

Individuelles Massenmedium

Vorstufe, Drucksaal und Versandraum wachsen enger zusammen

PERSPEKTIVEN



Zur diesjährigen Ifra in Genf werden sich die Zeitungen wieder der Trends in Vorstufe,

Druck und Versandraum widmen. Neben den Themen elektronische und Online-Zeitungen sowie Content-Management-Systeme in der Vorstufe wird vor allem verstärkt das Segmentieren der Zeitungen und das gezielte, strukturierte und/oder regionalisierte Einsetzen von Werbebeilagen eine Rolle spielen. Der Trend nach mehr Individualität beim Massenprodukt Zeitung wird dabei immer deutlicher. Mit großem Selbstbewusstsein sagen Ferag und Müller Martini, beide Hersteller von Versandraumlösungen, die Zeitung des 21. Jahrhunderts werde »im Versandraum gemacht«. Eine Einschätzung, die bei Betrachtung der aktuellen Entwicklungen durchaus nachvollziehbar und logisch ist.

Bei aller Flexibilität, die sich Zeitungshäuser vor allem in der Vorstufe bewahren mussten, war der Drucksaal bisher eine über Jahre zuverlässige Konstante. Zwar gilt auch für die Rotationen seit geraumer Zeit »effektiver, farbiger und schneller«, doch anders als in der Vorstufe wird nicht mal eben eine neue Rollenmaschine abgebaut und eine neue installiert.

Vor allem der Trend zu mehr Farbe lässt die Verleger immer mehr über neue Konzepte und Neuinvestitionen nachdenken. Zumal mit einem erhöhten Anzeigenaufkommen und mehr Farbe in der Zeitung die Anzahl der Druckplatten, die produziert werden müssen, in die Höhe schnellen.

Anders als beispielsweise in den USA setzen die europäischen Zeitungshäuser dabei zunächst verstärkt auf die Plattenproduktion per CtP und damit einhergehend eine stärkere Vernetzung zwischen Vorstufe und Drucksaal. Doch lässt sich der Druck auf die Produktion dadurch lediglich etwas entzerren, eine langfristige Lösung (hier modernste Vorstufentechnik, dort zu klein gewordene Rotationen) ist dies jedoch nicht.

Vernetzung steht oben an

Gleichzeitig unterliegen die Rotationshallen der Zeitungsverlage einem Kosten- und Leistungsdruck, der nicht spurlos an der Maschinenteknik vorbeigeht. So spricht bei-

spielsweise MAN Roland von einer offenen Systemarchitektur, die es ermöglicht, dem Kunden ein komplettes Paket an Verarbeitungs- und Automatisierungseinrichtungen rund um die Zeitungsdruckmaschine anzubieten. Themen wie Reduzierung von Makulatur, Bahnbrüchen und Energieverbrauch sowie Vernetzung stehen bei allen Maschinenbauern

ganz oben an – neben völlig neuen Konzepten für Zeitungs-Rotationen. So ist Heidelberg inzwischen erfolgreich in dieses Segment eingestiegen und KBA hatte vor zwei Jahren mit der KBA Cortina ein völlig neues Maschinenkonzept vorgestellt, das die Zeitungsproduktion qualitativ hochwertiger, wirtschaftlicher und umweltfreundlicher gestalten soll.



Eine nur 3,4 m hohe Achterturmmaschine, die im wasserlosen Offset druckt, soll es den Zeitungshäusern künftig ermöglichen, mit deutlich gesunkenen Exemplarkosten zu kalkulieren und sorgenfreier über den dezentralen Druck nachzudenken. An dieser Maschine wird offensichtlich, welche Konsequenzen die Rotationsmaschinenbauer aus der Diskussion um verteiltes Drucken und dem Drucken nach Bedarf gezogen haben.

Konsequenzen im Versandraum

Redaktionelle und kommerzielle Teile einer Zeitung sind nach wie vor wichtige Informationsquellen für die Leser. Moderne Zeitungsverlage betreiben bereits die integrierte, prozessgesteuerte Zeitungsproduktion. Darunter ist die Integration der Teilprozesse Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung und Versand zu verstehen. Die Wertschöpfung in der prozessgesteuerten Verarbeitung erhöht sich und bietet Möglichkeiten, Produkte flexibler und individueller zu gestalten. Mit Versandraum-Systemen, die das Einstecken oder

Zusammenstecken von Zeitungsteilen und Beilagen erlauben, ist die Voraussetzung zum individuelleren Produkt gegeben.

Moderne Versandraum-Technologie kann das Gesicht einer Zeitung den Bedürfnissen der Leser, Werbetreibenden und Verleger optimal anpassen. Vorprodukte, die sich einem speziellen Thema oder einer Region widmen, können vorproduziert und dem Hauptblatt beigefügt werden, und durch zielgruppenspezifisch eingesteckte Beilagen gewinnt die Zeitung an zusätzlicher Attraktivität im Werbemarkt.

Beilagengeschäft boomt

Das Befügen von Beilagen ist die profitable Komponente einer Versandraumanlage mit entsprechenden Einsteckmöglichkeiten. Märkte, die dies gewinnbringend und flächendeckend nutzen, sind die USA und Deutschland. 1997 haben amerikanische Zeitungen mit dem Einstecken von Beilagen erstmals mehr Umsatz erzielt als mit Anzeigen, wie eine Studie der »Newspaper Association of America« aussagt.

Auch Vordrucke und verlagseigene Beilagen vervielfachen die Möglichkeiten, eine Zeitung zu strukturieren. Durch den Einsatz von Einsteck-Systemen mit verschiedenen Automatisierungsgraden eröffnen sich im Zeitungs-Versandraum Prozessabläufe, die sonst nur durch wesentlich höhere Investitionen im Druckprozess erreicht werden könnten.

Perspektiven für den Zeitungs-Markt

Datentechnik und Systeme in Vorstufe, Druck und Verarbeitung haben bei der Zeitungsproduktion einen derart hohen Stand erreicht, dass die Forderung nach einer feineren Untergliederung von Werbebeilagen in Zeitungen gewährleistet werden können. Kommerzielle Teile ehemals reinrassiger Redaktionssysteme wie das Modul alfa CMS Customer Relationship Management von alfa Media Partner helfen dabei, Kundendaten für Marketingaktionen zu nutzen. Andere Programme ermöglichen die Selektion der Empfänger nach spezifischen Merkmalen.

Automobil-Teil. Durch mehrmaliges Öffnen der Zeitung im Einsteckprozess ist dieses strukturierte Beilegen möglich, durch Voreinstecken werden die Variationen nochmals erhöht.

Ebenso möglich ist das selektive Beilegen zeilgruppenorientiert gestreuter Werbung. So muss in einer Hochhaus-Siedlung nicht der Prospekt für einen Rasenmäher beiliegen oder in ländlichen Regionen die Broschüre für Eigentumswohnungen in der City.

Mit der gezielten Aktionen wandelt sich die Zeitungsherstellung von einer Kette aneinandergereihter Produktionsschritte hin zu einer zielgruppenorientierten Produktion, bei der eine Zeitung entstehen kann, die Vielfalt und Individualität ermöglicht. Die Konzepte im Versandraum tragen nicht nur eindeutig zu solcher Zielsetzung bei, sondern bieten geradezu die technischen Voraussetzungen für derartige Lösungsansätze.

Bei all diesen Überlegungen sollte man sich vergegenwärtigen, dass derartige Konzepte erst einen Trend aufzeigen, der sich in den nächsten



Erfolgreich mit der Regioman: MAN Roland hat diese Rotation speziell auf die Bedürfnisse der Zeitungsindustrie zugeschnitten.

Automatisierungskonzepte von der Papieranlieferung bis zum Versandraum prägen das Gesicht moderner Zeitungen.

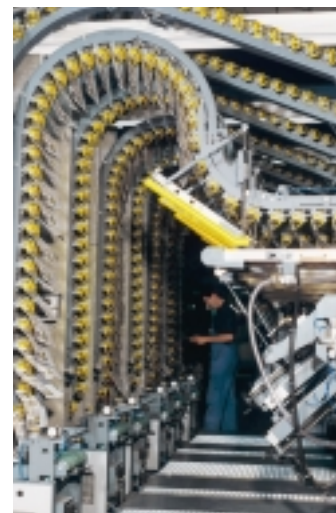
Redaktionsinhalte mit Werbebotschaften zu kombinieren kann mehr und mehr von Versandraumsystemen mit entsprechender Einstecktechnik realisiert werden.

Auch in anderen Märkten ist eine Zunahme von Beilagen offensichtlich. In den vergangenen Jahren stellte man im Beilagengeschäft ein massives Wachstum fest – ein klares Zeichen der Werbewirksamkeit von Beilagen. US-Zeitungen scheuen sich nicht, ein derartiger Werbeträger zu sein, findet man doch in Sonntagszeitungen bis zu 40 Beilagen. In Deutschland ist die Beilagenzahl meist auf fünf oder sechs Beilagen pro Ausgabe begrenzt – dies aber täglich.



Die Anlagen im Versandraum sind auch nicht mehr nur dafür ausgelegt, ein Massenprodukt vertriebsfertig an die Laderampe zu bringen. Versandraum-Systeme sind kontinuierlich zu Marketing-Instrumenten weiterentwickelt worden.

In der strukturierten Zeitung sind die Vordrucke in der gewünschten Reihenfolge und mit den dazu passenden Werbebeilagen versehen: beispielsweise der Beileger einer neuen Turnschuh-Kollektion im Sport-Teil, der vorgedruckte Kfz-8-Seiter im



Jahren flächendeckend ausdehnen könnte und wird. Es werden neue Ideen, neue Forderungen dazukommen und die Zeitung weiter verändern. Eins scheint jedoch schon jetzt sicher:

Die Zeitung wird als beliebtestes Informationsmedium weiterhin Bestand haben. Und ebenso beständig wird der Wandel sein, den das Medium in den nächsten Jahren noch erleben wird.