



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Punktlandung

Bei der F&W Mediacenter GmbH rechnet sich jetzt jede Auflage

ANWENDUNG



»Wir hatten die Digitaldruckmaschine gerade installiert, als einer unserer Top-Kunden entschied, seine Handbücher digital produzieren zu lassen«, schildert F&W-Geschäftsführer Fritz Föttinger die Situation im Herbst 2006. »Das war eine Punktlandung. Denn ohne den Digitaldruck hätten wir den Kunden – zumindest für den Auftrag der Handbücher – verloren«. Die Entscheidung des F&W-Kunden ist kein Einzelfall. Immer mehr Handbücher oder Betriebsanleitungen werden in zahlreichen Varianten und digital hergestellt. Dabei ist die Auflage der Produkte eher gering, die Sprachvielfalt dafür umso größer.

Bisher produzierte F&W im Kundenauftrag 1.000 bis 2.000 Exemplare in Deutsch oder Englisch im Offsetdruck, selbst wenn deutlich weniger Exemplare benötigt wurden. Bis die Auflage aufgebraucht war, war der Inhalt meist längst überholt – die Broschüren praktisch wertlos. Und 300 Exemplare (oft noch weniger) für andere Sprachen sind für den Offsetdruck eben nicht die ideale und wirtschaftliche Auflagenhöhe. In der Folge häuften sich im Lager Handbücher mit veraltetem Inhalt.

Die Qualität muss stimmen

Für den Kunden war ein Copyshop zur bisherigen Produktion jedoch keine Alternative. »Wenn jemand hochwertige und hochpräzise Steuerungen im Mikrometer-Bereich herstellt, möchte er auch bei seinen Dokumentationen eine adäquate Qualität bieten. Und die darf nicht das Feeling einer Fotokopie haben«, so Fritz Föttinger. »Die Qualität muss einfach stimmen.«

Dies ist generell die Maxime bei F&W Mediacenter, die den Digitaldruck zwar schon längere Zeit angeboten hat, die Aufträge aber über Dienstleister abwickeln ließ.

Nicht nur, um die eigene Wertschöpfungskette zu erweitern, sondern auch um flexibler bei der Bearbeitung der Kundenaufträge zu sein, produziert F&W seit Oktober 2006 auf der eigenen Digitaldruckmaschine HP Indigo press 3050. Seither bestellt der erwähnte Kunde zehn

bis 100 Handbücher, die ihm punktgenau innerhalb von 24 Stunden geliefert werden.

F&W individuell

Fritz Föttinger und Lothar Wild wissen, dass immer mehr Kunden über Kleinauflagen und individualisierte Drucksachen nachdenken, die für den Digitaldruck prädestiniert sind. »Allerdings schrecken viele Kunden aufgrund der schlechten Erfahrungen aus den Anfangszeiten des Digitaldrucks und wegen der oftmals schlechten Qualität von als Digitaldruck bezeichneten Laserdrucken zurück.«

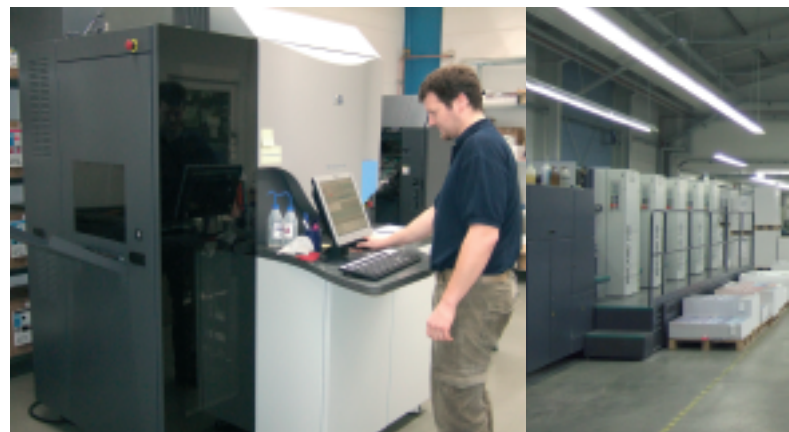
Schon deshalb nennt F&W sein Digitaldruck-Angebot nicht »digitaler

Druck«, sondern »F&W individuell«. Mit Erfolg, da man so einerseits den erwähnten Negativ-Touch vermeidet, andererseits so produzieren kann, wie es für den Kunden am günstigsten ist. »So rechnet sich für uns jetzt jede Auflage: ganz gleich ob zehn oder 100.000 Exemplare.«

Gewachsenes Vertrauensverhältnis

»Wir beschäftigen uns nun schon gut zehn Jahre mit dem Digitaldruck. Was für uns nur in Frage kam, war eine Maschine, die auch bei geringen Stückzahlen eine Qualität wie der Offsetdruck bietet.« Diese Forderung war ein K.O.-Kriterium für viele Digitaldrucksysteme. Für Fritz

Seit Oktober 2006 produziert F&W Mediacenter in Kienberg mit einer HP Indigo press 3050 und hat damit deutlich an Flexibilität gewonnen. Die Produkte werden komplett von den »Digitaldruckern« hergestellt, die auch die Weiterverarbeitung auf den dem Format angepassten Buchbindereimaschinen von Ernst Nagel erledigen. Auf den Bogenoffsetmaschinen von MAN Roland im 3B-Format (74 cm x 104 cm) produziert F&W Farbdrucksachen einschließlich Veredelungen wie UV-Lackierung, partielle Spot- und Effekt-Lackierungen.





Die ganze Welt der Kreation und Veredelung von Drucksachen ist in der Image-Broschüre zu sehen. Schon das Cover (Druck auf Lentikularfolie) macht neugierig. Im Innenteil zieht F&W alle Register der Papierauswahl, des Druckens, Lackierens und Veredelns.



Mit der Kundenzeitschrift »überdruck« informiert F&W Mediencenter über die Möglichkeiten der Produktion. Für diese Drucksachen sowie die Imagebroschüre erhielt F&W den Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie.

Föttinger und Lothar Wild kam daher nur eine HP Indigo in Frage, die man bei Fujifilm kaufte. »Wir kennen das Unternehmen, die Fujifilm-Mitarbeiter kennen uns bereits seit den Zeiten, als wir noch auf Film belichteten. Da ist über die Jahre ein Vertrauensverhältnis gewachsen und damit war auch die Entscheidung klar«, erläutert Fritz Föttinger. Bereits vor einigen Jahren ist F&W auf CtP umgestiegen und hat seither mit der Fujifilm-Anlage nur gute Erfahrungen gemacht. Die aktuell installierte Anlage, ein Fujifilm Luxel T-9800 CTP, wurde notwendig, als F&W vor gut zwei Jahren auf das Maschinenformat 70 cm x 100 cm umstieg. Inzwischen wurde der Maschinenpark abermals erweitert und eine neue Halle angebaut. Dabei ist es jedoch beim bewährten, aber alles andere als homogenen Workflow geblieben. F&W arbeitet mit einem Apogee-Workflow, mit dem man schon zu CtF-Zeiten startete und setzt ein systemfremdes FM-

Raster für die Belichtung der Platten ein. Und nun wird auch die Indigo mit den Daten aus dem Workflow versorgt, denn F&W nutzt identische Jobs für die Plattenbelichtung und den Digitaldruck. Lediglich das Ausschließen ist aufgrund des Formates A3+ anders. »Viele wollten uns einreden, dass diese Kombination nicht laufen könne,« schildert Fritz Föttinger. »Fujifilm hat nicht viel geredet, sondern installiert. Und es läuft.«

Neue Konzepte angedacht und realisiert

Diese »crossmediale« Arbeitsweise hat sich auch beim digitalen Drucken bewährt. »Ein Operator ist Offsetdrucker, der andere kommt aus der Vorstufe. Nach der Installation haben die beiden gemeinsam an der Maschine gearbeitet, voneinander gelernt und beim jeweiligen fachlichen Know-how partizipiert,« beschreibt Fritz Föttinger die Einführungsphase.

Inzwischen arbeiten die beiden Operator getrennt in zwei Schichten. Dabei werden die Produkte komplett von den »Digitaldruckern« hergestellt, die auch die Weiterverarbeitung auf den dem Format angepassten Buchbindereimaschinen der Ernst Nagel GmbH erledigen. »Es macht ja auch keinen Sinn, die kleinen Formate auf unsere großen Falzmaschinen zu nehmen.« Zur Zeit druckt F&W vor allem Kleinauflagen im Digitaldruck im Standardformat 32 cm x 45 cm – ein For-

mat, das für die Anwendungen bei F&W Mediencenter völlig ausreichend ist.

Doch Fritz Föttinger gibt sich damit alleine nicht zufrieden. Auch Fotobücher oder andere Fotoapplikationen auf Basis des Digitaldrucks sind Themen, über die Föttinger und Wild nicht nur intern nachdenken. »Wir diskutieren neue Konzepte auch mit unseren Kunden.« So plant man, intensiver in die Mailing-Produktion einzusteigen. Dabei kommt F&W die Erfahrung im Bereich der Logistik zugute, die seit längerer Zeit praktiziert wird – und nicht zuletzt die Möglichkeiten der Personalisierung und Individualisierung innerhalb der Digitaldruckmaschine. Adressübernahme und -pflege, Versandoptimierung, Kuvertieren, Adressieren, Frankieren und Postauflieferung gehören schon heute zum Tagesgeschäft.

Keine Schwellenangst

Dass das Unternehmen durch neue Konzepte eine völlig andere Struktur als bisher erhalten könnte, schreckt Fritz Föttinger und Lothar Wild überhaupt nicht ab. Sie haben keinerlei Schwellenangst, wenn es um neue Techniken und Herausforderungen geht. Im Gegenteil, hat doch dieses unternehmerische Denken den Mediendienstleister vom Dreimann-Betrieb zur jetzigen Größe gebracht. So hatte man für einige Kunden längst eine Web-to-Print-Lösung geschaffen, bevor dieser Name zum Modewort wurde. Teile der Seite sind frei-

F&W MEDIENCENTER



Die in Kienberg, nördlich des Chiemsees ansässige F&W Mediencenter GmbH (das Namenskürzel steht für die Namen der Geschäftsführer Fritz Föttinger und Lothar Wild) wurde 1989 als Akzidenzdruckerei gegründet und ist seitdem beständig gewachsen. Die beiden Geschäftsführer wissen um die Vorteile ihres Unternehmens: Motivierte Mitarbeiter mit hoher Fachkenntnis, ein moderner Maschinenpark und ein rundum durchorganisierter Betrieb machen den Erfolg des mehrstufigen Druckun-



ternehmens aus. Dabei haben Fritz Föttinger (links) und Lothar Wild keinerlei Schwellenangst, wenn es um neue Herausforderungen geht.



Im Gegenteil hat das unternehmerische Denken den Mediendienstleister vom Dreimann-Betrieb zur jetzigen Größe gemacht. Auch die Drucksachen für den eigenen Bedarf entsprechen der Philosophie »Keine Kompromisse bei der Qualität.« So wurden die Unternehmensbroschüren 2005 und 2006 mit dem Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie ausgezeichnet.





»F&W individuell« nennt das Unternehmen aus dem Chiemgau seine Digitaldruck-Dienstleistung und informiert in einer eigenen Broschüre über die technischen und gestalterischen Möglichkeiten.

geschaltet, die Kunden können gestalten und senden die PDF-Datei direkt an die HP Indigo – unterstützt durch Software von Diron. Aber auch für den konventionellen Druck kommt dieses System zum Einsatz: »WebConnect, bestellen, Versand auslösen – Fulfillment durch F&W. So einfach ist das für unsere Kunden,« sagt Fritz Föttinger.

»Die Hybrid-Produktion – also die parallele Produktion von Offset- und Digitadruk für einen Auftrag – ist für uns heute noch kein großes Thema, auch wenn wir unsere Kunden darüber informieren. Wir rechnen aber damit, dass sich in diesem Bereich noch einiges tun wird.« Denn das Chiemgauer Unternehmen kann seinen Maschinenpark genau für diese Produktionsweise einsetzen.

So ließe sich beispielsweise der Umschlag einer Informationsschrift im Digitaldruck individualisieren und die Innenseiten der Broschüre im Offset produzieren. Wird das gleiche Papier eingesetzt, ist nur schwer zu erkennen, dass mit zwei unterschiedlichen Druckverfahren eine einzige Broschüre hergestellt wurde.

Nicht tatenlos zusehen

Doch ist dies nur ein kleines Beispiel aus der Vielzahl an Möglichkeiten, die sich durch das Zusammenspiel der verschiedenen Techniken ergeben. Fritz Föttinger und Lothar Wild sind fest davon überzeugt, dass sich die Drucksachen-Produktion über konventionelle, rein digitale oder hybride Produktionsarten hinaus in

absehbarer Zeit massiv verändern wird. »Das mittlere Segment zwischen billig und hochwertig wird auf Dauer zurückgehen«, glaubt Fritz Föttinger. Dabei sieht er dies nicht ausschließlich auf die Druckindustrie bezogen, sondern hat es auch in anderen Bereichen beobachtet.

Diesem Wandel tatenlos zuzusehen, ist allerdings nicht die Sache von Fritz Föttinger und Lothar Wild. Man will diesen Wandel selbst und aktiv mitgestalten.

So hat sich das Unternehmen bereits großes Know-how in der Veredelung von Drucksachen erarbeitet und baut diese Erfahrungen permanent aus. Zudem ist der Einstieg in den Digitaldruck ein weiterer Schritt, zusätzliche Produkte zu generieren und anbieten zu können. An Ideen

mangelt es den beiden Unternehmen jedenfalls nicht.

»Der Digitaldruck läuft bei uns so erfolgreich, dass wir wohl in eine zweite Maschine investieren werden,« so Lothar Wild und Fritz Föttinger. Schließlich hat F&W Mediencenter in den ersten zwei Monaten nach der Installation bereits 1,5 Millionen Drucke auf der HP Indigo produziert. Und ist so zu der Erkenntnis gelangt: »Ohne den Digitaldruck würde es für uns als Unternehmer an Flexibilität und Kreativität fehlen,« so Lothar Wild.

Apropos Kreativität: ein Blick auf die Internetseite des Unternehmens lohnt sich allemal.

➤ www.fw-medien.de



<p>Wir schlagen den Bogen DESIGNS, TEXT, DRUCKSACHEN, INTERNET</p>	<p>arcus design ist eine Agentur, die sich auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert hat, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.</p>
	<p>arcus design & verlag oHG Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel +49 (0) 26 71 - 38 36</p> <p>www.arcusdesigns.de</p>