

Heidelberg

Nachrichten

Das Kundenmagazin
Seit 1930 • Ausgabe 273 • 2012



GOTPRINT

Familiengeschäft im Globalen Dorf

BEIDSEITIGER BOLIDE

Heidelbergs neue Speedmaster XL 106

DER EIGENE ONLINESHOP

Was man braucht und worauf es ankommt

HEIDELBERG



Frischzellenkur für die gemeinsame Zukunft

Liebe Leserin, lieber Leser,
es ist mir eine besondere Ehre, Sie erstmalig an dieser Stelle begrüßen zu dürfen! Als neuer Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG freue ich mich darauf, Sie und Ihre Branche in den kommenden Tagen genauer kennenzulernen!

Wie Sie selbst am besten wissen, habe ich diese Aufgabe in bewegten Zeiten übernommen: Die Welt der Printmedien-Produktion erlebt einen drastischen Wandel. Umso mehr kommt es darauf an, sich diesem Wandel offensiv zu stellen, mutig neue Wege zu beschreiten und die Zukunft aktiv mitzugestalten.

Schließlich sollen Ihnen unsere Innovationen auch morgen helfen, zu den Besten Ihrer Liga zu gehören. Damit Sie für die steten Herausforderungen des Marktes gewappnet sind. Damit wir den Wandel gemeinsam gestalten können. Damit Print für uns alle eine Zukunft hat.

Ein paar Beispiele für unsere jüngsten Lösungen finden Sie auf den folgenden Seiten. All diese Neuerungen sind darauf getrimmt, Ihre Produktivität und damit Ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Insofern hoffe ich, dass auch diesmal etwas Interessantes für Sie dabei ist, und wünsche Ihnen nun viel Spaß beim Lesen!

Ihr

Dr. Gerold Linzbach
Vorstandsvorsitzender Heidelberger Druckmaschinen AG

Inhalt

Heidelberg Nachrichten • Nr. 273 • 2012

PROFILE

6 Jäger und Sammler

Andrew Jones ist Jäger und Inhaber von Stephens & George in Merthyr Tydfil, Wales. Beides passt gut zusammen, denn durch die Investition in drei Speedmaster XL hat Großbritanniens führender Zeitschriftendrucker ausreichend Reserven für die Jagd auf neue Kunden.

16 Got Print?

Wer nur 99 Prozent gibt, hat im harten Web-to-Print-Geschäft auf Dauer keine Chance. Der Kalifornier Raymond Hartoonian weiß das und kennt die Fallstricke. Deshalb gehört er mit seiner Druckereigruppe GotPrint auch zu den Erfolgreichsten in diesem Geschäftszweig.

SPEKTRUM

22 Nachrichten und Meldungen

Neues aus der Heidelberg Welt

LÖSUNGEN

26 18 000

Mit der neuen Speedmaster XL 106 stößt Heidelberg in bislang unerreichte Tempodimension vor. Denn das neue Flaggschiff der Peak Performance-Klasse schafft 18 000 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck.

30 Perfekt gefaltet

Vielseitig, schnell und makellos produktiv: Die Faltschachtel-Klebmaschinen Diana X 80/X 115 sortieren fehlerhafte Nutzen automatisch aus und sorgen damit für eine ebenso schnelle wie sichere Produktion.



6 Zielt auf Masse mit Klasse:
Andrew Jones von Stephens & George.



30 Fehlerfreie Falter:
Diana X 80/115.



48 Alles Gute: 40 Jahre GTO.

INNOVATIONEN

33 Für Speedmaster XL 75: Neuer DryStar mit Runddüsen

Mit der neuen Generation von DryStar-Auslagetrocknern können Anwender jetzt auch ihre Speedmaster XL 75 bis zum Anschlag ausreizen. Denn die innovative Runddüsen-Technologie sorgt bei höchstem Tempo für maximale Effizienz und Qualität.

34 Beständigkeit trifft Innovation

Was können Druckereien tun, wenn eine Speedmaster SM nicht reicht, eine Maschine der Peak Performance-Klasse aber nicht ausgelastet werden kann? Zum Beispiel einen Blick auf die neue Speedmaster SX werfen. Denn Heidelbergs neue Maschinenklasse vereint die bewährte SM-Plattform mit zahlreichen Leistungsmerkmalen der Speedmaster XL.

40 Erfolgreich im Netz

Der Prinect Web-to-Print-Manager bietet Druckereien einen ebenso einfachen wie leistungsstarken Einstieg ins Onlinegeschäft. Doch wie geht es weiter, und worauf kommt es an, wenn der eigene Shop im Internet eröffnet ist?

CHANCEN

42 Schnell, schön, ökologisch

Das Druckhaus Becker in Ober-Ramstadt produziert schön, schnell und umweltfreundlich. Dafür sorgt u. a. die weltweit erste Speedmaster XL 106-Fünffarben mit Lackierwerk und neuem Trockner DryStar LE UV. Inline-Veredelung und energieminimierter UV-Trockner sparen Kosten, verkürzen Lieferzeiten und sorgen für höchste Druckqualität im Premiumsegment.

PERSPEKTIVEN

48 Happy Birthday, GTO!

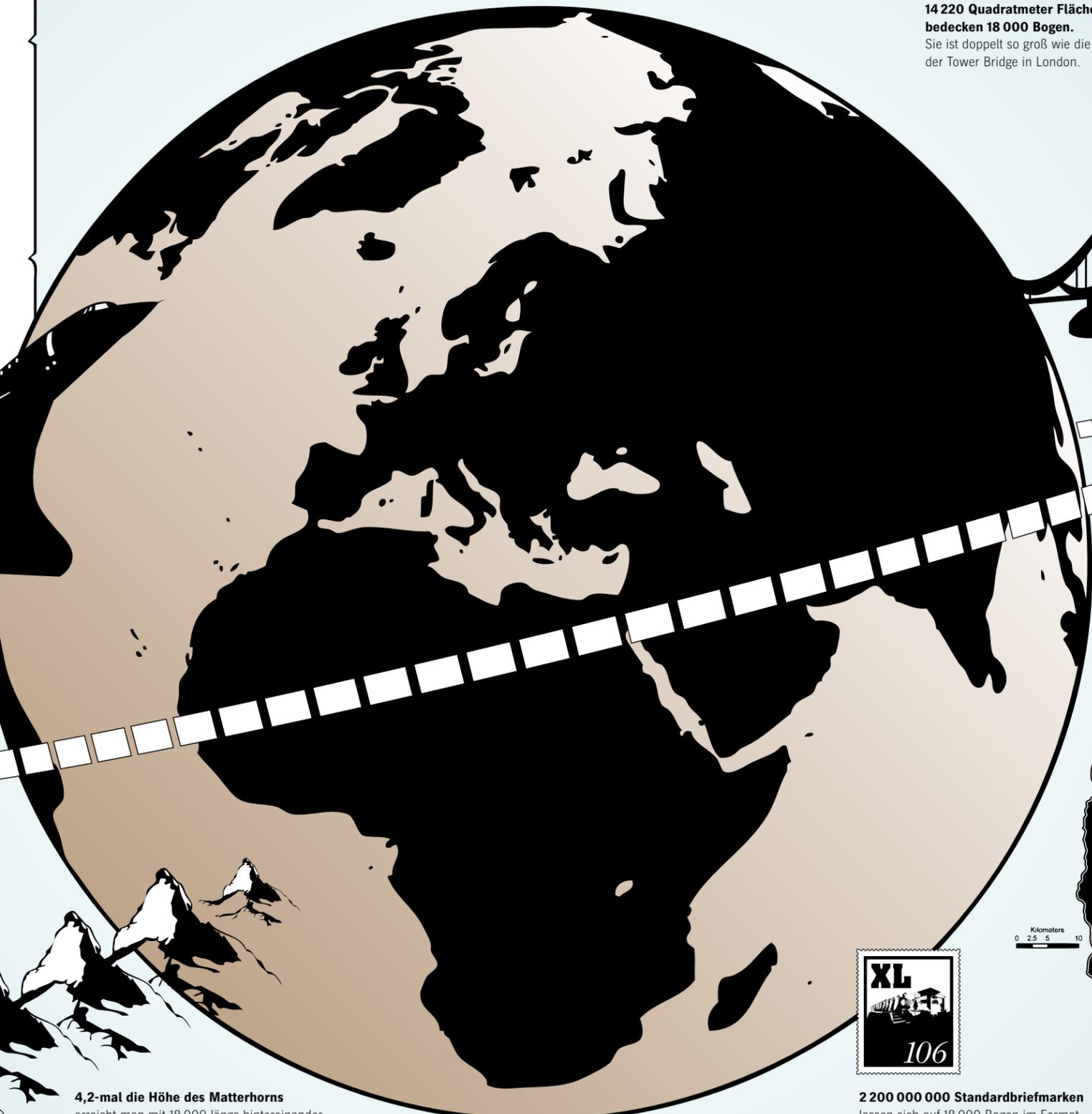
Vor 40 Jahren präsentierte Heidelberg auf der drupa erstmals eine GTO, die zur meistverkauften Maschine ihrer Klasse werden sollte. Vier Druckereien aus vier Ländern berichten, warum die GTO für sie etwas ganz Besonderes ist.

RUBRIKEN

- 4 Spotlight
- 51 Tipps und Tricks
- 52 Ergebnisse der Leserbefragung 2012
- 54 Men at Work
- 55 Gewinner der Online-Leserumfrage HN 272
- 55 Stimmen zur HN
- 55 Impressum

IN 88 TAGEN UM DIE WELT

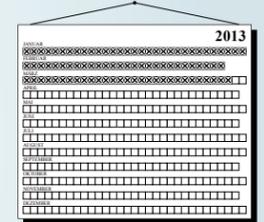
Zugegeben: Aufeinandergestapelt sehen die 18 000 Bogen, die Heidelberg's neue Speedmaster XL 106 pro Stunde im Wendebetrieb druckt, nicht sonderlich beeindruckend aus. Das ändert sich aber schnell, wenn man sie auf einer Fläche auslegt oder aneinanderreihet. Ein Drucker würde so etwas natürlich niemals tun. Und jemand anderes eigentlich auch nicht. Interessante Ergebnisse bringt solch ein Gedankenspiel aber trotzdem.



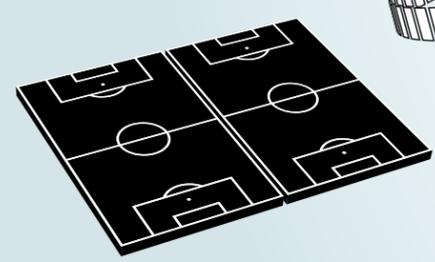
14 220 Quadratmeter Fläche bedecken 18 000 Bogen.
Sie ist doppelt so groß wie die Fläche der Tower Bridge in London.



88 Tage dauert es, so viele Bogen zu drucken, dass sie längs hintereinander einmal um die Welt reichen.



18 900 Meter hoch reichen 18 000 längs übereinanderstehende Bogen im Format 75 x 105.
Das ist fast ein Kilometer mehr als die durchschnittliche Reiseflughöhe der Concorde von 18 000 Metern.



18 000 Bogen bilden zusammen eine Fläche von 14 220 Quadratmetern.
Damit lassen sich zwei Fußballfelder bedecken.

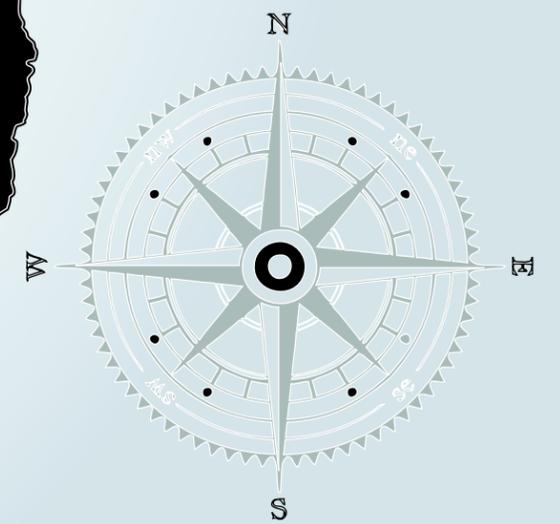


4,2-mal die Höhe des Matterhorns erreicht man mit 18 000 längs hintereinandergelegten Bogen im Format 75 x 105.

18 Kilometer breit ist das Tote Meer in Israel.
Die Strecke von 18 000 Bogen ist 900 Meter weiter.



2 200 000 000 Standardbriefmarken lassen sich auf 18 000 Bogen im Format 75 x 105 drucken.



JÄGER UND SAMMLER

STEPHENS & GEORGE // Andrew Jones geht leidenschaftlich gern zur Jagd – auf kleine Tiere und große Kunden. Zeit dafür hat der Chef der größten Druckerei in Wales genug, denn dank seiner jüngsten Investition in drei Maschinen der Peak Performance-Klasse druckt er die Magazine seiner Kunden rund 50 Prozent schneller als zuvor.



Vor wenigen Jahren wurde im „Morlais Castle“ noch gelacht, Darts gespielt und Bier aus Wales getrunken. Heute bröckelt hier der Putz von der Fassade, und an der Eingangstür klebt ein Plakat, auf dem zu lesen ist: „Danger! Keep out!“ Der ehemalige Pub im Zentrum von Merthyr Tydfil ist eines von vielen Gebäuden der rund 30 000 Einwohner großen Gemeinde in Südwales, die schon bessere Tage gesehen haben.

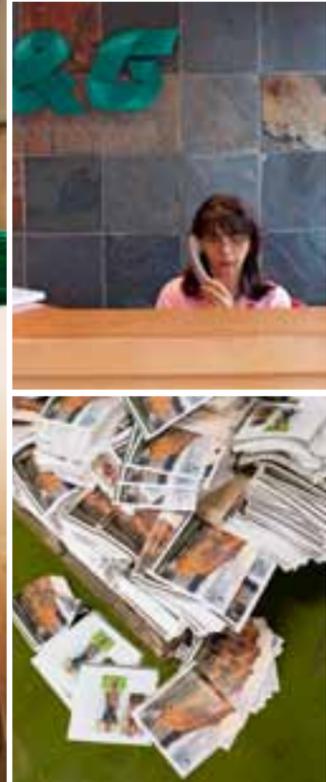
Nein, Merthyr Tydfil ist nicht gerade eine Schönheit. Dafür kann der Ort auf eine großartige Vergangenheit zurückblicken. Noch vor hundert Jahren war Merthyr Tydfil die Eisen- und Stahlhauptstadt der Welt. Fast 80 000 Menschen lebten damals in der Region. Vier große Stahlhütten exportierten ihre Güter rund um den Globus und brachten die Menschen in Lohn und Brot. Von hier aus schnaubte 1804 die erste Dampflokomotive der Welt ins 25 Kilometer entfernte Abercynon. Und es waren die hiesigen Glutöfen, in denen die Kanonenkugeln geschmiedet wurden, mit denen Horatio Nelson die spanisch-französische Flotte 1805 bei Trafalgar im Meer versenkte. Nach dem Ersten Weltkrieg ging es auch mit Merthyr abwärts. Als in den 30-er Jahren die letzte Stahlhütte aufgab, waren unvorstellbare 80 Prozent der männlichen Bevölkerung arbeitslos. Innerhalb von zehn Jahren wanderten 30 000 Menschen aus, um ihr Glück woanders zu suchen.

Eine Frage der Ehre. Die Familie von Andrew Jones gehört zu denen, die geblieben sind und ihr Glück hier gefunden haben. Während seine Stadt bis heute in einem tiefgreifenden Strukturwandel steckt, hat der Vorsitzende und Geschäftsführer von Stephens & George Ende der 80-er Jahre zusammen ▶



Günstiger und bis 30 Prozent schneller in der Verarbeitung: Die 1,4 Tonnen schweren Papierrollen werden per Gabelstapler zur Druckmaschine gefahren (l.) und anschließend für die weitere Arbeit mit dem Rollenquerschneider vorbereitet (r.)

mit seinem Vater die Weichen erfolgreich in Richtung Wandel und Wachstum gestellt. Noch vor 25 Jahre hatte das Unternehmen weniger als 25 Angestellte und fast ausschließlich lokale Auftraggeber. Heute arbeiten in dem über 225 000 Quadratmeter großen Unternehmen gut 220 Mitarbeiter für Kunden im gesamten Königreich. Stephens & George ist Britanniens größter Produzent von Monats- und Wochenzeitschriften, die im Bogenoffset-Verfahren hergestellt werden, und der größte private Arbeitgeber von Merthyr Tydfil. Insgesamt 400 regelmäßige Titel werden hier gedruckt, gestanzt, gefalzt, gebunden, mit Adressen versehen und verschickt – rund um die Uhr, an sieben Tagen der Woche. Rund 750 Jobs im Monat mit Auflagen zwischen 500 und 200 000 Exemplaren bearbeitet das Unternehmen durchschnittlich – darunter einige Kundenmagazine des Auktionshauses Christie's, das Branchenblatt Printweek sowie die Aufführungsprogramme aller Theater von London. Eine der ersten Adressen ist die Druckerei aber auch, wenn es um Produkte geht, bei denen die Frage der Qualität schnell zu einer Frage der nationalen Ehre wird. So hat Stephens & George erst kürzlich mehrere Programme für die Olympischen Spiele in London produziert. Außerdem sind Andrew Jones und seine Mitarbeiter stolz darauf, dass sie bei der sogenannten „Hochzeit des Jahrhunderts“ von Prinz William und Kate Middleton im April 2011 mitwirken durften. Denn die offizielle Hochzeitsbroschüre inklusive des zeremoniellen Programms stammt ebenfalls aus der Druckerei in Merthyr Tydfil. „Die geforderte Qualität war für uns keine besonders große Herausforderung. Viel schwieriger war das Problem der vertraglich zugesicherten Geheimhaltung bis zum Tag der Hochzeit“, erinnert sich Andrew Jones. „Mehr als einmal riefen bei uns Leute von der Presse an, die eine Kopie haben wollten und behaupteten, sie hätten die Erlaubnis dazu.“



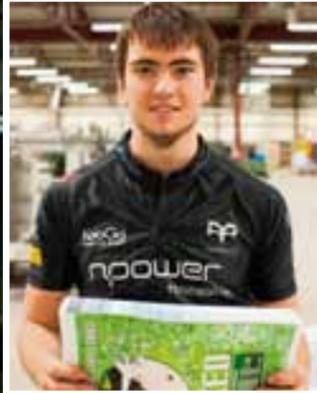
„WIR LEGEN UNS NICHT INS ZEUG, UM DANN ZU VERLIEREN. WIR SPIELEN, UM ZU GEWINNEN – GANZ EGAL, WAS KOMMT.“
 Andrew Jones, Geschäftsführer und Vorsitzender

Spielen, um zu gewinnen. Andrew Jones leitet das 1912 von David Stephens und William George gegründete Unternehmen in vierter Generation, obwohl es für den heute 51-jährigen durchaus Alternativen gegeben hätte. Als junger Mann war er ein exzellenter Sportler. Bis 2004 spielte er in der Hockey-Mannschaft von Cardiff. Vor allem aber war er ein riesiges Cricket-Talent mit Aussicht auf eine internationale Sportkarriere. „Das wäre natürlich großartig gewesen, allerdings bin ich mir nicht sicher, ob ich wirklich das Zeug dazu gehabt hätte“, sagt Andrew Jones.

Statt selbst über den Rasen zu laufen, schaut er inzwischen lieber anderen dabei zu – manchmal als Besucher von Rugby- und Cricket-Spielen. Andererseits nimmt er regelmäßig an Jagdveranstaltungen teil, die auf der ganzen Welt stattfinden. „Ich schieße, allerdings nur kleine Spielzeugtiere – Fasane und Rebhühner“, versichert er. Menschen, die mit Schnellfeuergewehren und großem Kaliber auf alles feuern, was sich bewegt, verabscheut Andrew Jones. Das widerstrebt seiner Haltung als Sportsmann, die auch seine berufliche Einstellung prägt. „Wir legen uns nicht ins Zeug, um dann zu verlieren. Wir spielen, um zu gewinnen – ganz egal, was kommt.“

Der Fall Christie's. Mit diesem Anspruch trat Andrew Jones auch an, als 1979 die Entscheidung über den Einstieg ins Magazingeschäft fiel. Die Idee dazu hatte sein Vater Gareth, der das Unternehmen damals leitete, während Andrew Jones nach seiner Drucker-

Gut geschult und gut gelaunt: Mitarbeiter im Drucksaal und Alfred Hitchcock auf dem Cover von einem mehrerer Magazine, die Stephens & George für das Auktionshaus Christie's druckt.



„CHRISTIE'S WAR EIN WICHTIGER MEILENSTEIN FÜR UNS, WEIL WIR DAMIT EINEN PRESTIGETRÄCHTIGEN KUNDEN GEWONNEN HABEN UND WEIL WIR DAMALS WIRKLICH VERSTANDEN HABEN, WORAUF ES BEIM UMGANG MIT FARBE ANKOMMT.“ Andrew Jones

standskunden vergrößern ihr Auftragsvolumen. Einer davon ist der Traditionsverlag Haymarket aus London, für den Stephens & George sporadisch tätig war. Als der Verlag Anfang 2011 einen 6,3 Millionen US-Dollar (5 Millionen Euro) schweren Dreijahresvertrag über die Produktion von 10 Magazintiteln ausschreibt, kann sich Stephens & George gegen sechs Konkurrenten durchsetzen und wird zugleich „Preferred Supplier“, also Vor-

zugslieferant der Business-Media-Abteilung von Haymarket. „Das war die Krönung all unserer Bemühungen in den letzten 20 Jahren“, freut sich Andrew Jones. „Bis dahin hatten wir immer wieder vergeblich an die Türen in London geklopft – und plötzlich waren wir am Ziel.“

Qualität ist wichtig, Produktivität ist alles. Heute macht der Umsatz mit Akzidenzen nur noch einen Bruchteil vom Gesamtumsatz aus, und Andrew Jones denkt ernsthaft darüber nach, den Geschäftsbereich ganz aufzulösen. „Jeder will die beste Qualität zum billigsten Preis.“ Den Löwenanteil verdient Stephens & George längst mit den Magazin-Jobs, die auf vier großen Maschinen gedruckt werden. Zu ihnen gehören zwei Zehnfarben-Speedmaster XL 105 mit Wendung, dem Inline-Messsystem Prinect Inpress Control, dem simultanen Plattenwechsler AutoPlate XL und dem Rollenquerschneider CutStar. Die zwei anderen Maschinen sind zwei Speedmaster XL 106: eine ▶







„VIELE WETTBEWERBER VERWENDEN BILLIGES ROLLENOFFSET-PAPIER, UM KOSTEN ZU SPAREN. WIR VERWENDEN AUSSCHLIESSLICH HOCHWERTIGE PAPIERE IN BOGENOFFSET-QUALITÄT, UND DAS SIEHT MAN UNSEREN ERGEBNISSEN AUCH AN.“

Andrew Jones

Qualität ist immer wichtig, manchmal aber auch eine Frage der nationalen Ehre – wie beim offiziellen Programm für die königliche Hochzeit von Prinz William und Kate Middleton (rechts unten).

Fünffarben mit Lackwerk, die bis zu 18 000 Bogen pro Stunde druckt, und eine Achtfarben mit Wendung, Inpress Control, Auto-Plate XL und CutStar, die als weltweit erste Maschine dieser Art am ersten Tag der drupa 2012 in Auftrag gegeben wurde.

Noch vor drei Jahren erledigten vier große Speedmaster SM 102 mit Wendung diese Arbeit. Dennoch hat sich die Produktivität seit dem Umstieg auf drei Maschinen der Peak Performance-Klasse deutlich erhöht. „Im Monat können wir problemlos 14,5 Millionen Bogen im B1-Format drucken, weil die neuen Maschinen rund 50 Prozent schneller als ihre Vorgänger sind“, erklärt Andrew Jones. Großen Anteil an diesem Tempozuwachs haben auch die drastisch verkürzten Rüstzeiten, die bei durchschnittlich 17 000 Umrüstungen im Jahr fast 4 500 zusätzliche Produktivstunden bewirken. Zu CutStar gibt es für Andrew Jones ebenfalls keine Alternative. „Papier auf Rollen kostet weniger Geld als die vergleichbare Menge an Einzelbogen und lässt sich rund 30 Prozent schneller verarbeiten.“ Abstriche bei der Qualität nimmt der Druckereichef dabei nicht in Kauf. „Viele Wettbewerber verwenden Rollenoffset-Papier, um Kosten zu sparen. Wir verwenden ausschließlich hochwertige Papiere in Bogenoffset-Qualität, und das sieht man unseren Ergebnissen auch an.“

Natürlich weiß Andrew Jones, wie wichtig Qualität für seine Kunden und den Erfolg seines Unternehmens ist. Aber genauso gut weiß er, dass Qualität in den seltensten Fällen der entscheidende Faktor ist. „Viele Auftraggeber reden gerne darüber, wie wichtig ihnen Qualität ist, sind aber schnell zu Kompromissen bereit, wenn sie woanders billiger wegkommen.“

Zeit für alte und für neue Kunden. Bei Preisverhandlungen gibt sich Andrew Jones allerdings ziemlich unnachgiebig. „Wir investieren viel Geld in neue Technologien, und nur weil wir jetzt schneller sind, heißt das noch lange nicht, dass wir auch billiger werden



müssen“, sagt er und klopft dabei leise mit dem Zeigefinger auf den Tisch. Seine Hartnäckigkeit erklärt sich spätestens beim Blick auf die Kosten. Allein in den letzten zwei Jahren sind die Papierpreise um 20 Prozent gestiegen. Seit die Regierung mehrere neue Umweltgesetze erlassen hat, zahlt die Druckerei mehr Steuern. Zudem haben die Energieversorger ihre Preise im letzten Jahr um satte 25 Prozent erhöht – für Stephens & George sind das Zusatzkosten im Bereich von 150 000 Euro pro Jahr.

Da auch die Kunden von Preissteigerungen betroffen sind, gibt ihnen Andrew Jones nicht, was sie selbst haben, sondern das, was sie dringend brauchen – und das ist vor allem Zeit. Denn aufgrund der enormen Produktivität, perfekt eingespielter Teams und Workflows sowie der langjährigen Erfahrung in der Herstellung von Magazinen kann Stephens & George den Produktionsbeginn ungewöhnlich lange hinauszögern. „Wenn wir die Druckdaten für ein Wochenmagazin abends um acht Uhr bekommen, können wir in vielen Fällen über Nacht produzieren

und die fertigen Magazine schon am Folgetag ausliefern“, erklärt Andrew Jones. „Das ist für unsere Kunden enorm wichtig, weil sie dadurch ihre Anzeigenplätze bis zur letzten Minute verkaufen können, und das ist ein wirklich hartes Geschäft.“

Diesen Zeitvorteil honorieren die Kunden, und er hilft den Verkaufsbüros in London und Edinburgh sowie sieben weiteren Vertriebsmitarbeitern auf der ganzen Insel bei der Akquise von neuen Kunden. „Schließlich haben wir durch den Produktivitätsschub infolge unserer jüngsten Investitionen ebenfalls viel Zeit gewonnen“ sagt Andrew Jones lächelnd. „Zeit, die wir gerne mit neuen Kunden verbringen möchten.“

Stephens & George Print Group

Merthyr Tydfil, Wales
www.stephensandgeorge.co.uk
andrew.jones@stephensandgeorge.co.uk
www.heidelberg.com/de/XL105
www.heidelberg.com/de/XL106

Steht auf große Maschinen:
Ray Hartoonian auf seinem Big Bear
Chopper im Drucksaal von GotPrint.

GOT PRINT?

GOTPRINT // Während auch in den USA viele klassische Druckereien in einer wirtschaftlichen Sackgasse stecken, erlebt Web-to-Print einen wahren Höhenflug. Einer der ganz Großen und Erfolgreichen in diesem Geschäftszweig ist der Kalifornier Raymond Hartoonian mit seiner Druckereigruppe GotPrint.

Burbank ist eine seltsame Stadt. Mit gut 100 000 Einwohnern ist sie eher eine große Kleinstadt als eine kleine Großstadt. Trotzdem wird sie gerne als „Medienmetropole der Welt“ bezeichnet. Ein Grund dafür ist die außergewöhnliche Lage von Burbank: Der 45 Quadratkilometer große Ballungsraum ist nahezu vollständig von Los Angeles umschlossen, und Hollywood liegt gleich nebenan. Vor allem aber sind es einige der hier angesiedelten großen Unternehmen, die Burbanks Ruf als Medienhauptstadt begründet haben: die Walt Disney Company zum Beispiel, der Film- und Fernsehriese Warner Brothers oder die Studios von ABC.

Mehr als eine Million Kunden. Strahlt der Glanz der nahe gelegenen Traumfabrik womöglich auch auf die dortige Printmedien-Industrie ab? „Nein, die großen Studios in Hollywood oder Burbank stehen nicht auf unserer Kundenliste“, nimmt einem Ray Hartoonian etwas die Illusion. Dafür zählt der Chef von GotPrint weltweit mehr als eine Million anderer Kunden – eine riesige Zahl für ein Druckereiunternehmen mit insgesamt 400 Mitarbeitern. Hartoonian druckt Visitenkarten, Flyer, Postkarten, Broschüren, Kataloge und vieles mehr, überwiegend in kleineren Auflagen. Denn GotPrint ist eine reine Web-to-Print-Druckerei, „vollständig internetbasiert“, wie es der 42-Jährige formuliert. „Der ganze Prozess läuft vollautomatisch.“

Raymond Hartoonian, kurz Ray, hat armenische Wurzeln und kam im Iran zur Welt. Mit 20 ging er nach Kalifornien, machte dort eine Ausbildung im Bereich Druckvorstufe und arbeitete anschließend bei einem Prepress-Dienstleister. Um die Jahrtausendwende herum keimte sein Interesse für IT und Internet auf – zu einer Zeit, als kaum jemand an eine enge Verbindung zwischen Internet und Druck dachte.

Das hat sich innerhalb nur eines Jahrzehnts grundlegend verändert: Während in den USA die Umsätze im Werbe- und Akzidenzdruck in den vergangenen fünf Jahren um fast 20 Prozent zurückgingen, begann der Siegeszug von Web-to-Print. Jedes Jahr kamen zahllose neue Internetdruckereien auf den Markt. Einer der ersten, die das Marktpotenzial erkannten, war Ray Hartoonian. Ja, er sei schon so etwas wie ein Pionier, sagt der zweifache Familienvater in amerikanischer Bescheidenheit. 2001 gründete er in Toluca Lake, einem Nachbarort von Burbank, die Firma Printograph, aus der kurze Zeit später GotPrint wurde. ▶

„Außergewöhnliche Effizienz und Flexibilität“. Von Anfang an setzt der junge Firmenchef auf Heidelberg. Anders als viele seiner Konkurrenten will Hartoonian nicht einfach nur „cheap, quick and dirty“ produzieren, sondern günstig, schnell und hochwertig. „Für außergewöhnlich gute Qualität braucht man außergewöhnlich gute Maschinen, die zudem noch besonders effizient und flexibel sein müssen“, lautet Rays Devise.

2006 zieht er mit GotPrint nach Burbank um, in die Nähe des regionalen Bob-Hope-Airports, um Kunden auch außerhalb des Ballungsraums Los Angeles schnell beliefern zu können. Fünf Gebäude mit einer Gesamtfläche von rund 9 200 Quadratmetern betreibt Hartoonian dort heute. Von seinem Büro aus kann er den startenden und landenden Fliegern zusehen. Mehr noch als in anderen Printsegmenten kommt es bei Web-to-Print auf kurze Lieferzeiten an. Wer mit nur wenigen Mausklicks seine Aufträge platziert, selbst nachts, am Wochenende oder im Urlaub, der erwartet eine entsprechend schnelle Auftragsbearbeitung. Durchschnittlich dauert es nur drei Tage, bis die fertigen Jobs die Druckerei verlassen. Von der Zentrale am Pazifik aus beliefert GotPrint inzwischen auch Kunden in Japan, Australien und Neuseeland – rund um die Uhr.

Harter Wettbewerb. Mit den aktuellen Durchlaufzeiten ist der Perfektionist Hartoonian aber noch nicht vollends zufrieden. „Es gibt nach wie vor zahlreiche Stellschrauben, an denen wir drehen können, angefangen bei der Auftragsannahme bis zum Versand.“ Der Chef von GotPrint weiß: Wer im Web-to-Print-Markt auf Dauer erfolgreich bleiben will, muss permanent besser werden. Denn auch hier wird mit extrem harten Bandagen gekämpft, und wer nicht ständig neue Konzepte entwickelt, die Prozesse optimiert, die Kosten im Griff hat und über das beste Equipment verfügt, gerät schnell ins Hintertreffen.

Das Internet ist dabei Segen und Fluch zugleich. „Die Preise fallen, und die Konkurrenz ist nur einen Mausklick entfernt“, sagt Ray Hartoonian. Im globalen Onlinedorf sitzen die Wettbewerber eben nicht nur in Santa Monica, Los Angeles oder in San Francisco. Sie stammen auch aus Amsterdam, Schanghai oder São Paulo. Denn geografische Entfer-

nungen spielen im Netz kaum eine Rolle. Gleichzeitig erzeugt das Internet neue Distanzen, denn die Loyalität der Kunden sinkt. Schon bei kleinen Preisdifferenzen, Lieferverzögerungen oder minimalen Fehlern wechseln sie den Anbieter. „99 Prozent Zufriedenheit reichen nicht“, bringt es Hartoonian auf den Punkt. „Die Kunden wollen 100 Prozent.“ Schafft man diese Maximalerwartung nicht, dann spricht sich das sofort im Netz und auf den Social-Media-Plattformen herum. „Internetkunden ticken anders“, sagt er. Und Transparenz habe eben ihren Preis, „aber sie spornt uns auch an, noch härter zu arbeiten und besser zu werden.“

Optimaler Workflow als Schlüsselfaktor.

Besonderen Wert legt der Firmenchef daher auf straffe Abläufe. Immer wieder brütet er neue Strategien aus, wie er die Durchlaufzeiten verkürzen und die Kunden noch enger an sich binden kann. „Wir wollen Fehler möglichst vermeiden oder schnell lernen, damit wir sie kein zweites Mal machen.“ Für seine Marketingaktivitäten gibt Ray Hartoonian eine ganze Menge Geld aus, für Online wie auch für andere Medienkanäle. Wie viel, das will er nicht verraten. Auch die Höhe seiner Umsätze und seiner Erlöse behält er lieber für sich. „Wir sind eben ein Familienunternehmen“, fügt Ray fast entschuldigend hinzu.

Bei seinen Bemühungen um immer mehr Effizienz spielen Lösungen für einen optimalen Workflow eine enorm wichtige Rolle. Seit Jahren schon setzt Hartoonian auf Heidelbergs Druckerei-Workflow Prinect, auf den er seine eigenen, GotPrint-spezifischen Softwarelösungen aufsetzt. Nur mithilfe ausgefeilter IT-Systeme ist es schließlich möglich, Tag für Tag mehrere Tausend Druckjobs für kleinere und mittlere Unternehmen sowie für Privatkunden optimal abzuwickeln. Zu seinen Auftraggebern zählen auch andere Druckereien, Agenturen sowie zahlreiche Onlinebroker.

Gut 15 Mitarbeiter beschäftigt Ray Hartoonian allein im IT-Bereich, darunter mehrere Internetdesigner. Diese haben vor allem zwei Aufgaben: den Kunden das ganze Produktspektrum anzubieten, vor allem aber, ihnen die Bedienung am eigenen Computer so einfach wie nur möglich zu machen. Das ▶



„99 PROZENT ZUFRIEDENHEIT REICHEN NICHT, DIE KUNDEN WOLLEN 100 PROZENT.“
Ray Hartoonian



Straffe Berichtsstrukturen und ein gutes Auge für Qualität sind nur einige Faktoren, die den Erfolg von GotPrint ausmachen.



„IN UNSEREM MARKT WIRD ES BALD NUR NOCH FÜNF ODER SECHS GRÖßERE ANBIETER GEBEN.“
Ray Hartoonian

Einblicke in ein Erfolgsunternehmen: der Drucksaal mit zwei von insgesamt drei Speedmaster XL, der Eingang zur Firmenzentrale in Burbank und die Weiterverarbeitung.



ist entscheidend, und darum ist in der Web-to-Print-Welt ein guter Programmierer genauso wichtig wie ein guter Drucker. Für die Entwicklung eines neuen Produkts, so Hartoonian, entfallt fast die Hälfte des Aufwands auf die Gestaltung der Website.

Klare Expansionsstrategie. Aus dem kleinen Familienunternehmen GotPrint, in dem auch heute noch Rays Schwester Sonik und sein Schwager Greg arbeiten, ist mittlerweile ein florierendes mittelständisches, international tätiges Unternehmen geworden. Um die Kunden im Zentrum und im Osten der USA noch schneller beliefern zu können, gründet Ray Hartoonian 2008 einen GotPrint-Ableger in Kentucky, für den Südteil des Landes 2011 einen in Texas. Von hier aus druckt er auch für Kunden in Mittel- und Südamerika. Im gleichen Jahr wagt er den Sprung über den großen Teich nach „good old Europe“: Im niederländischen Maastricht eröffnet er GotPrint-Standort Nummer vier. Über Internetseiten in der jeweiligen Landessprache bedient er von hier aus Kunden in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, den Benelux-Staaten und Österreich. Auch Aufträge aus dem Nahen und Mittleren Osten sowie aus Afrika werden dort abgewickelt.

An allen vier Standorten setzt GotPrint durchgehend auf Heidelberg Equipment, von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung. Gedruckt wird unter anderem auf zwei Heidelberg Speedmaster CD 102, drei Speedmaster XL 105 und seit Anfang 2012 am Standort Texas im ganz großen Format auf einer Speedmaster XL 145. Diese drei Modellreihen sind laut Ray Hartoonian perfekt für einen Web-to-Print-Betrieb seiner Größenordnung geeignet. Mit einem Auge hat Hartoonian auch immer wieder den asiatischen Markt im Blick. Vor einer Expansion in den Fernen Osten scheut er aber noch zurück. Die kulturellen Unterschiede, auch die Kundenerwartungen, seien für ihn derzeit noch schwer einzuschätzen.

Mit dem Chopper nach Venice Beach. Ray Hartoonian ist davon überzeugt, dass sich der Web-to-Print-Markt auch weiterhin rapide verändern wird. „Wenn sie keine Erfolgsnische finden, werden viele kleine

Betriebe nicht mehr lange mithalten können, weil ihnen für eine kostengünstige Produktion einfach die Masse fehlt“, sagt er und prophezeit: „In unserem Markt wird es bald nur noch fünf oder sechs größere Anbieter geben.“ Zu denen will die Kämpfernatur mit dem kahl rasierten Schädel und dem festen Blick unbedingt gehören.

Für die Familie, seine Frau Ani, die vierjährige Nairi und den zweijährigen Dvin, wird er dann vielleicht noch ein bisschen weniger Zeit haben. Auch für seine Hobbys dürfte die Zeit dann noch knapper werden – für Skifahren oder Snowboarden im Winter und für das Motorradfahren im Sommer. In seiner Garage steht ein Big Bear Chopper, den man als Laie leicht mit einer Harley-Davidson verwechseln könnte. Zu den langen Sandstränden in Venice Beach sind es nur 20 Minuten. Und die legendäre „Route 66“ liegt fast vor der Haustür. Amerika – Land der unbegrenzten Möglichkeiten? Vielleicht. In der schier unbegrenzten Welt ist für Ray Hartoonian jedenfalls ganz sicher ein Traum in Erfüllung gegangen. ■

GotPrint

Burbank, USA
www.gotprint.com
lbrymer@gotprint.com
www.heidelberg.com/de/CD102
www.heidelberg.com/de/XL105
www.heidelberg.com/de/XL145

Nachrichten & Meldungen

ERSTE VARIMATRIX 82 CS // WELTPREMIERE BEI DER D.O.G. GMBH

DEUTSCHLAND. Die D.O.G. Digital-Offset Gass GmbH in Darmstadt kann sich rühmen, die weltweit erste Varimatrix 82 CS in Dienst gestellt zu haben. Die brandneue Bogenstanze will der ehemalige Vorstufenbetrieb und heutige Pharma-Verpackungsspezialist dazu nutzen, seine Produktivität weiter zu steigern. Mit einem maximalen Bogenformat von 605 x 815 mm passt die schnell einzurichtende Varimatrix perfekt zur bereits vorhandenen Speedmaster XL 75 (605 x 750 mm). Sie verarbeitet bis zu 8 000 Bogen pro Stunde und bietet dank ihrer hohen Stanzkraft von 200 Tonnen zahlreiche Weiterverarbeitungsmöglichkeiten. Für Firmengründer Johann Gass war aber nicht zuletzt die „Geprüfte Sicherheit“-Zertifizierung der Maschine von entscheidender Bedeutung. Weil Johann Gass nicht nur das Wohl seiner Mitarbeiter, sondern auch die Umwelt am Herzen liegt, hat er sowohl die Speedmaster als auch die Varimatrix CO₂-neutral gestellt geordert. Da passt es ins Bild, dass die D.O.G. GmbH mit einer Photovoltaikanlage sogar sauberen Strom für den Eigenbedarf produziert.

info // www.dog-darmstadt.de



Weltpremiere in Darmstadt: Mit der ersten Varimatrix 82 CS will die D.O.G. GmbH das Maximum aus ihrer Verpackungsdruck-Linie auf Basis einer Speedmaster XL 75 herausholen.

PREMIERE BEI DWS PRINTING // ERSTER CUTSTAR IN DEN USA

USA. In Zeiten dünner Margen ist Produktivität das Maß aller Dinge. Diese Erkenntnis hat den amerikanischen Verpackungs- und Etikettendrucker DWS Printing Associates dazu veranlasst, den ersten CutStar des ganzen Landes in Dienst zu stellen. Hinter dem Rollenquerschneider kommt eine extrem leistungsstarke Speedmaster XL 106-Achtfarben samt Lackierwerk zum Einsatz – und die wiederum verfügt über das hocheffiziente Inline-Farbmess- und -Regelsystem Prinect Inpress Control. Darüber hinaus ermöglicht die ressourcenschonende Maschine einen optionalen UV-Druck. Um auch für die unterschiedlichsten Bedruckstoffe gerüstet zu sein, hat das Familienunternehmen sein Prinect Press Center zusätzlich mit dem Farbmess-System Prinect Axis Control ausgestattet. Außerdem gibt DWS dem gesamten Paket durch eine Workflow-Optimierung per Prinect Pressroom Manager kräftig die Sporen. „Effizienter und flexibler geht es ja kaum“, meint DWS-Geschäftsführer Tom Staib, „und deshalb bin ich überzeugt, dass uns der technologische Vorsprung von Heidelberg spürbare Vorteile im Wettbewerb verschafft!“

info // www.dwsprinting.com



Performance-Plus: Thomas Staib (Mitte) und John Gulino (3. v. r.) von DWS Printing Associates aus USA setzen auf die Produktivitätssteigerung durch modernste Heidelberg Technik.

ERSTE SPEEDMASTER XL 75 ANICOLOR // PRAXISTEST BEI REUFFURTH

DEUTSCHLAND. Das Medienhaus Reuffurth in Mühlheim am Main testet derzeit die weltweit erste Speedmaster XL 75 Anicolor auf Herz und Nieren. Im täglichen Betrieb soll die Maschine unter Beweis stellen, dass die im Kleinformat bereits erprobte Anicolor-Formel „90-50-50“ auch für das Mittelformat gilt: 90 Prozent weniger Makulatur, 50 Prozent kürzere Rüstzeiten und 50 Prozent mehr Produktivität als mit konventionellen Farbwerken. „Wir erhoffen uns aber nicht nur weniger Makulatur und schnellere Prozesse bei Wiederholaufträgen, sondern vor allem Top-Qualität selbst bei schwierigen Drucksujets“, betont Inhaber Hans Reuffurth. Weil Reuffurth grundsätzlich hohen Wert auf Qualität legt, hat sein Unternehmen vor einigen Jahren auch schon in der Testphase des Inline-Farbmess- und -Regelsystems Prinect Inpress Control mitgewirkt. Nun wollen die innovativen Mühlheimer dazu beitragen, dass aus ihrem „drupa-Modell“ eine perfekte Serienmaschine hervorgeht.

info // www.reuffurth.net

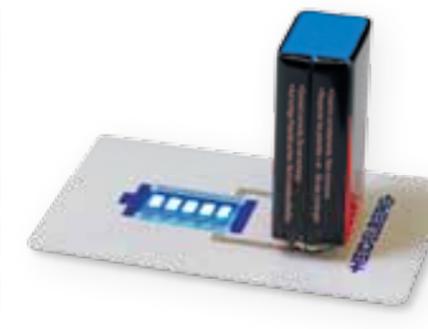


Von der Messe in den Betrieb: Hans Reuffurth (Mitte), hier umrahmt von Heidelbergs Technik-Vorstand Stephan Plenz (links) und Frank Süsser vom Produktmarketing (rechts), testet die erste Speedmaster XL 75 Anicolor.

FORSCHUNGSPROJEKT SCHREITET VORAN // HEIDELBERG DRUCKT ELEKTRONIK

DEUTSCHLAND. Heidelberg, BASF und die TU Darmstadt haben vereinbart, ihr Forschungsprojekt „Nanostrukturierung und Plastik-Elektronik Printplattform“ (NanoPEP) weiter voranzutreiben. Nachdem es den Forschern gelungen ist, im Reinraum der Heidelberger InnovationLab GmbH erste funktionsfähige Bauteile zu drucken, soll „NanoPEP 2“ nun dazu beitragen, die Erkenntnisse aus dem Labor auf industrielle Maßstäbe zu übertragen. Zu diesem Zweck wollen die Forscher die „leitfähigen Druckfarben“ ebenso weiterentwickeln wie die dazugehörigen Druckverfahren: eine fächerübergreifende Herausforderung, wenige Nanometer dünne Schichten aus leitfähigen Polymeren bzw. organischen Molekülen homogen und fehlerfrei auf flexible Substrate aufzubringen. Getestet wird dies auf einer modifizierten Rollendruckmaschine Gallus RCS 330. Die Technologie birgt ein hohes wirtschaftliches Potenzial, da aus ihr z.B. kostengünstige Schaltungen, Speicher, Leucht-Elemente oder Solarzellen hervorgehen könnten.

info // www.innovationlab.de



Licht aus der Druckmaschine: Durch innovative Druckfarben und -verfahren lassen sich künftig u.a. Leucht-Elemente oder Solarzellen kostengünstig auf flexiblen Substraten realisieren.

MIDIOGRAF MIT SÜDAMERIKAS ERSTER SPEEDMASTER SX 102 // PIONIER IN PARANÁ

BRASILIEN. In Sachen „Qualität“ gehört die Werbedruckerei Midiograf schon seit Längerem zu den Vorreitern. In der gesamten Region Paraná am südöstlichen Zipfel von Brasilien gilt das vor 20 Jahren gegründete Unternehmen als Aushängeschild seiner Zunft. Nun schickt sich Midiograf an, auch in kontinentaler Hinsicht eine Pionierleistung zu erbringen: Als erste Druckerei Südamerikas investiert der Betrieb in eine Speedmaster SX 102-Achtfarben mit Wendeeinrichtung. Damit einher gehen ein Klebebinde vom Typ Eurobind Pro (ebenfalls einer der ersten in Südamerika) und eine Taschenfalzmaschine Stahlfolder TH 82. „Darin sehen wir die ideale Ergänzung, um das Arbeitstempo unserer neuen Wendemaschine auch in der Weiterverarbeitung voll nutzen zu können“, sind sich die Inhaber Edson und Nivaldo Benvenho einig. Unter dem Strich zielen die Beiden auf eine Produktivitätssteigerung von mindestens 40 Prozent ab – bei höherer Qualität ihrer Kataloge, Broschüren und Bücher. Anfang 2013 soll die Speedmaster SX 102 in Betrieb gehen.

info // www.midiograf.com.br



Pioniere in Paraná: Edson und Nivaldo Benvenho (v.l.), Inhaber von Midiograf, nehmen Anfang nächsten Jahres die erste Speedmaster SX 102 auf dem süd-amerikanischen Kontinent in Betrieb.

PREMIERE BEI CENTRAL PRESS //
ERSTE SPEEDMASTER XL 106
IN JORDANIEN

JORDANIEN. Yousef Hammad war schon 1960 auf der Höhe der Zeit, als er angesichts des zunehmenden Bedarfs an Schulbüchern nicht mehr nur das Papier dafür lieferte, sondern auch gleich in den Druck der Bücher einstieg. Seitdem ist sein Unternehmen stetig gewachsen: Inzwischen produziert Central Press auf rund 13 000 Quadratmetern zusätzlich hochwertige Magazine, Kalender, Broschüren, Poster, Faltblätter und Geschäftsdrucksachen. Um den steigenden Ansprüchen seiner Kunden auch künftig gerecht werden zu können, hat nun auch Yousefs Sohn Maher Hammad wieder Nägel mit Köpfen gemacht: Der heutige Geschäftsführer gönnt seiner Druckerei eine Speedmaster XL 106-Fünffarben samt Lackierwerk. Den Boliden aus Heidelberg's Peak Performance-Klasse haben sich die Hammads auf der drupa „live“ und in Aktion angeguckt – auch das ein Stück Familientradition in einem hochmodernen Unternehmen, das für sich die gleichen Maßstäbe ansetzt wie die leistungsfähigsten Betriebe in den Industrienationen.

info // www.centralpress.jo



Innovation als Familientradition: Mit Jordaniens erster Speedmaster XL 106-5+L wollen Maher Hammad (2. v. l.) und Yousef Hammad (rechts) von Central Press die Nase vorn behalten.

PREMIERE IN AUSTRALIEN //
ERSTE DYMATRIX 113 PRO FÜR
AMR HEWITTS

AUSTRALIEN. Als erster Verpackungsdrucker des Kontinents setzt AMR Hewitts Print-Packaging auf die Dymatrix 113 Pro. Der ehemalige Werbedrucker will Heidelberg's Hochleistungsstanze dazu nutzen, seine heutige Marktführerschaft im Bereich hochwertiger Verpackungen für die Kosmetik-, Lebensmittel-, Pharma- und Kfz-Industrie weiter auszubauen. „Wir sind so stark ausgelastet, dass wir eine extrem produktive Lösung brauchen, die trotz allen Tempos keinerlei Kompromisse in Sachen Qualität eingeht“, erläutert AMR Hewitts' Geschäftsführer Lou Mimmo. „Deshalb sind u. a. die elektronische Justierbarkeit der Stanzform und auch die ‚Kaltstart-Fähigkeiten‘ der Maschine von besonderer Bedeutung für uns“, ergänzt Produktionsleiter Peter Mimmo: „Dadurch eröffnet uns die Dymatrix 113 Pro völlig neue Möglichkeiten in der Weiterverarbeitung!“

info // www.amrhewitts.com.au



Besiegelten die erste Dymatrix 113 Pro für „Down Under“: Alastair Hadley von Heidelberg Australien, Peter Mimmo von AMR Hewitts, Heidelberg's ehemaliger Vorstandsvorsitzender Bernhard Schreier und Lou Mimmo von AMR Hewitts (v. l.) auf der drupa.

BILDUNG AUF RÄDERN //
ROLLENDES KLASSENZIMMER

KOLUMBIEN. Um jungen Menschen auch in abgelegenen Regionen des Landes eine Ausbildung zu ermöglichen, hat die staatliche Bildungsinstitution SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) in Zusammenarbeit mit Heidelberg Kolumbien einen Bus zur Druckerei umfunktioniert. Das „rollende Klassenzimmer“ verfügt über eine Printmaster QM 46, eine POLAR 66 Schneidemaschine und neun computergestützte Drucksimulatoren. Damit will SENA rund 5 000 Schülern in ländlichen Gebieten deutlich bessere Chancen im Berufsleben eröffnen. Zur groß angelegten Ausbildungsoffensive der Institution gehören außerdem drei Speedmaster SM 74-Zweifarbmaschinen, mit denen SENA gerade seine Schulen in Barranquilla, Medellin und Cali ausgestattet hat. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war nicht zuletzt die einfache Bedienbarkeit der Maschinen, die den Schülern den Weg zum Drucker-Job zusätzlich ebnet.

info // www.sena.edu.co



Rollendes Klassenzimmer: Mit einer Druckerei auf Rädern will die Bildungseinrichtung SENA auch Schülern in abgelegenen Regionen Kolumbiens Zugang zu einer Berufsausbildung verschaffen.

HEI PRODUCTIVITY



Fleiß alleine genügt nicht: Ohne perfekte Organisation gerät selbst die beste Produktion ins Stocken. Damit sich Ihr Einsatz für Ihre Druckerei auch wirklich lohnt, benötigen Sie reibungslose Prozesse und ebenso effiziente wie zuverlässige Produktionsmittel. Wir helfen Ihnen dabei, Geschwindigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit in rentable Printprodukte umzumünzen – denn Produktivität ist Ihr größter Wettbewerbsvorteil.
www.heidelberg.com

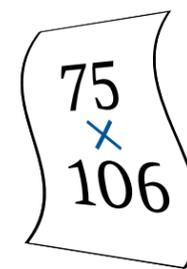


18 0000
BOGEN PRO STUNDE
0000 81

XL 106 // Mit der neuen Speedmaster XL 106 stoßen Druckereien in bislang unerreichte Produktivitätsdimensionen vor. Und das liegt nicht nur an der Spitzengeschwindigkeit von 18 000 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck.

Irgendwann waren sie mit ihren eigenen Lieferzeiten nicht mehr zufrieden. Also bestiegen Steve und John Pizzey ein Flugzeug und machten sich auf den Weg nach Heidelberg. Die Brüder sind Inhaber der Druckerei Sterling im britischen Kettering. Hier fertigen die 200 Mitarbeiter des industriellen Betriebs hochwertige Akzidenzen, oft in hohen Auflagen, für Kunden aus Industrie, öffentlicher Verwaltung und Bildungseinrichtungen. Allein in den vergangenen vier Jahren schnellte der Umsatz um 80 Prozent in die Höhe. „Zuletzt sind wir schlicht an unsere Kapazitätsgrenzen gestoßen“, erklärt John Pizzey. „Trotz unserer Speedmaster XL 105-Zehnfarben mit Wendung und 15 000 Bogen pro Stunde mussten wir unseren Output noch weiter erhöhen. Wir brauchten dringend schnellere Lieferzeiten und mehr Kapazität.“

„Wir haben die um 3 000 Bogen pro Stunde schnellere Wendemaschine zunächst ausgiebig in Wiesloch-Walldorf mit unseren Jobs getestet und waren schnell von der hohen Stabilität und Qualität begeistert“, berichtet Pizzey. Mitte November 2011 star-



BOGENFORMAT
Das größere Bogenformat der Speedmaster XL 106 von 75 x 106 cm verschafft Vorteile: Verpackungsdrucker verfügen über mehr Stanzrand, und Akzidenzdrucker erhalten mehr Nutzen pro Bogen für Sammelformen bei Web-to-Print.

teten sie dann mit der neuen Peak Performance-Maschinengeneration durch. Die Maschine ist mit dem spektralfotometrischen Inline-Mess- und -Regelsystem Prinect Inpress Control, dem automatischen Plattenwechsler AutoPlate Advanced und dem Rollenquerschneider CutStar ausgerüstet. Sterling produziert mit ihr hauptsächlich

hohe Auflagen von durchschnittlich 13 000 Bogen. „Wir haben unsere Produktivität um über 20 Prozent gesteigert und können dadurch mehr Aufträge in kürzerer Zeit abwickeln. Das verschafft uns einen klaren Wettbewerbsvorteil, zumal wir die schnellen Lieferzeiten auch mithilfe des Druckerei-Workflows Prinect umsetzen“, erklärt Steve Pizzey.

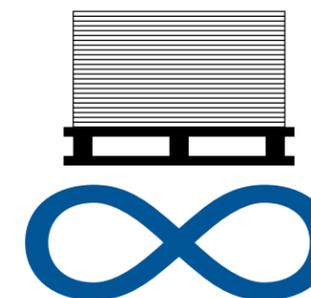
Leistungssprünge von über 20 Prozent.

Ähnlich hohe Leistungssprünge verzeichnen alle Speedmaster XL 106-Anwender, versichert Karlheinz Dittmann, Produktmanager bei Heidelberg. „In zahlreichen Kundengesprächen haben wir ermittelt, wie industriell ausgerichtete Betriebe mit einem Produktionsausstoß von 40 bis 60 Millionen Bogen im Jahr noch profitabler fertigen können“, berichtet Dittmann. „Die Antwort lautete: durch mehr Tempo.“ Entsprechend hat Heidelberg seine neue Peak Performance-Klasse konsequent auf noch mehr Leistung getrimmt – und das Bogenformat um einen Zentimeter vergrößert. Das maximale Bogenformat von 75 x 106 cm bietet insbesondere mehr Stanzrand für Verpackungsdrucker.

Exakter Wendepasser bei 4,9 Metern pro Sekunde.

Drei Jahre lang haben Dittmann und ein Team aus Forschung und Entwicklung getestet und entwickelt und dabei die XL 105 inklusive der bewährten Wendetechnologie komplett überarbeitet. Die bisherige Speedmaster XL 105 erreichte bereits die Spitzengeschwindigkeit von 18 000 Bogen in der Stunde im Schön- und Widerdruck. Die größte Herausforderung war daher, die 18 000er Geschwindigkeit in der gewohnten Heidelberg Qualität auch im Wendebetrieb sicherzustellen. „3 000 Bogen mehr in der Stunde, das ist ein Riesenschritt. Denn die Schwierigkeit steigt nicht linear, sondern exponentiell an. Immerhin schießt der Bogen mit 4,9 Metern pro Sekunde durch die Maschine“, erzählt der Produktmanager. Entsprechend richtete sich das Hauptaugenmerk darauf, einen stabilen, kontaktfreien Bogenlauf und eine registerhaltige Wendung sicherzustellen. Erreicht wurde dies über ein neues Wende- und Auslegerkonzept sowie eine angepasste Bogenführung. Die Ingenieure von Heidelberg haben dazu die Dynamik und Festigkeit der

Speicher- und der Wendetrommel nochmals erhöht und auf das Spitzentempo von 18 000 Bogen pro Stunde ausgelegt. Die Modifikationen an der Wendetrommel sowie die neuen Zangengreifer sorgen für einen exakten Wendepasser. Darüber hinaus unterstützt die verlängerte Auslage einen markierungsfreien Bogenlauf. In dem Verlängerungsmodul befindet sich unter anderem der neue CleanStar. Er minimiert das Austreten von



NONSTOP-STAPELWECHSEL
Die automatische Nonstop-Einrichtung am Ausleger sorgt für einen unterbrechungsfreien Materialfluss während der laufenden Produktion und erhöht den Materialdurchsatz. Zudem sichern kantengenaue Stapel eine reibungslose Weiterverarbeitung.

Druckbestäubungspuder aus dem Ausleger. Das Ergebnis: eine um mehr als 80 Prozent geringere Staubbelastung im direkten Umfeld der Druckmaschine.

Einfachste Bedienung.

Neue Maßstäbe setzt die Speedmaster XL 106 auch bei der Bedienerfreundlichkeit: Intelligente Komponenten entlasten den Drucker und minimieren die Rüstzeiten. So lässt sich die Maschine mit wenigen Klicks am Hochleistungs-Leitstand Prinect Press Center einstellen. Der Bediener braucht nur Länge, Breite und Dicke des Bedruckstoffes einzugeben; die Format- und Lufteinstellungen übernimmt die Automatik. „Das vollautomatische Einstellen bringt bis zu fünf Minuten zusätzlicher Produktionszeit, bei schwierigen Bedruckstoffen oft deutlich mehr“, betont Dittmann. Das neue Bedienstellenkonzept steigert Ergonomie und Effizienz. Zusätzliche Touchscreens am Preset Plus Anleger sowie an den Druck- und Lackierwerken ersparen Laufwege und damit wertvolle Zeit. „Diese Neuerung haben wir

von der Speedmaster XL 145/XL 162 übernommen. Schließlich misst eine Speedmaster XL 106-Zehnfarben auch schon 21 Meter“, erläutert Dittmann. Aktivitäten wie das Waschen der Gummitücher lassen sich jetzt direkt am Preset Plus Anleger starten und überwachen. Ein weiterer Vorteil: Der Bediener sieht jederzeit, welche Arbeiten die Maschine gerade ausführt, und erkennt an jedem Werk auf einen Blick den aktuellen Status der Maschine – beispielsweise auch, dass ein Wechsel des Waschtuchwickels im jeweiligen Druckwerk bevorsteht.

Kürzeste Rüstzeiten. Die Speedmaster XL 106 ist jedoch nicht nur enorm einfach und äußerst zeitsparend zu bedienen. Sie steckt auch voller Hightechkomponenten, die den Produktionsfluss beschleunigen und gleichzeitig eine exzellente Druckqualität ermöglichen. So liefert Heidelberg als einziger Hersteller ab Werk Datenbanken mit Kennlinien für die unterschiedlichen Bedruckstoffe,

18 000
000 8l

18 000 BOGEN IN DER STUNDE ...
... verarbeitet die Speedmaster XL 106 zuverlässig sowohl im Schöndruck als auch im Wendebetrieb bei stabilem Bogenlauf. Die Spitzengeschwindigkeit, gepaart mit zukunftsweisender Technologie, macht Druckereien um 20 Prozent produktiver.

Geschwindigkeiten und Farben. Das erspart aufwendige manuelle Nachföhrfähigkeiten an der Maschine und bringt sie schneller auf maximale Produktionsgeschwindigkeit. „Nur keine Zeit verlieren“ heißt es auch beim Waschen von Farbwalzen, Gummituch- und Druckzylinder. Optimierte und individuell abgestimmte Reinigungsprogramme beschleunigen den Waschvorgang um bis zu 30 Prozent – bei reduziertem Waschmittelverbrauch. „Für das Gummituchwaschen reicht eine Minute aus“, sagt Dittmann. Ein qualitätssichernder Tempomacher ist auch das

Nicht nur große Auflagen ...

AUMÜLLER // Aumüller Druck in Regensburg nutzt als Feldtester eine der ersten Vorserienmaschinen der Speedmaster XL 106, die bereits mit 18 000 Bogen im Wendebetrieb druckt – mit erstaunlichem Ergebnis auch bei Kleinauflagen.

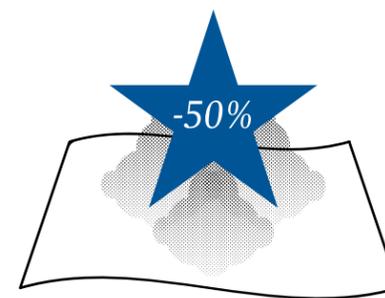


Es war ein mit Spannung erwarteter Feldtest. Denn Aumüller Druck passt eigentlich gar nicht so recht ins Bild des „typischen Idealkunden“ für die 18 000 Bogen schnelle Speedmaster XL Wendemaschine; also Betriebe, die hohe Auflagen im zwei- oder dreistelligen Tausenderbereich fahren. Denn Aumüller Druck ist anders. Das traditionsreiche Regensburger Unternehmen ist auf anspruchsvolle Akzidenzen für Kunden wie BMW, Adidas oder Audi spezialisiert. Zugleich produziert der Betrieb vermehrt Kleinauflagen zwischen 250 und 2 000 Bogen, vor allem für den Web-to-Print-Kooperationspartner Flyeralarm. „Wir wollten prüfen, ob sich die höhere Geschwindigkeit auch bei kleineren Jobs mit häufigen Auftragswechseln auszahlt“, erklärt Stefan Aumüller, der gemeinsam mit seinem Bruder Christian die Geschäfte leitet. Tatsächlich erscheint die Idee, mit einem designierten Langstrecken-Renner lauter Kurzstrecken-Sprints zu absolvieren, auf den ersten Blick seltsam. Doch dahinter steckt ein genaues Kalkül. Aumüller Druck zählt zu den leistungsfähigsten Bogenoffsetdruckereien in Deutschland. Das Unternehmen ist seit 1996 Feldtester für lange Perfektoren und produziert reinrassig mit sechs Speedmaster XL-Wendemaschinen von Heidelberg. Neueste Technologie und eine hochgradige Automation sichern ein Maximum an Qualität, Flexi-

bilität und Schnelligkeit. So ist auch die neue Speedmaster XL mit Prinect Inpress Control und dem simultanen Plattenwechsler Auto-Plate XL ausgestattet. Nach der Installation im Februar 2012 ging sie sofort in Produktion. Und die Erfahrung zeigt: „Die Maschine hält, was sie verspricht. Wendung und verlängerte Auslage arbeiten einwandfrei, sodass wir fast immer das Spitzentempo von 18 000 Bogen pro Stunde fahren“, berichtet Aumüller. Gedruckt wird nach Prozess Standard Offsetdruck (PSO). Dank automatisierter und standardisierter Abläufe schöpft Aumüller Druck das Potenzial der Maschine komplett aus. Durch AutoPlate XL erfordert ein kompletter Plattenwechsel bei Aumüllers Speedmaster XL Achtfarben rund vier Minuten weniger an Zeit als an einer vergleichbaren Maschine mit AutoPlate Advanced. Das bedeutet bei 1 500 Jobwechseln: 100 Stunden zusätzliche Produktionskapazität. Außerdem regelt Prinect Inpress Control bei laufender Maschine Farbe und Passer – egal, bei welcher Geschwindigkeit. Dadurch muss die Maschine weder zum Einrichten noch zur Auflagenkontrolle angehalten werden. „Unsere Erwartungen haben sich erfüllt. Die Auftragsdurchlaufzeiten sind spürbar kürzer. Denn mit einer Nettoleistung von 17 000 Bogen in der Stunde sind wir sogar bei kleinen Auflagen rund 20 Prozent produktiver als zuvor“, erklärt Stefan Aumüller zufrieden.

Farb- und Feuchtsystem Hycolor in Kombination mit dem Color Package: Das Paket minimiert Rüstzeit sowie Anlaufmakulatur und sorgt dafür, dass jeder Auftrag bei höchstmöglicher Farbstabilität über die gesamte Auflage abgearbeitet wird – bei jeder Geschwindigkeit.

Color Assistant Pro, Teil des Color Package, überwacht den Zustand der Farbkastenfolie, kalibriert bei jedem Jobwechsel selbstständig die Farbzonen und passt automatisch die Kennlinien an. Dadurch werden



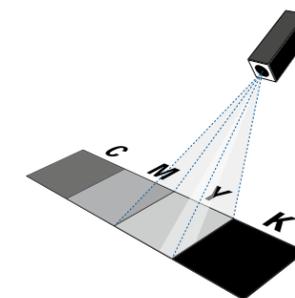
PUDERGERÄT ...
... PowderStar AP 500 Duo bestäubt selbst bei hohen Fortdruckgeschwindigkeiten die Bogen gleichmäßig mit Puder. Durch ein innovatives Puderauftragungssystem reduziert sich die Menge des erforderlichen Puders um bis zu 50 Prozent.

Farbvoreinstellungen noch exakter und leichter reproduzierbar. Zudem kümmert sich das Inline-Mess- und -Regelsystem Prinect Inpress Control automatisch darum, dass Farbe und Passer schnellstmöglich stimmen. Ergebnis: bis zu 150 Bogen weniger Anlaufmakulatur pro Auftragswechsel. Ein programmgesteuerter Farbeinlauf und Farbprofilabbau sowie digital gesteuerte Farbzonenmotoren erhöhen die Effizienz beim Einrichten zusätzlich. Dabei sorgen die Farbzonenmotoren für eine höchst präzise Farbführung und schnellste Reaktion bei der Farbregelung.

Zuverlässiger Nonstop-Betrieb. Um Produktivität und Prozesssicherheit der Speedmaster XL 106 noch weiter zu erhöhen, kann der Ausleger mit einem Nonstop-System ausgestattet werden. Als Einziges seiner Art arbeitet das Nonstop-System von Heidelberg tatsächlich vollautomatisch und verarbeitet Papier (ab 70 g/qm) ebenso wie Kartonagen – bei Höchstgeschwindigkeit. Der Bediener

wird somit entlastet und kann sich parallel auf andere Tätigkeiten konzentrieren. Natürlich lässt sich auch dieses System bequem über das Prinect Press Center steuern.

Konkurrenzlos produktiv. Schon bei ihrer Premiere auf der drupa 2012 avancierte die Speedmaster XL 106 zum Bestseller, besonders bei hochindustriell arbeitenden Verpackungs- und Akzidenzdruckern. Denn die Maschine verarbeitet als Schöndruckversion Bedruckstoffe bis zu 1 mm und als Wendemaschine nun bis zu 0,8 mm Stärke (max. Biegesteifigkeit 130 mNm nach DIN 53 121). Damit ist sie für die Verarbeitung von Inmould-Folien bis zum Kraftkarton ausgelegt. Zudem punktet das neue Flaggschiff der Peak Performance-Klasse durch das breiteste Konfigurationsspektrum im Format 70×100 cm. In unterschiedlichsten Ausführungen passt sich die Maschine quasi den Marktbedürfnissen an: Es gibt sie von zwei bis 19 Werken, mit oder ohne Wendeeinrichtung, als UV- oder Doppellackmaschine. Wer möchte, kann sie auch in LPL-Konfiguration (Lack-Wendung-Lack) ordern, als Duo-Press mit Flexo- vor Offsetdruckwerken oder als rotative Stanze, beispielsweise für die Verarbeitung von Inmould-Etiketten. „Die Speedmaster XL 106 richtet sich an Druckbetriebe mit breitem Materialspektrum, hohem Druckvolumen oder häufigen Auftragswechseln“, sagt Dittmann. „Zusätzlich sprechen wir Verpackungsdrucker an, die beispielsweise mit ein- bis zweifarbigen Rückseiten- druck die Produktivität von 18 000 Bogen



COLOR PACKAGE ...
... verkürzt die Rüstzeiten und verringert die Makulatur. Es besteht aus Color Assistant Pro, Prinect Inpress Control, digital gesteuerten Farbzonenmotoren sowie einem programmgesteuerten Farbeinlauf und Farbprofilabbau.

in der Stunde nutzen können.“ Für Verpackungsdrucker dürfte auch das neue Inkjet-Modul interessant sein, das in einem Workflow mit den Stanzmaschinen der Dymatrix- oder Varimatrix-Reihe sowie den Diana X 80/X 115 Faltschachtel-Klebemaschine für perfekte Qualität sorgt – vollkommen automatisch. ■

Doch das ist eine andere Geschichte – und die folgt auf der nächsten Seite ...



Perfekt gefaltet

DIANA X 80/DIANA X 115 // Ob solo oder im Zusammenspiel mit der Speedmaster XL 106: Die Faltschachtel-Klebmaschinen Diana X 80/X 115 geben bei der permanenten Jagd nach höheren Spitzenleistungen richtig Gas. Denn neue Funktionen machen sie noch vielseitiger, schneller und produktiver.

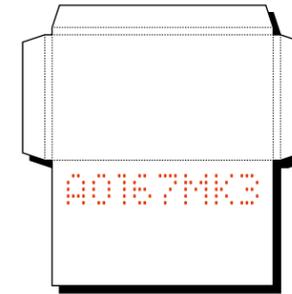
Der „Barcode-Beweis“ funktioniert immer. Bodo Junge, Produktmanager Postpress Packaging bei Heidelberg, zieht eine Tablettenschachtel aus der Jackentasche. Auf der Seitenfläche reihen sich Striche in unterschiedlichen Stärken und bilden den Produkt-Barcode. „Hier geht eine Linie nicht ganz durch“, zeigt Junge auf eine entsprechende Stelle. Tatsächlich, der Fehler ist für das menschliche Auge auf Anhieb nicht zu erkennen. Und doch verdeutlicht der kleine Makel die Herausforderung für Faltschachteldrucker – besonders für solche im Pharmabereich: kosteneffizient fehlerfreie Qualität produzieren. Schließlich geht es nicht nur um die Optik, sondern auch und vor allem um die Gesundheit der Patienten. Hinzu kommt: Immer mehr Hersteller ordern Verpackungen nur noch in kleinen Stückzahlen, die „on demand“ abgerufen werden.

Wer im Wettbewerb mithalten will, braucht daher fehlerfreie Qualität, wie sie die Diana liefert. Diese Faltschachtel-Klebmaschine gibt es neuerdings auch in einer schmalen Version mit einer Arbeitsbreite von 80 Zentimetern. Damit verfügt sie über ideale Maße für die Verarbeitung von anspruchsvollen Pharma- oder Standardverpackungen, wie Längsnaht-, Faltboden- und Vierpunktschachteln in hohen Auflagen. Wer das gesamte Spektrum von Faltschachteln mit Sonderanfertigungen abdecken will, ist mit der 115 Zentimeter breiten Diana X 115 bestens aufgestellt. Sie beherrscht sämtliche Schachtellayouts: Längsnaht-, Stülpedeckel- und Faltbodenschachtel, Vier- und Sechspunktschachtel sowie ausgefallene Spezialanfertigungen.

Jagd auf „Japan-Qualität“. Doch egal, ob schmale oder breite Version: „Mit den drei neuen Modulen, dem Stapelwender, dem Diana Inspection Control- und Diana Braille-Modul, können Druckereien Tempo, Qualität und Produktivität nochmals steigern, indem sie ihre Fertigungskette weiter straffen“, erklärt Junge. Und diese fängt beim Drucken an. Denn hier aufgetretene Fehler, wie z. B. unvollständige Muster oder Barcodes, schmälern die Effizienz der gesamten

Produktion. Daher ist es nur konsequent, das Inspection Control-Kamerasystem auch bei der Faltschachtelproduktion einzusetzen, um sicher zu produzieren und die (in Faltschachtelkreisen sagenumwobene) „Japan-Qualität“ zu erreichen.

Die hochauflösende Highspeedkamera gleicht das gesamte Druckbild beim Einrich-



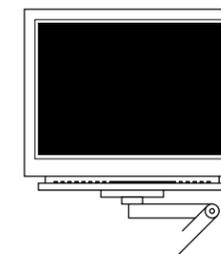
INKJET-INTEGRATION
Bis zu zwölf Inkjet-Köpfe lassen sich in das Lackierwerk integrieren. Das ermöglicht gleichzeitiges Lackieren und Eindrucken, etwa von alphanumerischen Codes oder, im Zusammenspiel mit Prinect Inspection Control, das Markieren von Einzelnutzen als Makulatur.

ten mit dem digitalen Proof (PDF) aus der Druckvorstufe und während der Produktion mit dem eingescannten Referenznutzen ab. Kleinste Makel werden sicher erkannt und fehlerhafte Zuschnitte bei hohem Maschinentempo ausgeschleust. Farbfehler, Passerdifferenzen, Fehler im Barcode und Abweichungen im Druckbild werden ebenso identifiziert wie Beschädigungen im Karton, Kratzer im Lack oder in der Oberfläche. „Diana Inspection Control sichert eine fehlerfreie Produktion. Zudem spart es Kosten, weil Druckereien nicht den ganzen Bogen entsorgen müssen, obwohl nur ein einzelner Nutzen darauf fehlerhaft ist. Dieser Einzelnutzen wird nämlich in der Faltschachtel-Klebmaschine sicher aussortiert“, betont Junge.

Inkjet schafft Mehrwert. Ein weiterer Vorteil: Betriebe können das System allein in der Diana Faltschachtel-Klebmaschine oder alternativ bereits in der Druckmaschine einsetzen. Denn speziell für die Verpackungsdrucker hält die Schöndruckversion der Speedmaster XL 106 ein zusätzliches Extra parat: die Inkjet-Einrichtung. Bis zu

zwölf Inkjet-Köpfe, die nach dem Continuous-Inkjet-Verfahren arbeiten, lassen sich in das Lackierwerk integrieren. Betriebe können dadurch sowohl lackieren als auch z. B. alphanumerische Codes eindrucken. Ein weiterer Vorteil: Im Zusammenspiel mit Prinect Inspection Control ist es möglich, den Einzelnutzen vollflächig durch PDF-Abgleich zu prüfen und bei mangelhafter Qualität den Klebelaschencode des Nutzens als Makulatur zu zerstören.

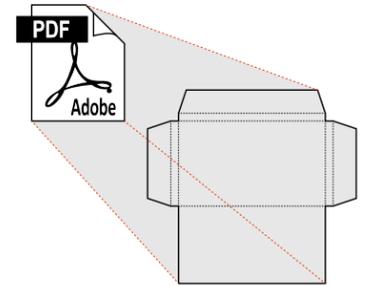
Die fehlerhaften Nutzen werden dann nach dem Stanzen mit einer Dymatrix oder Varimatrix in der Faltschachtel-Klebmaschine Diana X 80/X 115 vom Diana Inspection Control-Modul automatisch erkannt und im Ausschleusmodul ausgeschleust. Dadurch profitieren die Anwender von einer hundertprozentigen Qualitätskontrolle. Darüber hinaus sparen sie Kosten ein, da nicht der gesamte Bogen bereits nach dem Druckprozess, sondern nur der mangelhafte Einzelnutzen ausgeschleust wird. Zudem reicht bei der „Fehlervermeidungs-Symbiose“ mit der Speedmaster XL 106 eine kompakte Kleinkamera in der Diana X 80/X 115 aus, um die aus der Speedmaster stammende Fehlermarkierung auf dem Klebelaschencode der



DIE STEUERUNG ...
... der Diana X 80/X 115 ist ein bequemes und effizientes Maschinenbedienungskonzept. Der Prozessleitrechner Dialog wirkt als Schnittstelle zwischen Bediener und Maschine. Sämtliche Eingaben erfolgen mühelos und zeitsparend über den Touchscreen.

Schachtel zu erkennen. „Heidelberg deckt als einziger Anbieter die gesamte Fertigungskette im Verpackungsdruck ab: vom Drucken und Stanzen bis zum Falten und Kleben. Da liegt es auf der Hand, zwischen den einzelnen Schritten Synergien zu schaffen, damit jeder Kunde den für ihn größtmöglichen Nutzen daraus zieht“, erläutert Junge.

Gleichgültig, welches Fehlervermeidungs-Prinzip der Kunde bevorzugt: Letztendlich sortiert die Diana X 80/X 115 die fehlerhaften Nutzen aus. Dabei spielt die Größe des Nutzens keine Rolle: Das Ausschleusmodul der Diana eliminiert die kleinsten Schachteln im Pharma- und Kosmetikbereich ebenso zuverlässig wie große Sonderschachteln.



VOLLFLÄCHIGE KONTROLLE DES ZUSCHNITTES
Das Diana Inspection Control-Modul vergleicht das Druckbild entweder mit dem digitalen Proof (PDF) oder mit einem eingescannten Referenznutzen. Kleinste Makel werden sicher erkannt und fehlerhafte Zuschnitte bei vollem Maschinentempo ausgeschleust.

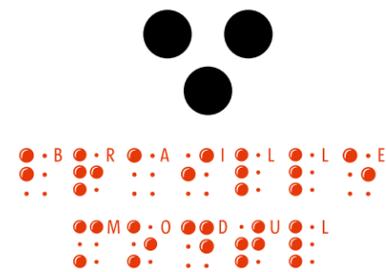
Die Elektronik erkennt mehr als das schärfste Auge und vermeidet dadurch unangenehme Untermischungen bei sensiblen Faltschachtelproduktionen. Damit kostspielige Pannen gar nicht erst auftreten, stoppt die Diana X 80/X 115 automatisch, sobald die vom Anwender festgelegte Anzahl fehlerhafter Nutzen in Folge überschritten wird. Das ist z. B. auch dann hilfreich, wenn fremdsprachige Verpackungen (Textlänge, Sonderzeichen) produziert werden und dafür versehentlich falsche Zuschnitte eingelegt wurden.

Höher stapeln, schneller wenden. Um die Produktivität auch nach dem Drucken und Stanzen (z. B. mithilfe von Heidelbergs Hochleistungsstanze Dymatrix 106 Pro CSB) möglichst konstant halten zu können, lässt sich die Diana X 80/X 115 auch mit einem neuen Stapelwender ausstatten, der bis zu 1 000 Schachtelzuschnitte auf einmal packt und automatisch dreht. Bei bis zu viereinhalb Wendezyklen in der Minute stellt das neue Modul eine kontinuierlich hohe Zufuhr an Schachtelzuschnitten sicher. „Die ▶

Automation entlastet den Bediener und steigert den Durchsatz um bis zu 25 Prozent“, berichtet Junge.

Schnell und flexibel: Diana Braille-Modul. Ihre hohe Produktivität und Schnelligkeit verdankt die Diana X 80/X 115 zum einen der außergewöhnlichen Länge der Faltstation: 3,70 Meter erlauben Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 650 Metern in der Minute sowie eine präzise und materialschonende Verarbeitung auch großer Zuschnitte. Pro Stunde ergibt das einen Ausstoß von bis zu 200 000 Faltschachteln. Hinzu kommt die enorme Flexibilität der Diana X 80/X 115: Durch ihr modulares Baukastenprinzip können beide Modelle exakt auf den jeweiligen Produktionsbedarf zugeschnitten werden. Da jedes Modul von einem eigenen Servomotor angetrieben wird, lassen sich weitere Komponenten oder Zusatzeinrichtungen kundenspezifisch integrieren. Hierzu zählen nicht nur der Stapelwender und das Diana Inspection Control- sowie das Faltboden-, Aufrichteschachtel- und Drehmodul, sondern auch das ebenfalls neue Diana Braille-Modul. Mit

mehrere Braille-Werkzeuge nebeneinander auf die gleiche Antriebswelle schalten lassen. Dadurch ist synchrones Prägen auf mehreren Schachtelfeldern möglich – beispielsweise, um größere Textmengen zu prägen oder um auf mehreren Feldern Blinden-



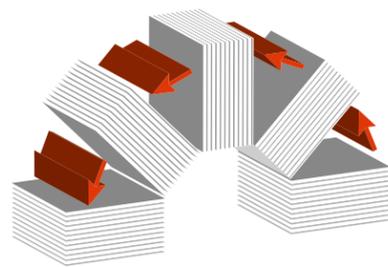
DIANA BRAILLE-MODUL ...
... ermöglicht Blindenschrift-Prägungen auf allen Schachtelfeldern und synchrones Prägen auf mehreren Schachtelfeldern. Auch wenn das Diana Braille Modul im Einsatz ist, produziert die Diana X 115 mehr als 100 000 Faltschachteln in der Stunde.

schrift bzw. entsprechende Veredelungen in einem Durchgang aufzubringen. Mit bis zu 100 000 Schachteln in der Stunde legt die Diana X 80/X 115 auch bei derartigen Anwendungen ein beachtliches Tempo vor. Das Einrichten der Braille-Werkzeuge außerhalb der Maschine verkürzt zudem die Rüstzeiten. Während des Prägens werden die Zuschnitte präzise und sicher durch teleskopierbare Transportriemen befördert, die flexibel über die gesamte Maschinenbreite positioniert werden können.

Spezielle Faltarten. Speziell für die Fertigung kleiner, hochwertiger Pharmaverpackungen oder Kosmetikfaltschachteln sind optional Riemenfaltungen einsetzbar. Mit ihnen lassen sich sogar offene Zuschnitte im Format bis zu 45 Millimeter sicher verarbeiten. Dazu wird der untere Zentraltransport zur Seite weggeklappt. Er verbleibt aber in der Maschine und steht für weitere Arbeiten zur Verfügung. Der bedienerfreundliche Aufbau ist charakteristisch für die Diana X 80/X 115: Aufgrund der verfügbaren Module und der offenen Konstruktion lässt sich die Maschine mit wenigen Handgriffen rasch von einem Job zum nächsten umstellen.

Mit der Verarbeitung ist aber noch nicht das Ende des Workflows erreicht. Sind die Faltschachteln geklebt, kommt der Diana Packer zum Zuge: Mit einer maximalen Leistung von mehr als 200 000 Schachteln pro Stunde sorgt er dafür, dass die Faltschachteln auch noch gut geschützt zum Auftraggeber gelangen. „Druckereien können mit der Diana X 80/X 115 schnell, absolut fehlerfrei und extrem flexibel produzieren. Dank der neuen Module Diana Stapelwender, Diana Inspection Control und Diana Braille-Modul hat der Anwender gleich mehrere Joker im Ärmel, um sein Angebotsportfolio marktgerecht zu erweitern und gleichzeitig bei höchster Produktivität und Qualität die Stückkosten zu senken“, ist sich Junge sicher. ■

VIDEO
Sehen Sie den Heidelberg Faltschachtelprozess – von der Vorstufe über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung. Das perfekte Zusammenspiel aller Heidelberg Produkte sorgt dabei für höchste Produktivität, Effizienz sowie Produktions- und Qualitätssicherheit.



DIANA STAPELWENDER ...
... ist mit bis zu viereinhalb Wendezyklen in der Minute auf hohe Produktionsgeschwindigkeiten abgestimmt. Er kann bis zu 1000 Schachtelzuschnitte auf einmal wenden und sichert so eine kontinuierliche und präzise Zufuhr von Zuschnittstapeln.

Letzterem lässt sich beispielsweise die von der EU vorgeschriebene DIN-Norm zum Aufbringen des Medikamentennamens in Blindenschrift auf Arzneimittelverpackungen umsetzen. Und dies kosteneffizient und höchst flexibel: Denn die Prägewalzen sind über die komplette Formatbreite frei positionierbar. Hinzu kommt, dass sich zwei oder

FOKUS INNOVATION

Für Speedmaster XL 75: Neuer DryStar mit Runddüsen

HÖCHSTLEISTUNG IN SACHEN HEISSLUFT // Damit Mittelformat-Anwender das Optimum aus ihrer Peak Performance-Maschine herausholen können, bietet Heidelberg nun auch für die Speedmaster XL 75 eine neue Generation von DryStar-Auslagetrocknern an. Deren innovative Runddüsen-Technologie sorgt für größtmögliche Effizienz und Qualität bei höchstem Tempo.

Das ist neu ... //

Die bislang im DryStar Coating und DryStar Combination der Speedmaster XL 75 üblichen Schlitzdüsen werden im neuen Auslagetrockner durch viele, über die gesamte Trocknerbreite verteilte Runddüsen ersetzt. Diese Runddüsen befinden sich nun sowohl hinter als auch zwischen den Infrarot (IR)-Strahlern, sodass auf gleicher Strecke fast doppelt so viel Heißluft aufgetragen werden kann. Zugleich sorgt eine erhöhte IR-Strahlung an den Bogenrändern auch bei maximalem Bogenformat für eine perfekte Trocknung der Randbereiche (Randzonenkompensation). Dabei sind die Strahler derartig effizient, dass der zweite IR-Heißluft-Einschub bei DryStar Combination bzw. DryStar Combination UV durch eine reine Heißluftkassette ersetzt wird. Das spart letztlich Energie. Darüber hinaus kann der DryStar Combination UV mit einem Kombi-Einschub (für Kalt- und Umluft in einem gemeinsamen Gehäuse) ausgestattet werden, durch den der bislang erforderliche Wechsel der jeweiligen Einschübe entfällt.

Die Vorteile ... //

Dank der rund um den Jahreswechsel verfügbaren Neuerungen trocknen die Bogen selbst bei höchsten Produktionsgeschwindigkeiten extrem schnell, vollflächig und gleichmäßig – und dies bei einer insgesamt verbesserten Energie-Effizienz. Das bringt gerade bei Lackanwendungen wahrhaft glänzende Ergebnisse. Zugleich fördert ein stabilerer Bogenlauf die Qualität des Drucks. Zu diesem Zweck lassen sich die äußeren Runddüsen sogar manuell abstellen, wenn man nur im Standardformat von 44 x 63 cm drucken will. Nicht zuletzt ermöglicht es ein neues Sicherheitspaket, die Bogenleitbleche auch bei gezogenen Trockneinschüben zu prüfen bzw. zu reinigen: Man kann die Maschine jetzt vor- und zurück„tippen“, ohne die Einschübe immer wieder zurücksetzen zu müssen. Grundsätzlich sind die Trockner – wie gewohnt – bequem über das Prinect Press Center steuerbar.

Die Optionen ... //

Noch ist die aus den größeren Formatklassen übernommene Runddüsen-Technologie ausschließlich den Schön-druckmaschinen der Speedmaster XL 75 vorbehalten. Heidelberg arbeitet aber bereits daran, dieses Prinzip auch auf die XL 75 mit Wendeeinrichtung zu übertragen. Ab Frühjahr 2013 dürfte es so weit sein. Außerdem ist es schon jetzt möglich, den DryStar Combination-Trockner in der verlängerten Auslage mit einem Wärmerückgewinnungssystem auszustatten, das die Energiebilanz der Speedmaster XL 75 (sowie CX 102 und XL 106) weiter optimiert: Unter Volllast wird dadurch rund 20 Prozent weniger Strom verbraucht. Das schont den Geldbeutel ebenso wie die Umwelt. ■

Beständigkeit trifft Innovation

SX-BAUREIHE // Sinkende Auflagen, hochgradig individualisierte Anforderungen der Kunden, wachsender Preis- und Konkurrenzdruck: Die Printmedienindustrie verändert sich rasend schnell. Mit einer neuen Maschinengeneration trifft Heidelberg genau diesen Nerv. Die Speedmaster SX-Modelle für die Formatreihen 35 × 50, 50 × 70 und 70 × 100 bauen auf der bewährten Plattform der SM-Serie auf und nutzen dazu zahlreiche Leistungsmerkmale der XL-Flaggschiffe – ein perfekter Brückenschlag zwischen den neuen Standardmodellen und der Peak Performance-Klasse.

Heidelberg verfügt im Bogenoffset traditionell über das breiteste Produktportfolio der Branche. Das Spektrum reicht z.B. von der kleinen Printmaster QM 46-Zweifarbmaschine bis hin zur Speedmaster XL 162 im ganz großen Format. Doch die Märkte verändern sich permanent und mit ihnen auch die Anforderungen an die Druckmaschinen. Die Trends in der Branche sind unverkennbar: Seit Jahren sinkt die Auflagenhöhe, die Zahl der Druckjobs dagegen nimmt zu, ebenso die Tendenz zu immer aufwendiger gestalteten Produkten, die sich von der Masse abheben. Die Folge: Jeder Auftrag stellt andere Anforderungen an die Produktion. Hinzu kommt ein anhaltender Preisdruck, dem nur durch eine immer höhere Produktivität standzuhalten ist. Die neue SX-Baureihe ist exakt auf diese neuen Anforderungen zugeschnitten.

SM-Plattform mit XL-Technologie. Mit mehr als 100 000 Druckwerken ist die Speedmaster SM-Baureihe die weltweit erfolgreichste Bogenoffsetmaschine. Für diese bewährte Plattform gab es jetzt einen Technologie-Transfer aus der Peak Performance-Klasse, also aus der XL-Serie. Dadurch bieten die neuen SX-Modelle ein hohes Maß an Flexibilität. Ähnlich wie die Maschinen der XL-Serie lassen sich auch die Modelle der SX-Baureihe modularartig konfigurieren und damit flexibel an die Anforderungen unterschiedlichster Druckereien und Druckjobs anpassen.

Das Spektrum reicht dabei von zwei bis zu zehn Farbwerken, wahlweise mit oder ohne Lackierwerk oder auch vorbereitet für den Einsatz von UV-Farben. Wer mag, kann die Maschinen im kleinen ▶



Bindeglied zwischen SM- und XL-Welt: Die neue SX-Baureihe von Heidelberg.

SX 52 AUSSTATTUNGS-HIGHLIGHTS

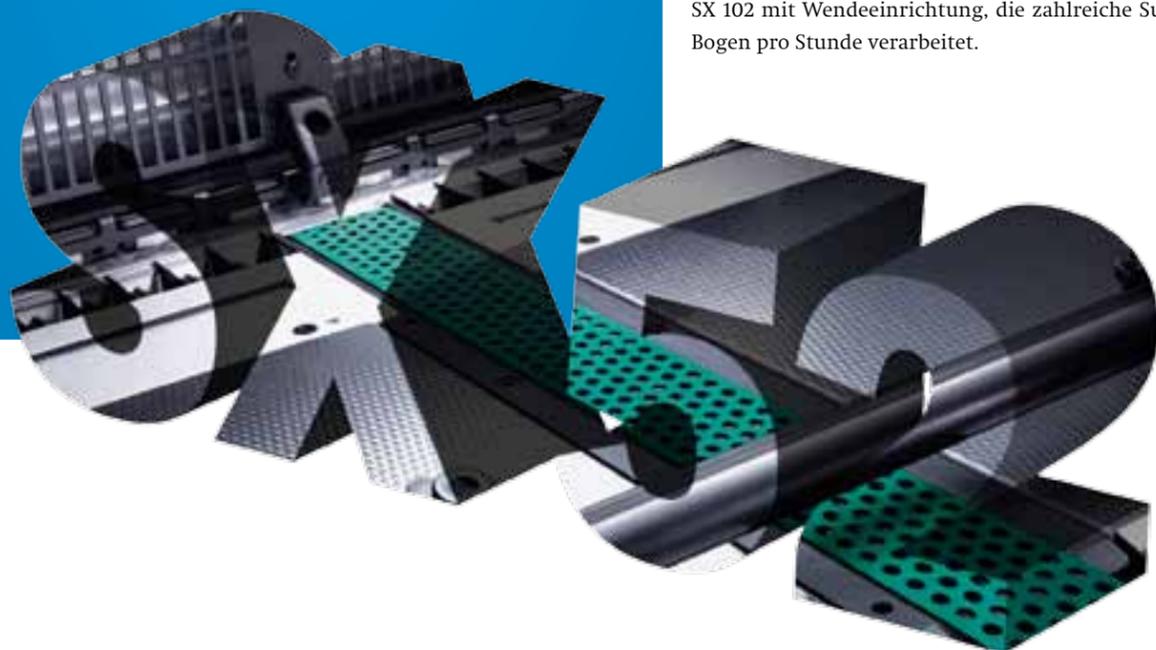
- Nummerier-/Perforiereinrichtung
- Im Durchmesser verstellbare Umföhrzylinder
- Anicolor
- UV- und Runddüsentechologie
- Manteltechnologie PerfectJacket Blue/TransferJacket Blue

und mittleren Format zudem mit Wendeeinrichtung ordern, bei der Speedmaster SX 102 ist diese ohnehin Standard. Die SX-Modelle sind damit in erster Linie auf die Anforderungen des Werbedrucks hin konzipiert und optimiert. Je nach Formatklasse lassen sie sich mit zahlreichen weiteren Features ausstatten, beispielsweise mit dem vollautomatischen Plattenwechsler AutoPlate Pro oder mit den neuen farbabweisenden PerfectJacket Blue und TransferJacket Blue auf den papierführenden Zylindern.

„Viele Druckereien wollen und brauchen mehr, als eine klassische Speedmaster SM ihnen bieten kann. Allerdings ist eine Speedmaster XL für einige Anwender schon wieder eine Nummer zu groß“, grenzt Jürgen Grimm, Leiter Business Area Sheetfed & Packaging, die Modellreihen gegeneinander ab. Denn das enorme Leistungsvermögen der XL-Baureihe vermag mancher Betrieb aufgrund seiner Auftragsstruktur kaum auszunutzen. „Die Speedmaster SX passt also perfekt in die Lücke zwischen unseren Standardmodellen und der Peak Performance-Klasse“, betont Grimm. „Sie bringt genau den Produktivitätszuwachs, den viele Kunden heutzutage brauchen.“

Ergänzt wird die neue Modellreihe im Übrigen durch die bereits erfolgreich eingeföhrte Speedmaster CX 102. Die SX-Modelle decken die meisten Anwendungen ab, wie sie vor allem bei kleineren und industriell arbeitenden Akzidenzbetrieben an der Tagesordnung sind. Die CX 102 ist für den Geradeausdruck ausgelegt, zeichnet sich durch eine hohe Bedruckstoffvielfalt aus und ist daher – außer für den Akzidenzdruck – auch ideal für den Verpackungsdruck geeignet.

Höchste Produktivität. Wie produktiv eine Maschine arbeitet, hängt unter anderem von der reinen Geschwindigkeit, den Rüstzeiten und der Maschinenverfügbarkeit ab. In Sachen Tempo überzeugen die SX-Modelle durch eine hohe Fortdruckgeschwindigkeit von bis zu 15 000 Bogen in der Stunde. Selbst unterschiedlichste Bedruckstoffe in einer Bandbreite von 0,03 bis 0,6 Millimeter können mit hoher Produktionsgeschwindigkeit bedruckt werden. Das gilt auch für die SX 102 mit Wendeeinrichtung, die zahlreiche Substrate mit 14 000 Bogen pro Stunde verarbeitet.



CARSTEN FABIAN //
FABIAN DRUCKEREI GMBH
KONSTANZ, DEUTSCHLAND

„Durch unsere Speedmaster SX 74 mit automatischem Plattenwechsler sind wir vor allem bei kleineren Auflagen bedeutend schneller und produktiver im Vergleich zu unserer früheren Vierfarben SM 74. Das fünfte Druckwerk war für uns ein Riesenschritt nach vorne, weil es Zeit spart und uns deutlich flexibler macht – und Flexibilität ist in unserem Geschäft das A & O. Mit dem automatischen Plattenwechsler, dem fünften Farbwerk und der höheren Fortdruckgeschwindigkeit kommen wir unseren Schätzungen zufolge auf einen Produktionszuwachs im Bereich von 50 Prozent.“

SX 74 AUSSTATTUNGS-HIGHLIGHTS

- Vollautomatischer Plattenwechsler AutoPlate Pro
- Neue Rasterwalzenlagerung
- Im Durchmesser verstellbare Umföhrzylinder
- Farbzonenkalisierung und -optimierung
- Manteltechnologie PerfectJacket Blue/TransferJacket Blue

Angesichts sinkender Auflagenhöhen und mehr Jobwechseln legten die Entwicklungsingenieure von Heidelberg einen weiteren Schwerpunkt auf kürzere Rüst- und längere Produktivzeiten. Möglich wird dies unter anderem durch einen vollautomatischen, teil-simultanen Plattenwechsel. Beispiel SX 102: Dank AutoPlate Pro in Verbindung mit der prozessorientierten Bedienerführung Intellistart ist ein kompletter Plattenwechsel an einer Achtfarbenmaschine in weniger als drei Minuten erledigt. Gegenüber einer SM der gleichen Formatklasse bedeutet dies eine Verkürzung der Rüstzeiten um mehr als die Hälfte. Intellistart ermittelt und managt über den Hochleistungs-Leitstand Prinect Press Center vollautomatisch den optimalen Prozessablauf für den Auftragswechsel.

Auch durch eine neue Jacket-Technologie steigt die Verfügbarkeit der Maschinen deutlich: Feldtests haben gezeigt, dass sich die Reinigungsintervalle für die Jackets um den Faktor 3 bis 5 verlängern lassen.

Bei der Speedmaster SX 74 im Format 50×70 geht der Plattenwechsel ebenfalls mithilfe des vollautomatischen Plattenwechslers AutoPlate Pro vonstatten. Für einen spürbaren Produktivitätszuwachs sorgt zudem Color Assistant Pro. Das System überwacht vollautomatisiert die Farbkastenfolie, kalibriert selbsttätig die Farb-zonen, passt die Kennlinien automatisch an und optimiert die Farb-voreinstellungen, die dadurch noch genauer und reproduzierbarer werden. Dieser „mitdenkende Farbassistent“ spielt seine Stärken bei der Speedmaster SX 52 ebenfalls voll aus.

Vorbildlich umweltfreundlich. Neben dem konventionellen Farbwerk ist für die Speedmaster SX 52 auch das zonenlose Kurzfarbwerk Anicolor verfügbar, das die Anlaufmakulatur um bis zu 90 Prozent auf ein Minimum reduziert. Die Speedmaster SX 52 Anicolor wird ab Werk serienmäßig CO₂-neutral ausgeliefert. Alle anderen Maschinen von Heidelberg werden auf Wunsch des Kunden ebenfalls CO₂-neutral gestellt. Um die Emissionen auszugleichen, erwirbt Heidelberg Emissions-Zertifikate der Organisation natureOffice und unterstützt auf diese Weise ein vom TÜV-zertifiziertes Wiederaufforstungsprojekt im westafrikanischen Togo. ▶



Ein Unterschied wie Tag und Nacht

Seit Anfang 2012 läuft bei der Druckerei Fabian eine Speedmaster SX 74-Fünffarben mit AutoPlate Pro im Feldtest. Im Kurzinterview berichtet Inhaber Carsten Fabian von seinen ersten Eindrücken.

Herr Fabian, bereits seit Januar betreiben Sie eine Speedmaster SX 74 im Feldtest. Wie fällt Ihre Zwischenbilanz aus?

Fabian: Wir sind mit der neuen Fünffarben-Maschine sehr zufrieden. Zuvor haben wir auf einer Speedmaster SM 74-Vierfarben gedruckt. Das ist zwar auch eine gute und leistungsfähige Maschine, sie wird jedoch von der SX 74 deutlich übertroffen.

Was genau ist es, das Ihnen so gefällt?

In erster Linie der vollautomatische Plattenwechsler. Wenn man den erst einmal hat, will man ihn nicht mehr missen. Vor allem bei kleineren Auflagen sind wir damit bedeutend schneller und produktiver. Und die Auflagen werden ja immer kleiner. Auch für den Mitarbeiter ist der vollautomatische Platteneinzug eine feine Sache. Den manuellen Plattenwechsel mag nämlich keiner so richtig.

Früher haben sie mit vier Farben gedruckt, warum heute mit fünf?

Weil uns auch das eine enorme Zeitersparnis bringt. Unsere Kunden wollen immer häufiger

Sonderfarben und Drucklacke, und die können wir heute in einem einzigen Arbeitsgang aufbringen. Gerade dieses fünfte Druckwerk hat uns einen Riesenschritt nach vorne gebracht und sichert uns so die Zukunft. Wir können damit sehr flexibel arbeiten – und Flexibilität ist in unserem Geschäft das A & O. **Und schneller sind die Maschinen ja auch noch.**

Genau. Wenn wir früher mit der SM 74 etwa 13 000 Bogen pro Stunde drucken konnten, dann war das schon ein Highlight. Heute ist das normal. Selbst 15 000 Bogen Output sind bei den meisten Bedruckstoffen kein Problem.

Was ja aber bei tendenziell kleineren Auflagen nicht so sehr ins Gewicht fällt.

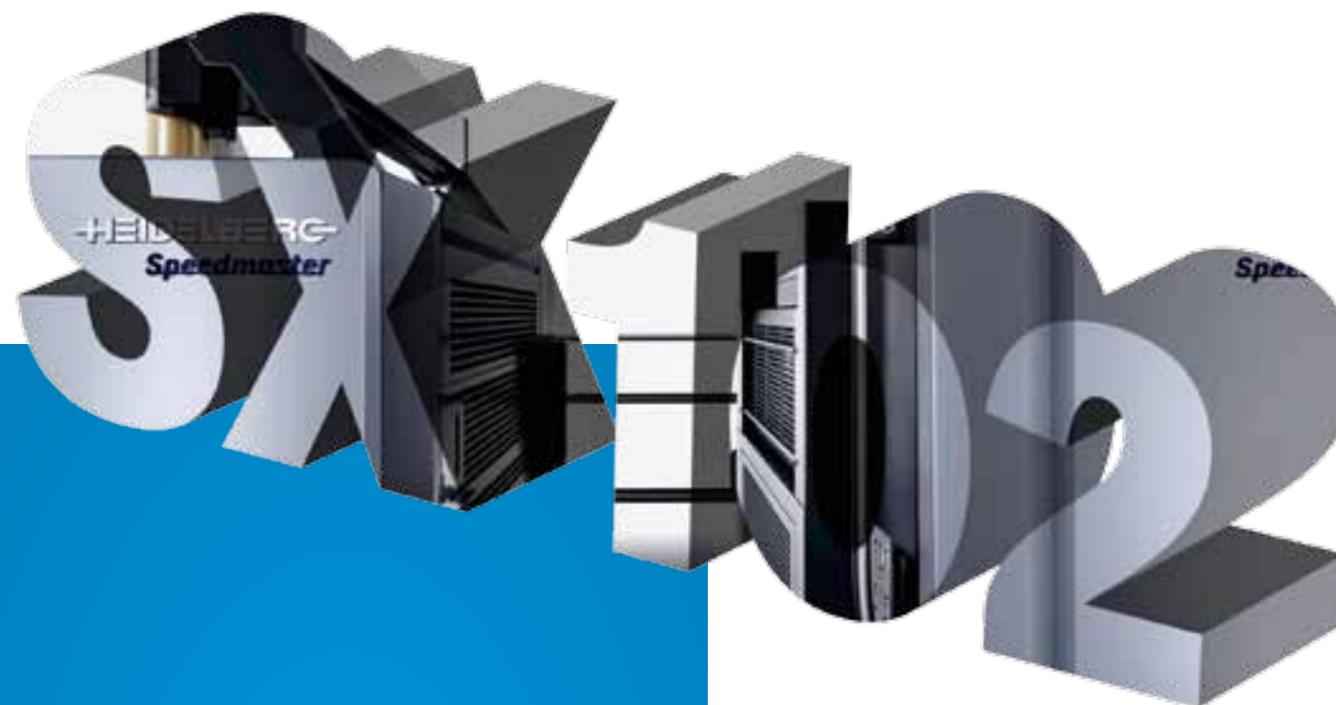
Im Prinzip ja. Wir drucken aber auch beispielsweise für einen Versandhändler einen Flyer mit einer Auflage von bis zu 180 000 Exemplaren. Wenn Sie dann pro Stunde 2 000 bis 3 000 Bogen mehr drucken können, macht sich das sehr wohl bemerkbar.

Neu ist ja auch eine ganze Reihe technischer Features. Ist Ihnen da etwas besonders aufgefallen?

Ja, der Ausleger ist deutlich besser. Blas- und Saugluft lassen sich deutlich feiner einstellen. Durch die Automation lassen sich die gleichen Ergebnisse erzielen, unabhängig davon, wer die Maschine bedient. Dies schafft ein deutliches Plus an Sicherheit.

Was schätzen Sie, wie hoch der Produktivitätszuwachs bei der SX 74 insgesamt ist?

Mit dem automatischen Plattenwechsler, dem fünften Farbwerk und der höheren Fortdruckgeschwindigkeit kommen wir sicherlich auf 50 Prozent. Gegenüber der SM 74-Vierfarben ist das wie Tag und Nacht.



IZHAM YUSOFF //
MANAGING DIRECTOR
PERCETAKAN NASIONAL MALAYSIA
BERHAD, MALAYSIA

„Auch in Malaysia ist es so, dass die Print Buyer immer kürzere Lieferzeiten bei höchster Qualität und niedrigeren Kosten erwarten. Mit unserer SX 102-8-P können wir die Produktionszeiten enorm reduzieren. Wir bedrucken jetzt in einem einzigen Arbeitsgang beidseitig bis zu 14 000 Bogen mit vier Farben. Auch bei den Jobwechseln sind wir heute erheblich schneller. Die Maschine eignet sich auch gut für den Buchdruck. Dies ist ein Marktsegment, mit dem wir uns derzeit intensiv beschäftigen.“

SX 102 AUSSTATTUNGS-HIGHLIGHTS

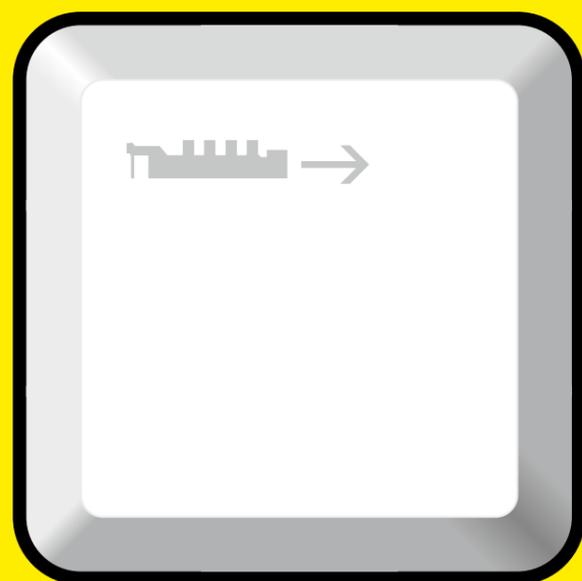
- Vollautomatischer Plattenwechsler AutoPlate Pro
- UV-Betrieb
- Prinect Inpress Control
- Dünndruckpaket
- Tuch-Wascheinrichtung

Ohnehin setzen die SX-Modelle nicht nur in Sachen Ökonomie neue Maßstäbe. Dass sie die energieeffizientesten, umweltfreundlichsten ihrer jeweiligen Formatklasse sind, ist für Heidelberg Anspruch und Selbstverständlichkeit zugleich. Optional lässt sich ein Energiemessgerät integrieren, das während des Druckprozesses exakt den Energiebedarf pro 1 000 bedruckte Bogen anzeigt. Dadurch kann der Drucker im laufenden Betrieb die Maschine unter ökologischen Aspekten optimieren. Die Peripheriegeräte des Star-Systems wie etwa PowderStar, DryStar oder CleanStar sind optimal auf die Maschine abgestimmt. Alkoholfreies bzw. -reduziertes Drucken ist bei allen Druckmaschinen von Heidelberg möglich.

Mit der SX-Baureihe ergänzt Heidelberg sein Angebot um eine Maschinengeneration, die in den jeweiligen Formatklassen neue Maßstäbe in Sachen Produktivität, Flexibilität und Energieeffizienz setzt. Für Druckereien bedeutet der lang erwartete Lückenschluss im Portfolio von Heidelberg aber vor allem eines: Sie können jetzt noch leichter eine Maschine finden, die perfekt zu ihnen passt – und enorme Reserven für zusätzliche und neue Geschäftsaktivitäten mitbringt. ■

Weitere Informationen

www.heidelberg.com/de/SX52
www.heidelberg.com/de/SX74
www.heidelberg.com/de/SX102



Erfolgreich im Netz

WEB-TO-PRINT // Dank leistungsfähiger Shop-Systeme wie dem Prinect Web-to-Print-Manager können Druckereien heute so mühelos ins Onlinegeschäft einsteigen wie nie zuvor. Klingt gut – doch wie lässt sich Web-to-Print tatsächlich rentabel nutzen?

Das Internet hat sich längst zu einem Vertriebskanal entwickelt, an dem kaum ein Unternehmen vorbeikommt. In vielen westlichen Ländern nutzen über 70 Prozent der privaten und geschäftlichen Einkäufer regelmäßig Suchmaschinen oder spezielle Portale, um sich über Angebote und Preise zu informieren. Auch bei Druckprodukten ist das Internet längst zu einem maßgeblichen Faktor geworden, der darüber entscheidet, bei wem was zu welchem Preis beauftragt wird.

Zwar haben sich bereits viele Druckereien als Web-to-Print-Anbieter positioniert. Trotzdem lohnt der Einstieg in dieses Segment nach wie vor. Denn zum einen lassen sich damit neue Geschäftspotenziale erschließen und die vorhandenen Offsetmaschinen bes-

ser auslasten. Zum anderen können Druckereien ihren Bestands- und Neukunden rund um die Uhr zusätzliche Dienstleistungen anbieten und die Bindung zu den Auftraggebern festigen. Aber was braucht man für den Ein- oder Aufstieg? Und worauf kommt es beim anschließenden Betrieb des Online-shops an?

Einfacher Einstieg. Softwareseitig lässt sich die Frage leicht beantworten: Man braucht eine Schnittstelle zum Kunden: ein „Frontend“ mit sämtlichen Angeboten samt Bestellabwicklung. Heidelberg bietet hierzu seit der drupa eine einfach zu bedienende und leistungsfähige Lösung an: den Prinect Web-to-Print-Manager. Das Softwaremodul kann alleine betrieben oder nahtlos in den Druckerei-Workflow Prinect integriert werden. Im letzten Fall erfolgt die Produktion

mit der Auftragsübergabe aus dem Online-shop ins Prinect MIS automatisiert. Zudem profitieren Druckereien von vielen weiteren Vorteilen innerhalb des Produktions-Workflows – von einer automatischen Bogen- bzw. Nutzenoptimierung über eine Kostenberechnung pro Kopie für Digital- und Offsetdruck bis hin zur durchgängigen Nachverfolgbarkeit sämtlicher Aufträge aus dem Onlineshop.

Ob kombiniert oder solo eingesetzt – in jedem Fall erhalten Druckereien eine flexible Anwendung zum unkomplizierten Aufbau und Betrieb eines oder mehrerer Portale für Privat- und Geschäftskunden; inklusive Warenkorb, Bestellabwicklung, Freigabeprozess, Benutzerverwaltung sowie Versand und Bezahlung. „Mit dem Web-to-Print-Manager lassen sich ohne Programmierkenntnisse beliebig viele Shops für unterschiedliche Zielgruppen aufbauen“, erklärt Produktmanagerin Lucia Dauer. „Das können offene zugängliche Portale mit standardisierten Produkten für Privatleute, Handwerker und andere Kleinbetriebe sein. Genauso gut realisieren lassen sich aber auch passwortgeschützte Portale für Franchise- oder Handelsketten mit mitarbeiterindividuellen Bestellmöglichkeiten für online editierbare Printprodukte im Markendesign.“

An den Kunden denken. Die Software selbst ist schnell installiert. Je nach Anzahl der Produkte, Templates und vom Kunden auszufüllenden Felder steht ein einfacher Shop bereits nach wenigen Tagen im Netz. Bei mehreren Shops und einem vielfältigen Produkt- und Dienstleistungsangebot gehen aber auch schon mal Wochen oder gar Monate ins Land.

Tatsächlich findet ein Großteil der Arbeit vor und nach dem Shop-Aufbau statt: Welche Produkte sollen in den Shop aufgenommen werden? Welche nicht? Besonders beratungsintensive Produkte bespricht man am besten weiterhin im direkten Kontakt mit dem Kunden. Je nach Zielgruppe ist außerdem zu überlegen, ob das eigene Portfolio erweitert werden muss bzw. wie sich zusätzliche Produkte nahtlos in die Arbeitsabläufe integrieren lassen. „Auch wenn rund 95 Prozent der Druckereien dank der vorhandenen Ausstattung die Voraussetzungen für Web-to-

Print mitbringen, müssen viele umdenken“, sagt Lucia Dauer. So sollte sich jeder Shop konsequent an den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen orientieren. Zusätzlich besteht bei besonders wachstumsintensiven Business-to-Business-(B2B-)Portalen die Herausforderung, die Anforderungen und Prozesse der Geschäftskunden im Shop abzubilden. „Das setzt eine intensive Auseinandersetzung mit jedem Kunden voraus und kann in Einzelfällen durchaus auch interne Umstrukturierungen zur Folge haben“, so die Produktmanagerin von Heidelberg.

Ressourcen planen. Neben den nötigen Serverkapazitäten müssen Druckereien auch Personal für die Administration der Onlineshops bereitstellen. „Bei kleineren Druckereien reicht oft ein Mitarbeiter aus dem Prepress-Bereich, der genug Zeit bekommt, um die Onlineprodukte zu pflegen, User zu verwalten oder den Shop zu administrieren“, erklärt Lucia Dauer: „Der Mitarbeiter muss kein IT-Spezialist sein, sollte aber Grundlagen beherrschen und sich z. B. mit Proxyservern und Firewalls auskennen.“ Alternativ können Hosting und Administration von einem externen Dienstleister übernommen werden. Eine weitere Möglichkeit ist die Nutzung des Web-to-Print-Managers als „Software as a Service“. Bei diesem Modell wird die Lösung ohne Investition in eigene Kapazitäten gemietet. Der Vorteil daran: Die Mietkosten sind kein monatliches Fixum, sondern richten sich nach den Transaktionen im Shop.

Wie gut sich das Onlinegeschäft entwickelt, hängt von vielen Faktoren ab: vom Zuschnitt des Angebots auf die jeweiligen Kunden ebenso wie von der Preisgestaltung, der Servicequalität und dem Marketing. Schließlich ist nicht nur der nächste Kunde einen Mausklick entfernt, sondern auch die Konkurrenz. Die wiederum liefert sich im Bereich Business-to-Consumer, also beim Geschäft mit privaten Konsumenten, einen heftigen Preiskampf.

Zwar kann sich eine Druckerei dem Preis sogar z. B. durch besondere Services bis zu einem bestimmten Grad entziehen. Trotzdem ist der Wettbewerb beinhaltet. Lucia Dauer empfiehlt daher, den Fokus bei Web-to-Print klar auf den Bereich B2B zu legen. „Der Auf-

und Ausbau von Geschäftsportalen bietet eindeutig die größten Wachstumschancen“, meint die Produktmanagerin. „Zudem können Druckereien hiermit ihre Position als beratend unterstützender Geschäftspartner ausbauen, die Bindung zu vorhandenen Kunden wirkungsvoll festigen und wichtige Wettbewerbsvorteile bei der Akquisition von Neukunden nutzen.“

All das setzt jedoch eine tadellose Arbeit voraus, denn das Internet registriert jeden Fehler und macht ihn für alle sichtbar. So können sich Interessenten mithilfe von Kundenbewertungen problemlos darüber informieren, wo Produkt- und Servicequalität stimmen und wo es Mängel gibt. Zudem gerät man ohne eine klare Marketingstrategie schnell ins Hintertreffen. „Ein Portal muss im Internet aktiv beworben werden, damit potenzielle Neukunden darauf aufmerksam werden“, erklärt Lucia Dauer: „Wer in Web-to-Print einsteigt, sollte sich Grundkenntnisse im Internetmarketing aneignen oder eine Spezialagentur beauftragen, die dafür sorgt, dass man über Suchmaschinen oder Preisportale leicht gefunden wird.“

Hier wie auch beim Aufbau von Onlineshops bietet Heidelberg umfassende Unterstützung. So erhält jede Druckerei, die sich für den Prinect Web-to-Print-Manager entscheidet, eine Einführung, die vom Shop- und Template-Design über Preiszuordnungen und das Einrichten von Nutzerkonten bis hin zur Administration und Auswertung reicht. Ist darüber hinaus Beratung bei strategischen Themen wie der Preisgestaltung und dem Marketing gefragt, stehen die Heidelberg Experten von Business Consulting mit Rat und Tat zur Seite. ■

Info
Der Prinect Web-to-Print-Manager Online Demo Shop zum Ausprobieren:
www.hei-cloud.com/hdcustomerdemo/





SCHNELL, SCHÖN UND ÖKOLOGISCH!

UV-AKZIDENZDRUCK BEIM DRUCKHAUS BECKER // UV-Druck belastet die Umwelt und ist für die meisten Kunden viel zu teuer? Das war einmal, wie das Druckhaus Becker eindrucksvoll zeigt. Denn dank der weltweit ersten Speedmaster XL 106 mit DryStar LE UV-Trockner spart der Akzidenzbetrieb über 60 Prozent Energie und CO₂. Zusätzlich schont die puderlose und ozonfreie Produktion Mensch und Umwelt, während stark reduzierte Lieferzeiten die höheren Verbrauchsmaterialkosten mehr als ausgleichen.

Anders als alle anderen zu sein ist auf Dauer ziemlich anstrengend. Und ein Konzept, das keineswegs immer aufgeht. Beim Druckhaus Becker im hessischen Ober-Ramstadt ist dieser Ansatz aber zu einem echten Erfolgsrezept geworden: Schon vor zehn Jahren machte der kleine, vollstufige Betrieb auf sich aufmerksam, als er Dispersionslack im Akzidenzbereich verarbeitete und dem Markt mit dieser Pionierarbeit neue Impulse gab. Die Nachfrage stieg rasant, sodass die beiden Geschäftsführer Jens Becker und Thomas Groth 2006 in zwei weitere Druckmaschinen für Dispersionslack investierten. „Aber schon bald war dieses

Produktionsverfahren Standard, und irgendwann hatte es praktisch jede Druckerei im Angebot“, berichtet Jens Becker. „Also machten wir uns erneut auf die Suche nach etwas Neuem, weil das Thema ‚Dispersionslack‘ einfach keine interessante Nische mehr für uns darstellte.“

Das Ergebnis dieser Suche verrichtet seit Mitte 2012 seinen Dienst im Drucksaal des 38 Mitarbeiter großen Betriebs: die weltweit erste Speedmaster XL 106-Fünffarben mit Lackierwerk und neuem Trockner DryStar LE UV (Low Energy Ultraviolett). Das Kürzel „LE UV“ steht bei Becker aber nicht nur für die besonders energieeffiziente Härtung der eingesetzten Farben und Lacke, sondern auch für den Markt, den das Druckhaus ▶





„KONVENTIONELLER UV-DRUCK WÄRE FÜR UNS NICHT INFRAGE GEKOMMEN.“

JENS BECKER, GESCHÄFTSFÜHRER
DRUCKHAUS BECKER

künftig besetzen will. „Durch den Einstieg in den UV-Druck mit LE-Technologie machen wir einen Riesenschritt nach vorne“, ist Thomas Groth überzeugt. „Denn mit der Inline-Veredelung erhöhen wir unsere Wertschöpfung, während wir zugleich enorme Zeitvorteile für unsere Kunden realisieren. Außerdem bringt uns die neue Technologie auch in Sachen Ökologie und Qualität deutlich nach vorne – das heißt, wir erzielen eigentlich in jeder Hinsicht eine klare Win-win-Situation für alle Beteiligten.“

Mehr Wertschöpfung im eigenen Haus.

So überzeugend das klingt, so wenig lassen sich diese Vorteile 1:1 auf andere Druckereien übertragen. „Niemand kann eine solche Maschine kaufen und sich erst dann einen Markt dafür suchen“, sagt Jens Becker, der in diesem Punkt längst auf der sicheren Seite ist. Denn das Druckhaus arbeitet überwiegend für renommierte Premiumkunden beispielsweise aus der Automobil-, Uhren- und Schmuckbranche, die sich mit aufwendig veredelten Druckprodukten von ihrer jeweiligen Konkurrenz abheben wollen – und das in zunehmendem Maße. „Wir wussten also, was Sache ist, weil wir seit Jahren zweistelli-

ge Wachstumsraten beim UV-Lack beobachten“, fasst Jens Becker seine individuelle Marktanalyse zusammen.

Von diesem Wachstum konnte das Druckhaus zuvor allerdings nur teilweise profitieren, denn für alle UV-Veredelungen waren bislang externe Partner zuständig. „Unsere neue Maschine versetzt uns in die Lage, die bisher getrennten Produktionsschritte unter unserem Dach zusammenzuführen. Damit holen wir also die komplette Wertschöpfung ins eigene Haus. Zudem vereinfachen wir die Logistik. Wir sparen

Transportkosten. Wir haben die Qualität unserer Drucksachen selbst in der Hand. Und wegen der enormen Produktionsgeschwindigkeit sowie der extrem schnellen Trocknung können wir unseren Kunden deutlich verkürzte Lieferzeiten anbieten“, erläutert Thomas Groth. „Unter dem Strich lassen sich dadurch die höheren Kosten für Farben und Lacke mehr als kompensieren.“

Um die Vorteile in der Praxis zu verdeutlichen, verweist Jens Becker auf das Buch eines Uhrenherstellers mit über 250 Seiten, das vom Druckhaus Becker in einer Auflage von 180 000 Exemplaren produziert worden ist. „Früher haben wir das zweischichtig in drei bis vier Wochen gedruckt und dann zu einem externen Dienstleister geschickt, bei dem für die entsprechenden UV-Anwendungen nochmals vier bis fünf Wochen ins Land gingen“, erläutert der Geschäftsführer. „Heute können wir die ersten Bogen schon nach drei oder vier Tagen in die Weiterverarbeitung geben; soll heißen: Mit einem vergleichbaren Druckjob wären wir jetzt gut vier Wochen früher fertig.“

Außerdem, ergänzt Thomas Groth, müsse kein Kunde mehr zweimal zur Abstimmung anreisen (einmal beim Druckhaus Be-



Grün unterwegs. Für den Transport ist beim Druckhaus Becker ein LKW mit besonders umweltfreundlicher Dieseltechnologie im Einsatz (o.L.).

Fünf Farben, eine Trocknung, perfektes Ergebnis: Dank puderloser Produktion mit der Speedmaster XL 106 und hochreaktiven UV-Farben war bei dieser Kalenderfolie nur eine Endtrocknung mit dem DryStar LE UV erforderlich. Dabei kommt ein UV-Strahler zum Einsatz, der lediglich mit 160 Watt pro Zentimeter arbeitet (o.r.).

Die Druckerei produziert mit insgesamt 38 Mitarbeitern auf einer Fläche von 2500 Quadratmetern (l., u.r.).



cker und einmal beim Veredler). „Was aber noch viel wichtiger ist: Der Kunde muss nicht mehr damit leben, wenn die Lackierung des halbfertigen Druckprodukts zu einer leichten Farbverschiebung geführt hat. Denn infolge der durchgängigen Inhouse-Produktion können wir den Farb- und Lackauftrag jetzt im Vorfeld perfekt aufeinander abstimmen.“

Puderfreie Produktion ohne Passerdifferenzen.

Um zu demonstrieren, welche Möglichkeiten die Speedmaster XL 106 im Zusammenspiel mit DryStar LE UV bietet, legt Jens Becker eine bedruckte Kalenderfolie auf den Tisch. „Das haben wir vierfarbig im Konterdruck produziert. Nach dem Skaladruck kam inline noch Deckweiß hinzu, anschließend vollflächig UV-Lack gegen mechanische Beschädigungen“, erklärt Jens Becker. „Der eigentliche Druck ist dadurch also beidseitig geschützt. Interessant daran ist, wie wir es produziert haben: nämlich inline mit nur einer Lampe ohne Trockner vor dem Gelb.“ Das ist gleich aus mehreren Gründen ungewöhnlich, zumal das Druckhaus Becker auf der neuen Druckmaschine völlig puderfrei arbeitet und beim DryStar LE UV-Trockner nur einen UV-Strahler einsetzt, der im Endtrockner mit lediglich 160 Watt pro Zentimeter arbeitet. Denn im konventionellen UV-Druck wird in der Regel nach jedem Farbauftrag mit der doppelten Energieleistung getrocknet, mindestens jedoch vor dem Gelbautrag, um eine Verschwärzlichung zu verhindern. „Selbst die Produktverantwortlichen bei Heidelberg waren verblüfft, dass eine LE-Trocknung hier am Ende ausreicht“, so Becker.

Einen wesentlichen Beitrag zu dieser Vorgehensweise leisten die vom Druckhaus Becker eingesetzten UV-Farben und -Lacke, die besonders gut auf das schmale Wellenspektrum der UV-Lampen im DryStar reagieren und extrem schnell aushärten. Inline lassen sich damit in Windeseile 96 Glanzpunkte erzielen. Dabei sorgt unter anderem das auto-



KANNE MIT KÖPFCHEN // MIT EINER KREATIVEN MAILINGAKTION ZEIGT DAS DRUCKHAUS BECKER, DASS MODERNER UV-DRUCK UND HOHE ÖKOLOGISCHE ANSPRÜCHE PERFEKT ZUSAMMENPASSEN.

UV-Druck sieht gut aus, stinkt aber gewaltig und glänzt auf Kosten einer miesen Energiebilanz: Die herkömmliche UV-Produktion hat wirklich kein gutes Image. Umso wichtiger ist es für eine „grüne“ Druckerei, ihre Kunden von den Vorzügen der neuen LE-Technik zu überzeugen. Dazu hat sich das Druckhaus Becker eine ungewöhnliche Mailingaktion ausgedacht: Unter dem Motto „Grün druckt glücklich“ verschickt der Betrieb kleine Päckchen, in denen sich neben einer grünen Metallgießkanne auch eine Hardcover-Broschüre befindet, die dem Leser sämtliche Vorzüge der neuen LE-Technologie nahebringt – natürlich auch die ökologischen. Zudem steht das Druckhaus über Facebook im ständigen Dialog mit Kunden und anderen Interessenten.

www.facebook.com/druckhaus.becker



Edle Produkte für Premiumkunden, die beim Druckhaus Becker vor allem aus der Automobil-, Uhren-/Schmuck- und Finanzbranche kommen.



„DURCH DEN EINSTIEG IN DEN UV-DRUCK MIT LE-TECHNOLOGIE MACHEN WIR EINEN RIESENSCHRITT NACH VORNE.“

**THOMAS GROTH, GESCHÄFTSFÜHRER
DRUCKHAUS BECKER**

matische Farbmess- und Regelsystem Prinect Inpress Control für konstante Qualität selbst bei höchstem Tempo. „Hinzu kommt, dass die Stapeltemperatur höchstens um fünf bis sechs Grad steigt. Das Material dehnt sich nicht aus. Also können wir ohne Passerprobleme sofort weiterarbeiten“, erklärt Thomas Groth. Seine Kunden profitieren aber nicht nur von einer sicht- und spürbar besseren Qualität bei kürzeren Lieferzeiten, sondern auch von einem besseren Handling z. B. bei späteren Personalisierungen, weil dabei die Walzen und Laser nicht mehr von Puder befreit werden müssen.

UV wird grün. Ganz besonders freuen sich Jens Becker und Thomas Groth darüber, dass ihr Einstieg in den emissionsarmen und energieminierten UV-Druck ideal zu den ökologischen Ambitionen ihres Unternehmens passt. „Der konventionelle UV-Druck wäre für uns nicht infrage gekommen“, sagt Jens Becker. Die neue Technologie passt dagegen genau ins Konzept. So ist die Speedmaster XL 106 klimaneutral gestellt, wofür 237 Tonnen CO₂ kompensiert wurden. Im Vergleich zum konventionellen UV-Druck

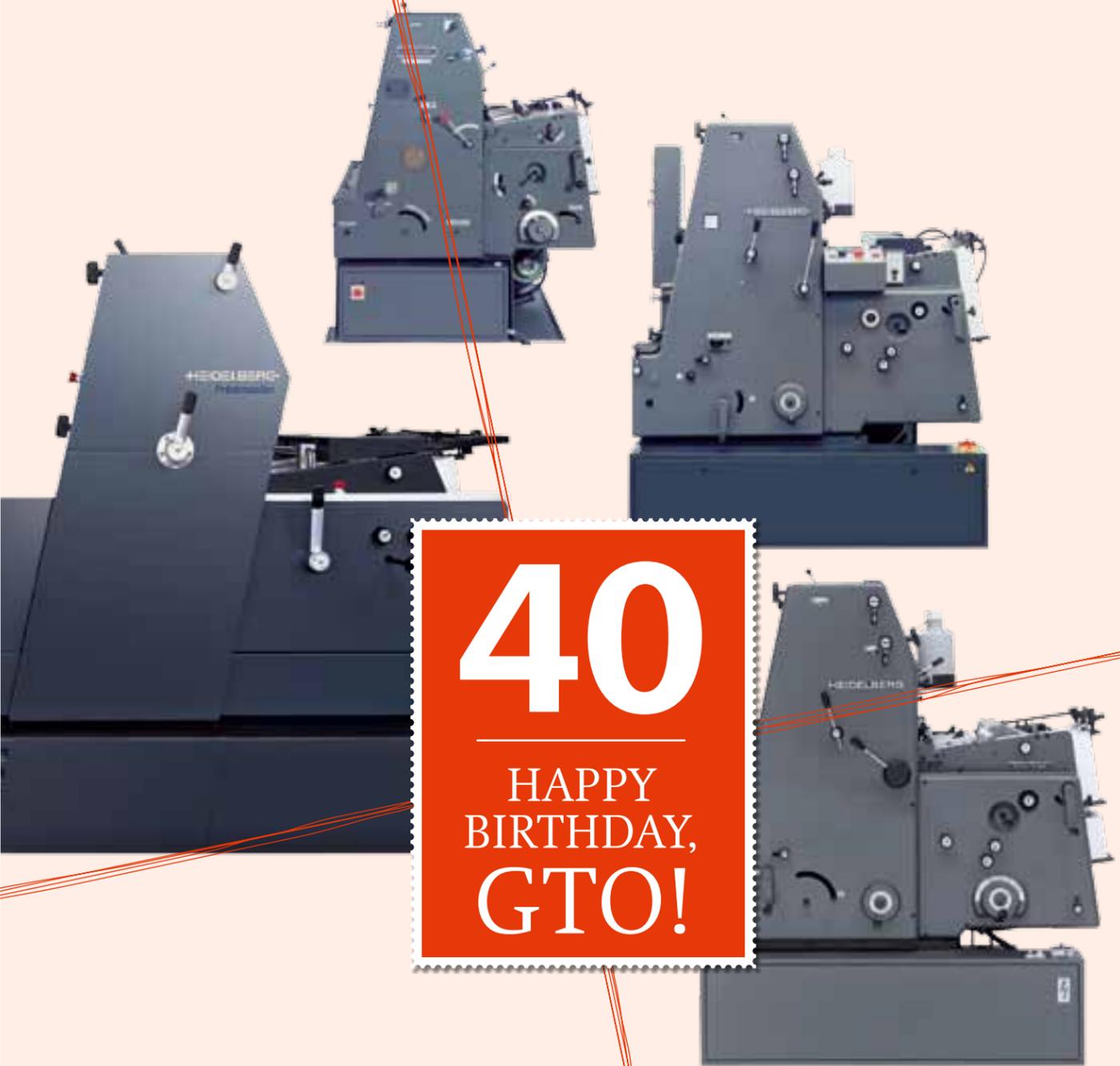
mit Offline-Veredelung spart das Druckhaus Becker mit Inline-Veredelung und LE-Trocknung zudem mehr als 60 Prozent Energie und damit auch über 60 Prozent CO₂. Darüber hinaus entstehen keine Emissionen im Drucksaal, weil völlig puderfrei gearbeitet wird und bei der Trocknung kein Ozon entsteht, denn diese erfolgt in einem stark begrenzten UV-Wellenspektrum. „Als wir unseren Mitarbeitern sagten, dass wir in den UV-Druck einsteigen, waren sie zunächst nicht sehr angetan von dieser Idee“, sagt Jens Becker. „Jetzt wollen die Drucker gar

nicht mehr weg von der Maschine, weil sie wirklich eine saubere Sache ist“.

Ab und zu müssen sie aber, denn nach wie vor wird im Druckhaus auch auf einer Speedmaster XL 105 mit Dispersionslack produziert. Auch die neue Speedmaster XL 106 ist so ausgestattet, dass sie über den installierten Doppellackkreislauf mit Dispersionslack arbeiten könnte. „Das war uns wichtig, damit wir auf der sicheren Seite sind, wenn sich der Markt entgegen unseren Erwartungen doch nicht so gut entwickeln sollte. Im Moment sieht es aber ganz und gar nicht danach aus: Wir haben so viele UV-Aufträge, dass sogar unsere XL 105 ausgelastet wäre, wenn sie UV drucken könnte“, sagt Thomas Groth. ■

Weitere Informationen

www.druckhaus-becker.com
www.heidelberg.com/de/DryStarLEUV
www.heidelberg.com/de/XL106



40
 HAPPY
 BIRTHDAY,
 GTO!

40 JAHRE GTO // 1972 ist ein ganz besonderes Jahr: Die erste Spielkonsole kommt auf den Markt, mit der Apollo 17 startet der bislang letzte bemannte Raumflug zum Mond, und Heidelberg präsentiert auf der drupa erstmals eine GTO, die zum Benchmark für das kleine Format und mit über 106 000 verkauften Druckwerken die weltweit meistverkaufte Maschine in dieser Klasse werden sollte. Bis heute lässt sie die Herzen der Drucker in aller Welt höher schlagen. Vier von ihnen erzählen, warum das so ist.



NOSSO PARABÉNS PELO TEU ANIVERSÁRIO!

AGENOR DUTRA GRÁFICA AGETRA LTDA., BRASILIEN

Für Agenor Dutra, den Inhaber der brasilianischen Druckerei Gráfica Agetra Ltda. in Nova Prata, ist die GTO fast schon eine Lebensversicherung. „Als unser Geschäft noch in den Kinderschuhen steckte, setzten wir große Hoffnungen in die GTO und ihre Vielseitigkeit. Heute haben wir drei davon, und sie sind das Rückgrat unseres Betriebs.“

Vor allem die Robustheit der GTO beeindruckt den Druckereichef: „Unsere GTO 46-Einfarben ist seit 38 Jahren im Einsatz, und die läuft immer noch so zuverlässig wie am ersten Tag.“ Zu jeder seiner Maschinen fallen ihm Geschichten ein. Zum Beispiel diese: „Zwei Mitarbeiter von mir hatten vor einigen Jahren eine gebrauchte GTO 52-Einfarben aufgetrieben, die total verdrückt bei uns ankam. Ich wollte sie erst gar nicht abladen. Aber die beiden ließen nicht locker. Sie reinigten die Maschine und führten kleinere Reparaturen durch. Dann, etwa eine Woche später, machten wir den ersten Testdruck, und die Resultate waren absolut perfekt. Die Maschine läuft bis heute ohne größere Wartungsarbeiten nahezu rund um die Uhr.“

Nicht zuletzt dieses Erlebnis hat dazu beigetragen, dass Agenor Dutra seinen GTO-Maschinen blind vertraut. Dies ermutigt ihn, jedes Jahr gezielt in die Druckerei zu investieren, in neue Maschinen, Zubehör und Personal. Die Druckerei produziert vor allem Visitenkarten, Folder und Kataloge. „Besonders schön ist, wie viele unterschiedliche Materialien sich mit der GTO bedrucken lassen, denn das schätzen unsere Kunden sehr.“



سعيد ميلاد عيد

MOHAMED ABU-ZAHRA POLICE PRESS, KAIRO

Für Mohamed Abu-Zahra, den Geschäftsführer von Police Press in Kairo, ist die GTO 52 ein Glücksfall. Zwei GTO Maschinen hatte der Geschäftsmann bereits seit längerem in Betrieb. Und beide hatten ihn so überzeugt, dass er sich 2004 eine weitere zulegte, seine erste GTO 52 mit zwei Druckwerken. „Wir wollten unsere Produktivität erhöhen und in neue Märkte im Sicherheitsdruck hineinwachsen, doch dann ging es Schlag auf Schlag“.

Bis zu diesem Zeitpunkt teilte sich Police Press den Markt für den Druck von Geburtsurkunden mit einer anderen staatlichen Druckerei. Eines Tages zog sich diese Druckerei komplett aus dem Geschäftsfeld zurück, und Abu-Zahra musste zusammen mit seinem Team in die Bresche springen. „Von heute auf morgen sollten wir plötzlich alle Geburtsurkunden für ganz Ägypten drucken. Ohne unsere neue GTO 52-Zweifarbener hätten wir das niemals geschafft.“

Durch den Kauf der dritten GTO kann die Druckerei heute mit einem breit gefächerten Angebot aufwarten. Neben dem Druck von Geburtsurkunden und anderen Sicherheitsdokumenten auf Papier produziert Police Press auch Magazine, speziell gestaltete Bucheinbände und Akzidenzen wie Broschüren oder Geschäftsausstattungen. Dabei kommen neben herkömmlichen auch im Tageslicht unsichtbare Farben zum Einsatz. „Die GTO ist extrem vielseitig, leicht zu bedienen und sehr robust“, sagt Mohamed Abu-Zahra. „Außerdem liefert sie eine hervorragende Qualität bei geringen Betriebskosten – es mag seltsam klingen, aber für uns ist sie ein Mitglied der Familie.“



ALLES GUTE ZUM GEBURTSTAG

DIETER SCHIEMENZ DRUCKEREI SCHIEMENZ GMBH, COTTBUS

Dieter Schiemenz ist ein Selfmademan. Der Cottbuser wollte nach der Wende noch einmal von vorne beginnen. Er hat Schriftsetzer gelernt, die Druckerei vom Vater übernommen, diese sukzessive auf- und in den vergangenen Jahren immer weiter ausgebaut. Heute beschäftigt die Druckerei Schiemenz GmbH an zwei Standorten in Cottbus 40 Mitarbeiter. Fester Bestandteil des Druckmaschinenparks sind eine GTO-Zweifarb- mit Nummerier- und Eindruckwerk und eine GTO-Vierfarben mit Wendetechnologie.

„Dank der GTO-Maschinen konnten wir über die Jahre sukzessive wachsen. Sie sind einfach zu bedienen, und man kann mit ihnen fast alles bedrucken – von Umschlägen bis zu dickem Karton“, sagt Schiemenz. Lange Zeit waren die Hauptaufträge Rechnungen und Lieferscheine, doch mit den Jahren kamen immer mehr Werbedrucksachen hinzu. Mittlerweile bedient Schiemenz auch Kunden in ganz Deutschland und der Schweiz.

Mit Technik allein kommt der Erfolg allerdings nicht, weiß Schiemenz: „Das Geld für diese Technik im Wert von etwa fünf Millionen Euro muss erwirtschaftet werden. Es ist nicht einfach, heute in der Druckbranche zu bestehen, denn die Großbetriebe diktieren gnadenlos die Preise.“ Doch den Schritt, sich als Drucker selbstständig gemacht zu haben, bereut er nicht. Dazu fließt zu viel Unternehmerblut in seinen Adern. Eine Sache hätte ihn freilich doch gereizt: „Mit dem Wissen von heute und meinem Schauspielertalent“, sagt er schmunzelnd, „hätte ich auch in die Politik gehen können.“



祝您生日快乐

ROGER YUEN CHUN MING PRINTING FACTORY CO. LTD., HONGKONG

Als Chun Ming vor einigen Jahren in eine neue GTO-Vierfarben 52 für seine Druckerei investierte, traf das Unternehmen eine ausschlaggebende Entscheidung. Denn die neue Maschine eröffnete dem kleinen Akzidenzbetrieb in Hongkong ein völlig neues Geschäftsfeld, das bis heute den größten Teil des Umsatzes ausmacht.

Damals suchte die boomende Bekleidungsindustrie in Hongkong händeringend nach Dienstleistern für den Druck von Anhänge-Etiketten. „Das Geschäft war zum Greifen nah, aber uns fehlten Produktionskapazitäten und die richtige Maschine dazu“, erinnert sich Managing Director Roger Yuen, der die Druckerei heute leitet. „Für uns begann ein Wettlauf mit der Zeit, denn normalerweise dauert es sechs Monate von der Bestellung bis zum Praxiseinsatz einer Maschine – aber so viel Zeit gab uns der Kunde nicht.“ Chun Ming rief bei Heidelberg an, dessen Team das schier Unmögliche schaffte und die neue Maschine in nur zweieinhalb Monaten startklar machte. „Das hat uns tief beeindruckt, und dafür sind wir bis heute dankbar“, sagt Roger Yuen.

Mithilfe der insgesamt fünf GTO 52 konnten Roger Yuen und sein Team viele weitere Kunden gewinnen, hauptsächlich aus der Bekleidungsindustrie. Dabei war eigentlich alles ganz anders geplant: Ursprünglich sollte die Druckerei im Werbemitteldruck wachsen. „Dank der unternehmerischen Weitsicht des Managements und der Vielseitigkeit der GTO konnten wir eine echte Marktnische besetzen“, sagt Roger Yuen und fügt lachend hinzu: „Trotzdem gibt es einen Wermutstropfen, denn unsere GTO-Maschinen halten uns ganz schön auf Trab.“

Farbe messen – aber richtig!

CIELAB, ΔE UND DICHTEN RICHTIG INTERPRETIEREN // Wer Qualität drucken will, kommt an der exakten Farbmessung nicht vorbei. Umso mehr stellt sich die Frage, warum unterschiedliche Messgeräte oft verschiedene Ergebnisse liefern: Worauf soll man sich in einem solchen Fall verlassen?

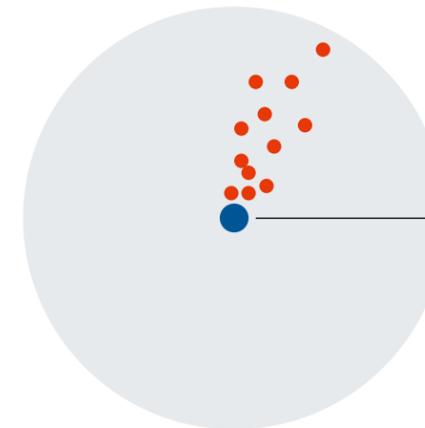
Moderne Farbmessgeräte basieren in der Regel auf einem Spektralfotometer – selbst dann, wenn sie nur Dichten anzeigen. Der Grund dafür ist die höhere Messgenauigkeit der Spektralfotometrie samt einer größeren Vielfalt an verfügbaren Messwerten. Deshalb ist es erforderlich, dass die an den Geräten einstellbaren Messbedingungen nicht nur richtig gewählt, sondern auch an allen Geräten identisch sind. Welche Einstellung korrekt ist, hängt nicht selten vom jeweiligen Land ab: Regionale Verbände, wie z. B. der bvdm in Deutschland oder die CGATS in den USA, haben diese Bedingungen einst festgelegt. Heute finden wir sie in den einschlägigen ISO-Normen wieder. Folgende Werte sind einstellbar:

Lichtart: Damit wird die Farbtemperatur der Beleuchtungslichtquelle festgelegt. Im Druck ist das zurzeit einheitlich D50, was 5 000 Kelvin entspricht.

Beobachterwinkel: Der Normbeobachter im Druck ist aktuell auf 2° festgelegt. Dies entspricht dem Beobachtungswinkel des Druckers beim Abstimmen.

Dichtefilter: Damit wird bestimmt, aus welchem Spektralbereich die Dichtewerte für CMYK ermittelt werden sollen. In Europa sind die Normen „Status E“ (= DIN 16 536) und „Status I“ (= DIN 16 536 NB; Schmalband) üblich. In den USA wird mit „Status T“ gemessen.

Polfilter: Polfilter eliminieren den Glanz der nassen Druckfarbe. Dadurch entsprechen die nassen also nahezu den trockenen Dichte- und Tonwerten.



Typische Verteilung der Messgeräte-Abweichung: Der blaue Punkt in der Mitte ist der Idealwert des Referenzgerätes. Der graue Kreis zeigt die zulässige Toleranz. Die roten Punkte stehen für die Abweichung unterschiedlicher Messgeräte. Wie zu sehen ist, orientiert sich die Abweichung meist in eine Richtung.

meter geringe Abweichungen geben. Diese sind in der Regel auf Qualität und Bauform des jeweiligen Sensors sowie dessen Kalibrierung zurückzuführen: Theoretisch müsste jedes Spektralfotometer auf absolutes Weiß und Schwarz kalibriert werden. In der Praxis existiert aber weder das eine noch das andere, sodass man am besten auf Referenzwerte von einer unabhängigen Institution, wie etwa dem Bundesamt für Materialprüfung in Berlin, zurückgreift. Dort lassen die Hersteller ein Gerät eichen und kalibrieren alle weiteren Geräte auf dieses eine „Mastergerät“. Je besser das Messgerät ist, desto enger legt der Hersteller dabei die Toleranzen für die ΔE- und Dichtewerte fest. Und: je kleiner die Toleranzen, desto höher die Messgenauigkeit.

Damit die Messgenauigkeit möglichst lange konstant bleibt, ist man als Anwender gut beraten, die Geräte regelmäßig warten und kalibrieren zu lassen. Als einziger Druckmaschinenhersteller bietet Heidelberg mit der Option Prinect Netprofiler eine Software, durch die der Drucker fast alle Prinect-Farbmessgeräte der neuen Generation höchstpersönlich kalibrieren kann – sogar farbmetrisch! Dadurch ist sichergestellt, dass die Geräte immer nahe am Auslieferungszustand sind und damit sehr zuverlässige Ergebnisse liefern.

Außerdem empfiehlt es sich, auch in der Druckerei selbst ein ausgewähltes Spektralfotometer zum „Master“ zu erklären. So lässt sich über mehrere Arbeitsplätze hinweg ein Höchstmaß an Messgenauigkeit und letztendlich Druckqualität sicherstellen. ■

Weißbezug: In den USA bzw. Nordamerika wird bei der Dichtemessung die Einstellung „Absolutweiß“ bevorzugt. In allen anderen Ländern ist der Weißbezug „Relativ“: Hier gilt also das Papierweiß immer als Nullpunkt.

Möchte man nun ein Spektralfotometer mit einem alten Densitometer zur Übereinstimmung bringen, muss man die Einstellungen des Densitometers genau kennen und exakt dieselben Parameter am Spektralfotometer übernehmen.

Trotz identischer Settings kann es übrigens selbst innerhalb der Gruppe der Spektralfoto-

Vielen Dank für Ihr Feedback!

ERGEBNISSE DER LESERBEFRAGUNG 2012 // Liebe Leserinnen und Leser, Ihre Rückmeldungen haben uns gezeigt, dass die *Heidelberg Nachrichten* bei Ihnen auf großes Interesse stößt, intensiv gelesen wird und eine ungewöhnlich hohe Leser-Blatt-Bindung aufweist. Das haben wir der Online-Umfrage entnommen, an der sich rund 350 Abonnenten aus aller Welt beteiligt haben. Neben viel Lob erreichte uns zum Glück auch konstruktive Kritik. Denn daraus können wir ablesen, wie sich das Magazin weiter verbessern lässt. Deshalb möchten wir uns an dieser Stelle sehr herzlich bei allen Teilnehmern für ihr Engagement und die Unterstützung bedanken! Diejenigen unter Ihnen, denen die Glücksgöttin eine kleine „Entschädigung“ für die Teilnahme an unserer Lesenumfrage zugedacht hat, finden ihre Namen auf Seite 55.

INTENSIVE NUTZUNG

59 %

der Befragten haben in allen vier Ausgaben der letzten zwei Jahre gelesen oder geblättert.

Wie viele Ausgaben hatten Sie in den letzten zwei Jahren in der Hand?



KOMPETENT UND GLAUBWÜRDIG

90 %

Fast schreiben dem Magazin eine objektive und glaubwürdige Berichterstattung zu, 95 % bereitet es Freude.

Welche Eigenschaften treffen auf die *Heidelberg Nachrichten* zu?

- A Es macht Freude, *Heidelberg Nachrichten* zu lesen
- B Hat Fachlich kompetente Beiträge
- C Die Beiträge sind verständlich geschrieben
- D Liefert Hintergrundinformationen
- E Objektive und glaubwürdige Berichterstattung
- F Bietet Themen, die man sonst nirgendwo findet
- G Liefert nützliche Tipps und Anregungen für meine Arbeit

- Trifft stark zu
- Trifft zu
- Trifft weniger zu
- Trifft gar nicht zu



HOHES INTERESSE

50 %

Fast der Befragten haben die letzte Ausgabe der *Heidelberg Nachrichten* mehr oder weniger vollständig gelesen.

Wie viele Seiten der letzten Ausgabe haben Sie gelesen?



NÜTZLICHER IDEENGEBER

Die große Mehrheit der Befragten attestiert dem Magazin einen hohen Nutzwert durch Informationen, die zu neuen Ideen anregen, Orientierung bieten und Entscheidungssicherheit vermitteln.

Die *Heidelberg Nachrichten* ...

- A ... vermittelt interessante Einblicke in andere Betriebe der Printmedien-Branche
- B ... hält mich über das aktuelle Produkt- und Serviceangebot von Heidelberg auf dem Laufenden
- C ... gibt Anregung für neue Ideen
- D ... bietet Orientierungshilfe in Bezug auf das Marktgeschehen
- E ... bietet Entscheidungshilfe bei anstehenden Investitionen

- Trifft stark zu
- Trifft zu
- Trifft weniger zu
- Trifft gar nicht zu



ZUFRIEDENE LESER

98 %

der befragten Leser sind mit dem Magazin mindestens zufrieden.

Wie zufrieden sind Sie mit der *Heidelberg Nachrichten*?



STARKE BINDUNG

88 %

der befragten Leser würden das Magazin vermissen, bekämen sie kein Exemplar mehr.

Angenommen, Sie würden die *Heidelberg Nachrichten* nicht mehr erhalten. Würden Sie das Magazin ...



KONSTRUKTIVE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

Leser wünschen sich mehr technische Informationen und Hilfestellungen bei der täglichen Arbeit.

Damit die *Heidelberg Nachrichten* besser wird, sollte das Magazin ...

- A ... mehr technische Informationen liefern
- B ... mehr Hilfestellung bei der täglichen Arbeit geben
- C ... mehr Informationen über Geschäftsmodelle anderer Druckereien bringen
- D ... stärker auf aktuelle Markttrends eingehen
- E ... historisch interessante Branchenthemen aufbereiten
- F ... Menschen, die mit und an den Maschinen arbeiten, stärker in den Vordergrund rücken
- G ... sich stärker auf die Menschen in der Printmedienbranche konzentrieren
- H ... verstärkt Infografiken einsetzen
- I ... kürzere Texte haben
- J ... Sonstiges





MEN AT WORK // FOLGE 11
FRANZ VORRABER //
ST. RUPRECHT AN DER RAAB,
ÖSTERREICH

Der vielseitige und sehr flexible technische Betriebsleiter

FRANZ VORRABER (54) ist seit 36 Jahren bei der Universitätsdruckerei Klampfer in St. Ruprecht an der Raab beschäftigt, bringt es beim Golfen auf ein Handicap von 13,8 und spielt mit seiner Band „Circles“ auf Veranstaltungen in ganz Österreich. Der vielseitige Technische Leiter ist aber vor allem eines: ein Familienmensch, der in seiner Freizeit die Kunst der Entspannung zelebriert.

Wie sieht ein normaler Tagesablauf im Leben des Franz Vorraber aus?

Ich stehe gegen 5:30 Uhr auf, trinke einen guten Kaffee und esse dazu Bauernbrot mit Marmelade und Obst aus unserem Garten. Für die Fahrt zur Druckerei von unserem Haus aus – ich lebe mit meiner Frau auf einem ehemaligen Bauernhof – brauche ich etwa 30 Minuten. Gegen 7 Uhr beginne ich mit der Arbeit. Als Betriebsleiter kümmere ich mich um die Druckplanung, die Produktion und natürlich um die Betreuung unserer Großkunden. Um 17 Uhr, meistens später, geht es wieder nach Hause.

Was gefällt ihnen an Ihrer Arbeit, was weniger?

In meinem Beruf sind Flexibilität und Kreativität gefragt. Außerdem mag ich den engen Kontakt zu Kunden und den persönlichen zu meinen Kollegen. Jeder ist in seinem Bereich ein wichtiger Teil unserer Druckerei, weshalb wir auch konkurrenzfähig sind. Das gefällt mir, weil es nie langweilig wird. Wenn ich aber sehe, wie schwer es durch die hier ansässigen Industriebetriebe für uns ist, gute Mitarbeiter zu bekommen, dann tut mir das Herz schon weh. Das gefällt mir gar nicht.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Ich bin ein Familienmensch und am liebsten mit meiner Frau und meinen drei erwachsenen Töchtern zusammen, die oft bei uns vorbeischaun. Entspannung ist mir wichtig. Deshalb spiele ich zusammen mit meiner Frau auch seit neun Jahren Golf. Außerdem fahren wir regelmäßig nach Griechenland in ein ruhiges Privathaus abseits vom Touristentrubel, wo wir die Seele baumeln lassen können.

Stimmt es, dass Sie Musiker in einer Band sind?

Ja, ich spiele Schlagzeug und Harmonika bei den „Circles“. Unsere Band macht Tanzmusik aus den 60er-, 70er-Jahren – Lieder von den Beatles, Stones und aktuellen Interpreten. Wir sind also sehr vielseitig. Und weil Tanzmusik gerade wieder sehr gefragt ist, treten wir regelmäßig in ganz Österreich auf.

Haben Sie irgendeinen besonderen Wunsch?

Eigentlich nicht, ich habe ein sehr ausgefülltes Leben. Ich mache meinen Job sehr gerne und komme zu meinen Hobbys. Ansonsten freue ich mich, dass ich jetzt auf der Welt bin, dass es mir, meiner Frau und den Kindern gut geht und wir alle gesund sind. Wenn es so bleibt, ist alles perfekt. Mehr geht nicht.

Stimmen zur HN

+ Arthur Fischer, Volketswil, Schweiz // Die Heidelberg Nachrichten ist auch für einen gelernten Buchdrucker sehr interessant, unterhaltend und nicht zuletzt eine exklusive Drucksache – der Name verpflichtet. Weiter so!!

+ Bernd Stehr, Wiesbaden, Deutschland // Bitte nehmen Sie mehr Tipps und Tricks mit auf, denn damit leisten Sie auch einen Beitrag für Auszubildende und die Fortbildung der Mitarbeiter.

+ Nick Gawreluk, Minnesota, USA // Machen Sie weiter so, werfen Sie bitte aber auch einmal einen Blick auf Studierende innerhalb unserer Branche. Das könnte wirklich eine interessante Geschichte für Ihr Magazin werden.

+ Anthony Minchinton, Uxbridge, United Kingdom // Ich würde gerne mehr über Marketing und Vertriebsstrategien für kleine Druckereien in Ihrem Magazin lesen. Interessant wären auch Artikel, in denen man erfährt, wie sich kommunale Auftraggeber als Kunden gewinnen lassen und auf welche technischen Aspekte es bei der Produktion von innovativen Druckprodukten ankommt.

+ Maryna Fedotova, Kyiv, Ukraine // Es wäre schön, wenn man in der Heidelberg Nachrichten mehr über unterschiedliche Geschäftsmodelle in verschiedenen Regionen der Welt erfahren könnte. Außerdem würde mich interessieren, mit welchen kreativen Ideen Druckereien am Markt erfolgreich sind und was sich Ihrer Meinung nach alles ändern muss, damit unsere Branche weiterhin Bestand hat.

+ André van Dijk, Haarlem, Netherlands // Die Heidelberg Nachrichten ist ein wichtiges Informationsmedium innerhalb der Printmedienindustrie. Ich fände es gut, wenn das Magazin künftig regelmäßig über die technologischen Aus- und Absteiger im digitalen Marktsegment berichten würde. Wie Heidelberg darüber denkt und an welchen Lösungen das Unternehmen für diesen schnell wachsenden Bereich arbeitet, wäre bestimmt auch für viele andere Leser interessant.

GEWINNER DER ONLINE-LESERUMFRAGE HN 272

1. Preis: iPad

Tore Bergstrøm, Aller Trykk AS, Trøgstad, Norwegen

2.–4. Preis: je ein iPod touch

Abdul Monem, Lion Press Private Limited, Lahore, Pakistan

Richard Lisac, AGI North America LLC, Illinois, USA

José Olger Ludeña Chávez, Librería Impresora Independencia s.r.l., Arequipa, Perú

5.–7. Preis: je ein Gutschein im Wert von 100 Euro für den Heidelberg Merchandising Shop

Mark Atkinson, Rotary Offset Press, Homebush West, Australia

Peter Mifsud, PROPRINT, Mosta, Malta

Masoud Aghaei, 13 printing industry, Sari (Mazandaran), Iran

IMPRESSUM

© Heidelberger Druckmaschinen AG, Ausgabe 273, Jahrgang 2012

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 & Communications, Print Media Academy, Education & Consulting

Projektleitung

Dietmar Seidel
Tel.: +49-(0)-6221-92-5074
Fax: +49-(0)-6221-92-5042
E-Mail: Dietmar.Seidel@heidelberg.com

Ressort Products & Solutions

Sabine Langthaler
E-Mail: Sabine.Langthaler@heidelberg.com

Herstellung

SIGNUM communication GmbH
Lange Rötterstraße 11
68167 Mannheim, Deutschland
Tel.: +49-(0)-621-33974-0
Fax: +49-(0)-621-33974-20
www.signum-web.de

Chefredaktion und Projektleitung

Volker Zeese
E-Mail: Zeese@signum-web.de

Projektassistenz

Robel Mesfin

Kreativ-Direktion

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

Art-Direktion

Oliver Weidmann

Layout

Jochen Daum

Autoren dieser Ausgabe

Volker Zeese (4-5, 6-15, 40-41, 42-47, 52-53, 54),
Heike Link (26-29, 30-32), Klaus Pfenning (16-21, 34-39),
Georg Haiber (48-50)

Fotografen dieser Ausgabe

Chris Crisman (Titel, 16-21), Antonina Gern (6-15, 54),
Sabine Kress (42-47)

Druck

Gedruckt in der Bundesrepublik Deutschland,
Print Media Center, Heidelberg

Produktionsverfahren

Druckplatten: Suprasetter
Druck: Speedmaster
Finishing: Stahlfolder
Consumables: Saphira
Fonts: Heidelberg Gothic, Heidelberg Antiqua

Auflage

90 000 Exemplare

Verbreitungsgebiet

120 Länder

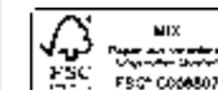
Sprachen

Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch

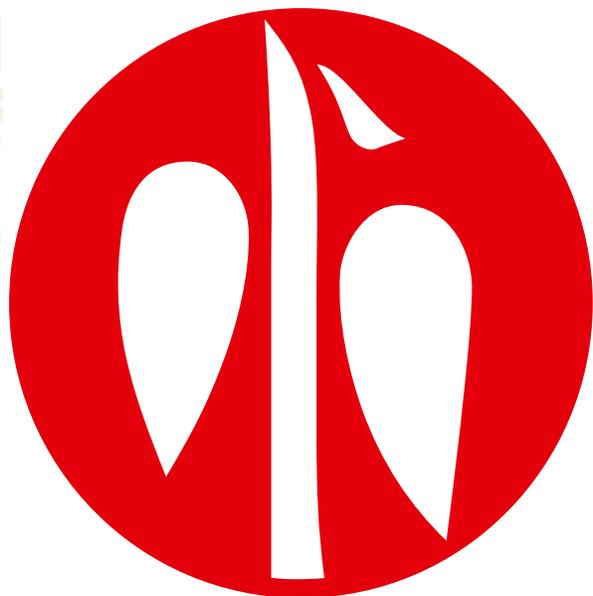
Titelbild

Greg Sookiasian, Sonik Artounian und Ray Hartoonian von GotPrint

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.



157 YRS PASSION4PAPER PERFECTION SCHEUFELN SERVICE 24H / 365 HIGH
 HIGH SPEED ABSOLUTE PREMIUM HIGH PRODUCTIVITY
 PASSIONATE ULTIMATE WHITE
 CREATIVE INNOVATION AS A TRADITION HIGH QUALITY
 33000M PER DAY RUNNING METER TAMBOUR
 UNIQUE DIFFERENT QUALITY
 PREMIUM 1855
 WHITE SINCE



UNSER GEHEIMREZEP FÜR PREMIUMPAPIERE: KEINE KOMPROMISSE.

DIE PAPIERFABRIK SCHEUFELN IST SEIT 1855 EUROPAS FÜHRENDER HERSTELLER FÜR GESTRICHENE PAPIERE IN PREMIUMQUALITÄT.

Unser Rezept dafür ist seitdem gleich geblieben: Wir bieten einfach nur das Beste – in jeder Hinsicht. Bei der Rohstoffauswahl, im Herstellungsprozess, bei der Qualitätssicherung und im Service. Alle unsere Papiere sind selbstverständlich FSC- bzw. PEFC-zertifiziert. Und enthalten Blatt für Blatt vier weitere, unverzichtbare Spezialzutaten – die Werte, für die wir stehen: premiumorientiert, leidenschaftlich, kreativ und einfach anders. Made by Scheufelen – Made in Germany.

MEHR ZU UNS UND UNSEREN MARKEN UNTER WWW.SCHEUFELN.COM

THE SCHEUFELN BRANDS: heaven 42[®] bvs[®] bro[®] phoenixmotion[®]