



Segel setzen, wenn der Wind weht

Die Achilles Gruppe setzt auf innovative Technologien und Nachhaltigkeit bei der Veredelung

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen im Restaurant, studieren die Speisekarte und entdecken im Kartendeckel einen kleinen Monitor. Natürlich wollen Sie wissen, was es damit auf sich hat, Sie starten das Video und erfahren beispielsweise etwas über eine Sorte Sherry, ihren Anbau und ihre vorzügliche Eignung als Aperitif. Warum sollten Sie diesen Appetitanreger nicht einmal probieren?

Dann hat ›multisensorischen Marketing‹ zugeschlagen und der ›Achilles Moviecase‹ seinen Zweck erfüllt.

Mit dieser Anwendung geht Achilles einen weiteren Schritt bei der selbst gestellten Aufgabe, Druck-Erzeugnisse aufzuwerten. Ob Kaschierung, Prägefoliendruck, Lackierung oder spezielle Folien – die Achilles-Gruppe hat über 30 verschiedene Veredelungsmöglichkeiten im Angebot, die kombiniert eine schier unendliche Vielfalt bieten. Produktentwicklung und Design gehören ebenso zur Unternehmensphilosophie wie Qualität und Service aus einer Hand. Achilles investiert dafür permanent in neueste Technologien.

Filme in der Drucksache

So auch bei den Produkten ›Achilles Moviecase‹ und ›Vidipri by Achilles‹, bei denen Achilles mit einem Kooperationspartner ein multisensorisches

Erlebnis bieten. In verschiedenste Printprodukte werden ein extrem flaches TFT-Display und ein Speichermedium samt Hard- oder Software integriert. Dabei ist das eingangs erwähnte Beispiel nur eines unter vielen. Filmsequenzen von 30 Sekunden bis 60 Minuten Dauer können in Schachteln, Boxen, Mappen, Bücher, Geschäftsberichte, Bedienungsanleitungen, Produktbeschreibungen, Reiseführer, Magazine, Beileger oder Einladungen integriert werden.

Bei ›Achilles Moviecase‹ ist das Modul aus Bildschirm und Speicherkarte in ein individuelles Präsentationsprodukt integriert. Bei ›Vidipri by Achilles‹ steckt das Modul in einer nach Kundenwünschen bedruckten Karton-Klappkarte. Diese wird im Hochformat (220 x 170 x 7 mm) und Querformat (178 x 127 x 7 mm) angeboten. Die Displays sind dabei in Größen von 67 x 50 mm sowie 72 x 56 mm erhältlich. Die Auflösung beträgt bis zu 640 x 480 Bildpunkte. Die Stromversorgung erfolgt über eine Lithiumbatterie, die mit einem Mini-USB-Anschluss wieder aufladbar ist.

»Damit können unsere Kunden einen Trailer in das für die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Präsentationsprodukt integrieren«, erklärt Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe. »Handbücher oder

Von Augmented Reality ist immer dann die Rede, wenn es um die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung geht. Doch müssen es nicht immer gleich QR-Codes oder Hightech pur sein: Intelligente und effektiv eingesetzte Veredelungen sprechen unsere Sinne ebenso an und lassen uns Produkte haptisch erleben.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Thorsten Drews ist seit 2005 Geschäftsführer der Achilles Gruppe und setzt im Familienunternehmen die erfolgreiche Unternehmensgeschichte bereits in der dritten Generation fort. Doch das Verwalten des Erbes ist nicht sein Ding. Er sprüht voller neuer Ideen, kann zu jeder Veredelungsanwendung eine eigene Story erzählen und ist wohl selbst der größte Fan veredelter Drucksachen – was im Übrigen durchaus ansteckend ist.

Bedienungsanleitungen werden via animierter Darstellung besser verständlich und damit kundenfreundlich.« In der Automobilindustrie gibt es interessante Einsatzmöglichkeiten in Unterlagen bei der Fahrzeugübergabe oder Reparaturanweisungen im Handbuch. Darüber hinaus kann ein Video in Geschäftsberichten für Abwechslung und Zusatzinformationen sorgen. Auch Informationen zu Veranstaltungen in Einladungen oder Filmsequenzen in Büchern, Reise- und Museumsführern sind denkbar.

Besonderes bei Achilles

Allerdings ist dieser Angebotsbereich nur ein Bruchteil dessen, was Achilles an innovativen Produkten zu bieten hat. Schließlich ist die Konkurrenz groß. Veredelung wird ja fast mit jeder neu ausgelieferten Offsetdruckmaschine möglich. So

In Speisekarten ermöglicht das »Achilles Moviecase« die Integration von Promotion-Filmen von Getränkeherstellern zu ihrem Unternehmen, dem Produkt und seiner Herstellung. In der Abbildung rechts befindet sich auf der Umschlagsseite ein Promotionvideo über ein Bier. Zur Einführung des neuen VW Parkassistenten wurde ein Werbefilm in einer »Vidipri«-Klappkarte als Beileger für das Wochenmagazin »Der Spiegel« integriert.

sind flächige oder partielle Lackierungen längst zum Massengeschäft geworden. »Wenn das viele tun, müssen wir anderes finden«, sagt Thorsten Drews und erhebt den Anspruch: »Besonderes gibt es eben bei Achilles.«

Dabei stellt er fest, dass es aktuelle Trends gibt, die neue Schritte notwendig machen. Dazu zählt er technische Veredelungen wie das Aufbringen von Barriere-lacken. »Wir erhalten zunehmend bereits veredelte Bogen, die wir weiterverarbeiten. Die Migrationsproblematik im Lebensmittelbereich hat diesen Trend beschleunigt.«

Nach seinen Worten geht es verstärkt um sichere Verpackungen und nicht zuletzt um mehr Nachhaltigkeit bei der Veredelung. Dabei wird es für Achilles gleichzeitig immer wichtiger, die Lieferkette aller eingesetzten Materialien exakt nachvollziehen zu können.



Die Veredelung wird grün

Dazu bietet Achilles für Kunden, die auf Nachhaltigkeit setzen, Folien und Kleber auf Basis nachwachsender Rohstoffe an. »Beide Materialien sind nach europäischer Norm kompostierbar und erlauben in Kombination eine wirklich nachhaltige Veredelung«, erklärt Thorsten Drews.

Die zur Verfügung stehenden biologisch abbaubaren und nach DIN EN 13432:2000 kompostierbaren Folien sind Glanz- und Matt- sowie silbermetallisierende Folien. Hergestellt sind sie auf Basis von Cellulose oder Stärke. Alle Folien verfügen über das »compostable«-Zeichen und sind lebensmittelgeeignet. ▶





Veredelungen sind keine Effekthascherei, mit Veredelungen lassen sich Inhalte unterstreichen oder gar verdeutlichen. Optik und Haptik lassen Welten neu erleben.

Folien und Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen sind nach DIN EN 13432:2000 kompostierbar und erlauben eine wirklich nachhaltige Veredelung.



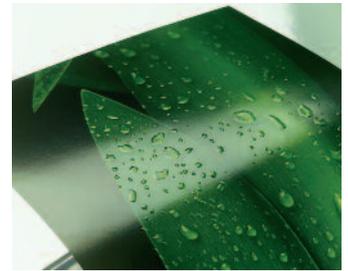
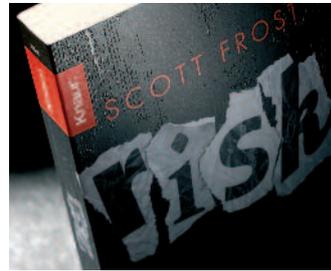
Zudem haben sie gute Barriereeigenschaften und sind sowohl für die Versiegelung geeignet als auch wasserstabil.

Die Weiterverarbeitung dieser Folien und Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen wird seit einiger Zeit intensiv getestet. »Stanzen, Kleben, Siebdruck und UV-Offset sind inzwischen kein Problem mehr«, betont Thorsten Drews. »Außerdem testen wir in Zusammenarbeit mit Herstellern weitere Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen, um Qualität und Einsatzmöglichkeit weiter zu optimieren.«

Die Segel setzen

In diesem Zusammenhang sieht Drews »Achilles vor dem Markt. Die Nachfrage wird noch stärker einsetzen, weil petrochemische Stoffe immer teurer werden. Dann sind wir bereits vorbereitet.« Ohnehin habe sich der Beschaffungsmarkt zu einer wahren Rohstoff-Ralley entwickelt, sodass Achilles in den Einkaufsabteilungen mehrsprachige, selbst chinesischesprechende, Mitarbeiter beschäftigt.

»Wenn der Wind der Veränderung bläst, bauen einige Mauern, wir setzen die Segel«, sagt Thorsten Drews. Damit meint er auch, dass Organisa-



tion und Logistik immer diffiziler werden und sich zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln. »Sicherheit spielt eine immer größere Rolle und damit im Zusammenhang stehend die Verfügbarkeit und Kapazitäten. Deshalb haben wir für bestimmte Applikationen auch Back-ups an den verschiedenen Standorten«, erläutert Drews. Und nicht zuletzt müssten die Weichen gestellt werden, ob man sich eher auf Akzidenzen oder Verpackungen konzentrieren soll. »Es wird möglicherweise viel mehr Nachfrage bei der technischen Veredelung als bei der optischen geben.«

Auch wenn er einräumt, dass »Planung den Zufall durch Irrtum ersetzt«, hat er mit seinen Mitarbeitern eine Strategieplanung bis 2015 vorbereitet, die vorsieht, die Mitarbeiter noch intensiver zu schulen, in das Projektmanagement einzubinden und neue Produkte oder Anwendungen zu suchen. »Ich ermuntere unsere Mitarbeiter dazu, mehr auszuprobieren«, sagt Thorsten Drews, auch wenn es immer genügend Gründe gäbe, etwas nicht zu tun.

Doch die Märkte änderten sich und die Gruppe biete genügend Potenzial, weitere Synergien auszuschöpfen. So wie beim Fulfillment, wo Produktidee, Veredelung, Konfektionierung und komplette Musterlieferung

gen Hand in Hand gehen. Auch in der Kleinserienfertigung werde weiter optimiert. Oder generell bei der Veredelung, die den Verschleiß von Druck-Erzeugnissen verhindert, da sie diese bis zu 1.500-mal haltbarer macht als unveredelte Printprodukte. Der Anteil veredelter Produkte im Verhältnis zum gesamten Papierverbrauch in Deutschland liegt statistisch unter 0,3%. Die Hälfte davon sind Bücher oder hochwertige Präsentationsprodukte.

Veredelung überrascht

Fast jedes zweite Buch in Deutschland wird heute von Achilles veredelt. Ob hochglänzende UV-Lackierung, Kaschierung mit Glanz-, Matt- und Spezialfolien, Strukturprägung oder Prägefoliendruck – jeder hat sicher schon einmal ein von Achilles veredeltes Druck-Erzeugnis in der Hand gehabt.

»Eine gelungene Veredelung überrascht. Sie lässt ein Cover, eine Verpackung oder einen Schuber nicht nur so aussehen wie das darin präsentierte Produkt, sondern auch so anfühlen. Ein wesentlicher Faktor der Druckveredelung ist heute das haptische Erlebnis«, erläutert Thorsten Drews. Besonders geeignet dafür sind alle Veredelungsformen, bei denen hohe Lackschichtdicken oder Lacke mit Effektpigmenten zum Ein-

satz kommen. Dazu gehören Thermolacke, Silberlacke, Glitterlacke oder Duftlacke. Auch Relief- und Strukturlacke sind bestens geeignet, um haptische Effekte zu erzeugen. Im Siebdruck können fast alle Materialien veredelt werden und stärkere Lackschichten als im Offsetdruck aufgetragen werden.

Besonders strapazierfähig

Doch nicht nur Optik und Haptik zählen. Auch die Funktion einer Veredelung gewinnt an Bedeutung. Viele Drucksachen müssen aufgrund permanenter Beanspruchung besonders strapazierfähig sein. Hier fügt sich der Bereich »Laminieren« nahtlos an die Veredelungsangebote an. Ob Schmutz, Feuchtigkeit oder Abnutzung – laminierte Produkte wie Lernmaterial, Landkarten, Taschenkalender oder Kataloge sind gegen diese »Angriffe« geschützt. Achilles bietet Laminierungen in Einsiegelungsstärken von 0,06 mm bis 2,0 mm und Oberflächenkombinationen in glänzend und matt mit umlaufenden Rändern oder randlos an. Bei Kataloganwendungen sind gerundete Ecken, Lochbohrungen, Konturenstanzungen, Zusatzregister und verschiedene Verbindungsformen möglich.



Einbände aus Weich-PVC waren bisher die gängige Technik für Bücher. Im Vergleich dazu ist Achilles LamiBook auch an den Falzungen und Kanten abriebfest und gewährleistet maximalen Schutz. Bei Bedarf kann das Umschlagmaterial beidseitig im Offset bedruckt werden. Eine PUR-klebegebundene LamiBook-Variante ist im Vergleich zu eingehängten Decken in einer Buchstraße schneller und effizienter produziert.

Verpackung und Inhalt harmonisieren

Achilles bietet auch bei Verpackungen neue Veredelungsformen. Optische Effekte werden dabei durch den Einsatz von Spezialfolien oder feinem Flock erzielt. Relief- und

Strukturlacke sorgen zudem für eine Haptik, die dem des verpackten Produktes weitgehend entspricht. Auch die Kombination verschiedener Veredelungen gewinnt an Bedeutung. »Eine Verpackung wird dann als positiv wahrgenommen, wenn die Veredelung und das verpackte Produkt miteinander harmonieren. Zudem unterstützt die Veredelung den Markterfolg, wenn sie nicht nur so aussieht wie der Inhalt, sondern sich auch so anfühlt«, erklärt Thorsten Drews. »Dann kann die Verpackung noch besser dazu beitragen, eine Markenbotschaft zu transportieren und die Wertigkeit des Produktes zu unterstreichen.« Beste Beispiele dafür sind Veredelungen, die sich wie Leder anfühlen, die Rauheit von



NEUE MUSTERKARTEN FÜR HOCHWERTIGE VEREDELUNGEN

Um alle Veredelungsmöglichkeiten anschaulich präsentieren zu können, hat die Achilles Gruppe ihr Leistungsspektrum in ein neues Musterkarten-Konzept eingebracht. Die Karten sind original veredelt und ermöglichen so nicht nur einen optischen Eindruck, sondern auch das haptische Erlebnis. Ein weiterer Vorteil des Musterkarten-Systems ist seine Flexibilität: Neue Veredelungsvarianten können so jederzeit von Achilles ergänzt werden. Der Kunde bleibt somit immer auf dem neuesten Stand des Angebotes hochwertiger Veredelungsmöglichkeiten. Die Achilles Musterkarten gibt es zurzeit für die Veredelungen Flock, Polyester-Laminierung, Duftlack, Sandimitationen, Nachleuchtfarbe, Achilles Spezial-Matt, Achilles Polylein und Prägefoliendruck.

Das handliche Musterkarten-Format von 21 x 10 cm bietet zudem auf der Rückseite genügend Raum für die wichtigsten Informationen zur Veredelung auf der Vorderseite. Nützliche Details über die eingesetzte Technik, zu möglichen Einsatzgebieten, die wichtigsten Eigenschaften und Voraussetzungen für deren Nutzung sowie eine grobe, erste Einschätzung der Kosten helfen bei der Entscheidungsfindung. Nicht zuletzt erlaubt eine Übersichtskarte, den Achilles Betrieb in der Nähe für Fragen oder weitere Informationen zu finden.

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, 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.





Mit dem Portal ›easyordner.de‹ bietet Achilles nicht nur Kunden aus Business und Design eine Möglichkeit, Ordner individuell zu gestalten und online zu bestellen, sondern auch privaten Verbrauchern.



ACHILLES GRUPPE

Achilles betreibt mit 560 Mitarbeitern zwei Werke am Hauptsitz in Celle, 13 Standorte in ganz Deutschland sowie mehrere Niederlassungen in Tschechien und Polen. Neben der Papierveredelung bietet das Unternehmen individuelle Präsentationsprodukte, Laminierungen und Lösungen im Bereich der Verpackungsveredelung an. Damit erzielte Achilles im Jahr 2010 einen Umsatz von etwa 74 Mio. Euro. Das Traditionsunternehmen, 1946 von Werner Achilles in Celle gegründet, hat sich in etwa sechs Jahrzehnten zum Marktführer in der Papierveredelung und bei firmenindividuellen Präsentationsprodukten in Deutschland entwickelt. Seit 2005 leitet Thorsten Drews als Geschäftsführer die Firmengruppe und führt die erfolgreiche Geschichte des Familienunternehmens bereits in der dritten Generation fort.

Beton, Mauern und Putz simulieren oder sich gar anfühlen wie ein Stück Gebäck.

Funktionale Veredelungen für den Scheuerschutz-, Matt- und Barriere-lack oder Fensterkaschierung sorgen außerdem dafür, dass die Ware nicht nur optimal präsentiert, sondern die Verpackung selbst geschützt bleibt. Zudem können Lebensmittel durch die richtige Veredelung länger frisch gehalten werden.

So hat Achilles ein Verfahren für die Fensterkaschierung entwickelt, mit dem es möglich ist, gedruckte und gestanzte Druckbogen abschließend vollflächig zu kaschieren und dennoch den ›Durchblick‹ zu erhalten. Zudem setzt Achilles Schutzlacke oder Barriere-lacke ein, die teilweise bis zu 200° C backfähig sind und den Karton so in eine Primärverpackung verwandeln. Hier versteht man sich als Berater für neue Veredelungsmöglichkeiten und deren lebensmittelrechtlicher Unbedenklichkeit.

Veredelungsinnovationen

Nach ›Achilles Spezial-Matt‹ (ASM), der kratzfesten Mattfolie, wurden zwei neue Veredelungsfolien entwickelt: Die ›Achilles Spezial-Glanz Folie‹ (ASG) bietet Kratzfestigkeit, die ›Achilles Struktur-Leinen-Folie‹

(ASL) verleiht einem Print-produkt zudem eine samtig-textile Anmutung. Die neuen Folien haben die Optik vorgeprägter Folien, verfügen über eine glatte Rückseite, was den Klebverbrauch reduziert. Auch die Gefahr der Vergrauung wurde bei den Folien reduziert. ›Durch ihre Robustheit sind unsere Folien zum Beispiel für Bücher, Ordnerbezüge und Verpackungen hervorragend geeignet‹, erläutert Thorsten Drews.

Neben den drei Spezialfolien bietet das Unternehmen unter dem Markennamen ›Achilles films‹ für seine Kunden auch individuelle Foliendesigns an. ›Gerade für Verlage, Verpackungshersteller und Markenartikler bietet das individuelle Foliendesign einen einmaligen Wiedererkennungswert auf allen Produkten‹, betont Drews. Damit wurde Achilles inzwischen auch Folienlieferant und ist internationaler geworden.



Neben den drei Schutzfolien ASM, ASG und ASL bietet Achilles unter dem Markennamen ›Achilles films‹ für seine Kunden auch individuelle Foliendesigns an.

Präsentieren mit allen Sinnen

Die optischen, haptischen und funktionalen Effekte kommen allesamt bei den Präsentationsprodukten zum Einsatz. Ringmappen, Hebelordner, Koffer, Boxen, Schachteln und Klappkassetten, Schubler und Register, Angebots-, Fächer- und Musterkollektionsmappen gehören ebenso zu diesem Angebot wie ›Achilles Moviecase‹ und ›Vidipri by Achilles‹. Das Angebot ›Präsentieren mit allen Sinnen‹ nehmen inzwischen Agenturen, Druckereien, Verlage und Direktkunden wahr. Denn auch für Kleinstauflagen ist Achilles inzwischen gefragter Partner. Dazu betreibt das Unternehmen das Portal ›www.easyordner.de‹ im Internet, in dem individuelle Ordner ab Auflage 1 gestaltet und bestellt werden können.

›Wenn Veredelung sinnvoll eingesetzt wird, wenn Funktion, Optik, Haptik und technische Veredelung zu einem Markenauftritt beitragen, ist noch lange kein Ende der Entwicklung im Bereich der Veredelung abzusehen‹, ist Thorsten Drews überzeugt.

- › www.achilles.de
- › www.easyordner.de



Der Beginn einer neuen Ära



Jet Press 720 Endlich - qualitativ hochwertiger Digitaldruck im B2-Format

Die Jet Press 720 ist die erste verfügbare digitale Vierfarb-B2-Bogendruckmaschine der Welt. Diese bahnbrechende digitale Technologie wurde entwickelt, um den stetig wachsenden Anforderungen mit immer kürzeren Produktionsabläufen bei höchster Qualität gerecht zu werden.

Mehr Informationen erhalten Sie unter:
www.powertosucceed.eu/jetpress
oder per E-Mail an: grafische_systeme@fujifilm.de



POWER TO SUCCEED

FUJIFILM