

Gewinn auf ganzer Linie

Um eine hohe Qualität in der Klebebindung jederzeit selbst unter Kontrolle zu haben, hat Samson Druck in St. Margarethen erstmals in einen Klebebinder investiert. Ausgezahlt hat sich dies schon jetzt: Samson Druck gewann mit einer klebegebundenen Broschüre Gold beim österreichischen Werbe Grand Prix.

Text und Bild: Müller Martini

»Erstens hat die Zahl der Aufträge zugenommen. Zweitens wollen wir die Wertschöpfung im eigenen Haus behalten. Drittens können wir so für eine optimale Qualität sorgen. Und viertens haben wir damit auch die Logistik besser unter Kontrolle.« Kurz und knapp begründet Gerhard Aichhorn, Eigentümer und Geschäftsführer der 1978 von seinem Vater Erich Aichhorn gegründeten Samson Druck, warum sein rund 100 Mitarbeiter zählendes Unternehmen im letzten Herbst nach jahrzehntelanger Erfahrung in der Sammelheftung sein Angebot in der Weiterverarbeitung erweitert hat und in die Klebebindung eingestiegen ist.

Dass Samson Druck dank der Softcover-Produktion im eigenen Haus nun auf jährlich 220 Lkw-Fahrten mit einer Totaldistanz von 60.000 km verzichten kann, ist nur ein (nicht zuletzt auch ökologischer) Nebenaspekt. Viel mehr fällt ins Gewicht, dass die im Bereich des hochqualitativen Bogendrucks tätige österreichische Druckerei in St. Margarethen im österreichischen Bundesland Salzburg mit dem Verzicht auf externe Fertigung nun im eigenen Haus den gesamten Herstellungsprozess von klebegebundenen Printprodukten unter Kontrolle hat.

Deshalb werden bei Samson auch im Sinne der Qualitätssicherung ausschließlich im eigenen Haus auf zwei Achtfarben-Druckmaschinen mit Lack und einer Zehnfarben-Maschine gedruckte Bogen weiterverarbeitet.



Freut sich über den Award beim Werbe Grand Prix der österreichischen Tourismusbranche: Gerhard Aichhorn, Eigentümer von Samson Druck. »Wir sind sehr stolz, dass die Tourismus-Experten neben Design und Inhalt auch unsere Druckqualität so hoch schätzen.«

Trend Klebebindung

Samson Druck ist seit Jahrzehnten auf qualitative hochstehende, oft mit Oberflächen-Veredelungen versehene Image-Broschüren, Kunden-Magazine und Prospekte für internationale Marken aus der Automobil-, Mode- und Schmuckbranche spezialisiert. »Damit heben wir uns von der Konkurrenz ab«, betont Gerhard Aichhorn. Bei diesen Produkten, deren Auflagen sich zwischen 500 bis 150.000 Exemplaren bewegen, geht der Trend laut Gerhard Aichhorn klar Richtung Klebebindung. Bei den meisten klebegebundenen Aufträgen liegt die Auflage jedoch unter 10.000 Exemplaren. Gleichzeitig stellt Samson Druck, deren Leistungsspektrum neben Druck und Weiterverarbeitung auch Vorstufe, Adressverwaltung, Mailservice

und den Versand als postzertifizierter Lettershop umfasst, einen zweiten Trend fest: Die Auflagen pro Titel sinken, während die Sprachenvielfalt und wegen der elektronischen (Werbe-)Konkurrenz nicht selten auch Periodizität steigt. Zudem müssen (mehr eine wirtschaftliche Notwendigkeit denn ein Trend) wegen der stetig kürzeren werdenden Terminfenster die Produktionsprozesse optimiert werden.

Drei Alegro-Highlights

So waren es für Gerhard Aichhorn drei wichtige technische Features, die ihn nach der drupa 2012 bewogen, in die Klebebindelinie Alegro mit 15-Stationen-Zusammentragmaschine, PUR-Leimverfahren, Dreischneider Solit und Buchzählstapler CB 18 zu investieren.

Erstens der in der Zusammentragmaschine eine korrekte Reihenfolge der Bogen garantierende AsirCode (»für uns wegen der Sprachenvielfalt unverzichtbar«). Zweitens das alle relevanten Buchmessdaten für die Bindelinie erfassende Book Data Center (»ohne dieses hätte ich die Maschine nicht gekauft«). Und drittens die Motion-Control-Technologie, die beim Alegro alle Stationen direkt antreibt und einzeln ansteuert (»für mich das Highlight der gesamten Steuerung, denn kurze Rüstzeiten sind bei unserer Auftragsstruktur entscheidend«).

Zudem hat Samson den Alegro ins Daten- und Prozessmanagement-System Connex integriert, mit dem sich sämtliche Müller-Martini-Systeme automatisieren lassen. So können alle Maschinen miteinander und via Connex auch mit einem Management-Informationssystem kommunizieren.

Doch neben Wirtschaftlichkeit zählt auch Qualität. Die auf dem Alegro gefertigte Imagebroschüre für den Tourismusverband Goldegg wurde kürzlich beim renommierten österreichischen TAI Werbe Grand Prix von der Fachjury mit der Goldmedaille ›Signum Laudis‹ ausgezeichnet. Der 92 Seiten starke, hochwertige Katalog mit PUR-Klebebindung und UV-Lackierung gewann den Preis in der Kategorie Printwerbung Tourismusverbände.

› www.mullermartini.com