



Shop im Shop

Wie Schweizer Offsetdrucker den Digitaldruck in ihre Abläufe integrieren

«Verteilen und Drucken» kann man dank moderner Workflows auch im Offsetdruck. Als besonderes Merkmal des Digitaldrucks fällt das schon einmal aus. Der Vorteil der Personalisierung und Individualisierung ist jedoch einzigartig für den Digitaldruck. Dadurch sind neue Märkte entstanden: Man denke nur an Fotobücher und Anwendungen, die vor der Ära des Digitaldrucks noch keine Drucksachen waren. Allerdings ist der Anteil an personalisierten und individualisierten Drucksachen (von Mailings mit eingedruckter Adresse abgesehen) in den Bereich von fünf bis maximal zehn Prozent aller Anwendungen anzusiedeln. Short-Run-Color scheint sich dagegen, obwohl der Offset auch in Auflagen unter 500 Exemplare vorgestossen ist, in der Praxis durchgesetzt zu haben und dominiert die Anwendungen. In diesem Zusammenhang wollten wir wissen, wie Offsetdruckereien mit dem Digitaldruck umgehen. Dazu haben wir Schweizer Drucker besucht, die die Integration von Offset- und Digitaldruck bereits vollzogen haben. Übrigens alles Druckereien mit HP-Indigo-Maschinen, die aufgrund der pasteusen Farben und dem Druck über ein Gummituch gerne auch als digitale Offsetdruckma-

schinen bezeichnet werden und sich optimal in eine Offsetdruck-Umgebung integrieren lassen sollen.

Und um es gleich vorwegzunehmen: Die Lösungen waren typisch für die Schweiz. Qualitätsorientiert, ökonomischer Einsatz und das Kundenverständnis vorausgesetzt, dass es völlig egal ist, ob digital oder im Offset gedruckt wird. Hauptsache Print!

In Proofqualität drucken

Andreas Lehmann vom Medienhaus Kloten und Geschäftsführer der Reprotechnik Kloten AG bezeichnet sich als «jungen Indigo-Anwender». Das Unternehmen selbst ist 40 Jahre alt, war 25 Jahre ein reiner Reproduktionsbetrieb und formierte sich vor 15 Jahren nach einem Management-Buy-Out zum Prepress-Spezialisten mit Druckaktivitäten. Schon seit gut einem Dutzend Jahren betreibt man unter dem Dach des Medienhauses eigenständige Unternehmen mit Aktivitäten in Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung sowie im Agentur- und Internet-Bereich. Vor rund sieben Jahren stieg man mit tonerbasierten Maschinen in den Digitaldruck ein. «Als Abrundung des Angebots, nicht als Ersatz für den Offsetdruck», erläutert Andreas Lehmann. In der Druckerei, die als eine eigene Einheit geführt wird, produzieren zwei Roland-Offsetma-

Seit 1993 die ersten Digitaldruckmaschinen auf den Markt kamen, hat sich an der Argumentation pro Digitaldruck so gut wie nichts geändert. Short-Run-Color und Printing-on-Demand, Personalisierung und Individualisierung sowie Distribute and Print zählen zu den typischen Merkmalen des Digitaldrucks. Wie aber gehen inzwischen die Druckereien damit um?

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Andreas Lehmann, Geschäftsführer der Reprotechnik Kloten AG, glaubt an die Zukunft des Digitaldrucks und wünscht sich für die HP Indigo ein grösseres Format.



Sonderfarben für die HP Indigo, die selbst gemischt werden, sind in Kloten tägliches Handwerk.

schinen im Format 50 x 70 cm mit fünf beziehungsweise vier Druckwerken sowie eine A3-Maschine.

«Nachdem die Produktionsfristen immer kürzer geworden sind, mussten wir handeln, haben unsere Philosophie überdacht und beschlossen, den Digitaldruck neben dem Offset als gleichwertige Produktionslinie auszubauen», sagt Andreas Lehmann. Ziel sei es gewesen, in Proofqualität zu drucken: dazu musste es eine Bogenmaschine sein – und zwar eine HP Indigo. «Nicht die grösste, dafür fehlte das Futter, aber eine mit Sonderfarben. Inzwischen wechseln wir mehrmals täglich die Sonderfarben», berichtet er. Bedruckt werden Papiere bis 450 g/m², Plastik, Kunststoff etc. für Akzidenzen aller Art. Zum

«Die High-Tech-Visionen der Hersteller gehen völlig am Markt vorbei.»

Andreas Lehmann

Beispiel Pilotenhandbücher oder Vor- und Hauptauflagen von Geschäftsberichten bis zu 3.500 Exemplaren. Dabei räumt er ein: «Die Sprachenvielfalt in der Schweiz ist ein wichtiger Faktor. So relativieren sich die Auflagen und deshalb kalkulieren wir jeden Auftrag im Offset- und im Digitaldruck. Mit dem Smart-Planner von HP und die Offset-Kalkulation mit WinPress.»

Faktor Color Management

«Viele Kunden wissen, dass wir digital drucken, aber nicht, was im Digitaldruck läuft oder im Offset. Sie müssen und wollen es auch nicht wissen. Wesentlich bei einer derartigen Produktionsweise ist allerdings das Color Management«, weiss Andreas Lehmann. Schliesslich müssen unterschiedliche Druckverfahren aneinander angepasst werden, um gleichwertige Ergebnisse zu erzielen. Dazu brauche es neben spezieller Software auch Bildverarbeitungs-Know-how – und das sollte man als renommiertes Reprohaus nun einmal haben.

«Personalisierung spielt bei unserer Auftragsstruktur schon eine Rolle: beim Adressieren und auch projektabhängig bei Bildindividualisierungen. Aber wir tasten uns erst langsam an das Thema heran», erläutert Andreas Lehmann, der zugleich einräumt, dass solche Jobs ohne einen aktiven Verkauf nicht «an Land» zu holen seien. Denn die Kunden müssten ja erst einmal wissen, was überhaupt machbar ist. «Üblicherweise sind die Datenbanken der Kunden nicht so angelegt, wie wir sie für die Individualisierung benötigen. Also haben

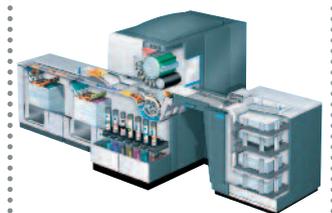
wir etwas mehr Aufwand beim Aufbereiten der Daten, was sich aber insgesamt bezahlt macht», sagt er. Natürlich könne man mit solchen Aufträgen oder auch bei Sonderfarben höhere Margen erzielen als bei Standard-Produktionen. «Wir versuchen auf jeden Fall – gerade bei Vierfarbarbeiten – die Preise auf Offsetniveau zu halten», sagt er, was in der aktuellen Situation nicht die einfachste Übung sei.

Druckmaschine statt Kopierer

Andreas Lehmann weiss, dass die Offsetmaschinen im Produktionsverbund Medienhaus Kloten längst in die Jahre gekommen sind und nicht dem aktuellen Stand der Technik entsprechen. Ob er jedoch in neue Bogenoffsetmaschinen investieren werde, sei eher fraglich. Die High-Tech-Visionen der Druckmaschinenhersteller gingen völlig am Markt vorbei, kritisiert er. «Ich muss meine Produktivität nicht über eine einzelne Maschine oder einen Prozess steigern. Wir benötigen preiswerte und kostengünstig produzierende Maschinen, um die Papierteuerung und den Preisverfall aufzufangen.» Für ihn ist eher denkbar, weiter in den Digitaldruck zu investieren. «In eine weitere HP Indigo, eine Druckmaschine also, kein Kopierer.»

HP INDIGO 5500

Die Digitaldruckmaschine produziert pro Minute 136 A4-Vierfarbseiten; entsprechend 4.080 Seiten 4/4c in der Stunde. Dabei können Auflösungen von 812 beziehungsweise 1.219 dpi bei 8 Bit sowie 2.438 x 2.438 dpi bei High Definition Imaging angewählt werden. Vier Fächer mit einer Gesamtkapazität von 6.100 Blatt Papier stehen zur Verfügung, wobei alle Fächer das gesamte Spektrum an Bedruckstoffen unterstützen.



Die HP Indigo 5500 arbeitet im Bogenformat 330 x 483 mm und bietet dabei ein Druckformat von 317 x 450 mm. Die vier Farbbehälter für Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz können um bis zu drei weitere Farbbehälter optional erweitert werden. Damit stehen sieben Farben für beispielsweise eine Farbraumerweiterung mit Violett, Orange und Grün beziehungsweise Light Magenta und Cyan zur Verfügung oder auch für Sonderfarben und Deckweiss.



Alex Fischer präsentiert im Print Shop der Multicolor Print AG Muster, die auf der HP Indigo 5500



entstanden sind. Besonders angetan ist er von der Option »Deckweiss«.



In Sichtweite der HP Indigo 5500 produziert bei Multicolor die Heidelberg Anicolor.

Zudem sei die Logistik beim Offset- und Digitaldruck völlig unterschiedlich, weshalb eine Harmonisierung anzustreben sei. «Ebenso wie eine HP Indigo in einem grösseren Format», fordert Lehmann.

Shop im Shop

Auch die zur LZ-Medien-Gruppe gehörende Multicolor Print AG in Sihlbrugg setzt auf Qualität. Allerdings vor allem auf den Qualitäts-Bogenoffset. Nachdem 2009 in ein Paket aus einer Heidelberg Speedmaster XL 105-10 + Lack, einer XL 105-6 + Lack und eine SM 52 Anicolor 6c + Lack investiert wurde, folgte eine HP Indigo 5500. Multicolor hatte mit den Investitionen von Beginn an eine Doppelstrategie anvisiert. «Wir verzeichnen eine Zunahme nach kleineren Auflagen. Der steigenden Nachfrage alleine im Offsetdruck nachzukommen, wäre

unverhältnismässig aufwändig und damit zu teuer. Dagegen bietet uns die HP Indigo 5500 einen Weg der kostengünstigen Produktion in erstklassiger Qualität», sagt Werner Amrhein, Produktionsleiter bei Multicolor.

Dabei wählte Multicolor eine interessante Variante: Der mittelformatige Offsetdruck und die Maschinen für das Kleinformat wurden räumlich und organisatorisch voneinander getrennt – quasi als Shop im Shop, als kleine Druckerei in der großen. «Industrieller Offsetdruck und Kleindrucksachen-Produktion in einer Einheit sind nicht optimal», sagt Amrhein und Geschäftsleiter Daniel Ettinger ergänzt: «Aufgabenstellung war die Prozessoptimierung, nicht eine Geschäftserweiterung. Wir haben die

Kleindrucksachen-Produktion von den anderen Akzidenzen getrennt, da die Arbeitsabläufe zu unterschiedlich sind. Die jetzt realisierte Organisationsform erlaubt es uns,

«Industrieller Offsetdruck in Einheit mit Kleindrucksachen ist nicht ideal.»

Werner Amrhein

keine typischen Digitaldruck-Aufträge akquirieren zu müssen, sondern diese vom existierenden Auftragsbestand abzuzweigen.» Dabei ergänzen sich die beiden Abteilungen ideal. So nutzen Kunden, die Grossauflagen im Mittelformat drucken lassen, die Vorteile des Digitaldrucks und lassen ergänzendes Informationsmaterial wie Plakate oder Flyer produzieren. Und Digitaldruckkunden bringen zusätzliche Aufträge für den Bogenoffset.

«Für die Kunden ist es kein Thema, ob digital oder im Offset gedruckt wird», erläutert Alex Fischer, Leiter

Print Shop bei Multicolor. «Die Kundenbedürfnisse stehen im Vordergrund und nicht die Technologie.» Dabei kann Multicolor mit der HP Indigo nicht nur auf die ganze Palette der Pantonefarben zurückgreifen, sondern auch personalisierte Produkte samt Web-to-Print-Lösungen über das Portal www.maxiprint.ch anbieten. Besonders interessante Effekte erreicht man mit der Option «Weissdruck», wo mit Weiss als Sonderfarbe ähnlich dem Siebdruck auf farbige Bedruckstoffe gedruckt werden kann.

Offset und Digitaldruck nebeneinander

Generell druckt man Auflagen um die 500 Bogen beidseitig vierfarbig auf der Indigo. Doch können die Auflagen je nach Produkt und Art der Weiterverarbeitung durchaus höher



Nutzen Sie die Erfahrung eines versierten Lead-Auditor beim Aufbau und der Pflege von prozessorientierten Management-Systemen:

- Qualitäts-Management nach ISO 9001
- Umwelt-Management nach 14001
- BRC/IoP für Verpackungen
- Arbeitssicherheit
- FSC
- Klimaneutrales Drucken

Als Experte für Audits mit intensiven Erfahrungen in der Druckindustrie kann ich Ihnen die Vorbereitung auf die Zertifizierung wesentlich erleichtern und das Optimierungspotential in Ihrem Unternehmen erschliessen.

Projektweise, tageweise, nach Bedarf stehe ich Ihnen als Berater und Mitarbeiter auf Zeit zur Verfügung. Gerne komme ich zu einem kostenfreien Informationsgespräch zu Ihnen ins Haus.



Unternehmensberatung
Blattenstrasse 11c
9052 Niederteufen
Tel. +41 (0) 71 333 1882
Fax +41 (0) 71 333 1882
Mob. +41 (0) 79 335 1986
ringise@bluewin.ch



Verpackung ist Vertrauenssache.

Schützen, transportieren, lagern, präsentieren, werben, informieren. Verpackungen haben längst mehr zu leisten als nur den Inhalt zu umhüllen. Um beim Empfänger den entscheidenden Eindruck zu hinterlassen, müssen Form, Farben, Design, Lagerungsmöglichkeiten, Handling und vieles mehr überzeugen.

Bei der Wahl der richtigen Verpackung kommt es darum auf die Angebotsauswahl, Zuverlässigkeit und Beratungskompetenz an. Wir verstehen uns als verantwortungsbewussten Partner. Und davon sind unsere Kunden überzeugt. Papyrus. Verpackung ist Vertrauenssache.

PAPYRUS 

CHROMOS ERWARTET WEITERES WACHSTUM

Die 1947 gegründete Chromos AG, heute in Dielsdorf nahe Zürich beheimatet, ist inzwischen zu einer Gruppe mit neun Tochtergesellschaften gewachsen und nach eigener Definition in der visuellen Kommunikation und im Verpackungswesen aktiv. Die Tochtergesellschaften sind in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Schweden aktiv. Der Umsatz der Chromos-Gruppe, die über 220 Mitarbeiter beschäftigt, betrug 2010 etwa 120 Mio. €. Dabei erzielt die Chromos AG bereits über 30% des Umsatzes im Digitaldruck (einschliesslich der Lösungen für Large Format Printing). Das Geschäft mit der HP Indigo, die von Chromos seit Mitte der 1990er Jahre in der Schweiz und seit 2011 auch in Österreich vertrieben wird, macht mit 25% dabei den Löwenanteil aus. Erstaunlich auch die Zuwachsraten der produzierten Seiten in der Schweiz: Lagen die Page Impressions 2005 noch bei 42 Mio., waren es 2010 bereits 281 Mio. und für 2011 werden 325 Mio. erwartet.



Dabei rechnet **Adrian Meyer**, Leiter Unternehmensbereich Digital bei Chromos, global mit weiterem Wachstum in praktisch allen Segmenten des digitalen Drucks. Nicht zuletzt deshalb, weil schlankere Workflows, kurzfristige Produktionen und kleinere Auflagen bei hoher Qualität gefordert seien. Und auch für die Schweiz und Österreich sieht er noch ausreichend Potenzial. Denn die digitale Weiterentwicklung und Kompetenz der Druck- und Mediendienstleister habe sich enorm entwickelt, glaubt Meyer. So hat Chromos in der Schweiz bisher etwa 50 Maschinen installiert, eine Zahl, die sich in absehbarer Zeit verdoppeln könnte. «In der Schweiz verkaufen wir fast ausschliesslich Siebenfarben-Maschinen, also Maschinen mit den Prozessfarben und der Möglichkeit für Sonderfarben und Deckweiss. Das zeigt auch, welchen Stellenwert die Schweizer Drucker dem Digitaldruck einräumen», sagt Adrian Meyer. Vor allem aber sieht er die Wirtschaftlichkeit der HP Indigo gegeben: «Ab 25.000 Bogen DIN A3 monatlich und vier Farben ist man mit der HP Indigo bereits profitabel», rechnet Meyer vor. «Vorausgesetzt, es wird für die Drucksachen auch ein adäquater Marktpreis erzielt.»

Doch neben all den technischen und wirtschaftlichen Erfordernissen, die eine Digitaldruckmaschine erfüllen muss, gibt es einen ganz wesentlichen Aspekt in der Kundenbetreuung, ist Chromos-CEO **Daniel Broglie** überzeugt: «Unser Ziel ist es, dem Kunden einen Wohlfühlfaktor zu vermitteln. Das geht nur über persönliche Kontakte und nicht durch eine Call-Center-Mentalität.» Zudem sieht Daniel Broglie den Digitaldruck an einer neuen Stufe angekommen. «Über die Qualität im Digitaldruck muss man zumindest bei der HP Indigo nicht mehr diskutieren. Also müssen Dinge wie Performance und Format angegangen werden», erläutert er. «HP Indigo bietet seinen Kunden seit Jahren schon einen Wachstumspfad. Deshalb erwarte ich in absehbarer Zeit einen Formatsprung bei Rolle und Bogen», sagt Daniel Broglie, der kurz vor unserem Gespräch gerade von einer Israel-Reise zum Herstellerbesuch zurückgekehrt war. Man könnte die Andeutungen von Daniel Broglie also auch so interpretieren: Die HP Indigo im Format 50 x 70 cm ist im Anmarsch! Wann? Wissen wir nicht, aber nächstes Jahr zur drupa wäre kein schlechter Termin.



Eine ausgebaute Zweifarben-Maschine wurde bei der DAZ zur «Primer-Maschine» umgebaut, um Bedruckstoffe zu konfektionieren. Das «Primen» bietet DAZ auch als Dienstleistung an.

liegen, erläutert Alex Fischer. «Bei Büchern beispielsweise spart man das Zusammentragen. Dementsprechend lassen sich auch höhere Auflagen durchaus vertreten.»

Dabei steht in Sichtweite der HP Indigo die Anicolor. Das Wechseln von der einen auf die andere Produktionsart ist also auf wenigen Quadratmetern möglich. Die ebenfalls im Shop-Bereich angesiedelte Buchbinderei, die auf die speziellen Anforderungen kleinformatiger Akzidenzen ausgelegt ist, wird von beiden Maschinen genutzt.

Kerngeschäft von MultiColor Print ist aber der mittelformatige Bogenoffsetdruck, auch wenn der Markt immer schwieriger werde, beteuert Werner Amrhein. Dabei scheint für ihn der konventionelle Bogenoffset – selbst beim Rüsten und der Makulatur – ausgereizt. «Was nützt mich eine Maschine, die 22.000 Bogen je Stunde druckt, wenn die Auflagen kleiner werden? Die Zukunft kann nur in Maschinen liegen, die einfacher sind – wie beispielsweise die Anicolor, wo keine komplizierten Farbwerke mehr mit all den Konsequenzen für den Druckprozess vorhanden sind und wo neuartige Technologien die Maschinen preiswerter machen könnte.» Amrhein rechnet deshalb auch damit, dass Heidel-

berg eine Anicolor-Maschine im Format 50 x 70 cm zur drupa 2012 vorstellen wird.

Noch viel Potenzial

Der Bogenoffsetdruck ist auch für Wendelin Lipp, Geschäftsleiter der DAZ Druckerei Albisrieden Zürich, heute noch immer das starke Standbein. Die Speedmaster Fünffarben mit Lack im Format 50 x 70 cm arbeitet in drei Schichten rund um die Uhr. «Aber wir waren von Anfang an vom Digitaldruck überzeugt», sagt Lipp. Das 30-köpfige Unternehmen hat bereits mehr als sieben Jahre Erfahrung im Digitaldruck und ist erst kürzlich von einer HP Indigo 3050 auf eine Indigo 5500 umgestiegen. «Für uns ist die Indigo eine echte Alternative zum Offsetdruck», beteuert Wendelin Lipp.

DAZ zählt seit 1947 zu den führenden Druckereien im Grossraum Zürich und hat sich im Laufe der Jahre zu einem ganzheitlichen Produktionshaus entwickelt, das die gesamte Palette an grafischen Dienstleistungen anbietet. Dabei setzt die Geschäftsleitung auf eine schlanke Organisation, eine flache Hierarchie und optimierte Arbeitsabläufe.

«Wir erwähnen unseren Kunden gegenüber aber nicht, wie wir produzieren. Bei vielen Auflagen interessiert es den Kunden ohnehin nicht»,

sagt Wendelin Lipp. Es sei zudem auch schwer zu definieren, bis zu welcher Auflage der Digitaldruck rentabel sei und ab wann der Offsetdruck. «Der Break-even-Point ist immer abhängig vom Produkt. Eine absolute Zahl zu nennen, ist nicht hilfreich», erläutert Lipp. «Wir wissen aber, dass uns die Indigo vom ersten Tag an Geld gebracht hat. HP und Chromos sicher auch», sagt er lächelnd. Dabei seien Service und Beratung von Chromos als betreuender Händler perfekt. Wendelin Lipp sieht im Digitaldruck noch viel Potenzial und ebenso viel Aufklärungsbedarf. «Die Auftraggeber wissen noch zu wenig über die Möglichkeiten der Individualisierung.

Das aber wird über Agenturen nicht funktionieren», ist Lipp überzeugt. Ohne den Kreativen zu nahe treten zu wollen, bescheinigt er ihnen zwar viel Kreativität, jedoch wenig strukturelles Denken. «Genau das braucht man aber für das Individualisieren.» Wendelin Lipp ist Quereinsteiger, er kommt aus der Wirtschaftsprüfung, bezeichnet sich selbst als «Wahnsinnigen», findet die Branche aber spannend. «Ich mache das jetzt 15 Jahre und stelle immer wieder fest, dass es eine lebendige Branche ist.» Auch

wenn die Preise für Vierfarbdrucke bei der Dichte an Offsetmaschinen in der Schweiz im freien Fall seien.

«Wir drucken nicht alles und auch nicht für jeden. Das hat sich finanziell bewährt.»

Wendelin Lipp

«Unser Prinzip: Wir drucken nicht alles und wir drucken nicht für jeden. Das hat sich vor allem finanziell sehr bewährt», erläutert er. «Wir arbeiten zudem in Nischen, in denen der Preis eine eher geringere Rolle spielt.»

Denn natürlich weiss auch er, dass ein von wem auch immer kaputt gemachter Preis nur noch sehr schwer wieder auf ein normales Niveau gebracht werden kann.

Fehler nicht wiederholen!

Dabei gibt Wendelin Lipp der Branche selbst einen erheblichen Teil der Schuld an der aktuellen Misere. «Keiner hat bei CtP gegenüber den Kunden gesagt, es wird genauer und besser. Alle haben nur gesagt, es wird billiger.» Jetzt habe man die Quittung. Und es sehe so aus, als würden die Fehler der Vergangenheit bei neuen Techniken wieder gemacht, glaubt Lipp. Doch er fordert Kollegen, die immer preiswerter anbieten, zum Nachdenken auf: «Wie lange kann ich günstiger als der Wettbewerb anbieten, bis ich gar nicht mehr anbieten kann?»

EINLADUNG!

26. & 27. OKTOBER - MESSE ZÜRICH

PRINT & PUBLISHING Schweiz 2011

DIE 1. FACHMESSE FÜR PRINT, GRAFIK
UND CROSSMEDIA-PUBLISHING