

Die Zukunft des Zeitungsdrucks beleuchtet

Zeitung und digitale Medien werden auch weiterhin nebeneinander bestehen. Zu diesem Fazit kamen rund 50 Spezialisten aus der internationalen Druckbranche, die ContiTech Elastomer Coatings zum Drucktuch-Symposium nach Northeim eingeladen hatte. Im Fokus: die Zukunft des Zeitungsdrucks in Zeiten von iPad und Co.

Text und Bilder: ContiTech

»Unser Fazit lautet: Die Zeitung wird auch künftig ihren Platz in der Medienwelt behaupten. Zeitungsdruckereien werden auch weiterhin erfolgreich sein und wirtschaftlich arbeiten, wenn sie sich innovativen Ideen und neuen Ansätzen öffnen«, fasst



Markus Gnass, Leiter Geschäftsbereich Metalldrucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings, das Ergebnis der Veranstaltung zusammen. Elektronische Medien, so die Einschätzung der Teilnehmer, seien zwar weltweit auf dem Vormarsch und werden einen Teil der klassischen Druck-Erzeugnisse in den westlichen Industrienationen verdrängen. Doch sie werden Druck-Erzeugnisse in den nächsten Jahren keinesfalls komplett ersetzen, sondern vielmehr ergänzen. »Verlage müssen sich als Dienstleister für ihre Kunden sehen und nicht als reine Informationsübermittler. Nur wer seinen Kunden Mehrwerte bietet und alle Möglichkeiten ausschöpft, wird sich künftig in der Branche behaupten können«, betont Markus Gnass.

Innovative Produkte als starke Marken

Mit welchen kreativen Ideen sich die Branche dieser Herausforderung stellen kann, zeigten die Vorträge namhafter Referenten.

Den Anfang machte Manfred Werfel vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien WAN-IFRA. Sein

Vortrag drehte sich um innovative Produkte im Zeitungsdruck, wobei er erfolgreiche Praxisbeispiele vorstellte: Die brasilianische Tageszeitung ›Correio de Bahia‹ beispielsweise habe sich mit einem Redesign neu erfunden und mit ausgefallenen Marketingaktionen die verkaufte Auflage sowie den Anteil junger Leser innerhalb von knapp drei Jahren fast verdreifacht. Die ›Allgäuer Zeitung‹ hat sich mit Aktionen unter dem Namen ›Griaß di'‹ als lokale Marke etabliert und erzielt so eine starke Wirkung im Markt. Die Tageszeitung ist in dem gut gemachten Mitmachportal ›Griaß di'‹ im Internet präsent, bringt ein kostenloses Monatsmagazin gleichen Namens heraus, bietet Veranstaltungen vom Oktoberfest bis zur Hüttengaudi unter der Marke an und vertreibt unter dem Label Markenprodukte von Babysocken über Seppelhut bis zum Sixpack mit Bierkrug.

Interessante technische Lösungen, etwa Formate wie Half Cover oder Flying Page, Open up oder Bottom Down oder auch Superpanorama, sind eine weitere Möglichkeit für Druckereien, sich neu zu positionieren. Außergewöhnliche Anzeigenangebote wie Anzeigen-Aufkleber oder Booklets mit Rabattgutscheinen sind Ideen, die Anzeigenkunden wie Endverbraucher neu begeistern können. Denn eins, so das Fazit von Referent **Manfred Werfel**, mache die Zeitung nahezu unschlagbar: Man kann sie überallhin mitnehmen und lesen: jederzeit und an jedem Ort der Welt.



Wirtschaftlichkeit und Qualität gehören zusammen

Das Thema Wirtschaftlichkeit im Zeitungsdruck von der Vorstufe bis zum

Druck beleuchtete Oswald Grütter, Inhaber der Unternehmensberatung quality&more aus der Schweiz. Das A und O dabei sei eine perfekte Prozessbeherrschung: »Die Qualität einer Zeitung beginnt nicht erst im Druck, sie beginnt bereits bei einer guten Fotografie mit einer zum Sujet passenden Bearbeitung. Ein modernes Layout muss dem Verfahren sowie dem Bedruckstoff und dem Format angepasst sein.«

Druckereien müssen die Verfahren in allen Fertigungsstufen perfekt beherrschen und qualitativ hochwertig, aber kostengünstig produzieren. Dazu gehöre die Standardisierung der Arbeitsabläufe ebenso wie die aller Ausgabesysteme. Wirtschaftlichkeit und Qualität, so fasste Oswald Grütter zusammen, gehören unbedingt zusammen. »Doch nicht die Technik macht die Qualität, sondern die Mitarbeiter, die die Technik bedienen. Und Wirtschaftlichkeit stellt sich ein, wenn die Kommunikation stimmt. Das«, so gab er dem Forum mit auf den Weg, »ist eine Führungsaufgabe.«

›Grüne‹ Produktion spart Energie und Ressourcen

Um Energiesparpotenziale im Zeitungsdruck ging es in den Ausführungen von Manfred Janssens, Produktionsmanager bei EPC Zeitungsdruck, eine der modernsten Zeitungsdruckereien in Europa im belgischen Lokeren. Das Unternehmen setzt auf ›grüne‹ Zeitungsproduk-



Zu Gast bei ContiTech in Northeim: Experten aus der internationalen Druckindustrie diskutierten über die Zukunft der modernen Zeitungsproduktion in Zeiten von iPad und Co.



Druckexperten aus ganz Europa verfolgten die hochkarätig besetzten Vorträge beim Drucktuch-Symposium von ContiTech Elastomer Coatings in Northeim.

tion. Mit dem wasserlosen Druckverfahren sowie neuer Technologie, internen Optimierungen und der Industrialisierung von Prozessen ist es dem Unternehmen gelungen, enorme Einsparungen bei Wasser- und Energiekosten zu erzielen. So wird die Kühlung der Druckmaschinen per Kompressor, Pumpen und Turm – sobald die Außentemperaturen es zulassen – durch eine Freikühlung im Kühlturm ersetzt. Die Klimaanlage in der Rotationshalle konnten nach einer Modifikation auf Direktkühlung deutlich heruntergeregt werden. Und das Frischwasser wird durch Wasser aus einem See ersetzt. Weitere Einsparungen in Sachen Wartungskosten sowie Wasser-, Energie- und Reinigungsmittelverbrauch wurden durch den Einsatz des wasserlosen Drucks erzielt. »Der wasserlose Druck ist ein neuer Druckstandard mit herausragenden Vorteilen und einer perfekten Druckqualität«, fasste Manfred Janssens zusammen.

Flexible Versandraumtechnik

Die Versandraumtechnik stand im Mittelpunkt des Vortrags von Hans Leuenberger von der Müller Martini Druckverarbeitungs-Systeme AG mit Hauptsitz im schweizerischen Zofingen. »Die Zeitung bietet nicht nur einen unvergleichlichen Mix aus Information und Unterhaltung und ist ein exzellenter Werbeträger, sondern ist auch eine Meisterleistung der Logistik, aktuell, pünktlich, Tag für

Tag. Damit dies gewährleistet ist, braucht es ein flexibles System für Druck, Weiterverarbeitung und Logistik«, stellte der Referent heraus. Moderne Versandraumsysteme für Zeitungen umfassen die Prozessabwicklung von der Rotation zur Verlegerampe, Lösungen für zielgruppen-gerechtes Zoning, Systeme für Finishing und Konfektionierung von Semicommercials sowie einen umfassenden Investitionsschutz und professionelles Life Cycle Management. »Langfristige Wirtschaftlichkeit, Produktivität und Qualität sind dabei wichtig. Modulare Systeme bieten Flexibilität und höchsten Investitionsschutz«, so das Fazit des Logistikexperten.

Kreative Werbeformate

Klaus Schmidt vom Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer referierte über neue Möglichkeiten für die gedruckte Zeitung in einer veränderten Medienwelt. Demnach hat die Zeitung eine hohe Akzeptanz im lokalen oder regionalen Umfeld, und auch die hohe Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit der Printwerbung ist nachgewiesen. Beides müsse jedoch inhaltlich und optisch als Marke überzeugen. »Die Zeitungsindustrie braucht neue, auffällige Werbeformate«, fordert der Marketingspezialist. Zum Beispiel die Werbebeilage »Give me 5« der Main-Post Würzburg, eine Weltneuheit mit fünf Werbeformen in einer Beilage: Durch Falzen, Kleben und Perforieren wer-



Lebhafte Diskussionen auch am Rande des Events: Dr.-Ing. Stefan Kull, Director R&D Europe, Kodak (links), mit Jan Jungmann, Leiter Forschung und Entwicklung Drucktuch, ContiTech Elastomer Coatings.

den drei Panorama-Seiten mit zwei Zips zum Aufreißen kombiniert. »Durch eine solche Kreativität kann sich Print zusätzliche Markenwerbung sichern«, ist Klaus Schmidt überzeugt. »Zeitungsmaschinen verfügen deshalb zunehmend über Sonderausstattungen für Heften, Leimen, Superpanorama, 3. Falz, Half Cover oder Zip'n'Buy.«

Hochwertige Produkte

Zu welch außergewöhnlichen Leistungen der moderne Zeitungsdruck fähig ist, zeigte Markus Gnass zum Abschluss der Vortragsreihe. Er stellte eine eigens für die Veranstaltung produzierte Zeitung mit einem erheblich höheren Qualitätsstandard als allgemein üblich vor. Die im wasserlosen Coldset produzierte »Metalbacknews« war auf hochwertigem

Papier gedruckt und mit Lack veredelt. Gedruckt wurde sie auf einer KBA Cortina bei der Freiburger Druck GmbH – mit Metalldrucktüchern von ContiTech. »Zu den geänderten Anforderungen im Zeitungsdruck leisten auch wir von ContiTech unseren Beitrag und steuern mit neuen hochwertigen Produkten die geeigneten Übertragungsmedien für einen brillanten Ausdruck mit optimalen Fördereigenschaften bei«, bekräftigte Markus Gnass.

ContiTech unterstützt Umweltprojekt

Doch nicht nur innovative Ideen und hochwertige Produkte standen im Fokus der Veranstaltung, sondern auch das Thema Nachhaltigkeit und Naturschutz. So stellte ContiTech eine neue Aktion vor, mit der das Unternehmen das Umweltprojekt Northeimer Mittelwald unterstützt. Mit dem Erlös einer europaweiten Recyclingaktion werden im Frühjahr 2014 Bäume im Northeimer Mittelwald gepflanzt. »Damit nehmen wir als wichtiger ortsansässiger Arbeitgeber in der Region unsere Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahr und leisten einen Beitrag zum freiwilligen und nachhaltigen Klimaschutz in Deutschland«, erklärt Dr. Thomas Perkovic, Segmentleiter Drucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings.

› www.contitech.de

DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Alle 14 Tage.

www.druckmarkt.com