

Dem Medienwandel aktiv begegnen

Vor dem Hintergrund jüngster Ereignisse wie dem Verkauf wichtiger Zeitungstitel durch den Springer-Konzern stellt sich die Frage nach der Zukunft der gedruckten Zeitung. Die Einschätzungen bezüglich dieses jahrhundertealten Printmediums gehen weit auseinander und schwanken zwischen «No Future für Print» und «Chancen suchen und investieren».

Von KLAUS EPPICH

Die Position von Koenig & Bauer ist klar: Drucken ist ein Kundenservice! Wer seine Leser ausschliesslich mit Online-Informationsangeboten zum Selberdrucker degradiert, wird leicht austauschbar und vergibt wertvolle Möglichkeiten der Kundenbindung. Abgesehen davon hat ein reines Online-Angebot negative Auswirkungen auf die Reichweite. Jede gedruckte Zeitung wird von bis zu drei Lesern genutzt. Dies ist für Anzeigenkunden im Mediamix neben zielgruppenorientierter Werbung und grösserer Nachhaltigkeit ein wichtiges Argument. Nutzungsanalysen zeigen zudem, dass Printkommunikation nicht an Wert verliert – und das trotz zusätzlicher Medienangebote. Was jedoch nicht bedeutet, dass sich die Verlage den sich ändernden Kunden- und Lesersprüchen stellen müssen.

Wachsendes Interesse

KBA hat mit der gedruckten Zeitung 200 Jahre Erfahrung, viele Ideen für die Anforderungen von heute und morgen und geeignete Lösungen für die veränderte Medienwelt. Es ist also nicht verwunderlich, dass sich seit der Premiere der KBA RotaJET zur drupa 2012 erfolgreiche und chancenorientierte Zeitungsverlage und -druckereien zunehmend für die Digitaldruckrotation von KBA interessieren und sich oft begeistert mit den Möglichkeiten des kontaktlosen, platten- und einrichtefreien Druckens auseinandersetzen.



Anlässlich der Hunkeler Innovationdays im Februar 2013 druckte die KBA RotaJET jeden Morgen zuverlässig die «Luzerner Zeitung» mit den Original PDF-Daten in guter Qualität. Das rechte Foto zeigt links das im Offsetverfahren gedruckte Original und daneben die digital gedruckte Ausgabe.



Drei generelle Punkte sind für dieses hohe Interesse verantwortlich: Erstens steht die Zeitung aufgrund der zum Teil stark gesunkenen Auflagen auch bekannter Titel unter nie da gewesenem Druck. Zweitens steht mit der RotaJET ein Produktionsmittel eines renommierten Offsetmaschinenbauers zur Verfügung, der die Anforderungen in der Zeitungsproduktion aus der täglichen Arbeit wie kaum ein anderer kennt. Die durchdachte Konstruktion und solide Bauweise der KBA RotaJET bieten keinen Anlass für Zweifel an ihrer Anwendbarkeit unter industriellen Bedingungen. Und drittens wächst nach manchen teuren Online-Abenteuern die Erkenntnis, dass schwierige Situationen eben auch Chancen für neue Wege bieten.

Für Produktivität gebaut

In der Vergangenheit wurden Zeitungen meist als sogenannte «Auslandstitel» in wahrnehmungsfähigen

Grössenordnungen digital gedruckt. Dabei kristallisierten sich wegen der im Vergleich zu Toner-Systemen deutlich höheren Produktivität und der bei Kleinauflagen durch den Wegfall von Druckplatten und Einrichtungskosten vergleichsweise günstigen Druckkosten Inkjet-Drucksysteme als Produktionsmittel bei der Wahl heraus.

Die Anbieter dieser Systeme stammten bis vor Kurzem allerdings noch ausschliesslich aus dem IT-Bereich mit dem Schwerpunkt Rechnungs- und Transaktionsdruck. Der Anwendung entsprechend sind diese Systeme auch konstruktiv ausgelegt. Wen wundert es da, wenn dies Zweifel hinsichtlich der professionellen Anwendbarkeit und Zuverlässigkeit für die Zeitung generiert und potenzielle Interessenten vor einer Millioneninvestition zurückschrecken.

Ein Beispiel: Keines dieser Inkjet-Drucksysteme ist in der Lage, eine Bahnbreite von 800 mm (zeitungsübliches Rollenformat) zu verarbeiten. Dies führt dazu, dass Zeitungs-

druckereien ihre Logistik gegebenenfalls kostenintensiv umstellen oder Einschränkungen bei Format (zum Beispiel Nordisch stehend) und Produktivität (Tabloid stehend vs. liegend) hinnehmen müssen. An Zeitungsoffsetrotationen heute selbstverständliche Ausstattungsmerkmale wie automatischer Bahneinzug oder fliegender Rollenwechsel ohne Stillstand sind für diese aus dem IT-Bereich abgeleiteten Systeme nicht verfügbar, aber Standard oder Option bei der KBA RotaJET. Der Grund: Sie tragen zur Produktivität, Qualität und Wirtschaftlichkeit bei.

Möglichkeiten der Leserbindung

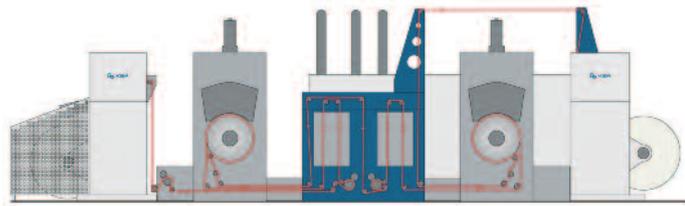
Die naheliegendste Möglichkeit ist gleichzeitig die überraschendste: Bei der begrenzten Bahngeschwindigkeit einer KBA RotaJET kommt man zunächst nicht unbedingt auf die Idee, diese für die Zeitungs-Liveproduktion einzusetzen. Falsch! Basierend auf heute existierenden Auflagen von zum Teil 500 bis 3.000 für einen Teil der zu druckenden Zeitungstitel (oder Lokalsektionen) zeigen realistische Produktionsanalysen, dass durch deren Verlagerung auf die RotaJET zuweilen eine massive Schichtzeitverkürzung der Zeitungsrotation möglich ist. Dies hat mehrere Effekte.

Teure Rotationsdruckzeit kann eingespart oder anderweitig verwendet werden. Dies kann zu Kosteneinsparung führen, denn ein voll automatisierbares RotaJET-System wird le-

FACHWISSEN ALS 4-Gang-Menü



ardus design 2013 | Foto: www.cranberries-usa.eu



Kurze Papierbahnwege, registerhaltige Bahnführung, automatischer Bahneinzug, die Bahngeschwindigkeit von 150 m/Min. und der als Option bei KBA verfügbare automatische Rollenwechsler mit integrierter Rollenlogistik prädestinieren die RotaJET für den Druck kleinerer oder stark personalisierter Zeitungsauflagen und anderer Printprodukte.

diglich von einem Operator bedient, druckt wechselnde Auflagen nahtlos ohne Platten- und Vorstufenkosten, ohne Einrichtezeit und ohne Makulatur. Die derzeit noch höheren Tintenkosten müssen den Einsparungen natürlich entgegengerechnet werden.

Retrofits älterer Rotationen können mit einer Digitaldruck-Investition kombiniert werden. Der Zeitungsverlag kann so dem Medienwandel mit stärker zielgruppenorientierten Printprodukten bis hin zur persönlichen Lesersprache flexibler begegnen. Dadurch entstehen neue Möglichkeiten für die Leser-Blattbindung und die Direktwerbung.

Mehr Service für Leser und Werbekunden

Aus gemeinsamen Überlegungen mit Zeitungskunden verfolgt KBA bereits mehrere Projekte, bei denen die Vorteile hoch automatisierter neuer Offsetrotationen oder Retrofits älterer Maschinen mit den Stärken einer digitalen RotaJET kombiniert werden. Dazu gehören bei Investitionsentscheidungen natürlich in jedem Fall fundierte Wirtschaftlichkeitsrechnungen auf der Basis der aktuellen oder zukünftig geplanten Auftragsstruktur des jeweiligen Anwenders. Da KBA beides anbietet – Offset und Digital – kann man von einer grösseren Objektivität als bei solchen Anbietern ausgehen, die nur Offset oder nur Digital im Programm haben.

Mit dem Digitaldruck ergeben sich fast automatisch neue verlegerische Perspektiven. RotaJET-Systeme eignen sich auch für akzidenzorientierte Aufgabenstellungen ausserhalb der Zeitungsproduktion, was dem Verlag die Möglichkeit bietet, regionalen oder lokalen Anzeigenkunden, zu denen in der Regel beste Kontakte bestehen, zusätzliche und ideenreiche Produkte anzubieten, das Geschäftsvolumen auszuweiten und die Position als führende regionale Medienmarke auszubauen.

Überlegenswert sind zum Beispiel:

- Bei stadtteilbezogenen Anzeigen kann derselbe Anzeigenplatz mehrfach verkauft werden und wird damit für kleinere Unternehmen attraktiver;
- selektive, massgeschneiderte Beilagen oder Zusatz-Produkte wie Kundenmagazine, Redaktion, Druck und Verteilung alles «convenient inclusive».

Die gedruckte Zeitung hat also weiterhin herausragende Stärken und Vorteile wie Glaubwürdigkeit, Akzeptanz und Nachhaltigkeit in der modernen Medienwelt. Das wissen auch die Agenturen und Werbetreibenden. Passivität, Frust und Resignation sind angesichts der mit wirtschaftlichen Fakten kaum erklärbar Online-Euphorie in Teilen der Zeitungswelt keine unternehmerische Option. Es lohnt sich aber, über neue Ideen nachzudenken und neue Chancen zu erkennen.

› www.kba.com



Wie Spitzenköche arbeiten wir stets an neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die (vielleicht nicht jedem) schmecken, Seiten, die übersichtlich angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht.

Vorspeise:

Kleine, relevante Häppchen, tagesaktuell zubereitet an der Homepage

Zwischengericht:

vierzehntägig das PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» im Internet mit ganzen Artikeln und News am Stück

Hauptgericht:

alle zwei Monate den «Druckmarkt», das Management-Magazin aus echtem Papier und frischen Stories

Dessert:

in loser Reihenfolge die «Druckmarkt COLLECTION», in der schwere Themen leicht zubereitet sind

DRUCKMARKT

Themen auf den Punkt gebracht

www.druckmarkt.ch