

Es gilt das gebundene Wort

Print hat allen Unkenrufen zum Trotz noch immer eine tragende Rolle im Kommunikationsmix. Damit ist auch der Bedarf an buchbinderischen Leistungen mehr denn je gefragt. Vor allem hat die Bücherproduktion im Zusammenspiel mit dem digitalen Druck einen neuen Schub erfahren.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Auch wenn die Medien fast nur noch über die Digitalisierung und an vorderster Front über E-Books schreiben und reden, ist die Bedeutung gedruckter Bücher ungebrochen. In Deutschland und der Schweiz liegt der Anteil an E-Books noch immer deutlich unter 10% im Vergleich zum traditionellen Buch. Und auch wenn der Buchmarkt über alles betrachtet um etwa 2% schrumpft, hat das für die grafische Branche eine völlig andere Bedeutung als für die Verlage. Man denke nur an die Unzahl an Fotobücher, die mittlerweile gedruckt werden und die in keiner Statistik des Buchhandels erwähnt werden.

Bücher oder buchähnliche Produkte (beispielsweise Booklets in der Verkaufsförderung oder Bedienungsanleitungen komplexer Geräte) sind also noch immer wichtige Standbeine in der Weiterverarbeitung. Allerdings gewinnt das Prinzip des Book-on-Demand gegenüber Grossauflagen immer mehr an Bedeutung.

Kein notwendiges Übel

Wer also beim Stichwort Weiterverarbeitung noch immer von einem notwendigen Übel spricht, hat nicht erkannt, welchen Stellenwert das Finishing inzwischen erlangt hat und

dass sich Print und Finishing in den letzten Jahren deutlich näher gekommen sind als je zuvor.

Gerade durch den digitalen Druck wurde ein neues Kapitel aufgeschlagen. Denn andere (kleinere) Formate, mit dem Offset nicht vergleichbare Gegebenheiten bei der Weiterverarbeitung durch Toner und Tinten statt Druckfarbe und die zeitliche Komponente haben die Bedeutung des Finishings doch deutlich in den Vordergrund geschoben.

Da ist gar die Rede vom digitalen Finishing – was nicht nur übertrieben, sondern faktisch falsch ist. Denn selbst wenn Highcon via Laser und elektronischer Ansteuerung falzt, ist der Vorgang selbst noch immer nicht digital. «In der Weiterverarbeitung werden immer körperliche Waren erzeugt, keine digitalen.



Es gibt allerdings das Weiterverarbeitungsbedürfnis des Digitaldrucks», stellt **Kai Büntemeyer**, Geschäftsführender Gesellschafter der Kolbus GmbH, klar. Dieses Bedürfnis hat aber rasant zugenommen und spiegelt sich in zum Teil hoch komplexen Weiterverarbeitungslinien wider.

Nicht etwa, dass jetzt alles nur noch Online abläuft – nach wie vor hat das Finishing Offline oder Nearline seine Berechtigung und gute Grün-

de. Doch speziell im Finishing von digital gedruckten Büchern ist ein hoher Automatisierungsgrad gefragt. Zu komplexen Konfigurationen und Inline-Lösungen gibt es hier kaum noch Alternativen.

Dass sich ein neues Bewusstsein für die Weiterverarbeitung entwickelt hat, mag auch daran liegen, dass der Kosten- und Zeitdruck weiter zugenommen hat und das Fertigstellen von Druck-Erzeugnissen im eigenen Haus sowohl bessere Planungsmöglichkeiten als auch ein Erweitern der Wertschöpfungskette bietet.



Reginald Rettig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland und verantwortlich für weitere Märkte wie die Schweiz, bestätigt dies: «Immer mehr Unternehmen haben das Potenzial der Weiterverarbeitung erkannt. Und das gilt für Akzidenzdruckereien ebenso wie für einstufige Verarbeitungsbetriebe. Sie alle schätzen die hohe Automatisierung, Flexibilität und kurze Rüstzeiten moderner Verarbeitungssysteme.» Denn was nützt eine schnellaufende Offsetmaschine oder die neueste Digitaldruckmaschine, wenn wertvolle Zeit in einer technisch überholten Weiterverarbeitung verloren

geht oder die im Druckprozess eingesparte Makulatur an der Falzmaschine anfällt? Besonders kritisch bei Produkten in Auflage 1: Wer zahlt den Neudruck eines Fotobüches, wenn es schief geschnitten die Fertigung verlässt? Hier muss alles auf Antrieb passen.

Wenig Rüstzeit, mehr Flexibilität

Weiterverarbeitungsmaschinen sind inzwischen gespickt mit Elektronik. Doch das ist möglicherweise erst der Anfang einer Entwicklung, die neue Wege ermöglichen wird, nachdem die Auflagen tendenziell kleiner werden, häufige Auftragswechsel und kürzere Lieferzeiten an der Tagesordnung sind. Notwendig sind flexible Produktionsanlagen, kurze Rüstzeiten und ein inzwischen hohes Mass an Vernetzung.



Bruno Müller, CEO von Müller Martini, hält die Automatisierung und Workflows sowie die Organisation der dazugehörigen Geschäftsprozesse wie der Logistik gar für existenziell wichtig. Die Vernetzung der Weiterverarbeitung mit MIS (Management-Informationssystemen) ermöglicht dabei



eine abteilungsübergreifende Arbeitsvorbereitung zur Verkürzung von Rüstzeiten, zeigt Fehlerquellen auf, signalisiert Störungen und bietet die Basis für die Erfassung, Archivierung und Auswertung von Betriebs- und Produktionsdaten. Gerade dies wird auch für ein- oder mehrstufige Buchbindereien immer wichtiger.

Denn es ist wenig sinnvoll, Vorstufe und Druckersaal zu optimieren und den Postpressbereich dabei zu vernachlässigen. Im Zuge dieser auch durch die Maschinenhersteller forcierten Optimierungen an den Verarbeitungsmaschinen werden Schneide-, Falz-, Heft- und Bindemaschinen aller Art selbst zu mit Netzwerken verbundenen Computern. Automatische Setups, die Steuerung über

Konsolen, neue Bedieneinführungen am Display und vieles mehr schliessen Bedienfehler weitgehend aus, Steuerungen reduzieren Stillstandszeiten auf ein Minimum und durch die Vernetzung wird zudem eine Fernwartung möglich.

Schritt halten

Dabei sind weitere Anforderungen auf das Finishing zugekommen. «Seit der Markteinführung unseres Buchproduktions-Systems SigmaLine an der drupa 2004 haben wir unsere Lösungen stetig weiterentwickelt und dabei mit den Neuerungen der Digitaldruckmaschinen-Hersteller Schritt halten müssen», sagt Bruno Müller. «Aus der ersten Linie ist ein Gesamtsystem geworden, das

mit einer einheitlichen Automatisierung und einem durchgängigen Workflow auf die Zukunft vorbereitet ist.»

Sichtbar wurde dies beispielsweise auch auf der drupa, wo die Maschinen der Schweizer nicht nur am eigenen Stand, sondern auch bei Partnerunternehmen wie HP oder KBA zum Einsatz kamen. Bei KBA war ein Finishing-System von Müller Martini direkt an die neue Inkjet-Rollenmaschine RotaJet 76 gekoppelt. Hier wurden mit einer SigmaLine inline gefalzte, sammelgeheftete Zeitschriften und Werbebroschüren produziert. Bei HP wurde mit einer SigmaLine die Inline-Buchherstellung hinter einer HP Inkjet Web Press gezeigt, wie sie auch in der Praxis produziert.

Digital-analoge Kooperation

Eine der interessanten Entwicklungen bei der Buchherstellung dürfte die Bücherdruck-Maschine von Timsons sein. An dieser Maschine wird der Trend zur Industrialisierung des Digitaldrucks besonders deutlich. Dabei täuscht der Begriff von einer Maschine ein wenig. Denn Timsons baut nicht etwa eine Maschine, die ab Papierrolle zum fertig gebundenen Buch produziert. Vielmehr nutzt der britische Maschinenbauer neben dem eigenen Know-how beim Bau von Offsetmaschinen und Falzapparaten auch Technologien anderer Hersteller. Für den Druck beispielsweise Kodaks Inkjet-System und für das Finishing Lösungen von Müller



Fit for profitability.



Überraschen Sie Ihre Kunden und steigern Sie Ihre Ertragskraft.

Spitzentechnologie von Müller Martini schafft Wettbewerbsvorteile: Ihre Kunden schätzen die hohe Produktqualität und den kreativen Mehrwert. Höchste Verfügbarkeit, unschlagbare Umrüstzeiten und intelligente Produktionsflüsse dank Connex sichern Ihre Rentabilität. Mit unserem modularen Produkteprogramm, unseren Hybrid-Systemen und umfassenden ^{MM}Services sind Sie fit für die Märkte von heute und morgen. **Müller Martini – your strong partner.**



Hier hat der Digitaldruck industrielle Dimensionen angenommen: Inkjet-Druckköpfe von Kodak in der T-Press von Timsons.



Der Heidelberg-Klebebinde Euro-bind Pro kann mit einer Buchproduktionslinie von Hunkeler kombiniert werden.



Martini oder Kolbus. Wobei Timsons-CEO **Jeff Ward** einräumt, dass die Online-Fertigung nicht immer die wirtschaftlichste Lösung sei. «Nearline-Prozesse werden bei unseren 250 installierten Produktionslinien oft eingesetzt.» Denn es gibt sehr schnelle Weiterverarbeitungssysteme, die vom Digitaldruck ausgebremst würden.

Timsons besteht seit etwa 160 Jahren und hat sich für den Bau seiner Maschinen vom Hochdruck über den Offsetdruck bis hin zur aktuellen Inkjet-Technologie jeweils der aktuellen Produktionsverfahren bedient. Der jetzt eingesetzte Inkjetdruck macht das Ganze umso attraktiver, da die Vorteile des Digitaldrucks genutzt und Bücher dennoch in der traditionell perfekten Art und Weise hergestellt werden. Das von Timsons hergestellte Drucksystem T-Press bedruckt die Papierbahn beidseitig und kombiniert die Inkjet-Technologie mit dem Know-how von Timsons hinsichtlich Materialtransport, Papierbahnführung und Falztechnologie. Die gefalzten Bogen werden schliesslich von einem Klebebinde beispielsweise von Kolbus verarbeitet und als Buch ausgelegt.

Auch Horizon hat sich dem Thema Digitaldruck-Finishing verstärkt angenommen. War in der Vergangenheit die vereinfachte Bedienung mit kurzen Rüstzeiten der zentrale Aspekt, ist es nun die Kombinierbarkeit der Systemkomponenten zu kompletten Finishing-Linien. Dabei geht es einmal um die Verarbeitung geschnittener Bogen aus dem Digitaldruck von der Rolle und dem Sammeln gefalzten Bogen zu Buchblocks für die Weiterleitung im Klebebinde samt Dreimeßerautomaten. Zum anderen sind Lösungen für kleine bis mittlere Auflagen möglich.

Weitere Entwicklungen

Damit ist die Entwicklung des Digitaldrucks und der entsprechenden Weiterverarbeitung aber noch längst nicht abgeschlossen. Drei Faktoren sind nach Ansicht von Bruno Müller für die künftige Entwicklung entscheidend: Druckkosten, Druckqualität und die einsetzbaren Substrate, die verarbeitet werden müssen.

Doch nicht nur bei der Bücherproduktion ist das Finishing-Potenzial gefragt. Gerade im Zusammenhang mit den auf der drupa vorgestellten B2-Digitaldruckmaschinen wird ein Mehr an Finishing im Digitaldruck notwendig. Und zwar die klassische Verarbeitung, wie man sie aus dem Offsetdruck kennt.

Comeback gedruckter Manuals

DIGITAL HEISST SOFORT UND SOFORT HEISST INLINE

«Das Bewusstsein für den Digitaldruck ist bei unseren Kunden zwar noch nicht so stark ausgeprägt», sagt Giuseppe Bracchi, Generaldirektor bei Rotalito Lombarda. «Doch das wird sich in den kommenden Jahren ändern. Wir haben jedenfalls mit der Investition in die SigmaLine die Türen für unsere Kunden geöffnet, sodass sie geringe Stückzahlen bestellen und damit ihre Lagerkosten senken können.»

Für das Unternehmen bringt der Digitaldruck mit der SigmaLine viele Vorteile bezüglich Geschwindigkeit und Sicherheit in der Auftragsverarbeitung. «Durch diese Technologie können wir nun auch im unteren Auftragssegment Aufträge in kurzer Zeit mit geringeren Kosten produzieren.



Ein neues Buchproduktions-System SigmaLine mit Klebebinde Pantera und zwei Klebebindelinien Corona C15 von Müller Martini hat Rotalito Lombarda in Mailand installiert, um das gesamte Auftragspektrum digitaler Druckproduktionen im eigenen Haus zu fertigen.

Der Digitaldruck bringt uns neue Möglichkeiten und Anwendungen im Geschäftsfeld On-Demand», sagt Bracchi.

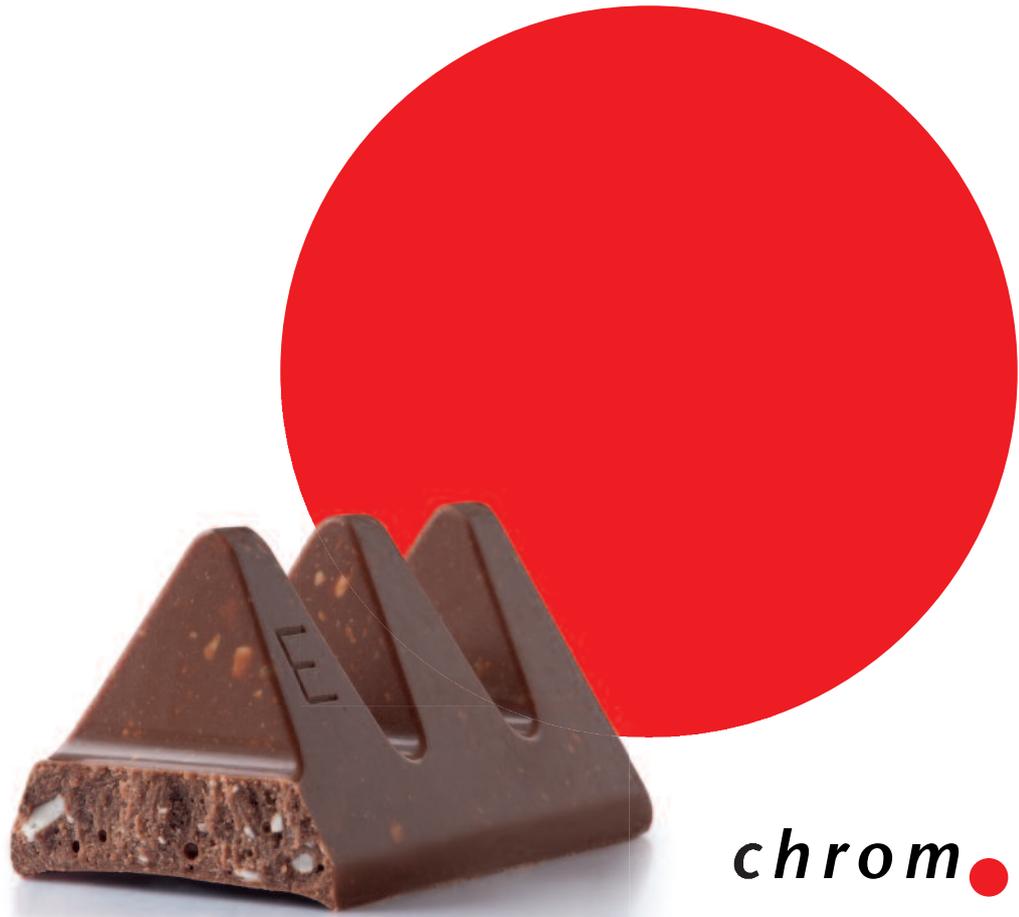
Tatsächlich machen digital gedruckte Bücher bei Rotalito Lombarda aktuell nur einen Bruchteil des Softcover-Volumens aus. Auf der HP T300 Color Inkjet Web Press gedruckt und auf der mit einem Klebebinde Pantera verlinkten SigmaLine weiterverarbeitet, werden vorwiegend Schulbücher, technische Manuals und Romane im Offsetverfahren gedruckt.



Gerade bei technischen Handbüchern stellt **Giuseppe Bracchi** ein Comeback fest. «Es hat sich herausgestellt, dass viele Anwender lieber ein gedrucktes Nachschlagewerk zur Hand nehmen, als sich im Internet mühsam von Seite zu Seite klicken zu müssen. Zudem lassen sich auch technische Handbücher im Digitaldruck sehr schnell aktualisieren.» Die Digital-Auflagen bewegen sich im unteren Segment üblicherweise bei 100 bis 200 Exemplaren und gehen bis 3.000 Exemplaren. «Das ist für uns aber das Limit im Digitaldruck», erklärt Bracchi. «Sind es mehr, drucken wir im Offset.»

Dass die Zukunft im Druck – wenn die Einschränkungen beim Papier erst einmal wegfallen – digital ist, davon ist Giuseppe Bracchi überzeugt. «Digital heisst aber auch sofort, und sofort heisst Inline-Produktion.»

> www.mullermartini.com



chromos

starke Marken, starke Lösungen

Die feinste Lösung. Chromos hat sie.

Chromos bietet die führenden Weltmarken in den Bereichen Offset, Digital Printing, Packaging und Label Printing, Post Press, Coding und Packing.

Und somit immer die feinste Lösung für die Erfolgsgeschichte Ihres Kunden.

RYOBI.

FUJIFILM



ZECHER
Innovative Anilox Roller Technology

DOMINO



**HUGO
BECK**



Gesamtlösungen für Druck und Verpackung: Chromos AG, Niederhaslistrasse 12, CH-8157 Dielsdorf, Tel. +41 44 855 50 00, www.chromos.ch

Mit **Imtag AG** hat Chromos einen starken, kompetenten Servicepartner für Installationen, Umzüge, Revisionen, Projektplanungen, Ersatzteile.



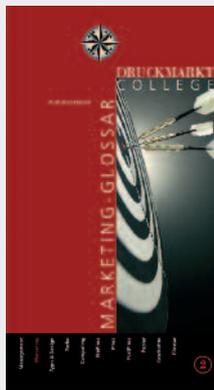
Restauflage im Preis reduziert

Voll TREFFER

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der «Druckmarkt» gemeinsam mit dem Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das «Marketing-Glossar» konzipiert.

Das Glossar innerhalb der Reihe «Druckmarkt College» beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunika-

tion, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Das Druckmarkt-Glossar «Marketing» aus der Reihe «Druckmarkt College» ist ein Nachschlagewerk zu einem wesentlichsten Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene. Sichern Sie sich Ihr Exemplar zum Preis von nur noch CHF 24.00 (vorher CHF 39.00).

Fax: +41 44 380 53 01.

Senden Sie mir das Marketing-Glossar zum Preis von CHF 24.00 (incl. MwSt. plus Versandkosten).

Name

Firma

Strasse

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Druckmarkt College

Marketing-Glossar

Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.

Preis:
24.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.

www.druckmarkt.com