

Was heute zurecht als Durchbruch gefeiert wird, hat bereits eine lange Vorgeschichte. 1995 zur drupa, also vor 18 Jahren, zeigte KBA an einer «Express»-Zeitungsrotation variable Eindrücke mit Inkjet-Köpfen von Scitex. Ein roter Pfeil auf der Titelseite markierte zur drupa 95 die individuellen Inkjet-Eindrücke in die im Offset gedruckte Messe-Zeitung «KBA Express», die mit reduzierter Maschinengeschwindigkeit produziert wurde.



Der später von Kodak übernommene Hersteller Scitex in Dayton/Ohio hat die Technologie inzwischen weiterentwickelt und auf ein Geschwindigkeits-Niveau gebracht, bei dem selbst ausgewachsene Zeitungsrotationen nicht mehr «gebremst» werden müssen.

Erhebliche Fortschritte erzielte Kodak in jüngster Zeit bei seinen Eindrückköpfen der Prosper-Familie. Mit dem Modell Prosper S30 werden beim Axel-Springer-Verlag in Ahrensburg in einer Colorman-Rotation Geschwindigkeiten von 13,2 m/Sek. erreicht. Das System arbeitet mit wasserbasierter Pigmenttinte, die auf Zeitungspapier eine dem Offsetdruck vergleichbare Schwarz-Dichte erreicht.



Chancen für die digital gedruckte Zeitung

Die Technologie macht weiter Fortschritte, aber die Geschäftsmodelle scheinen noch immer nicht zu überzeugen. Wie sonst ist zu erklären, dass sich bisher nur wenige Druckhäuser und Verlage mit dem Digitaldruck auseinandersetzen? Und warum eigentlich sollten Digitaldruck und Zeitung nicht zusammenpassen?

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Natürlich gibt es genügend Gründe, eine Zeitung nach wie vor im Offset zu drucken – es gibt aber auch vielversprechende Ansätze für die digitale Produktion von Zeitungen. Und zwar nicht nur auf einem Display welcher Art auch immer, sondern physikalisch greifbar, haptisch und vor allem auf Papier.

Ganz unbestritten wurde die Geschwindigkeit des Digitaldrucks in den zurückliegenden Jahren immens gesteigert, die Druckqualität ist in Schwarz-Weiss und Farbe gut bis sensationell, die Formate haben sich deutlich nach oben entwickelt und die Finishing-Komponenten sind dieser Entwicklung gefolgt. Eigentlich ein Eldorado für findige Unternehmer oder clevere Verlagsmanager. Dennoch wurden neben den sich rasch weiterentwickelnden technischen Gegebenheiten neue Formen der Zeitung, Kooperations-Szenarien oder Vertriebskonzepte eher schleppend angegangen. Doch so langsam kommt Bewegung in die Diskussion um neue Einsatzfelder, Ergänzungen oder neue Projekte bei der personalisierten Zeitung.

Nicht austauschbar

Nach den vor allem amerikanischen Abgesängen auf die Printmedien, die es je nach Darstellung schon in wenigen Jahren gar nicht mehr oder nur noch in Nischen geben soll, muss dieses Bild zumindest aus europäischer Sicht relativiert werden. Denn bisher wurde durch neue



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

Möglichkeiten der Informationsvermittlung noch kein bisher existierendes Medium verdrängt – allerdings sehr wohl verändert. Die gedruckte Zeitung (darin sind sich fast alle Medienexperten einig) wird fortbestehen! Unklar ist nur, wie sie in fünf, zehn oder 20 Jahren aussehen wird. Denn wenn sich andere Medien den veränderten Konsumentenbedürfnissen anpassen – warum sollte dann ausgerechnet die Zeitung unverändert bleiben?

Ist sie ja auch nicht. Sie hat sich ja schon verändert – in Design, Blattgestaltung und vielem mehr. Und E-Paper-Ausgaben oder Zeitungs-Apps sind ja auch eine Reaktion auf das veränderte Leseverhalten (der grosse Durchbruch ist es indes nicht). Doch zurückgehende Leserzahlen gedruckter Zeitungen, stagnierende oder zurückgehende Auflagen führen auch zu immer kleineren geografischen Einheiten und verlangen nach individuelleren Produkten.

Gerade diese Entwicklung müsste dem digitalen Druck in die Karten spielen.

Doch sollte bei diesen Überlegungen nicht vergessen werden, dass der Digitaldruck nicht für den Zeitungsdruck, sondern für einen möglichst rationellen Druck von Dokumenten in kleinen Auflagen im Akzidenzbereich entwickelt wurde. Im traditionellen Zeitungsdruck dagegen soll ein einheitliches Produkt massenhaft in kürzester Zeit produziert werden. Dies sind höchst unterschiedliche technologische und anwendungsrelevante Konzepte. Die Ver-

fahren nun einfach austauschen zu wollen, wird nicht funktionieren.

Teilauflagen samt Distribution

Viel mehr geht es darum, die Stärken der jeweiligen Technologien zu erkennen und zu nutzen.

So deckt der digitale Druck heute bereits eine Nische im Zeitungsdruck ab: den Druck von Teil- und Kleinauflagen an Orten, die vom eigentlichen Verbreitungsgebiet entfernt sind, dennoch aber ohne Zeitverzögerung durch Flug oder Kurierere



Variable oder auch wechselnde Werbeanzeigen in der Tageszeitung, mit Inkjet eingedruckt, finden ihre Zielgruppen weit präziser als herkömmliche Anzeigen.

WOLFENSBERGER
 OFFSETDRUCK 6-FARBIG
 UV- und Dispersionslack
 CH-EXKLUSIVITÄT
 Silber- und Goldbronzierungen
 T +41 44 285 78 78
 www.wolfensberger-ag.ch



Der Kodak Prosper S30 Inkjet-Eindruckkopf in einer der Springer-Rotationen in Ahrensburg und ein Druckkopf mit Kamerasystem im Überbau einer KBA-



Offsetrotation (hier die Standardvariante mit einem Druckkopf). Auch zwei oder mehrere Druckköpfe für eine grössere Eindruckfläche sind möglich.

bedient werden sollen. Océ hatte in den zurückliegenden Jahren das Digital Newspaper Network aufgebaut, das nach dem Prinzip «Distribute and Print» (Daten verteilen und vor Ort drucken) diese Dienstleistung erbringt.

Nach Angaben von Océ wurden bereits 2008 etwa 15 Titel mit einigen Tausend Zeitungen pro Tag an sieben Druckstandorten auf vier Kontinenten produziert. So beispielsweise auf spanischen Urlaubsinseln vor allem englische und skandinavische Zeitungen, die sich im «Look and Feel» nicht von der Hauptauflage unterscheiden. In den seltensten Fällen übersteigt die Auflage dabei 1.000 Exemplare und kann leicht in einer Stunde produziert werden.

Mit dieser Anwendung haben Digitaldrucker die lokale Zeitungsproduktion samt Verteilung übernommen, deren Vorteile im Zeitgewinn und den eingesparten Transportkosten liegen. Inzwischen gibt es weitere Entwicklungen, nach denen interessanterweise bisherige Grossverleger den digitalen Druck von Zeitungen übernommen haben – nicht etwa die Verleger.

Erst zu Jahresbeginn ging in Berlin ein neues Projekt an den Start. Der Grund: Auch regionale Zeitungen interessieren sich für die Präsenz an Kiosks oder im Briefkasten der Leser in anderen Regionen. Um diese Lücke zu schliessen, haben sich der Meckenheimer Nationalvertrieb IPS und der Berliner Grossist V. V. Vertriebs-Vereinigung zusammengetan

und im Februar 2013 das Joint-Venture NP Newsprint Berlin als neue Facette im Zeitungsvertrieb gestartet. So wie der digitale Zeitungsdruck in einigen Auslandsmärkten eingesetzt wird, soll er diese Aufgabe in Deutschland bei gleichzeitiger Vertriebsanbindung realisieren. Der erste Digital-Druckstandort wurde in Berlin-Schöneberg eingerichtet. Technologiepartner sind Kodak für die Drucktechnik und Hunkeler beim Finishing. Die Druckkapazität liegt bei jährlich 300 Millionen Seiten im Tabloid und Berliner Format. Von einer 40-seitigen Ausgabe können bis zu 900 Exemplare je Stunde gedruckt werden. Berlin gilt als Testlauf: Noch für dieses Jahr sind zusätzliche Druckstandorte in München und Frankfurt am Main geplant. Ziel ist eine grossflächige Abdeckung durch digitale Druckstandorte in Deutschland und darüber hinaus. In Rom druckt Newsprint Italia bereits seit Anfang März 2012, in Mailand seit Juni 2012.

Inkjet macht die Tageszeitung aktueller

Für die Massenproduktion spielt der digitale Druck jedoch nach wie vor keine Rolle. Daran wird sich auch so schnell nichts ändern, selbst wenn sich der Digitaldruck weiterentwickelt und bereits heute hinsichtlich Qualität, Flexibilität und Zuverlässigkeit nahezu alles bietet, was für die verschiedenen Anwendungsszenarien gebraucht wird.

Dafür aber hat eine andere digitale Technik von sich reden gemacht: Inkjet-Eindruckköpfe als Bestandteil einer konventionellen Zeitungsrotation. Die damit möglichen variablen Eindrücke in der Tageszeitung erhöhen die Attraktivität für den Leser und bieten Verlagshäusern zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten. Zielgruppengerechte Werbung, regional angepasste Anzeigenschaltungen, Leser-Aktionen wie Gewinnspiele oder auch die Möglichkeit, Nachrichtenteile während des Fortdrucks zu aktualisieren (zum Beispiel Zwischen- und Endstände von Wahlen oder Fussballspielen) sind nur einige von vielen Anwendungen, Lesern von Tageszeitungen mehr Aktualität zu bieten. QR-Codes können zudem passgenaue Zusatzinhalte vermitteln: Über die Verknüpfung von Print und Internet erhält der Leser mit einem Handyclick Zusatzinformationen. Damit kann die Tageszeitung zur Plattform für crossmediale Kampagnen werden.

Durch den Eindruck variabler Daten ist der Inkjet-Eindruck prädestiniert für Gewinnspiele. In «Bild» Hamburg ging es ab Anfang April 2012 für sechs Wochen um die «CashMillion». Das Handling überzeugte, denn die individuellen Spielscheine waren anstatt von separaten Belegern in die Zeitung eingedruckt. Damit wurde die Zeitung selbst zum Spielschein. Quasi als Nebeneffekt unterstützen eingedruckte Barcodes die Logistik und helfen die Distribution und Lkw-Beladung der Produkte zu planen

oder Rückläufer zu erfassen. Erfassungsvorgänge jeglicher Art können rationalisiert und menschliche Fehler bei der manuellen Eingabe ausgeschlossen werden.

Hybrider Zeitungsdruck

Im Druckhaus Ahrensburg hat die Axel Springer AG zwei ihrer sechs Colorman-Zeitungsrotationen mit je einem Inkjet-Eindruckssystem von Kodak für den variablen Druck ausgestattet und das zuvor beschriebene Gewinnspiel realisiert. Zwei weitere Installationen sind im Druckhaus Spandau in Betrieb.

Das Projekt startete bereits 2007, als Kodak und manroland diese Lösung ankündigten und seither damit experimentierten. Der Durchbruch kam aber erst, als die Kodak Inkjet-Druckköpfe die für eine Zeitungsrotation angemessene Geschwindigkeit von 13,2 m/Sek. erreichten. Hier kommt der Schwarz-Weiss-Eindruck jedoch nicht für redaktionelle Bereiche oder ganze Seiten zum Einsatz, sondern für etwa 10 cm breite Versionierungen und individuelle Eindrücke.

Integrated Inkjet, wie es manroland web Systems nennt, lässt sich in alle Zeitungsdrucksysteme nachrüsten. Das Kodak-Eindruckssystem Prosper S30 mit einer Arbeitsbreite von 105,6 mm und 600 dpi x 200 dpi Druckauflösung wurde im Druckhaus Ahrensburg als Zusatzaggregat im Überbau der Colorman eingebaut. Damit kann das Inkjet-System

je nach Bahnführung verschiedene Papierbahnen bedrucken – bei voller Produktionsgeschwindigkeit mit bis zu 15 m/Sek.

«Wir haben über Inkjet im Zeitungsdruck viel Erfahrung gesammelt», erklärt Anton Hamm, Leiter Service bei manroland web systems. «Denn Steuerungstechnik, Mechanik und Drucktechnik müssen im Workflow aufeinander abgestimmt sein. Die Integration der Druckköpfe und die Modifikationen bei den Bahnwegen erfordern spezifisches Know-how.» Doch auch wenn manroland bei der Hybrid-Technologie im Zeitungsdruck die Nase vorn hatte, hat KBA längst nachgelegt. Der italienische Zeitungsdrucker Poligrafici Printing beispielsweise hat ein Prosper-S30-Eindruckssystem in eine KBA Commander integriert, um das Potenzial des variablen Datendrucks auszuschöpfen. Das von Kodak für diesen Zweck empfohlene Eindruckssystem Prosper S30 wird von KBA zusammen mit einer Kamera im Überbau

der Rotation auf einer motorisch verstellbaren Traverse platziert, die mehrere Druckköpfe und Kameras aufnehmen kann. Der Abstand zwischen Papierbahn und Druckköpfen sowie die genaue Einhaltung der Bahnspannung und des Schnittregisters sind auch für KBA längst Routine. Eine Leitstand-Integration ist ebenso möglich wie eine Stand-alone-Lösung.

Entsprechend hat KBA Inkjet-Druckköpfe an Rotationen bei Lohndruckern der Axel Springer AG an sieben Standorten in Deutschland installiert. Damit setzt die Axel Springer AG nun insgesamt 33 dieser Eindruckssysteme in Zeitungsrotationen an 13 Standorten in eigenen Druckereien und bei Lohndruckereien ein.

Ergänzung älterer Anlagen

Gerade bei in die Jahre gekommenen Zeitungsrotationen mit geringem Automatisierungsgrad und langen Rüstzeiten eröffnen sich durch

die Nachrüstung der Inkjet-Technologie interessante Möglichkeiten. Viele ältere Rotationen produzieren nach wie vor mit guter Druckqualität, erfüllen aber zuweilen nicht mehr die Anforderungen in puncto Rüstzeiten für immer kleinere Teilaufgaben, auf die Maschinen der neuen Generation mit Plattenwechselautomaten, Steuerungs- und Softwaremodulen für zeit- und makulaturoptimiertes Anfahren und Anhalten ausgerichtet sind. Mit einem integrierten Inkjet-Eindruckssystem könnte beispielsweise die Titelseite mit regionalen Überschriften und Inhaltsverzeichnissen flexibel und ohne zusätzliche Makulatur gestaltet werden.

Häufig wechselnde Regionalteile (meist geht es um vier bis sechs Seiten und Teilaufgaben von 1.000 bis 10.000 Exemplaren) könnten über eine separate Inkjet-Rotation parallel zur Hauptproduktion hergestellt werden. Diese Mischvariante eröffnet Potenziale für weitere Produkte

mit kleinen Auflagen oder einem hohen Individualisierungsgrad.

18 Jahre bis zum Durchbruch

Was heute als Durchbruch gefeiert wird, hat allerdings eine lange Vorgeschichte. 1995 zur drupa, also vor 18 Jahren, zeigte KBA an einer Express-Zeitungsrotation variable Eindrücke mit Inkjet-Köpfen von Scitex. Ein roter Pfeil auf der Titelseite markierte die individuellen Inkjet-Eindrücke in die Zeitung «KBA Express», die mit reduzierter Maschinengeschwindigkeit produziert wurde.

Damals ging man davon aus, dass der digitale Non-Impact-Druck (wie man den Inkjet als berührungslosem Druck gerne bezeichnete) als integraler Bestandteil einer Zeitungsrotation einmal ganze Teile der Zeitung mit zielgruppenspezifischen Informationen übernehmen könnte. Zwar kam es lange Zeit nicht zu entsprechenden Anwendungen, doch



ferag... ■■■

Zuverlässiges Einstecken ohne Kompromisse



EasySert – der universelle Einsteckprozess

Gestalten Sie Ihre Einstecklinie mit bis zu 40 Anlegern. 30 000 Ex./h, alles in einem System: Kommissionieren, Einstecken, TapeFixing, Adressieren, Paketieren, Zoning, Steuern.



MiniSert – das Einstecken der neuen Art

Vom manuellen zum mechanisierten Einstecken. Kostengünstig, einfach bedienbar, zwei bis zwölf Anleger, 20 000 Ex./h, kurze Montagezeit, schnelle Inbetriebnahme.

Die kompakte RollSertDrum und die schnellen MultiSertDrums runden das gesamte Spektrum der modernen Zeitungsproduktion ab.





könnte diese Vision bald tagtägliche Realität werden.

Der 2005 von Kodak übernommene Hersteller Scitex in Dayton/Ohio hat die Technologie inzwischen auf ein Geschwindigkeits-Niveau gebracht, bei dem selbst ausgewachsene Zeitungsrotationen nicht mehr «ausgebremst» werden. Derartige Lösungen im Rollendruck stellten die Hersteller von Inkjet-Druckköpfen bisher nämlich vor erhebliche Herausforderungen, da Geschwindigkeiten von 15 m/Sek. oder 17 m/Sek., die moderne Rollenoffsetmaschinen erreichen, vom Inkjet in akzeptabler Auflösung nicht erreichbar waren. Da es aber kaum Drucker gibt, die wegen einer individualisierten Anzeige oder einem Gewinnspiel die Leistung ihrer Maschine zurückfahren, blieb bei der Kombination von Offset- und Inkjet-Druck bisher meist nur die Möglichkeit, die Druckköpfe in Weiterverarbeitungslinien zu integrieren und die im Offset gedruckten statischen Inhalte mit digital eingedruckten variablen Informationen zu ergänzen.

Bisher ist Kodak einziger Anbieter solcher Eindruckköpfe für Schwarz-Weiss-Anwendungen (und Farbe) in ansprechender Qualität und Leistung. Zwar haben sich auch HP und Impika (das Unternehmen wurde kürzlich von Xerox gekauft) für derartige Applikationen zu Wort gemeldet, doch die Druckgeschwindigkeiten und auch Arbeitsbreiten liegen zum Teil erheblich hinter denen der Kodak-Prosper-Köpfe zurück.

News UK, Tochtergesellschaft der News Corp., hat im August 2013 insgesamt 22 Kodak Prosper S30 Eindrucksysteme in Betrieb genommen. Der Zeitungsverlag, bei dem «The Times», «The Sunday Times» und «The Sun» erscheinen, hat die Hochgeschwindigkeits-Digitaldruckköpfe in Zeitungsoffsetrotationen installiert, die sich in drei eigenen Druckereien befinden. Weitere Eindrucksysteme wurden bei Zeitungsdruckbetrieben in Kells (Irland) und Belfast installiert, die für den Verlag im Lohnauftrag produzieren.

Wo steht der digitale Zeitungsdruck?

Auch wenn der Digitaldruck bei der Geschwindigkeit zugelegt hat, ist er noch immer um ein Vielfaches weniger produktiv als der Offsetdruck. Beim Vergleich der Bahngeschwindigkeiten ist der Zeitungsdruck mit 15 m/Sek. um den Faktor 3 schneller als ein Inkjet-Drucker mit 300 m/Min. Zudem druckt eine Offsetmaschine bei einer Konfiguration 4/2 zwei mal vier Seiten, multipliziert mit der Anzahl der eingesetzten Bahnen. Die meisten aktuellen digitalen Rollenmaschinen drucken maximal zwei Seiten auf Vorder- und Rückseite von nur einer Papierbahn.

Gerade für die Zeitungsherstellung aber haben erweiterte Papierbahnbreiten von Digitaldruckmaschinen eine besondere Bedeutung. Bei einigen Modellen können Zeitungen jetzt auch im vollen Format (Nordisches, Rheinisches oder Berliner Format) produziert werden. Je nach Grösse lassen sich die Zeitungsseiten sowohl im Broadsheet- als auch im Tabloidformat auf der Papierbahn liegend oder stehend positionieren,



Die HP T230 bei CSQ produziert seit Januar 2013 unter anderem Teilauflagen ausländischer Tageszeitungen, die in Hotels ausgelegt werden.

und mit dem 2-up-Modus ist die Produktion einer Zeitung im Doppelnutzen oder von zwei verschiedenen Titeln gleichzeitig möglich. Gerade hierbei scheint nun Bewegung in die Szene zu kommen. Der italienische Zeitungsdrucker CSQ produziert seit Anfang des Jahres Teilauflagen etablierter Tages- und Wochenzeitungen auf einer HP T230 (siehe auch Heft 71).

Big Player und ihre Maschinen

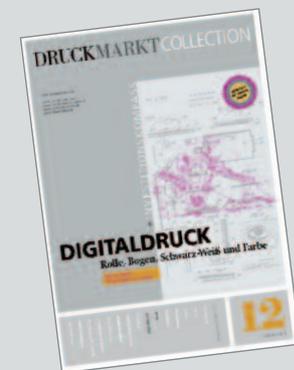
HP hatte im März 2008 die HP Inkjet Web Press angekündigt, von der seit 2009 etwa 90 Maschinen für verschiedene Anwendungen (vor allem im Mailing- und Bücherdruck) im

Markt produzieren. Dieses System, das es heute in drei Breiten als HP T200, T300 und T400 (plus Varianten) gibt, bringt es mit einer Bahnbreite von bis zu 1.060 mm und einer Auflösung von 1.200 x 600 dpi auf Produktionsgeschwindigkeiten für den vierfarbigen Druck von bis zu 183 m/Min. Selbst bei der kleinen Maschine, der T200, spricht HP von einem monatlichen Produktionsvolumen von bis 50 Millionen Ausdrucken für Mailings, Bücher oder den Zeitungsdruck.

Für Anwendungen im Bücher- und Zeitungsdruck setzt Kodak auf seine Stream-Inkjet-Technologie. Die Continuous-Inkjet-Systeme für hochauflagige Anwendungen können sowohl gestrichene als auch ungestrichene Papiere bedrucken. Neben den Prosper-Systemen mit Stream-Technologie bietet Kodak die Maschinenserie Versamark (mit Drop-on-Demand- und Continuous-Inkjet-Modellen) an, die hinsichtlich Geschwindigkeit, Konfiguration und Farbenanzahl angepasst werden können und Geschwindigkeiten von über 220 m/Min. erreichen.

Bereits Ende 2007 wurden erste Océ JetStream-Maschinen (Geschwindigkeit: 150 m/Min.) auf den Markt gebracht, die den digitalen Zeitungsdruck möglich machten. Inzwischen kamen weitere Modelle dieser Drop-on-Demand-Maschinen mit bis zu 254 m/Min. Produktionsgeschwindigkeit und 762 mm Bahnbreite hinzu sowie die ColorStream 3000-Familie, die gerade für Zei-

Investitionskompass Digitaldruck



Alle Digitaldruckmaschinen in Schwarz-Weiss und Farbe, Rolle und Bogen in Heft 12 der «Druckmarkt Collection».

www.druckmarkt.com

tungsanwendungen die nötige Flexibilität bei Formaten und Grammaturen bietet.

Die Truepress Jet 520 ZZ von Screen druckt bis zu 200 m/Min. bei einer Papierbahnbreite von 520 mm und ist – durch Aggregate erweitert – für den Zeitungsdruck geeignet. Mit der Truepress hätten Verleger nun die Möglichkeit, ein komplettes Faksimile ihrer Zeitung in Farbe mit einer Geschwindigkeit von mehreren Tausend Zeitungen pro Stunde zu drucken, so Screen.

Mit dem Kauf von Impika ist auch Xerox im digitalen Zeitungsdruck zu einem potenziellen Ansprechpartner geworden. Die Maschinen sind bis zu 254 m/Min. schnell, werden bisher aber vor allem im Mailing- und Transaktions-Druck eingesetzt.

Genau in letzteren Bereich will KBA erst gar nicht einsteigen, sondern sich auf klassische Produkte der Druckindustrie wie Magazine, Bücher, Mailings oder Zeitungen kon-

zentrieren. Die KBA RotaJET 76 ist zwar laut Datenblatt nicht die schnellste unter den Inkjet-Rotationen, dafür aber wohl die produktivste Maschine im Wettbewerb. Dafür sorgt KBA mit dem fliegenden Rollenwechsel und weiteren Konstruktionsbausteinen, die aus dem Rotationsmaschinenbau übernommen wurden. Ohnehin scheint KBA gerade für den Zeitungsdruck ein Modell entwickelt zu haben, das ebenso robust wie universell ist.

Neue Konzepte im Finishing

Neben den schneller und breiter gewordenen digitalen Drucksystemen könnte vor allem das Finishing mit gesteigerten Produktionsgeschwindigkeiten und Bahnbreiten die Entwicklung bei Newspaper-on-Demand vorantreiben. So sind bei allen genannten Digitaldruck-Systemen generell Anbindungen an Finishing-Lösungen von Hunkeler, MBO, Mül-

ler Martini etc. möglich. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Herstellern von Digitaldrucksystemen hat vor allem Hunkeler in den letzten Jahren Pionierarbeit geleistet. Die heute verfügbaren Systeme produzieren stabil bei Papierbahngeschwindigkeiten von 150 m/Min. Und eine neue Generation für das Paper Processing ist bereits angekündigt.

So stellte Hunkeler mit der POPP-8-Generation (Printer Online Paper Processing) auf den Innovationdays im Februar 2013 neue Module für die Papierverarbeitung vor. Die POPP-8-Linie ist auf die in absehbarer Zukunft weiter steigenden Bahngeschwindigkeiten, schwerere Papiere und die steigende Applikationsvielfalt im Schwarz-Weiss- und Farbdruck ausgelegt. Die konstruktiv und im Design komplett neu entwickelten Module sind für bis zu 1.500 kg schwere Papierrollen ausgelegt und verarbeiten eine Breite

an Grammaturen von 40 g/m² bis 450 g/m². Damit reicht das Einsatzgebiet von der Mailing- oder Zeitungs-Produktion mit möglichst leichten Papieren bis zum Einsatz im Verpackungsdruck. Zudem macht Hunkeler jetzt mit der neuen Maschinen-Generation die Verarbeitung von Papierbahnbreiten bis zu 30" (762 cm) möglich.

Bei Rolle-Rolle-Produktionen werden Geschwindigkeiten von bis zu 300 m/Min. erreicht. Rollenwechsel können in etwa 2,5 Minuten ausgeführt werden, was bei den erhöhten Geschwindigkeiten eine zwingende Notwendigkeit ist.

Nicht zu vergessen: manroland web systems führt die Zusammenarbeit mit Océ (Canon) fort und hat mit dem Finishing-System FoldLine ein System, in dem Inline wie Offline Zeitungen aller herkömmlichen Formate (Tabloid, Broadsheet, Berliner) produziert werden können. ▶



Fit for profitability.

IFRA Expo & Conference
7-9 Oct. Berlin, Germany

**World
Publishing
Expo 2013**

Machen Sie sich fit für mehr Rentabilität.

Ihr persönliches Fitnessprogramm erhalten Sie in der Halle 4.2, Stand 210, 7.-9. Oktober, in Berlin. Wir freuen uns auf Sie!

Generieren Sie Mehrwert 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.Mailroom sichern Ihre Rentabilität. Mit unserem modularen Produktprogramm, unseren Hybrid-Systemen und umfassenden ^{MM}Services sind Sie fit für die Märkte von heute und morgen. **Müller Martini – your strong partner.**



Für das Finishing von digital gedruckten Zeitungen stehen vielfältige Lösungen unter anderem von Hunkeler zur Verfügung.



Einen neuen Versuch, Zeitungen an einem Kiosk zu drucken, startet das schwedische Unternehmen Meganews mit Ricoh-Drucktechnik.

Individualisiert am Leser vorbei

Da im Digitaldruck jede Seite für den Ausdruck neu erzeugt werden muss, drängte sich der Gedanke geradezu auf, Inhalte auf den Leser anzupassen. Nach einer Studie der Universität Köln aus dem Jahr 2004, bei der über 2.100 Leser durch das Allensbach-Institut befragt wurden, gaben 57% der Befragten an, eine individualisierte Zeitung lesen zu wollen, 25% würden sie sofort abonnieren. Doch bei Befragungen kann man ja vieles erzählen. Denn nachdem es einige mutige Unternehmer gab, die individualisierte Zeitungen produzierten, stellte sich heraus, dass die Bereitschaft, solche Produkte lesen und auch bezahlen zu wollen, doch eher gering ist. Die Schweizer Post stellte ihr Projekt Ende 2012 ebenso ein wie das 2010 gefeierte Objekt «niui», das nach nur wenigen Monaten scheiterte. Dabei stellt sich ohnehin die Frage, wie sinnvoll eine individuelle Zeitung wirklich ist. Zwar böte sie die grösstmögliche Übereinstimmung mit den persönlichen Interessen des Lesers, andererseits wäre durch diese Eingrenzung auch eine Art Selbstzensur gegeben. Wollen Zeitungsleser keine Überraschungen? Sind Leser wirklich bereit, für diesen Service zu bezahlen? Und wie viel wäre es dem Anzeigenkunden wert, wenn er seine Zielgruppe direkt ansprechen könnte? 1:1-Marketing in der Zeitung wäre in der Tat sehr reizvoll für die Werbewirtschaft und lukrativ

für den Verlag. Die Idee ist verlockend genug, um Konzepte entstehen zu lassen, von denen immer wieder zu hören ist, die jedoch alle keine Akzeptanz gefunden haben oder seit Jahren in der Projektierungsphase verharren.

Viele Ideen, wenig Konkretes

So lässt sich schlicht und einfach resümieren, dass die Modelle für eine personalisierte Zeitung allesamt gescheitert sind. Und das Fazit lautet: Die technischen Möglichkeiten für die verschiedensten Anwendungen sind vorhanden, ganz gleich, ob es um den dezentralen

Blieben Sie auf dem Laufenden und lesen Sie das PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» im Internet. Alle zwei Wochen mit Bildstreifen, Hintergrundberichten, aktuellen Nachrichten und einem umfangreichen Terminkalender.

DRUCKMARKT impressions
www.druckmarkt.com

Druck kleiner Auflagen geht, um Print-on-Demand oder Individualisierungen – Ideen für den Digitaldruck im Zeitungsbereich gibt es in Hülle und Fülle. Allerdings gibt es offenbar noch keine Geschäftsmodelle, die sich auf breiter Basis durchsetzen konnten.

Das Geschäftsmodell, Finanz- und Wirtschaftsinformationen als Service für Geschäftsreisende in Flugzeug und Bahn zu verbreiten, hatten Océ und Xerox mit dem «Handelsblatt» und der «Süddeutschen Zeitung» realisiert, aber wieder eingestellt. Bei diesen Lösungen handelte es sich allerdings nur um zeitungähnliche Produkte im DIN-A4-Format. Diese Lösung wurde durch andere Medien überholt.

Einleuchtend ist auch die Idee, Einzel Exemplare aus «Druckautomaten» in Hotels, Bahn- und Flughäfen oder auf Kreuzfahrtschiffen auszugeben. Dies ist zwar möglich, hat aber bisher nicht den Erfolg, wie man annehmen möchte.

Einen neuen Anlauf will das schwedische Unternehmen Meganews in den kommenden Monaten nehmen und den Druck von Zeitungen und Magazinen an Verkaufsautomaten testen. Die mit Ricoh-Drucktechnik und Internet-Zugang ausgestatteten Kiosks sollen innerhalb von zwei Minuten aus einer Auswahl von mehr als 200 Zeitungen und Magazinen das gewünschte Exemplar Schwarz-Weiss oder in Farbe produzieren können. Das Print-on-Demand-Verfahren soll dabei Kosten

reduzieren und umweltfreundlich sein, da nur die tatsächlich verkauften Exemplare gedruckt werden.

Im klassischen Zeitschriftenmarkt werden nicht verkaufte Titel zurückgeschickt. Nach Berechnungen des Forschungsinstituts Inventia liegen diese Remittenten oft bei 40% der Auflage. Da auch die Transport- und Logistikkosten durch den Druck vor Ort drastisch reduziert würden, beziffert Meganews die Reduzierung der fossilen Treibhausgase durch die on-Demand-Produktion auf 60%, wenn Rücktransport und Recycling der klassischen Druckprodukte mit kalkuliert werden.

Ergänzen statt ersetzen

Auch bei dem schwedischen Modell ist jetzt erst einmal abzuwarten, ob es auf Akzeptanz stösst. Und wenn, ob es sich dauerhaft durchsetzen kann. Und ob der Umweltgedanke alleine (der uns ohnehin recht konstruiert aussieht) ausreicht, Leser zu motivieren eine digital gedruckte Zeitung zu kaufen, gilt als eher unwahrscheinlich.

Daher konzentrieren sich die zurzeit am heftigsten diskutierten Businessmodelle für Verlage eher auf die Bereiche wie Microzoning (kleine geografische Einheiten) und Individualisierung (zielgruppenspezifisch und demografisch). Die Idee beider Modelle ist, dass das digital Gedruckte die traditionelle Zeitung ergänzt, nicht aber ersetzt.





«Die Zukunft ist ein ernstes Geschäft. Erreicht der Kunde die Zukunft vor Ihnen, sitzen Sie in der allerhintersten Reihe.»

Diese Aussage der amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn trifft die Situation der grafischen Branche punktgenau. Während viele glaubten, die konjunkturelle Delle sei nur vorübergehend, hat sich das gesamte Umfeld verändert. Heute erwarten Kunden von einer modernen Druckerei, dass sie fit genug ist, sich den Anforderungen der modernen Medienarchitektur zu stellen. Der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbindet, ist noch nicht das Kerngeschäft von Druckereien, doch wird diese Aufgaben zunehmend gefordert.

Deshalb sind im Kader von Druckereien Personen nötig, die als Generalisten administrativ, organisatorisch und mit viel Verständnis für Kreativität zeitgemässe Medien konzipieren, produzieren und kontrollieren können. Fachleute also, die von Betriebswirtschaft und Marketing ebensoviel verstehen wie von technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Aufbaustudium zum/zur «Pubikationsmanager/in» an der «gib»Zürich.

Mit einer derart qualifizierten Fachkraft in Ihrem Kader sitzen Sie und Ihr Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der «Pubikationsmanager» ist Synonym für Schlagkraft, Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

«gib»Zürich-Aufbaustudium
«Publikationsmanager/in ED»

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

Auf **Infoabenden** können Sie sich persönlich, unverbindlich und eingehend informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.

« gib »
Zürich

Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch

