in Heidelberg, Deutschland, bietet die passenden Antworten.



Bernd Schopp, Leiter der
Print Media Academy.

Herr Schopp, wie kann die PMA den Unternehmen dabei helfen, wirtschaftlich zu agieren und ihre Zukunft sicher zu gestalten?

BERND SCHOPP: Der Wettbewerb in der Printmedien-Industrie ist hart. Der Zugang zu Spitzentechnologie, früher noch auf einige große Unternehmen beschränkt, ist heute bereits auf breiter Front Alltag und wird in immer mehr Ländern zu einem noch härteren Konkurrenzkampf führen. Wer heute meint, Druck sei nur etwas, wo Farbe auf Papier kommt, egal in welcher noch so komplizierten Form und egal mit welcher Technik, der irrt gewaltig. Heute gehört zum Druck auch Wissen über Logistik, Lagerung, Management, Personalführung und Kundengewinnung und vieles mehr. Und wenn moderne Technik die Qualität und Produktivität insgesamt weiter anhebt, wird eines der wenigen Merkmale, mit denen ich mich gegenüber den Konkurrenten bei meinen Kunden noch abheben kann, mein Know-how sein. Eine optimale Lagerung und Logistik spart mir Zeit und Geld und stellt die Kunden zufrieden. Die Mitarbeiter in diesem Bereich zu schulen hat also Sinn. Gut ausgebildete Mitarbeiter können sehr gut beraten und dabei helfen, die Kunden an mein Unternehmen zu binden. Sie entwickeln jene Ideen, die mir den direkten Dialog mit meinen Kunden sichern. Wissen ist daher Macht, denn es macht mich in gewisser Weise für meine Geschäftspartner wertvoll, wenn nicht sogar unersetzbar.

Und wie finde ich das richtige Ausbildungsprogramm für meine Mitarbeiter?

BERND SCHOPP: Wissen ist eine Ansammlung und Verarbeitung von Erlerntem und persönlicher Erfahrung. Hier setzen wir bei der PMA an. Unsere Programme, die auf die individuellen Vorkenntnisse der Teilnehmer und auf die jeweiligen Eigenheiten der Märkte zugeschnitten sind, ermöglichen es jedem Teilnehmer unserer Kurse, seine beruflichen Qualifikation zu verbessern und damit schließlich auch seinen persönlichen Wert zu steigern. Die PMA ist in der Printmedien-Industrie einzigartig, was diese praxis- und branchenorientierte Aus- und Weiterbildung betrifft, und sie ist mit ihrem starken Netzwerk von derzeit 16 Standorten in vielen Ländern vor Ort vertreten.

Welche Chancen bietet die Internationalisierung der PMA den Unternehmen?

BERND SCHOPP: Was unsere Kunden besonders schätzen, ist, dass wir durch unsere Internationalisierung die Trainings in der jeweiligen Sprache direkt vor Ort – entweder an der Akademie

oder aber in ihrer persönlichen Arbeitsumgebung – durchführen können. Was zunächst einfach klingt, ist aber in Wirklichkeit eine große Herausforderung, für deren Bewältigung es entsprechender Experten bedarf. Denn in den vielen Ländern dieser Welt gibt es schließlich unterschiedliche Kulturen, Märkte und Industrien mit ihren spezifischen Anforderungen und Voraussetzungen, auf die vor allem im Bereich Bildung individuell eingegangen werden muss. Wir profitieren dabei vom ständigen Austausch der PMAs untereinander – unseres wohl in dieser Form einmaligen Netzwerks. Informationen über die neuesten Trends aus der Printmedien-Industrie in aller Welt stehen hier zur Verfügung. Wir schöpfen dabei zukunftsorientiertes Wissen aus den unterschiedlichen Märkten und tragen es in andere Märkte hinein. Das ist eine riesige Chance für die Unternehmen der Druckbranche.

Zukunftssicherung durch Training? Klingt das nicht zu einfach?

BERND SCHOPP: So einfach ist es nicht. Weiterbildung im Betrieb muss zielgerichtet sein. Es müssen die richtigen Leute auf die für sie wichtigen Seminare und Ausbildungsprogramme geschickt werden. Der Drucker sollte das Maximum aus seiner Maschine herausholen können und muss auf ihr geschult werden. Der Verkäufer wiederum muss sein Unternehmen optimal präsentieren und Produkte wie Service zielorientiert verkaufen können. Das erfordert aber auch die Einsicht im Unternehmen, dass meine Mitarbeiter dafür Zeit benötigen. Wissen fällt eben nicht vom Himmel, es ist mit Arbeit verbunden. Langfristig zahlt sich das aber immer aus. Zufriedene Kunden, die von gutgeschultem Personal fach- und sachgerecht betreut werden, sind dankbare und auch treue Kunden. ■

Daten & Fakten

Bernd Schopp, 43, diplomierte in Maschinenbau. Im Anschluss an sein Studium lernte er im Verlauf seines beruflichen Engagements die Printmedien-Branche und ihre Märkte kennen. Bernd Schopp ist seit 1998 in leitender Funktion für die PMA tätig. Zunächst im Planungs- und Aufbauteam der im Jahr 2000 eröffneten PMA aktiv, übernahm er 2002 ihre offizielle Leitung. Darüber hinaus ist er Gastprofessor an der London University of the Arts.

WERT VON BILDUNG

Reges Interesse bei Ihnen fand der Bildungsgipfel in New York City unter Leitung von Brian Ellis, Marketingdirektor bei Heidelberg Kanada. Dafür wollen wir uns herzlich bedanken und drei der Briefe in gekürzter Fassung vorstellen, die uns erreicht haben. Nachlesen können Sie beide Teile des internationalen Bildungsgipfels in den Heidelberg Nachrichten 258 und 259 oder unter www.heidelberg-news.com. Wir freuen uns auch weiterhin über Ihre Anregungen und Meinungen.

Ihre Heidelberg Nachrichten Redaktion

Topic of Education - Inbox

Subject: Topic of Education
Date: March 8, 2007 04:18 PM EDT

Sehr geehrter Herr Ellis,

durch Zufall bin ich auf eine Ausgabe der Heidelberg Nachrichten, die Nummer 259 aus dem Jahr 2006, gestoßen. Ich freue mich sehr, dass es einen Meinungs- austausch zum Thema Ausbildung von Nachwuchskräften in der grafischen Industrie gibt. Die Druckindustrie trägt wesentlich dazu bei, das Wissen und die fachlichen Qualifikationen der Menschen zu erweitern.

Wir haben in Havanna, der Hauptstadt Kubas, zwei Druckereien, in denen vorwiegend Bücher gedruckt werden, die sowohl der kulturellen als auch der beruflichen Bildung der Gesellschaft dienen sollen. Unsere Arbeitskräfte, deren Altersdurchschnitt bei rund 23 Jahren liegt, kommen aus der Fachschule für grafische Berufe (Escuela Poligráfica) und wurden durchweg in unseren eigenen Betrieben für die verschiedenen Arbeitsbereiche ausgebildet. Es ist für uns unbedingt notwendig, die Funktionsweise einer Maschine von Grund auf zu verstehen. Die Mitarbeiter sollten neben praktischen Kenntnissen auch unbedingt eine qualifizierte Berufsausbildung haben. Insbesondere in armen Ländern, in denen im Allgemeinen nur eine praktisch orientierte Einweisung stattfindet, ist dies schwer zu realisieren.

Im Bereich der Druckvorstufe ist es unser Ziel, unsere Kunden, die Verlagshäuser, bei der Vermittlung von Fachkenntnissen zu unterstützen, um in der letzten Phase vor dem Druck so wenig Zeit wie möglich zu verlieren. Aufgrund des rasanten technologischen Fortschritts ist das vielleicht die schwerste Aufgabe. Das setzt auch eine noch stärkere Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Kunden voraus, damit beispielsweise nicht auf Grund von fehlenden Softwareerneuerungen die Geräte technologisch veralten. Meiner Meinung nach ist auch die enge Verbindung zwischen dem grafischen Sektor und den Schulen von grundlegender Bedeutung. Ihr verdanken wir auch die Versorgung mit qualifizierten Mitarbeitern.

Mit freundlichen Grüßen

Armando Pajón Brache
(Leiter der Vorstufe)
Imprenta Federico Engels & Imprenta Alejo Carpentier, Havanna, Kuba

Need for Education - Inbox

Subject: Need for Education
Date: March 6, 2007 10:27 AM EDT

Sehr geehrter Herr Ellis,

es freut mich, wieder einmal zu sehen, dass Heidelberg die führende Rolle in der Unterstützung des Ausbildungsbedarfs im Bereich der Printmedien übernimmt. All den Punkten Ihrer Round-Table-Diskussionen, über die in den Heidelberg Nachrichten berichtet wurde, stimme ich zu.

Ich befinde mich oft in der Situation, unsere Industrie gegen eine Vielfalt von Interessengruppen verteidigen zu müssen. Ehrlich gesagt, sind die potentiellen Studenten die angenehmeren Gesprächspartner. Es sind die Eltern, die nicht wollen, dass sich ihre begabten zukünftigen Wissenschaftler in solch eine low-tech-schmutzige Branche, wie Druckereien sie darstellen, hineinbegeben. Ich muss meine Universitätsverwaltung ständig daran erinnern, dass unser Printmedien-Curriculum topaktuell ist und auch in der Industrie und Wirtschaft gebraucht wird, wenn auch die Zahl der Immatrikulationen nicht übermäßig hoch ist.

Ich möchte Sie darum bitten, in Betracht zu ziehen, diese Berichtserie in einem Dokument zu erfassen, versehen mit einem kurzen Vorwort, in dem die Leser sowohl ermutigt werden, unsere Industrie zu unterstützen, als auch darüber informiert werden, wie wichtig Printmedien sind. So etwas zur Verfügung zu haben - in Druckformat sowie als PDF - wäre sehr hilfreich bei dem Versuch, Mythen bei den Eltern, Verwaltungen der Lehrinrichtungen und allen, die den Platz der Printmedien-Ausbildung im Hochschulbereich in Frage stellen, zu vertreiben.

Ich wäre Ihnen dankbar, wenn Sie diese Idee in Betracht ziehen würden.

Patrick Klarecki
Stellvertretender Vizepräsident für akademische Angelegenheiten &
Professor für Management in der grafischen und Drucktechnologie, Ferris State University, Michigan, USA

Executives - Inbox

Subject: Executives
Date: May 2, 2007 01:43 PM EDT

Lieber Brian,

ich habe in den Heidelberg Nachrichten, Ausgabe 259, mit Interesse Ihre Diskussion mit Führungskräften aus dem Ausbildungsbereich gelesen. Können Sie mir den ersten Teil des Gesprächs aus den Heidelberg Nachrichten, Ausgabe 258, über das Image der Druckindustrie schicken? Ich arbeite an einer Präsentation, die die Möglichkeiten der Branche aufzeigt. Diese werde ich Grafiklehrern in der Highschool in Georgia übergeben. Ich möchte Material erstellen, das Lehrer im Unterricht verwenden können, um Schüler für die Druckindustrie zu begeistern, und etwas bieten, an dem Schüler schon auf Highschool-Level partizipieren können. Wenn Sie weitere Materialien oder Ideen für eine solche Präsentation hätten, wäre ich dankbar! Vielen Dank für jede Hilfe, die Sie anbieten können!

Sue Rodman
Educational Foundation Director,
Printing & Imaging Association of Georgia (PIAG), Smyrna, USA



ZEITREISE, IRLAND

Ruiden, mythen und Legenden

Irland ist immer eine Reise wert. Gutes Bier und Irish Stew, pittoreske Dörfer und gemütliche Pubs gehen hier einher mit einer faszinierenden Landschaft. Die grüne Insel ist zudem voller Geheimnisse aus der Vergangenheit: Steingräber, Burgen und Klöster. Aber Irland bietet auch den Liebhabern der Druckkunst und der Bücher wahre Schatzkammern, die es zu entdecken gilt. Und das alles auf kleinstem Raum. In Dublin können Bücherwürmer in drei bibliophilen Fundgruben ihrem Hobby nachgehen und die Heimstätte alter Druckmaschinen bestaunen – allesamt großartige Reiseziele.

The National Library of Ireland

Gegründet 1731, ist sie die Heimat vieler schön gebundener gedruckter Bücher, Poster, Manuskripte, Zeitungen, Stadt- und Landkarten, aber auch alter Fotografien. Zeithistorische Dokumente aus über 1.000 Jahren werden hier aufbewahrt, und die Library ist damit die wohl umfassendste Sammlung irischer Dokumente in der ganzen Welt und auch ein faszinierendes Zeugnis irischer Druckkunst. Das imposante Gebäude erinnert an ein Parlament, und schon die Ausstattung und der Treppenaufgang machen neugierig auf den kreisrunden Lesesaal, der sich unter der Kuppel des Gebäudes befindet.

Berühmte Werke aus der Sammlung gefällig? Ein Fragment des „Seelen-Würzgartens“ (The herb garden of the soul). Die drei Seiten in deutscher Sprache und der dazugehörige seltene Holzschnitt aus Süddeutschland datieren von 1483. Der handbemalte Holzschnitt zeigt die Verdammten, die in der Hölle gepeinigt werden. Diese Publikation bezieht sich auf die St.-Patrick-Wallfahrt. Sie war damals sehr populär, und aus ganz Europa kamen die Gläubigen hierfür nach Irland. Ein weiteres seltenes Werk der Sammlung ist das 1493 gedruckte „Liber Chronicarum“, ebenfalls aus Deutschland. Dieses Buch der „Weltgeschichte“ war eine Kombination aus Handschrift und der damals noch neuen Technik der Druckkunst. Die Holzschnitte darin stammen von berühmten Künstlern der Zeit, wie Albrecht Dürer. Dieses Buch wurde auf über 24 Druckpressen gefertigt, und über einhundert geschulte Drucker wurden dafür beschäftigt. Etwa 1.500 Exemplare in Latein und weitere 1.000 in deutscher Sprache wurden davon produziert. Ein beeindruckendes Werk, was Design, Illustration, Typografie und Druckkunst angeht. Es finden sich aber auch gälische Manuskripte von 1373 in der Sammlung oder ein kunstvoll ausgeschmücktes und bemaltes Werk der deutschen Naturkundlerin Maria Sibylla Merian über die europäischen Insekten und Pflanzen sowie die holländische Kolonie Surinam, die sie 1698 besucht hatte.



Der Lesesaal der National Library of Ireland.

Der Lesesaal lädt zum Verweilen ein. Wer schmökert nicht gerne in historischen Werken? Das Ziel der National Library of Ireland ist es, alle Publikationen irischen Ursprungs oder von Interesse für das Land zu erhalten und zu bewahren. Auch die Werke berühmter irischer Schriftsteller wie beispielsweise die Ausgabe Nummer 1 der ersten – 1.000 Exemplare umfassenden – Auflage des berühmten Romans „Ulysses“ von James Joyce und nicht selten auch die handgeschriebenen Originalmanuskripte berühmter Autoren finden sich in der Sammlung. Entsprechend reichhaltig ist der Bestand der Bibliothek. Adresse: The National Library of Ireland, Kildare Street, Dublin 2, Irland (www.nli.ie).



Es war einmal ... lange, sehr lange vor unserer Zeit. Damals besiedelten die ersten Menschen ein Land, das irgendwann viel später „Irland“ heißt. Das war zu einer Zeit, als an Pyramiden noch nicht zu denken und das Klima kalt, das Leben beschwerlich, das Land dünn besiedelt war und in ganz Europa wohl weniger Menschen lebten als heute in Dublin. Man(n) lebte in jenen Tagen noch von der Jagd, archaischem Ackerbau und dem, was die Natur ansonsten noch hergab; und ausgerechnet zu dieser Zeit kamen im Brú-Na-

Bóinne-Tal diese frühzeitliche Menschen auf die Idee, eine gigantische Steinanlage zu errichten. Vor gut 7.000 Jahren war das. Der sagenhafte Ort heißt heute „Newgrange“. Das gesamte Tal, mit vielen weiteren Zeugnissen der frühen Bewohner reich gesegnet, ist heute Weltkulturerbe der UNESCO.

Was die Menschen dazu getrieben hat, insgesamt über 200.000 Tonnen Steine, darunter schwerste Granitblöcke, in einem Kreis anzuordnen und darunter eine Höhle zu formen, ist bis heute Gegenstand der Spekulation. Und der Nebel der Geschichte lichtet ▶

Trinity College

Trinity College. Die Bibliothek des Trinity College in Dublin zählt zu den bedeutenden Forschungsbibliotheken der Welt und besitzt die größte Sammlung von Handschriften sowie gedruckten Büchern Irlands. „Viele Besucher und Studenten verdankt das Trinity College seiner weltberühmten Büchersammlung. Bereits seit 1801 hat sie als Pflichtbibliothek das Recht, ein Freiemplar aller britischen und irischen Publikationen anzufordern und einzulagern“, berichtet Anne-Marie Diffley, die für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bibliothek verantwortlich ist. Ihr Arbeitsplatz befindet sich auf der Empore im ersten Stock der „Old Library“. Sie hat hier einen großen Schreibtisch mit einem traumhaften Blick auf die märchenhafte Büchersammlung. Der Bestand von über 3 Millionen Büchern wird in acht Gebäuden aufbewahrt.

Das Trinity College wurde 1592 gegründet. Die ältesten noch existierenden Gebäude sind aus der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts. Drei Bereiche der „Old Library“, der alten Bibliothek, sind den Besuchern zugänglich. In der sogenannten „Schatzkammer“ werden irische Evangelienhandschriften aus dem Mittelalter ausgestellt: das Buch von Kells, das Buch von Armagh und das Buch von Durrow. Der „Long Room“ im ersten Stock der „Old Library“ ist der zentrale Ausstellungssaal. Mit seinen etwa 65 Metern Länge verdient er seinen Namen: Langsaal; in ihm befinden sich gut 200.000 der ältesten Bücher der Bibliothek. Adresse: Trinity College Library, College Street, Dublin 2.



Blick von der Empore auf die „Old Library“ im Trinity College.

Book of Kells

Das Glanzstück der Ausstellung im Trinity College mit jährlich rund 500.000 Besuchern ist das „Book of Kells“. Es handelt sich dabei, prosaisch ausgedrückt, um einen handschriftlichen Kodex des lateinischen Textes der Evangelien, die auf 340 Kalbshautblätter geschrieben wurden. Etwa im Jahre 800 entstanden, basiert sein Inhalt auf einer ursprünglich um 384 verfassten lateinischen Bibel. Drei der Evangelien beginnen mit einer vollillustrierten Seite, es sind Darstellungen der entsprechenden Evangelisten. Das „Book of Kells“ hat insgesamt 680 Seiten, darunter auch viele Zeichnungen von Jesus Christus, seiner Verhaftung, Kreuzigung, der heiligen Jungfrau Maria mit Kind usw.

Das prächtig illustrierte Buch entstand in einer Klosterschreibstube. Ein erster Beleg für die Existenz des Buches ist ein Bericht über eine Plünderung im Jahr 1007. Dabei wird erwähnt, dass das als die wertvollste Reliquie der westlichen Welt bezeichnete Book of Kells geraubt worden sei. Für fast drei Monate angeblich in der Erde vergraben, tauchte es dann wieder auf und verblieb wohl bis zum Ende des 17. Jahrhunderts in Kells, einer kleinen Stadt, die etwa eine Autostunde nordwestlich von Dublin gelegen ist. Die Ruinen des Klosters und einer der für Irland so berühmten Rundtürme können dort heute noch bestaunt werden.

Das Book of Kells wurde 1953 restauriert und in vier Bände aufgeteilt. Zwei davon sind ständig in der Schatzkammer der Ausstellung zu besichtigen. Adresse: Trinity College, College Street, Dublin 2.



Das „Book of Kells“ ist eines der berühmtesten Zeugnisse christlicher Kultur in Europa und wird in der Schatzkammer des Trinity College ausgestellt.

National Print Museum

Das Druckmuseum wurde 1996 eröffnet und ist in der Kapelle einer alten Kaserne untergebracht. Es erhält fast keine öffentliche Fördermittel. Ein Besuch lohnt sich dennoch. Neben Druckmaschinen aus den verschiedenen Epochen des Druckhandwerks kann man alte Druckmuster, Lettern und Typensetzkästen bestaunen. Workshops zu Themen wie Buchbinden und Druck bietet das Museum auch gelegentlich an. Wie Wappen hängen große Gemälde der Druckerzunft von der Decke, so zum Beispiel eines der „Bookbinders Consolidated Union“. Der Ausstellungsraum ist relativ klein, aber liebevoll gepflegt und sehenswert. Adresse: Garrison Chapel, Beggar’s Bush, Haddington Road, Dublin 4.



Die umgebaute Kirche einer ehemaligen Kaserne ist die Heimat des Druckmuseums.



sich auch nur sehr langsam. Bekannt ist heute, dass spätere Einwanderer wie zum Beispiel die Kelten, die vor etwa 2.500 Jahren in diese Gegend vordrangen, diesen Ort wohl als Versammlungsort und als Grabanlage nutzten. Opfertagen aus dem römisch-britischen Reich aus der Zeit bis 400 nach Christus finden sich und belegen die große Anziehungskraft von Newgrange. Die Erbauer waren vielleicht einfache Menschen, besaßen aber Sachverstand in Architektur, Technik, Geologie und sogar Kunst und Astronomie. Denn neben den Verzierungen der Anlage lassen Zeit- und Arbeitsaufwand, die zur Errichtung investiert wurden, auf eine gutorganisierte Gesellschaft

rückschließen. Was wirklich fasziniert an dieser Grabanlage, ist eine bauliche Besonderheit: Zur Wintersonnenwende, am kürzesten Tag im Jahr, dem 21. Dezember, dringt durch eine kleine Öffnung über dem Eingang das Licht der tiefstehenden Sonne genau bis zum hintersten Punkt des Ganggrabes. Die Erbauer von Newgrange, dessen Fertigstellung immerhin mindestens vier Generationen lang dauerte – die Lebenserwartung lag damals im Bereich von durchschnittlich etwa 30 bis 40 Jahren –, hatten sich intensiv mit der Astronomie beschäftigt, dem Stand der Sonne und der Sterne. Wer so tiefe Wurzeln zu Forschung und Kunst besitzt, musste dieses Wissen

und Können zwangsläufig festhalten für all die kommenden Generationen. Im Laufe der Geschichte Irlands spielten Kriege, Wikinger, Normannen, Engländer und Mythen um geheimnisvolle Königreiche, Druiden sowie berühmte Klöster eine bedeutsame Rolle. Nicht verwunderlich ist es daher, dass herausragende Bücher, echte Schätze der Menschheit, gerade in Irland zu finden sind.

Sehr prägend mit ihrer Kultur und ihrem Wissen für Irland waren die Kelten, wie in fast ganz Europa. Aufgrund der abgeschirmten Inselgeographie hält sich ihr Einfluss hier länger als andernorts und endet erst mit Abschluss der Christianisierung. Doch gerade wegen der

Christianisierung und der Verbreitung der Schrift werden hier zu dieser Zeit auch die ersten Schriftzeugnisse erstellt, die die Geschichte Irlands überliefern. Die Christianisierung im 4. und 5. Jahrhundert mündet in die irische Klosterkultur. Die folgenden drei Jahrhunderte gelten als die Blütezeit des frühchristlichen Irlands, dessen Bildung und Kultur in Europa höchstes Ansehen genossen. Die Sammelhandschrift „Book of Kells“ ist eines der bedeutendsten Kunstwerke aus jener Zeit; es ist bis heute erhalten. Von Irland aus, einem kulturellen Zentrum im Mittelalter, bereisten die Gelehrten, zumeist Mönche, ganz Europa und darüber hinaus die Welt und verbreiteten

3 Marsh's Library

Die Marsh-Bibliothek von 1701 ist die erste öffentliche Bibliothek Irlands. Benannt nach ihrem Gründer, dem Erzbischof Narcissus Marsh. Dieser arbeitete zunächst am Trinity College als dessen Leiter; dort durften allerdings gewöhnliche Menschen nicht an die Bücher heran, nur in Begleitung von Aufsichtspersonal. Dies wollte er vermutlich ändern und gründete „seine“ eigene Bibliothek. „Der Reiz dieses Kleinodes liegt in der seit über 300 Jahren unveränderten Einrichtung, die aus kunstvoll geschnitzten Eichenregalen und drei eleganten Alkoven besteht“, erklärt Muriel McCarthy. „In diese Käfige durfte man sich zurückziehen, um seltene Bücher zu ‚konsultieren‘. Es sollte schließlich nichts verlorengehen. Und daher waren die Bücher von Beginn an auch noch angekettert“, fährt sie fort. Muriel McCarthy ist die gute Seele der Einrichtung und seit Jahrzehnten ihre engagierte Leiterin und auch Autorin von Büchern über die Bestände und Geschichte der Bibliothek.

Im Kern besteht die Sammlung aus vier Hauptteilen mit insgesamt 25.000 Büchern aus dem 16. bis 18. Jahrhundert. Darunter liturgische Texte, Bibeln in vielen Sprachen, theologische Texte und religiöse Kontroversen, Bände über Medizin, Recht, Wissenschaften, Reisen, Schifffahrt, Mathematik, Musik, Topographie und klassische Literatur. Einer der Räume ist für Bücher und Zeitschriften der letzten 100 Jahre mit Bezug zu Irland reserviert.

Ein wichtiger Bestandteil der Marsh-Bibliothek ist die im Jahre 1705 erworbene umfangreiche Sammlung von etwa 10.000 Büchern des Bischofs von Worcester, Edward Stillingfleet. Sie enthält die Bücher einiger der ersten englischen Drucker wie Berthelet, Daye, Fawkes, Notary, Pynson, Siberch, Wolfe und Wynkyn de Worde.

Gründer Narcissus Marsh spendete der Bibliothek ebenfalls einen Großteil seiner eigenen Bücherbestände, die einen zweiten

Schwerpunkt der Einrichtung bilden. Selbst Bücher in hebräischer, arabischer, türkischer und russischer Sprache sammelte Marsh und vermachte sie der Bibliothek. Lediglich seine große Sammlung orientalischer Manuskripte hinterließ er der Bodleian-Bibliothek. (Anmerkung der Redaktion: Die Bodleian-Bibliothek ist die Hauptbibliothek der Universität von Oxford, Großbritannien. An dieser Universität hatte Marsh studiert.)

Hinzu kamen zwei weitere Büchersammlungen: einmal die des ersten Bibliothekars der Einrichtung, des Dr. Elias Bouhéreau, eines aus Frankreich geflohenen Hugenotten. Und eines der ältesten und schönsten Bücher der Bibliothek stammt aus dem Vermächtnis des Bischofs von Clogher, John Stearne. Es handelt sich dabei um Ciceros „Epistolae ad familiares“, Briefe an Freunde. Es wurde 1492 in Mailand gedruckt.

Neben diesen vier Büchersammlungen besitzt die Bibliothek auch noch etwa 300 Handschriften, darunter eine von 1400 in Latein über das Leben der irischen Heiligen. Zur Bibliothek gehört zudem eine Konservierungsabteilung, die gerne Ratschläge für die Konservierung und Restaurierung von Büchern, Drucken, Zeichnungen, Aquarellen, Karten und jedem anderen Werk auf Papier gibt. Adresse: St. Patrick Close, Dublin 8 (www.marshlibrary.ie).



Mit viel Liebe und persönlichem Einsatz leitet Muriel McCarthy die Marsh's Library im Herzen von Dublin.



In sogenannten Alkoven eingeschlossen durften die Bücher gelesen werden. So sollte eine Entwendung bereits im Ansatz verhindert werden.

Wissen und Wissenschaft. Die Druckkunst kam indes erst relativ spät nach Irland – fast ein Jahrhundert, nachdem Gutenberg in Mainz seine Druckmaschine in Betrieb genommen hatte. Humphrey Powell hieß der Drucker, der von London nach Dublin kam, um dort 1551 das erste Buch in Irland zu drucken. Bis 1640 gab es nur eine einzige funktionierende Druckmaschine in ganz Irland. Der Ausstoß an Druckerzeugnissen war entsprechend klein, in der Mehrzahl handelte es sich um Proklamationen. Dennoch gilt Irland, gilt speziell

Dublin heutzutage als ein Hort wahrer Bücherschätze – mit einer Dichte von kulturhistorischen Beständen wie wohl kaum eine andere Stadt der Welt. Dublin allein bietet seinen Besuchern bereits vier beachtliche und sehenswerte Zeugnisse der großen irischen Geschichte. Sie eröffnen einen ersten Einblick in diese reichhaltige und so bunte wie bewegte Geschichte: ein weiterer Anreiz neben der grandiosen Landschaft, einmal Irland zu besuchen und diesmal von einer anderen Seite kennenzulernen – nämlich als Heimat von Wissen und Kultur. ■

Tipps & Tricks

Drucken mit Naturpapier

In Zeiten, in denen Glanz und Glamour auf satinierten oder gestrichenen Papieren dominieren, bieten Druckprodukte aus Naturpapieren ein ganz besonderes Erlebnis: Sie schmeicheln Augen und Haut durch ihre weiche, individuelle Oberfläche. Ihre einzigartige Wirkung entfalten sie auf Grund des großen Volumens und Gewichts sowie der hohen Opazität. Allerdings erfordert ihre perfekte Verarbeitung besonderes Know-how in der Druckvorstufe und in der Produktion.

Wahl des Druckrasters

Naturpapiere mit einem hohen Anteil von Hanf, Baumwolle oder Hadern eignen sich in der Regel nicht für feine Details oder hochauflösende Raster. Diese Tatsache sollte bereits bei der Konzeption des Druckproduktes bedacht werden. Um auf Nummer sicher zu gehen, empfehlen viele Papierhersteller daher ein Mittelraster von 54 l/cm und als maximale Rasterweite 60 l/cm. Der Grund: Mit zunehmender Rasterweite steigt die Tonwertzunahme. Darüber hinaus unterstützt die offene Faserstruktur von Naturpapieren das Verlaufen der Farbe. Dies erzeugt im Vergleich zu gestrichenen Papieren einen höheren Punktzuwachs, der beispielsweise bei schweren Naturpapieren (ab 100 g/qm) im 60er Raster und Vierfarb-Druck bis zu 30 Prozent erreichen kann. Generell gilt: Je mehr Farbe für ein Bildmotiv benötigt wird, umso stärker läuft das Motiv im Dreiviertelton und den Tiefen zu. Dementsprechend eignen sich nicht alle Motive, etwa solche mit feinsten Details oder großen Farbflächen, für den Druck auf Naturpapieren. Denn auf Grund der heterogenen Struktur des Papiers kann beim Aufeinanderdruck gerade größerer Flächen, beispielsweise bei farbigen Vorsätzen, ein wolkiger Eindruck entstehen. Dieses Problem kann man jedoch durch die Verwendung von Echtfarben wie Pantone-Volltönen lösen.

Druckvorstufe

Die obengenannten Besonderheiten wirken sich auf die Film- oder Plattenbelichtung aus. Weil die Tonwertzunahme je nach Papier und Druckfarbe variiert, empfiehlt es sich, nicht erst über die Korrekturkurven in der Belichtersoftware, sondern bereits während der Bildbearbeitung die notwendigen Tonwertkorrekturen vorzunehmen. Besonders bei schwierigen Motiven und hohen Qualitätsanforderungen ist ein Andruck unumgänglich. Betriebe, die auf Film belichten, sollten hart arbeitende Filmmaterialien verwenden, die keinen Hof um den Rasterpunkt bilden und sich mit hoher Auflösung belichten lassen.



Ein besonderes Erlebnis: hochwertiger Druck auf Naturpapier.

Druck

Im Druck haben sich kompressible Gummitücher mit hartem Aufzug bewährt. Experten empfehlen bei schweren Naturpapieren einen höheren Anpressdruck als bei gestrichenen Papieren, um beim Bilderdruck mehr Zeichnung zu erhalten. Zudem sollte man keinen Alkohol oder andere Feuchtmittelzusätze verwenden. Der ideale pH-Wert von Naturpapieren, die mit oxidativ trocknenden Farben bedruckt werden, liegt bei 5,5, da saure Papiere die Trocknungszeiten verlängern. Letztere können bei Naturpapieren schon mal das Vierfache eines Auflagedrucks mit gestrichenen Papieren betragen. Daher gilt: Die bedruckten Bogen nicht zu hoch stapeln, um das Ablegen von dunkleren Motiven oder größeren Farbflächen auf der nächsten Seite zu vermeiden. Darüber hinaus sollten wegen der typischen Staubbildung sowohl Maschine als auch Farbwerke und Gummitücher regelmäßig gesäubert werden.

Lösungen für die Praxis

Die Heidelberger Druckmaschinen AG bietet für die „Herausforderung Naturpapier“ eine Vielzahl von Lösungen an. Beispielsweise befreit eine Saugbürste, die vor dem ersten Druckwerk eingesetzt wird, das Papier weitestgehend vom Papierstaub. Hochautomatisierte Saugköpfe transportieren auch hochvolumige und schwere Naturpapiere sicher durch die Druckmaschine. Hierzu trägt auch das CP2000 Center bei, über das sich beispielsweise die Kennlinien für die Luftsteuerung einstellen lassen. Zur perfekten Farbwiedergabe tragen das Prinect Prepress Interface, das Print Color Management zur permanenten Überwachung und Optimierung der Druckkennlinie, Prinect Image Control für die Farbkontrolle im gesamten Druckbild sowie spezielle Farb- und Feuchtwerte für erhöhte Farbschichtdicken bei. Daneben sorgen UV- oder Infrarot-Trocknungssysteme und vieles andere für hervorragende Ergebnisse – auch und gerade bei Naturpapieren. ■

SPOTLIGHT

Ein Licht geht auf

Australien, das Land harter Männer à la Crocodile Dundee? Sexy wie Sängerin Kylie Minogue? Der neue Held aus „Down Under“ heißt Malcom Turnbull, der „Glühbirnator“: Per Gesetz verbietet der Umweltminister die gemeine Glühbirne und fordert den Einsatz der komplexen Energiesparbirne. Eine Entscheidung, die bei den einen ein verständnisloses Kopfschütteln verursacht und den anderen Respekt abverlangt – jedenfalls kam ein Diskussion in Gang.

Intermezzo: Betrachtet man sich den Gegenstand der Erregung genauer, begreift man vielleicht, welche Tragweite diese Entscheidung hat. Aber mal unter uns, wer versteht schon, wie eine Glühbirne wirklich funktioniert? Ein Blick in das Lexikon kann da sicherlich weiterhelfen: „Die aufgenommene elektrische Leistung wird in Form von elektromagnetischer Strahlung abgestrahlt und über Wärmeleitung und Wärmekonvektion an das Füllglas abgegeben.“ Aha, alles klar? Wer bislang glaubte, es reicht, einen Schalter zu drücken, und das Licht geht an, lag demnach verkehrt.

Es ist also doch etwas komplizierter, als man glaubt. Tatsächlich benötigt eine Energiesparlampe beispielsweise nur circa 18 Watt an Leistung, um die Leuchtkraft einer 75-Watt-Glühbirne zu erreichen. Der meiste Strom geht bei der normalen Glühbirne nämlich als Abwärme verloren, dient also nicht der Lichtausbeute.

Kleine Ursache, große Wirkung: Als dem australischen Umweltminister dieses Licht aufging, handelte er sofort. Weltweit wird nun die erhitzte Debatte über die Glühbirne geführt. Allein in Deutschland, so schätzen Experten, könnte man die Jahresstromleistung zweier Kraftwerke einsparen, wenn man überall, in den Millionen Haushalten und Unternehmen, auf Energiesparlampen umstellen würde.

Ob der Energieverbrauch bei der Produktion der technisch ziemlich komplizierten Energiesparlampen einberechnet wurde? Und was ist mit den teils schädlichen Inhaltsstoffen? Die Diskussion zeigt aber, dass auch mit solchen kleinen Dingen viel bewegt werden kann. Schließlich sparen die Energiesparlampen nicht nur Strom, sondern unsere Umwelt wird im Gegenzug durch die Stromeinsparung mit weniger Kohlendioxid (CO₂) belastet. Denn der Strom kommt schließlich nicht einfach nur aus der Steck-

dose, sondern in den meisten Fällen aus Kohle- und Gaskraftwerken, die einen erheblichen Teil zur Luftverschmutzung beitragen. Sie sind sogar die größten künstlichen CO₂-Quellen schlecht hin und belasten die Umwelt mit mehr als doppelt so viel CO₂ wie beispielsweise der Straßenverkehr.

Daher sind Unternehmer wie die beiden Scott-Brüder die wahren Helden, denn die arbeiten schon lange daran, in kleinen Schritten für eine bessere Umwelt zu sorgen. Wie mahnte Mike Scott von Scott Print auf Seite 20 dazu noch: „Jeder kann etwas gegen die Umweltverschmutzung tun. Selbst wenn jeder nur etwas Kleines bewegt, ergibt das in der Summe einen großen Schritt.“ ■

Gewinner der Leserumfrage – HN 260

1. Preis: Reise nach Heidelberg

Nikola Gole, MBM Print, Bijeljina, Bosnien-Herzegowina

2.–5. Preis: iPod

Antoine Chemaly, Chemaly & Chemaly Printing Press, Beirut, Libanon

Turk Mujeeb, Apex Printery PVT Ltd., Karachi, Pakistan

Sandra Rosalen, ABTG, Saõ Paulo, Brasilien

Sladjana Cukovic, Podgorica, Montenegro

6.–10. Preis: XL 105 Modell

Gimapaolo Gasperini, Carlo Gasperini & C s.n.c., Prato, Italien

Takeshi Hara, Mitsubishi Heavy Industries Ltd., Hiroshima, Japan

Arto Valovirta, TKK, Espoo, Finnland

Nick Hall, Robnick LCC, Surprise/Arizona, USA

Louis Sjahlim, PT Kageo Igar Jaya Terbuka, Bekasi, Indonesien

Stimmen zur HN

 **Anil Vidyarthi, Nairobi, Kenia:** Ihr Beitrag „Nicht die üblichen Beschäftigten“ und „Augenblicke voller Hoffnung“ waren ein Augenöffner: ein wahres Vorbild für Druckereien auf der ganzen Welt. Machen Sie weiter so, und bitte bringen Sie mehr Artikel, die das Herz und den Verstand berühren.

 **Roger Boisard, Mayenne, Frankreich:** Eine äußerst angenehme Zeitschrift mit sehr objektiven Beiträgen. Vielleicht könnten Sie etwas mehr über Bildungseinrichtungen weltweit berichten.

 **Reinhold Löchle, Markt Oberdorf, Deutschland:** Als Journalist interessiert mich vor allem, wie ein renommierter Druckmaschinenhersteller seine Firmennachrichten gestaltet und welche Infos er transportiert. Großes Kompliment! Gute Geschichten!

 **Urs Egli, Canberra, Australien:** Eine weitere fantastische Ausgabe der Heidelberg Nachrichten. Ich bin nun seit mehr als 32 Jahren in der Druckbranche tätig, zuerst in der Schweiz. Mit jeder Ausgabe vergrößere ich mein Wissen. Weiter so!

 **Enrico Scarpetta, Bellinzona, Schweiz:** Kompliment! Die Heidelberg Nachrichten ist eine sehr hilfreiche Zeitschrift, um beruflich auf dem Laufenden zu bleiben. Bitte räumen Sie mehr Platz ein für Vorstellungen wie beispielsweise von Anicolor, um auch Schemazeichnungen und Beschreibungen berücksichtigen zu können. Mir hat vor allem der Beitrag über die Weiterbildung gefallen, auch wenn ich nicht die dort genannten Meinungen teile.

 **Monika Kimpel, Schlitz, Deutschland:** Zu kurz kommt uns die Darstellung der Heidelberg Druckmaschinen AG als Lieferant von Maschinen für die Weiterverarbeitung wie der Dymatrix sowie für Klebe-, Falz- und Prägemaschinen.

 **Stefan Sweers, Geldrop, Niederlande:** Tolles Magazin für alle Heidelberg-Fans und Grafikfreaks. Ich mag die Artikel über neue Hardware und über die Erfahrungen von Anwendern.

 **Rafael Piedra Dulanto, Lima, Peru:** Die Heidelberg Nachrichten überrascht uns immer wieder mit jeder neuen Ausgabe. Und dies nicht nur wegen der interessanten und anregenden Artikel, sondern auch aufgrund der hervorragenden Aufmachung der Zeitschrift.

 **Joseph M. Muscat, Gzira Gzros, Malta:** Ich lese die Heidelberg Nachrichten regelmäßig. Ich verwende sie als Unterrichtsleitfaden, um meine Vorlesungen über Drucktechnologie vorzubereiten, sowie als umfassende Anregung, was die aktuellen Fortschritte in der Welt der Printmedien betrifft.

IMPRESSUM

© Heidelberger Druckmaschinen AG
Ausgabe 261, Jahrgang 2007

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

Ressort Products & Solutions
Isabelle Specht
E-Mail: Isabelle.Specht@heidelberg.com

Redaktionsbeirat
Martina Ekert (Latin America), Dominique Bouffard (France), Timothy Henschel (USA), Manuela Deufel (Germany/Switzerland), Mark Hogan (UK), Brian Ellis (Canada), Jasmine Ho (Asia Pacific), Karl Kowalczyk (Applications), Andreas Lang (Product Line Management), Henriette Larsen (Nordic), Rainer Manderbach (Eastern Europe/Asia), Hans-Dieter Siegfried (Communications), Elke Steinbach (Service), Volker Trapmann (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 und Boris Indihar

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

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

Art-Direktion
Oliver Weidmann, Johannes Bayer und Daniela Klais

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
90 Länder

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

Titelbild
Die Geschäftsleitung von Pakworld, Neuseeland.

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.

