



# Offset und Inkjet ziehen an einem Strang

Die Druckerei Hamburg-Ahrensburg der Axel Springer AG nutzt das Kodak Prosper S30 Eindrucksystem für den hybriden Zeitungsdruck

Ganz auf dieser strategischen Linie liegt das Engagement im hybriden Zeitungsdruck. Eine der sechs Colorman-Zeitungsrotationen der Druckerei wurde mit einem Kodak Prosper S30 Eindrucksystem ausgestattet. Die Kombination von konventionellem Coldset-Rollenoffset- und Hochgeschwindigkeits-Inkjetdruck in dieser weltweiten Pilotinstallation ermöglicht das Eindrucken variabler Daten in statische Inhalte, ohne die Produktivität der Rollenoffsetdruckmaschine zu beeinträchtigen. Damit hat sich die Druckerei eine technische Lösung ins Haus geholt, mit der sich das Traditionsmedium Zeitung für die Leser wie auch für Werbekunden attraktiver machen lässt. Das digitale Eindrucken erlaubt die Versionierung oder Individualisierung von Werbekampagnen durch die Anreicherung statischer Werbeeinhalte mit variablen Informationen und Bildkomponenten. So werden die Voraussetzungen geschaffen, um Druck-Erzeugnisse in crossmediales Marketing einzubinden und Brücken zwischen der Online- und Offline-Welt zu schlagen. Beispielsweise sorgen fortlaufende Gewinnnummern, variable QR-Codes und wechselnde URLs oder Grafiken dafür, dass sich Anzeigen

von Zeitungsexemplar zu Zeitungsexemplar unterscheiden und im Rahmen von Multichannel-Kampagnen zentrale Anreizfunktionen übernehmen. Zudem bekommen Zeitungsverlage mit dem variablen Eindrucken ein Instrument an die Hand, mit dem sie für die Leser ihrer Titel attraktive Gewinnspiele veranstalten können, um den Verkauf anzukurbeln und die Leser-Blatt-Bindung zu fördern.

## Eindrucksystem für den variablen, einfarbigen Druck

»Durch die Zielsetzung, für unsere eigenen Verlage und Kunden am Akzidenzmarkt attraktiver zu werden, beschäftigen wir uns seit Langem mit verschiedenen technischen Neuheiten. Wir pflegen einen sehr engen Kontakt mit unseren Herstellern. Auf diesem Weg lernten wir auch Kodak und das Thema digitales Eindrucken kennen«, berichtet Thomas Drensek, Werkleiter der Offsetdruckerei Ahrensburg. »Anfängliche Überlegungen gab es bereits 2006, als manroland mit Tests im eigenen Werk begann. 2010 installierten wir dann das erste Eindrucksystem von Kodak, ein Versamark DH6240 System, in einem Versuchsaufbau in der Rotation.«

Im September 2011 wurde das System durch das Kodak Prosper S30

»Mehr als herkömmlicher Zeitungsdruck« lautet die Devise bei der Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensburg der Axel Springer AG. Mit seinem Leistungsangebot will das Unternehmen für die eigenen Verlage des Medienunternehmens attraktiver werden und auch im Akzidenzgeschäft mehr Aufträge gewinnen.



Die Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensburg ist eine von drei Verlagsdruckereien der Axel Springer AG.



Volker Wehmeyer (Leitung Planung und Steuerung), Thomas Dresek (Werkleiter) und Holger Benthack (Produktionsmanagement Druck) treiben bei Axel Springer das Projekt ›Hybrider Zeitungsdruck‹ voran.



Die Rotation produziert mit Bahngeschwindigkeiten bis 13,2 m/s, womit die Kapazität des Prosper S30 Systems (max. 15 m/s) noch nicht ganz ausgereizt wird. Der Druckkopf wird über eine Traverse in Position gefahren.

Eindrucksystem ersetzt. Dieser bislang schnellste Eindrucksystem von Kodak liefert bei 600 x 200 dpi und Bahngeschwindigkeiten der Rotation bis 900 m/Min. (15 Meter pro Sekunde) Resultate in gleich bleibend guter Qualität. Die Ansteuerung und Belieferung des Hochgeschwindigkeitssystems mit Druckdaten erfolgt über einen Kodak Versamark CS410 Systemcontroller und für die Aufbereitung der variablen Daten steht die Software Versamark IJ Data Prep zur Verfügung, die Druckdaten im IJPDS-Format generiert.

Der variable, einfarbige Druck ist bei Springer mit dem Prosper-System in einer 105,6 mm breiten Zone über die gesamte Abschnittlänge der jeweiligen Produkte möglich. Das System arbeitet mit wasserbasierender Pigmenttinte, die auf Zeitungspapier eine dem Offsetdruck vergleichbare Schwarz-Dichte erreicht.

»Die Geschwindigkeit ist wesentlich. Wir dürfen nicht ausgebremst werden. Natürlich benötigen wir eine hohe Eindrucksqualität, möglichst auf Offsetniveau. Eine weitere Anforderung ist, dass wir die Bewegungsfreiheit für das Personal in der Maschine nicht einschränken. Und aus Kundensicht kommen die Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit dazu«, so umreißt Holger Benthack,

Produktionsmanagement Druck, die generellen Anforderungen an die Eindruckslösung. »Das Prosper S30 System bietet uns alles, was wir in diesem Zusammenhang benötigen. Mit dem DH6240 System konnten wir nur bei 240 mal 120 dpi und bis maximal 35.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde eindringen. Heute fahren wir mit dem S30 System 42.500 Zylinderumdrehungen, das entspricht 13,2 Meter pro Sekunde. Das heißt, es gibt noch Spielraum. Außerdem haben wir die höhere Auflösung und erreichen ein intensiveres Schwarz. Das sind die entscheidenden Fortschritte.«

#### Freie Bahn für flexibles Eindringen

Das Kodak Prosper S30 System wurde im Überbau einer Colorman-Rotation eingebaut. Die Anordnung sorgt dafür, je nach Bahnführung eine der Papierbahnen von zwei verschiedenen Drucktürmen zu bedrucken. Durch diese Platzierung lassen sich variable Elemente nicht nur auf die Außenseiten, sondern auch ausgewählte innen liegende Seiten von Zeitungen drucken.

Für die Integration des Eindrucksystems nahm manroland web systems eine Anpassung der Papierbahn-Einziehwege vor. Verschiedene Papierleitwalzen wurden eingebaut und

Traversen eingesetzt, um den Druckkopf und weitere mechanische Komponenten aufzunehmen. Um die wenigen Millimeter Abstand zwischen Druckkopf und Papierbahn konstant zu halten, befindet sich die Inkjet-Druckzone über einer Leitwalze.

»Wir haben uns verschiedene Inkjet-Technologien angesehen und sind der Meinung, dass es zu Prosper S30 keine Alternative gibt. Nur dieses System erlaubt die hohe Druckgeschwindigkeit und liefert dabei diese Qualität. Ein Vorteil besteht auch darin, dass der Inkjet-Kopf an jeder gewünschten Stelle über die Bahnbreite positioniert werden kann«, sagt Thomas Dresek.

Er hat neben den technologischen Aspekten auch die Frage der Marktimplementierung im Auge: »In dieser Hinsicht beschreiten wir unterschiedliche Wege. Selbstverständlich stehen wir mit unseren eigenen Marketingorganisationen im Hause Axel Springer in engem Kontakt. Zusätzlich nutzen wir unsere Verbindungen zu Kreativen, da wir glauben, dass wir nur gemeinsam mit den Marketingbereichen und den Kreativen Geschäftsmodelle entwickeln können, die zum Erfolg führen.« In diesem Zusammenhang ergänzt Volker Wehmeyer, Leitung Planung und Steuerung der Dr-

#### OFFSETDRUCKEREI HAMBURG-AHRENSBERG

Die im Jahr 1984 in Betrieb genommene Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensberg mit rund 300 Beschäftigten ist eine von drei Verlagsdruckereien der Axel Springer AG. Weitere Zeitungsdruckereien unterhält das Unternehmen in Berlin-Spandau sowie in Essen-Kettwig. Am Standort Ahrensberg, rund 20 km nordöstlich von Hamburg, wurde im Zeitraum von 1998 bis 2006 die Technik komplett erneuert. Heute stehen für den Zeitungsdruck sechs Colorman-Zeitungsoffsetrotationen mit insgesamt 144 Druckwerken zur Verfügung, auf denen pro Jahr etwa 60.000 t Papier bedruckt werden. Zusätzlich wird ein jährliches Aufkommen von 280 Millionen Beilagen verarbeitet. Verlags-eigene Zeitungsobjekte lasten die Druckerei zu rund 70% aus; Fremdaufträge füllen die übrige Produktionskapazität. Das Produktionsprogramm umfasst Titel der Axel Springer AG, wie das »Hamburger Abendblatt«, »Bild«, »Bild am Sonntag«, »Die Welt«, »Welt Kompakt« und »Welt am Sonntag«. Dazu kommen im Lohnauftrag gedruckte Teilaufgaben überregionaler Tages- und Wochenzeitungen sowie unterschiedlichste Akzidenzaufträge.



Hybrider Druck im Einsatz zur Förderung der Leser-Blatt-Bindung: Das ›Cash Million‹-Gewinnspiel in ›Bild‹ wurde via Digital-Eindruck realisiert.



Beim Event für Zeitungsexperten im September wurde eine Sonderausgabe der ›Welt Kompakt‹ mit Informationen über das Hybriddruck-Projekt produziert.

ckerei: »Mit der Inkjet-Individualisierung können wir unseren Verlagskunden zwei Schwerpunkte bieten. In Zeiten sinkender Auflagen und Umfänge sind Instrumente gefragt, die ein Gegensteuern ermöglichen. Da bieten sich Gewinnspiele an, die wir mit der Eindrucklösung realisieren können und die die Leser dazu bringen, dem Produkt über mehrere Tage hinweg treu zu bleiben. Das zweite Thema ist jedwede Vermarktung im Anzeigenbereich. Wir leisten bei Verlagen sehr viel Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit, um die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass das erklärungsbedürftige Produkt inhaltlich variable Anzeige den Werbekunden näher gebracht wird.«

### Hybrid zeigt Wirkung

Nach umfangreichen Tests wurde im Oktober 2011 in Zusammenarbeit mit Kodak in einer Branchenbeilage für das ›Hamburger Abendblatt‹ die erste reale Produktion mit versionierter Anzeigenwerbung gefahren. Jeder der 220.000 Drucke eines Kodak Anzeigenmotivs erhielt per Inkjet-Eindruck einen Gewinncode, über den bei einer Verlosung ein Drucker zu gewinnen war.

In den Bereich der Maßnahmen zur Förderung der Leser-Blatt-Bindung fällt eine groß angelegte, mehrwöchige Aktion, die ›Bild‹ für das Hamburger Stadtgebiet im April und Mai 2012 durchführte. Beim ›Cash Million‹-Gewinnspiel erschienen jeweils zu Wochenbeginn in der Zeitung Spielscheine mit individuellen, per Inkjet eingedruckten Zahlenkombinationen. Die Leser mussten dann ihre Zahlen mit den täglich veröffentlichten Glückszahlen vergleichen und konnten am Ende der Aktion attraktive Geld- und Sachpreise gewinnen.

Eine ähnliche Verlosungsaktion lief im Mai mit täglich 35.000 Exemplaren der ›Welt Kompakt‹. Über einen individuellen Gewinncode auf der Titelseite der Tabloid-Zeitung waren begehrte Elektronikartikel zu gewinnen. Ursprünglich auf einen Zeitraum von zwei Wochen angelegt, entschied sich der Verlag aufgrund des Erfolgs der Kampagne zur Verdoppelung der Laufzeit.

### Großes Zukunftspotenzial

Nach den positiven Erfahrungen ist zu erwarten, dass die hybride Druckproduktion auf der Rotation weiter zunehmen wird. Kommt das Prosper S30 System zum Einsatz, sind bisher 20 Minuten zusätzliche Einrichtezeit eingeplant, da die Druckkopfposi-

tion manuell angepasst werden muss. Eine Software von manroland web systems regelt die Position des Inkjet-Druckbildes in Druckrichtung. »Wir fahren die Maschine zunächst mit Andruckgeschwindigkeit. Dann werden alle Offset-Parameter eingestellt und der Inkjet-Kopf justiert«, erläutert Holger Benthack. »Danach ist noch ein Halt nötig, um nachzumessen und genau zu justieren. Zukünftig entfällt dieser Halt.«

Die weitere Optimierung der Installation in der Zusammenarbeit zwischen der Druckerei, manroland web systems und Kodak zielt in Richtung Rüstzeitverkürzung auf wenige Minuten, mehr Bedienerfreundlichkeit und Verbesserung des Registers. Dies wurde inzwischen durch einen motorischen Antrieb und die Fernverstellung der Druckkopfposition auf einer Traverse vom Rotationsleitstand erreicht sowie durch eine Reduzierung der Registertoleranz auf 0,1 mm über die gesamte Geschwindigkeitsskala hinweg.

»Wir sehen in der Technologie mit ihren Möglichkeiten zur Individualisierung großes Zukunftspotenzial«, resümiert Thomas Drensek.

- › [www.graphics.kodak.com](http://www.graphics.kodak.com)
- › [www.offsetdruckerei-ahrensburg.de](http://www.offsetdruckerei-ahrensburg.de)
- › [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de)

### Event für Experten

#### RUND UM INDIVIDUALISIERTE ZEITUNGEN

Wie lässt sich die gedruckte Zeitung für Leser, Werbetreibende und auch für Verlage attraktiver machen?

Eine Frage, die am 25. September 2012 zahlreiche Führungskräfte aus der Zeitungsbranche in der Offsetdruckerei Ahrensburg der Axel Springer AG zusammenführte und auf die in technischer Hinsicht manroland, Kodak und die Techniker des Zeitungshauses die Antworten lieferten.

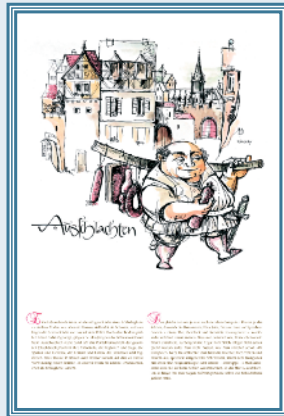
Mit dem variablen Druck bekommen Verlage ein Instrument in die Hand, mit dem sie in ihren Titeln Gewinnspiele und ähnliches durchführen können. Dies mit dem Ziel, den Verkauf und die Leser-Blatt-Bindung zu fördern. Natürlich lässt sich das Inkjet-Eindrucken auch für redaktionelle Zwecke nutzen, etwa um Zeitungen während der Produktion fortlaufend mit neuesten Nachrichten zu aktualisieren oder nach Zielgruppen getrennte Inhalte einzudrucken. Exakt solche Anwendungen sind es, denen Prof. Karl Malik, Unternehmensberater und Fachpublizist, in seinen Ausführungen eine entscheidende Funktion dafür beimaß, dass die gedruckte Zeitung lebt. Wichtig für den Erfolg sei das Angebot von Mehrwerten in und mit der Zeitung sowie eine konsequente Weiterentwicklung von Print. Diese solle sich nahe an den Medienkonsum-Gewohnheiten der Menschen orientieren.

Einen Höhepunkt der Veranstaltung bildete die Live-Demo des Hybriddrucks mit dem Kodak Prosper S30 Eindrucksystem. Die Besucher hatten die Möglichkeit, die im Überbau der Colorman-Rotation installierte Eindrucklösung aus nächster Nähe in Aktion zu erleben.



# DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE  
DER SCHWARZEN KUNST



Der Zyklus enthält zwölf Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch. Die Zeichnungen stammen von Carlfritz Nicolay, die Texte von Hans-Georg Wenke. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel  
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50

