



# Optimale Ergänzung zum Offsetdruck

Uehlin Print und Medien erweitert den Maschinenpark um eine HP-Indigo-Digitaldruckmaschine von Fujifilm

»Als Offsetdrucker sind wir Qualität gewöhnt. Die Ansprüche an die Digitaldruckmaschine sind daher nicht eben banal«, sagt Hans-Peter Strass. »Durch den Einsatz der pasteusen Farben und der präzisen Papierführung ergibt sich mit der HP Indigo jedoch ein scharfer und kontrastreicher Druck höchster Qualität.«

Der Digitaldruck und der herkömmliche Offsetdruck bis zum Formatbereich 70 cm x 100 cm sollen dabei im Hause Uehlin aber nicht in Konkurrenz treten, sondern sich ergänzen. So richten sich die Digitaldrucker besonders an Zielgruppen, die kleine bis mittlere Auflagengrößen benötigen. »Kleine Auflagen und extrem kurze Produktionszeiten waren die Gründe, weshalb wir den Schritt in den Digitaldruck gewagt haben. Kleinere Stückzahlen können digital kostengünstiger gedruckt werden, da die im Offsetdruck notwendige Plattenherstellung, die üblichen Einrichtezeiten und nötigen Vorlaufdrucke entfallen. Das Einrichten der Digitaldruckmaschine ist im Vergleich zum Offsetdruck vernachlässigbar kurz, weil die Daten direkt auf die Maschine gesendet werden«, erläutert Hans-Peter Strass. Dazu komme der Wegfall der Trocknungszeit, was das sofortige Weiterverarbeiten der Drucke ermöglicht.

Dadurch lassen sich Schnellschüsse und Aktualisierungen beispielsweise bei Flugblättern, Vorabexemplaren, Preislisten, Broschüren und vieles mehr äußerst schnell produzieren.

## Auftragsspektrum weit gefächert

1864 wurde die Druckerei gegründet und war von Anfang an als Familienbetrieb am Standort Schopfheim im südlichen Schwarzwald unweit von Lörrach und der Schweizer Grenze ansässig. Hans-Peter Strass übernahm das Unternehmen samt dazugehöriger Buchhandlung in der Innenstadt im Jahr 1985. Die wenigen Titel, die Uehlin für den Buchhandel produziert, sind in erster Linie Bücher mit regionalem Charakter und fallen beim Auftragsspektrum der Druckerei kaum ins Gewicht. Stattdessen bewegt sich das Auftragsspektrum des Unternehmens mit etwa 30 Mitarbeitern quer durch den Bereich der Akzidenzen: Broschüren, Prospekte, Geschäftsdrucksachen, Flyer, Bücher – eben alles, was im Segment der Akzidenzen anfällt. Dabei sind nicht selten Sprachvarianten gefragt – bedingt durch die Lage der Druckerei im Dreiländereck Deutschland, Frankreich und der mehrsprachigen Schweiz. Gerade diese Variationen neigen dazu, die ohnehin schon

»Wir erfüllen Farbträume« verspricht der Flyer, mit dem Uehlin Print und Medien auf ihr Digitaldruckangebot aufmerksam macht. »Der spezielle Prozess der Digitaldruckmaschine von HP Indigo ist derzeit die einzige Technologie, die mit der Qualität des Offsetdrucks konkurrieren kann«, so Hans-Peter Strass, Geschäftsführer des Traditionsbetriebes.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Hans-Peter Strass, Geschäftsführer der Uehlin Print und Medien GmbH in Schopfheim im südlichen Schwarzwald ist fest von der hohen Qualität der HP Indigo überzeugt: »Der spezielle Prozess der Digitaldruckmaschine von HP Indigo ist derzeit die einzige Technologie, die mit der Qualität und dem Farbspektrum des Offsetdrucks konkurrieren kann oder diese sogar übertrifft.«

die Auflage dann im Offset drucken«, weiß Hans-Peter Strass aus Erfahrung. Die individuelle Gestaltung der Drucksachen gewinne dabei zunehmend an Bedeutung. Personalisierte Direktmailings mit wechselndem Text oder Bild lassen sich im Digitaldruck einfach und schnell realisieren. Das Herstellen von Mailings samt Portooptimierung und weiteren logistischen Leistungen zählte bei Uehlin bereits vor der »Digitaldruck-Ära« zu den Spezialitäten.

Den letzten Schliff erhalten die Drucksachen – ob analog oder digital gedruckt – in der Abteilung Weiterverarbeitung und Druckveredelung. »Ob hoch- oder tiefgezogene Klischees, in Form gestanzte Papiere und Kartons – wir erfüllen

auch die ausgefallensten Ideen unserer Kunden. Wir tragen zusammen, heften oder binden Bücher in verschiedenen Verfahren, verpacken und versenden. Ganz nach Wunsch und Anforderung der Kunden«, umschreibt Hans-Peter Strass das vielfältige Angebot.

### Mehr als Druck

»Unsere Dienstleistungen überschneiden sich jedoch in vielen Bereichen mit anderen Druckereien. Und wir kämpfen logischerweise auch mit dem Internet und den entsprechenden Angeboten für Drucksachen«, so Hans-Peter Strass. Dem setze er jedoch Beratung, Kundennähe und Betreuung entgegen – allesamt seien dies Trümpfe, die

nicht hohen Auflagen nochmals zu splitten. Für derartige Aufträge ist der Digitaldruck geradezu prädestiniert, die Möglichkeiten der Drucksachenproduktion jedoch noch längst nicht erschöpft.

»Viele Kunden lassen beispielsweise zehn Exemplare drucken, Kleinstauflagen oder kleine Mengen für Messen. Andere verlangen Vorabaufgaben, ändern dann noch einmal die Inhalte ihrer Drucksache und lassen

## Von wegen erscheint nur 6 x im Jahr

Wer wirklich wissen will, was wichtig ist, hat mehrfach monatlich die Gelegenheit, sich über den Markt zu informieren. Druckmarkt erscheint zwar »nur« 6 x im Jahr in Deutschland und »nur« 6 x im Jahr in der Schweiz, dafür aber gibt es »Druckmarkt impressions« 12 x jährlich als PDF-Magazin im Internet und zudem gibt es noch die »Druckmarkt COLLECTION« in Kooperation mit value ebenfalls 12 x im Jahr. Sind, alles zusammengerechnet, 36 Ausgaben, in denen Sie Informationen höchster Qualität und Güte erhalten.

Reinschnuppern in die Angebote des »DRUCKMARKT«.

Sie gewöhnen sich an die regelmäßigen Informationen im Internet: »www.druckmarkt.com«

Für ganz neugierige: Das PDF der gedruckten Version ist im Internet verfügbar: »www.druckmarkt.com«

Die gedruckte Version »DRUCKMARKT« oder »Druckmarkt Schweiz« erscheint.

»Druckmarkt COLLECTION« in Kooperation mit value erscheint monatlich zu einem neuen Thema.

»DRUCKMARKT impressions« informiert Sie umfassend über die Nachrichten, Entwicklungen, Termine und Events.

Tag 1

Tag 15

Tag 20

Tag 30





Kunden im Internet nicht bekommen. »Dazu kommt, dass viele Kunden mit den Daten noch immer Probleme haben. Hier können wir helfend eingreifen.« Denn spätestens, wenn ein Kunde seinen Auftrag im Internet wegen eines unzulänglichen PDFs oder zu komplizierter Abläufe nicht produzieren lassen konnte, klopft er wieder bei Uehlin an.

Was nicht bedeutet, dass Hans-Peter Strass neuen Medien ablehnend gegenüber steht. »Der Online-Zugriff via Web-to-Print ist ein bedeutender Faktor in der immer rasanter werdenden Welt der Druckindustrie. Unsere Web-to-Print-Seite, die demnächst frei geschaltet wird, ermöglicht die direkte Bestellung der Aufträge per Internet. Aber selbstverständlich steht unser persönlicher und individueller Service weiterhin wie gewohnt zur Verfügung«, so Hans-Peter Strass.

Uehlin Print und Medien bietet seinen Kunden darüber hinaus auch alle Dienstleistungen rund um die digitalen Medien an. »Elektronisches Publizieren ist längst wesentlicher Bestandteil der Kommunikation geworden. Internet, CD-ROM und DVD gehören zusammen mit Drucksachen zu einem modernen und innovativen Marketing-Mix. Ziel ist es, möglichst viele Assets aus

einem Datenbestand zu generieren und diese effizient zu produzieren«, so Hans-Peter Strass. »Wir sehen uns dabei als Generalunternehmer für die Bedürfnisse unserer Kunden und arbeiten projektbezogen mit kompetenten Partnern zusammen.«

#### Optimale Ergänzung

Vertrauensvolle Zusammenarbeit ist für Hans-Peter Strass ohnehin Basis des Geschäfts. So kaufte er die Maschine bei der Graphia Willy Nothnagel GmbH & Co. KG, dem für diese Region zuständigen Handelspartner von Fujifilm. »Der Digitaldruck ist eben doch eine eigene Welt«, sagt er. »Man muss sich nicht nur an das Verrechnungssystem gewöhnen, sondern auch an die veränderte Arbeitsweise. Bei diesen Überlegungen und Umstellungen hat uns der Händler sehr geholfen und konnte uns auch bei anderen Fragen sehr gut beraten.«

Allerdings räumt Hans-Peter Strass ein, dass er vor der Investition noch nie so unsicher war, ob er technologisch und wirtschaftlich den richtigen Weg eingeschlagen hat. »Schließlich kann keiner wirklich sagen, wohin die Reise geht.« Doch nach einem halben Jahr mit der HP Indigo ist er sicher, dass er flexibel reagieren kann und zudem kurze Lieferzeiten bei hoher Qualität bie-

ten kann. »Die Kombination aus Offsetdruck und Digitaldruck bietet uns einerseits eine optimale Ergänzung und andererseits höchste Flexibilität.«

Obwohl Uehlin Druck Kleindrucksachen mit einem 24-Stunden-Service voll im Griff habe, sieht Hans-Peter Strass noch Verbesserungspotenzial in der Weiterverarbeitung. Vor allem bei der steigenden Nachfrage nach Digitaldrucken. »Unsere Maschine ist gut ausgelastet. Seit der Installation im August 2008 hatten wir jeden Monat 100 Prozent Zuwachs.« Zwei Schichten sind das Ziel von Hans-Peter Strass, um eine Harmonisierung mit den Arbeitszeiten des Gesamtbetriebs zu erreichen, der fünf bis sechs Monate im Dreischichtbetrieb, den Rest des Jahres durchgehend in zwei Schichten arbeitet. »Wenn die Aufträge im Digitaldruck aber weiter so rasant zunehmen, sind die beiden Mitarbeiter, die für die Bedienung der HP Indigo ausgebildet sind, jedoch zu wenig.« Das, so Hans-Peter Strass, sei aber das kleinste Problem.

#### Dankbar für neue Ideen

Hans-Peter Strass spricht im Zusammenhang mit der HP Indigo gerne von der »digitalen Offsetdruckmaschine«, mit der er jetzt auch kleine Auflagen in Top-Offsetqua-

**Mit dem Maschinenpark deckt Uehlin Print und Medien vor allem Aufträge aus dem Segment der Akzidenzen ab. Im Bild ein Teil der Belegschaft des 30 Mitarbeiter zählenden Unternehmens.**

lität und kürzester Zeit zu günstigen Preisen anbieten kann. Für den Kunden bedeute Print on Demand, dass er nur so viele Drucke bestellt, wie er benötigt. Dadurch entfallen Verwaltungs- und Lagerkosten. Diese Vorteile, so Strass, ließen sich jedoch am Telefon oder über ein Mailing nur schwer kommunizieren.

»Man muss die Kunden ins Haus holen, ihnen die Technik und die daraus resultierenden Ergebnisse und Vorteile zeigen, um sie zu überzeugen«, schildert Hans-Peter Strass. Denn viele Kunden hätten mit geringer Qualität unter dem Namen Digitaldruck aus Copy-Shops schlechte Erfahrungen gemacht und trauen dem digitalen Druck nicht. »Allerdings heben wir uns durch das professionelle Umfeld der Druckerei und die beeindruckende Maschine deutlich von einem Copy-Shop ab«, glaubt Hans-Peter Strass. »Wenn man die Kunden anregt, ihnen neue Möglichkeiten aufzeigt, dann kann man auch neue Aufträge schaffen – und die Kunden sind dankbar für diese Ideen.«

› [www.uehlin.de](http://www.uehlin.de)  
› [www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de)

