

# KODAK PROSPER 6000C HYPERLOKALISIERUNGS-STRATEGIE BRINGT ERFOLG

Die Verlagswelt hat seit der Jahrtausendwende gravierende Veränderungen erfahren, primär unter dem Einfluss des Internets und digitaler Medien. Der Wandel setzt sich mit ungebremsster Dynamik fort. Diese Veränderungen veranlassten die französische Verlagsgruppe *Sogemedia* schon im Jahr 2016 dazu, einen neuen Weg in die Zukunft einzuschlagen.

Text und Bilder: Kodak

**M**it der Investition in eine *Kodak Prosper 6000C* Druckmaschine wechselte das Unternehmen vom Zeitungsoffset zum Digitaldruck und begann damit, bei seinen Titeln das Konzept der Produktion hyperlokaler Publikationen umzusetzen. Eine Inkjet-Rollendruckmaschine von *Kodak* wurde in Avesnes-sur-Helpe in Nordfrankreich bei der *Sogemedia*-Tochter *Imprimerie de l'Avesnois* installiert, die am Markt unter dem Namen *Digitaprint* agiert.

«Meine Analyse war, dass es in der Internetära nicht länger sinnvoll ist, allen Leserinnen und Lesern ein und dieselben Inhalte anzubieten, da sie ja auch im Internet Informationen nach ihren spezifischen Vorlieben wählen können. Die traditionelle Logik der Verlage besteht darin, ein einziges Produkt herzustellen und davon so viele Kopien wie



möglich zu verkaufen», sagt JEAN PIERRE DE KERRAUL, CEO der *Sogemedia-Gruppe*. «Unsere Schlussfolgerung war jedoch, dass wir unsere Inhalte den Bedürfnissen verschiedener Lesergruppen anpassen müssen und ihnen nicht weiter ein starres Produkt aufzwingen sollten. Das war die ursprüngliche Idee, als ich die Investition in den Digitaldruck und dessen variable Produktionsmöglichkeiten beschloss.»

## Wegweisende Entscheidung

Dass die Wahl auf *Kodak* fiel, hatte laut JEAN PIERRE DE KERRAUL einmal den Grund, dass *Kodak* mit 300 m/Min. die höchste Druckgeschwindigkeit anbieten konnte und zudem Interesse daran zeigte, neue digitale Publikationsanwendungen voranzubringen. *Kodak* hatte auch bereits Erfahrungen in der Anbindung der *FoldLine*-Finishinglinie von *manroland Goss web systems* an die Inkjet-Rotation. Das war von Bedeutung, weil *Sogemedia* eine In-line-Produktion von der Papierrolle bis zu fertig gefalzten und gestapelten Zeitungen realisieren wollte.

Ein weiter wesentlicher Faktor war, dass *Kodak* die Inkjet-Tinten

selbst entwickelt und produziert und daher die volle Kontrolle über die Tinte und deren Kosten hat. Das ist von Belang, weil die Tinten einen erheblichen Anteil der Produktionskosten im Inkjet ausmachen und somit die Wirtschaftlichkeit des Verfahrens mit bestimmen.

## Zeitungen wirtschaftlicher als im Offset

Bei der *Sogemedia-Gruppe* erscheinen heute 24 lokale Wochenzeitungen für unterschiedliche Regionen in Frankreich. Ausserdem gibt das Unternehmen mit 240 Beschäftigten einige Zeitschriften heraus und ist in Werbung und Mediaberatung aktiv. 20 der eigenen Wochenzeitungen

druckt *Digitaprint* auf der *Prosper 6000C* Druckmaschine, die auf der *Kodak Stream Continuous Inkjet*-Technologie basiert. Einige weitere *Sogemedia*-Titel werden aufgrund der geografischen Entfernung bei *Midi Libre* in der Nähe von Montpellier in Südfrankreich gedruckt – ebenfalls auf einer *Kodak Prosper 6000C*.

Zusätzlich zu den *Sogemedia*-Zeitungen laufen auf der *Kodak Prosper 6000C* Druckmaschine bei *Digitaprint* 30 Zeitungstitel im Auftrag anderer Verlage. 28 davon sind wöchentlich erscheinende Blätter, während es sich bei den zwei anderen Titeln um Auflagen italienischer Tageszeitungen handelt, die jede Nacht



Im Durchschnitt beträgt die Auflagenhöhe der auf der *Prosper 6000C* produzierten Zeitungen 5.000 Exemplare bei einem Umfang von 36 Seiten.



Die Prosper 6000C ist im Schnitt elf Stunden pro Tag im Einsatz, wobei sie mit einer Geschwindigkeit von 280 m/Min. bei 600 x 600 dpi Auflösung betrieben wird.



Die geringe Makulaturquote wird nicht durch die Inkjet-Maschine, sondern durch Besonderheiten der Weiterverarbeitungstechnik verursacht.

für den belgischen und französischen Markt produziert werden. Im Durchschnitt beträgt die Auflagenhöhe der auf der Prosper 6000C produzierten Zeitungen 5.000 Exemplare bei einem Umfang von 36 Seiten.

«Wir können auf der Maschine Auflagen bis 10.000 mit bis zu 24 Seiten oder zum Beispiel 5.000 Exemplare mit bis zu 48 Seiten profitabel und wirtschaftlicher als im Offset drucken», erläutert JEAN PIERRE DE KERRAUL. «Die Vorteile des Digitaldrucks sind neben dem Wegfall von Druckplatten und deren Herstellung die minimalen Rüstzeiten und die niedrige Makulatur. Das ist gerade jetzt aufgrund der enormen Papierpreiserhöhungen ein entscheidender Vorteil. Wenn im Zeitungsoffset vielleicht 1.500 Exemplare Anlaufmakulatur anfallen, sind es bei der digitalen Produktionslinie 20 bis 30 Exemplare – und diese niedrige Makulaturquote wird nicht durch die Inkjet-Maschine, sondern durch Besonderheiten der Weiterverarbeitungstechnik verursacht.»

#### Weniger Personaleinsatz

JEAN PIERRE DE KERRAUL führt es auf die generell sinkenden Auflagen und die Papierkosten zurück, dass sich heute mehr Verlage als in der Anfangszeit der Prosper 6000C bei Digitaprint für den Digitaldruck interessieren: «Wenn die Verlage vor sechs oder sie-

ben Jahren noch Auflagen von vielleicht 15.000 Exemplaren hatten, sind es heute Auflagen, in denen der Digitaldruck unter Kostengesichtspunkten eine Alternative darstellt. Das bringt uns neue Kunden.»

Die Prosper 6000C ist im Schnitt elf Stunden pro Tag im Einsatz, wobei sie mit einer Geschwindigkeit von 280 m/Min. bei 600 x 600 dpi Auflösung betrieben wird; 600 x 900 dpi wäre auch möglich.

Dienstag, Mittwoch und Donnerstag sind die Hauptproduktionstage für Wochenzeitungen. Dann druckt die Inkjet-Maschine jeweils rund 20 Stunden. An der gesamten Anlage – Prosper und Finishinglinie einschliesslich Stapelsystem – sind jeweils zwei der insgesamt 35 Mitarbeiter von Digitaprint tätig. Deren Aufgaben bestehen im Wesentlichen in der Überwachung der Funktionen und der Entnahme der fertigen Produktstapel.

Dagegen erforderte die Produktion auf der alten Offsetrotation fünf Personen pro Schicht.

«Die Farbwiedergabe der Prosper Druckmaschine ist sehr stabil; sie erfüllt die Anforderungen unseres Zeitungsgeschäfts in Bezug auf Druckqualität und Auflösung perfekt», berichtet JEAN PIERRE DE KERRAUL. «Wir führen einmal pro Woche eine gründliche Wartung durch, um eine konsistente Druckqualität und den zu-

verlässigen Betrieb der Druckmaschine sicherzustellen.»

#### Leserschaft entgegen dem Trend vergrößert

Die Hyperlokalisierung von Zeitungen im Markt bedeutet einen gewissen Aufwand, räumt JEAN PIERRE DE KERRAUL ein. Schliesslich muss den Verlagen vermittelt werden, dass sie ihre Inhalte und die Werbung in den Zeitungen individualisieren beziehungsweise auf spezifische Mikrozonen zuschneiden müssen, um erfolgreich zu sein. Die Verlage müssten ihre Redakteure und Anzeigenvertriebsteams entsprechend schulen und für eine Änderung der Gewohnheiten sorgen. «Ich bin aber nach wie vor überzeugt, dass die Hyperlokalisierung eine gute Strategie ist. Die Erfahrung mit unseren eigenen Zeitungen belegt, dass wir durch die Personalisierung von Inhalten Leser halten können», kommentiert DE KERRAUL. «Nur ein Beispiel: Bei einer unserer lokalen Wochenzeitungen, die in der Mitte des

Landes erscheint, hatten wir vor der Prosper Druckmaschine nur eine Ausgabe. Jetzt produzieren wir sieben verschiedene Versionen mit spezifischen Inhalten und spezifischen Werbeanzeigen für sieben verschiedene Bezirke in dem Verbreitungsgebiet. Dadurch ist es uns gelungen, die Leserschaft entgegen dem generellen Trend zu vergrössern und für Werbekunden ein attraktiver Partner zu bleiben.»

#### Anhaltend gute Aussichten

JEAN PIERRE DE KERRAUL zeigt sich zuversichtlich, dass Digitaprint mit den Möglichkeiten der Kodak Prosper 6000C weitere Verlage als Kunden gewinnen und künftig noch mehr Zeitungen drucken kann. «Für mich hat sich bestätigt, dass die Entscheidung für Inkjet und die Technologie von Kodak absolut richtig war», merkt er abschliessend an.

> [www.kodak.com](http://www.kodak.com)

# WOLFENSBERGER

OFFSETDRUCK LED | 6-FOM  
Bis 74 x 104 cm | UV-Hochglanz  
Exklusivität Goldbronzierungen

GROSSFORMATDRUCK | XXL  
APG-Strassenplakate und Poster

[www.wolfensberger-ag.ch](http://www.wolfensberger-ag.ch)