



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

»Kunden müssen begeistert sein«

Hunkeler innovationdays: Eine Hausausstellung als Special-Interest-Event von Weltrang

REPORTAGE



Wenn 3.000 Menschen nach Luzern kommen, ist das für die Perle am Vierwaldstädter See wohl nichts besonderes. Wenn aber 3.000 Menschen im Februar trotz Schneetreibens wegen einer Hausausstellung nach Luzern kommen, die sich rund um den Digitaldruck dreht, kann es nicht alleine an den Sehenswürdigkeiten der Schweizer Kantonalhauptstadt liegen. Seit 1994 veranstaltet Hunkeler nun dieses Open House zusammen mit Partnern und Kunden. Und dieser Event hat aufgrund seines Erfolgs Beispielcharakter. Sonst hätten nicht auch andere Unternehmen diese Form der Kundenninformation gewählt und sonst hätte Hunkeler nicht aus der Stadthalle Zofingen auf das Messegelände in Luzern umziehen müssen.

Die im Zweijahresrhythmus durchgeführten innovationdays sind inzwischen zu einer Orientierungsplattform für den Digitaldruck und die Papierverarbeitung und damit zu einem Special-Interest-Event von Weltrang geworden. Nirgendwo sonst werden derart breit gefächerte und differenzierte Lösungsszenarien für den digitalen Druck und seine Verarbeitung präsentiert.

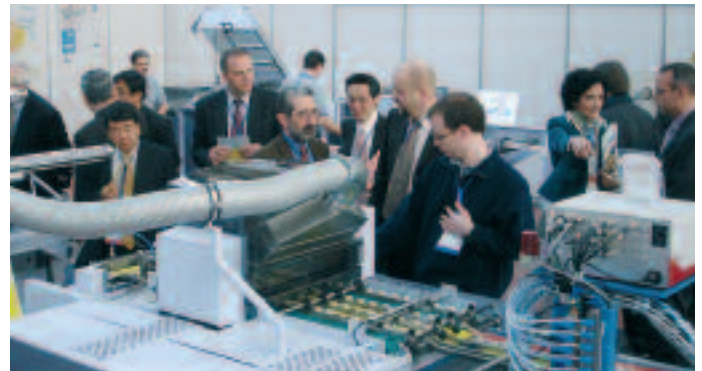
Breit aufgestelltes Know-how

Dass hier einem echten Bedürfnis entsprochen wird, zeigt die Tatsache, dass sowohl die Anzahl der Aussteller als auch der Besucherstrom stetig zugenommen haben. Mit über 60 Ausstellern auf 4500 m² Fläche und rund 3.500 Gästen verzeichneten die 6. Hunkeler innovationdays einen neuen Rekord.

Dabei sei jetzt eine Größenordnung erreicht, die man aus eigener Kraft gerade noch bewältigen könne,



räumt Hunkeler-Vertriebschef Erich Hodel ein. Und Stefan Hunkeler, Chef der Hunkeler AG, ergänzt: »Wir haben dieses Jahr über 60 Partnerfirmen in Luzern, ohne die wir das alleine nicht stemmen könnten.« Dies scheint mehr als verständlich, zumal sich die Kosten des Events auf etwa 1,6 Mio. CHF addieren. »Wenn ich sehe, was wir hier auf die Beine stellen, bekomme ich schon manchmal weiche Knie«, so Stefan Hunkeler.



Immerhin waren die innovationdays in diesem Jahr der größte Event für den Hochleistungs-Digitaldruck mit acht großen Druckerherstellern und – neben Hunkeler – einer großen Anzahl an Weiterverarbeitungsherstellern wie Müller Martini, MBO, MB Bäuerle, Kern oder Pitney Bowes. Hunkeler und seine Partner boten während der vier Tage die neusten Entwicklungen rund um Print-, Mailing- und Finishing-on-Demand, Web-Finishing, Pre- und Post-Systemen, Logistik und Papierentsorgung. Wobei mit dem unternehmensübergreifenden Know-how der von unterschiedlichen Herstellern konfigurierten Lösungen Synergien aufgezeigt wurden.

Keine Berührungsängste

Wenn sich auch der Vergleich mit dem Open House von Océ aufdrängt, ist die Abgrenzung dennoch logisch: In Luzern sah man Druckmaschinen von Océ, IBM, Nipson, HP Indigo oder Deltagraph und vorwiegend Paper-Processing-Maschi-

nen von Hunkeler. In Poing sah man dagegen in erster Linie Océ-Drucker und Finishing-Komponenten aller denkbaren Hersteller.

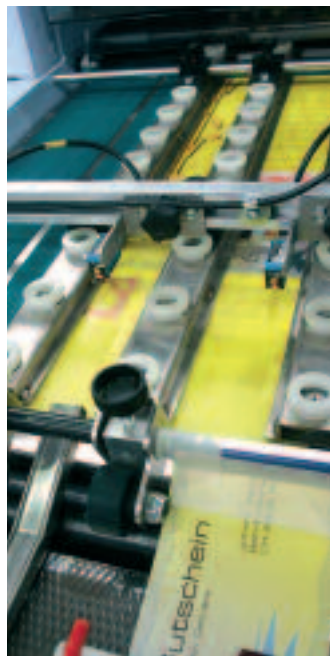
Berührungsängste? Nein, die hat Hunkeler offensichtlich nicht. Sonst hätte man nicht trotz der Präsenz einiger Wettbewerber eine Produktstudie vorgestellt, die erst im nächsten Jahr marktreif sein soll. Aber dieses Risiko geht man bei Hunkeler durchaus bewusst ein.

Neue Hunkeler-Module

Franz Hunkeler, CEO der Hunkeler Holding, umschreibt die Situation: »Wir leben in ständiger Entwicklungs-Partnerschaft mit den großen Digitaldruck-Herstellern auf dem Sektor Paper Processing.« Dass man da nicht all zu »geheimniskrämerisch« sein darf, leuchtet ein. Und



Franz Hunkeler weiter: »Es reicht uns nämlich nicht aus, zufriedene Kunden zu haben. Die Kunden müssen begeistert sein!«



Deshalb stellte Hunkeler mit der POPP-6 eine neue Generation für die Papierverarbeitung in Rechenzentren, Mailrooms und Druckereibetrieben vor. Die POPP-6-Linie ist auf die in absehbarer Zukunft weiter steigenden Bahngeschwindigkeiten und die Applikationsvielfalt im Schwarzweiß- und Farbdruck ausgerichtet. Neben dem Einsatz von Abroll- und Aufrollmodulen wurde erstmals ein Rolle-Blatt-Produktionssystem als Technologiestudie gezeigt, das im Nonstopbetrieb weitgehend auf Buffermodule verzichten kann.

Die POPP-6-Module erfüllen dabei die UP3i-Vorgaben, ein Standard, der die Datenkommunikation über ganze Produktionslinien hinweg vereinheitlicht und alle Prozesse einer Druck- und Verarbeitungs-

strecke an jedem Terminal innerhalb der Linie steuern und überwachen lässt.

Digitaldruck der intelligenten Sorte

Daneben drehte sich bei den Hunkeler innovationdays praktisch alles um Mailings und spezielle Digitaldruck-Applikationen. Ob es der digitale Druck von Rolle auf Rolle, Rolle auf Bogen oder mit Inline-Veredlungen ist – bei allen Fertigungslinien wurde deutlich, dass Digitaldruck nur dann wirklich interessant ist, wenn Software und Hardware-Module für eine entsprechende Veredlung oder Endfertigung (Heften, Binden, Kleben etc.) zum kompletten Produkt verbunden sind.

Web-Finishing, Inline-Personalisie-

rung, Perforieren, Rillen, Längs- oder Querschnitt samt Rausschnitt, Stanzen, das Herstellen integrierter Karten innerhalb einer Mailing-Konfiguration (auch für den Pinless-Prozess zur Verarbeitung von Papieren ohne Führungslochrand) oder die Produktion multifunktionaler Mailings sind nur ein Ausschnitt der vielfältigen Produktionsmöglichkeiten, die der digitale Druck samt Paper Processing bietet.

Damit ist der Digitaldruck längst zum aktiven Teil der globalen Kommunikation geworden. Gigabytes laufen jede Sekunde über Datenleitungen – aber irgendwann werden sie sichtbar: Als Ausdruck auf Papier. Wobei dieses Papier auch wiederum Transponder enthalten kann, die nicht sichtbare Daten beinhalten, diese versenden oder andere empfangen (wobei spätestens an diesem Beispiel deutlich wird, dass Weiterverarbeitung längst nicht mehr nur Mechanik ist, sondern ebenso auch Software ist). Und gerade die Kombination aus Papier und hochmoderner Elektronik macht einen besonderen Reiz aus.

Die RFID-Technologie (RFID=Radio Frequency Identification) beispiels-

HUNKELER WELTWEIT

Hunkeler machte 2004 mit seinen 260 Mitarbeitern einen Umsatz von 40 Mio. €, davon 25% im Bereich der Entsorgung, 75% beim Paper Processing. Dabei ist das Schweizer Unternehmen in 75 Ländern aktiv – überwiegend mit Vertretungen und macht 60% des Umsatzes in Europa, 14% in der Schweiz und 26% in Übersee. Den Erfolg des Unter-



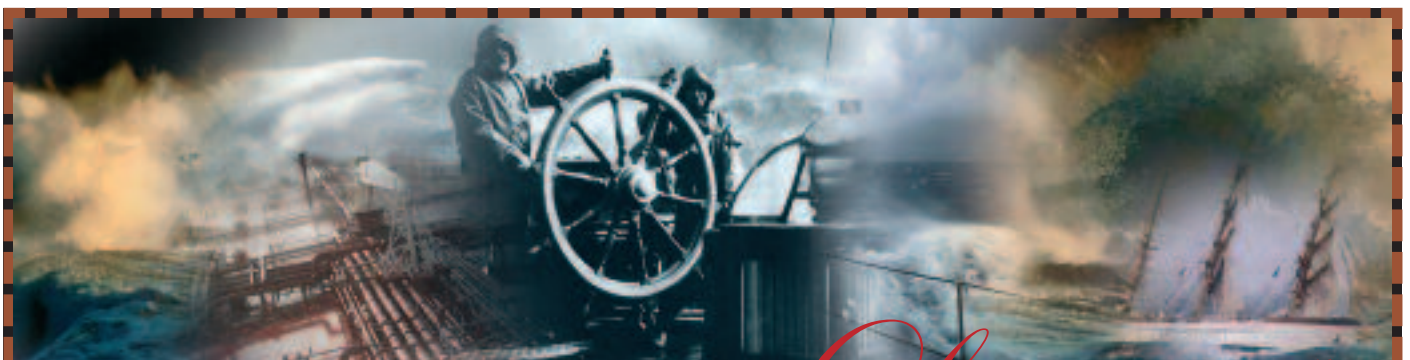
nehmens begründet Stefan Hunkeler: »Acht Jahrzehnte Know-how in der Weiterverarbeitung, der frühe

Glaube an den digitalen Druck und der entsprechend frühe Einstieg in den Digitaldruck hat Hunkeler zu dem gemacht, was wir heute darstellen. Eben ein Unternehmen, das mit den Big Players partnerschaftlich beim Druck, Input, Output und der Entsorgung zusammenarbeitet.«

weise veredelt Formulare und Mailings zu intelligenten und zur bidirektionalen Kommunikation fähigen Printmedien. Das Aufbringen von Transpondern (kleinen gedruckten Sendern) kann beispielsweise Bestandteil einer Mailing-Produktion auf einer modularen Digitaldruck-Linie sein.

Hunkeler zeigte eine entsprechende Anwendung, bei der ein RFID-Modul auf ein Mailing aufgebracht wurde. Und ist damit auch in diesem Bereich up to date.

➤ www.innovationdays.com



Der Druckmarkt Internet-Service für die wesentlichen und aktuellen Ereignisse in der Druckindustrie.

Logbuch
www.druckmarkt.de