

Vom Lettershop zum Digitaldruckcenter

Die Concept Direct GmbH in Oelde, als reiner Kuvertierdienstleister gestartet, wuchs aufgrund der zunehmenden Zahl an farbigen Mailings und der Nachfrage an Print-on-Demand-Produkten. Seit dem Einstieg in den digitalen Druck setzt das Unternehmen auf bizhub-Systeme von Konica Minolta und hat mit der bizhub Press C8000 das vierte System in Betrieb genommen.

Text und Bilder: Konica Minolta

Kuvertierdienstleistungen und der Versand von Kundenwerbung waren Grundlage für den Unternehmensstart der Concept Direct GmbH im Jahr 1993. Mit dem bald einsetzenden Wachstum gingen steigende Anforderungen an die Qualität einher. Für



Walter Justen war klar, dass die geforderte Qualität von Drucksachen bei gleichzeitig niedrigem Preis sein Unternehmen vor immer neue Herausforderungen stellen würde. »Die ersten Laserdrucker machten uns die Arbeit beim Adressdruck leichter, doch schon bald wurde auch die Personalisierung der Anschreiben immer wichtiger für unsere Kunden«, erinnert er sich an die Anfangszeiten. Die Volumen stiegen, die Qualität des Drucks und die Fixierung des Toners wurden zu einem wichtigen Kriterium. So entschied sich Walter Justen für ein vollwertiges System für den Produktionsdruck. »Damals waren Ausfälle allerdings an der Tagesordnung. Das System stand oft still und wir konnten nicht wirtschaftlich produzieren«, erinnert er sich. Auf der Suche nach einer Alternative und einem Partner, der ihn dabei unterstützen konnte, entstand im Jahr 2007 der Kontakt zum Bielefelder Konica Minolta Partner von Busch GmbH. »Wir konnten umfangreiche Testserien bei von Busch und bei Konica Minolta drucken und entschieden uns für ein erstes Schwarz-Weiß-System«, sagt Walter

Justen. Das war der Beginn einer langen Partnerschaft, denn diesem Produktionsdrucksystem, das heute noch läuft, folgten drei weitere. »Konica Minolta ist aus unserer Sicht der einzige Anbieter, dessen Systeme unseren Qualitätsansprüchen genügen«, so Justen.

Farbe als Motor der Produktion

Dank der wachsenden Nachfrage nach personalisierten farbigen Drucken folgte im Jahr 2010 ein bizhub Pro C6500 in Verbindung mit der Softwarelösung Direct Smile. Im Verlauf des Jahres 2011 kamen zwei Schwarz-Weiß-Systeme bizhub Pro 1200 und 1051 hinzu. Da sich Con-



cept Direct in dieser Zeit vom Lettershop zum universalen Digitaldrucker gewandelt hatte, folgte mit dem Konica Minolta bizhub Press C8000 Ende 2012 das leistungsfähigste Farbsystem der Produktpalette. »Immer mehr Kunden setzen auch bei gewöhnlichen Anschreiben auf Farbe, wie etwa ein Energieversorger, für den wir Rechnungen drucken«, sagt Walter Justen. Hinzu kommt der stark wachsende Print-on-Demand-Druck. Mittlerweile machen diese Produkte rund zwei Drittel des Druckvolumens bei Concept Direct aus. Vor allem sind es Anleitungen und Dokumentationen für Maschinen und Systeme, die nach Bedarf für die Industriekunden

hergestellt werden, meist im Schwarz-Weiß-Druck und mit einer Klebefalzbindung konfektioniert. Auf über drei Millionen Schwarz-Weiß-Seiten im Format DIN A4 ist die Produktion bei Concept Direct daher mittlerweile angewachsen. Doch auch der Bereich der Flyer-Produktion wächst, und die Termine werden immer kürzer: »Es gibt Kunden, die verlangen eine hohe Auflage binnen zwei Tagen. So produzieren wir auch Auflagen im fünfstelligen Bereich, was eher ungewöhnlich für den Digitaldruck und typischer für den Offsetdruck ist«, berichtet Justen aus dem Geschäftsalltag.

52 • Druckmarkt 91 • Juni/Juli 2014



DER SCHLAUMACHER Web-to-Print



Die Mitarbeiter von Concept Direct sind für die Farbsysteme und Softwarelösungen geschult.

Das Wachstum und die Qualitätsansprüche unter einen Hut zu bringen, dabei hilft Walter Justen der Service von Busch GmbH. Zwei Stunden Reaktionszeit mit eigenen Technikern und die entsprechende Expertise für die Systeme von Konica Minolta tragen zum Erfolg von Concept Direct bei. »Es ist ein wesentlicher Vorteil, dass wir selten Bedarf an Support haben. Auch Papierstaus kommen kaum vor. Das ist nach unseren Erfahrungen mit dem Vorgängersystem ein großes Plus«, hebt Justen hervor. Zudem verwendet er nur bestimmte und zertifizierte Papiersorten mit Grammaturen bis maximal 300 g/m².

Intelligente Technologien

Für die Personalisierung von Rechnungen und Kundenmailings kommt bei Concept Direct die Lösung Print Shop Mail zum Einsatz. Die tägliche Kalibrierung der Systeme auf Basis von Konica Minolta Color Care sichert im Alltag eine hohe Farbqualität. »Auch deshalb nutzen immer mehr Kunden unsere Dienste, wenn es nicht auf die allerletzte Farbnuance bei seltenen Spezialfarben ankommt, das Ergebnis aber optisch und haptisch einwandfrei ist«, weiß Justen. Gerade im Hinblick auf die technische Qualität bietet der bizhub Press C8000 gute Voraussetzungen für eine reibungslose Produktion. Das Zusammenspiel von Kühl- und Glätteinheit in Verbindung mit der optionalen Rückbefeuchtungsein-

heit stellt die störungsfreie Produktion sicher. »Beim Laserdruck wird das Papier naturgemäß heiß, es schrumpft und wellt sich bisweilen und kann dann im Einzelfall nicht mehr registerhaltig sein. Der bizhub Press C8000 gibt dem Papier durch die Rückbefeuchtung die entzogene Feuchtigkeit zurück. Dies geschieht direkt nach der Hitzefixierung in einem Arbeitsgang mit einer mechanischen Kühlung und Glättung. So haben wir dann keine Probleme mehr«, berichtet Walter Justen.

Schulungen für den Alltag

Neben den technischen Vorzügen bieten auch die Schulungen von Konica Minolta einen Mehrwert für die Farbsysteme und Softwarelösungen Schulungen bei uns im Hause durchlaufen. Wir alle profitieren erheblich von diesem Serviceangebot von Konica Minolta, da wir eine Menge über die Systeme lernen. Und nicht zuletzt ist unser Trainer auch immer ansprechbar, wenn wir dennoch einmal Hilfestellung benötigen«, zeigt sich Walter Justen zufrieden.

› www.konicaminolta.de



Im Investitionskompass »Web-to-Print – E-Business und Workflows« werden die Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet. Da wird die Allianz von Druck und Internet ebenso diskutiert wie die Bedeutung moderner Workflows für die Angebote im Internet. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit dem Einbeziehen von Kunden und deren Kunden sowie Handelspartnern in das Geschäftsmodell Web-to-Print, das damit zu einem Modell »Web-to-Business« avanciert. Etwas mehr als 30 Systeme werden in der Marktübersicht Web-to-Print-Systeme anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert. Darüber hinaus gibt es »Karten der Onliner« in Deutschland und der Schweiz sowie eine Marktübersicht der wichtigsten Online-Druckereien mit deren Angeboten. Neben einem Glossar zum Thema Web-to-Print bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Web-to-Print
44 Seiten DIN A4,
davon 7 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabel-
len, Artikel, Anwender-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.

15,00 € / 18.00 CHF.