

# Modernisieren, optimieren und neue Märkte erschließen

Rund 250 fachkundige Teilnehmer versammelten sich kürzlich wieder zum print&media Congress des Bundesverbandes Druck und Medien in Düsseldorf und lauschten an zwei Tagen einem Mammutprogramm von 25 Vorträgen. Und dabei kamen sowohl Praktiker als auch die eher an Wirtschafts- und Managementthemen ausgerichteten Teilnehmer auf ihre Kosten. Theodor Bayard\*

die Servertechnologie wird Unixbasiert sein, mobile Kommunikationsnetze werden kabellos und mit hohen Übertragungsraten arbeiten, meint Stefan Brues. Ebenfalls werden eInk und ePaper Bestandteil unseres Alltages.

## Datenhandhabung

Datenhandhabung von der Kreation bis zur Reproduktion war das Thema von Maren Schmidt (repro 68, Hamburg). Maren Schmidt erläuterte übersichtlich und sehr informativ den Ablauf der Datenübernahme für verschiedene Medien bis zum detaillierten Datenhandling: Erzeugung, Überprüfung, Aufbereitung, Aktualisierung, Bereitstellung von Daten für Medienproduktionen. Ausführlich wurde auf „Fehlerminimierung durch optimierte Kunden- Lieferantenkommunikation“ und auf „Strategien zur Vermeidung von defekten oder falschen Daten“, hingewiesen. „Wer kann welche Produkte bei welchem Kenntnisstand einsetzen?“ und die Vorstellung von PDF als Standard-Datenformat rundeten den Vortrag von Maren Schmidt ab.

Stephan Jaeggi (PrePress-Consulting), weit über Landesgrenzen hinaus bekannter PDF-Experte, schilderte zum Thema „Daten Management“ die Nutzen und Vorteile des PDF-Standards: PDF/X ist ein internationaler Standard (ISO 15929 und ISO 15930 ) der bereits jetzt ein unverzichtbarer Bestandteil vieler PDF-Workflows geworden ist. PDF/X1 findet

Ganz im Zeichen der technologischen Entwicklung stand der erste Kongresstag. Den Startschuss zum Auftakt als Veranstalter gab Walter Fleck (Abt. Leiter Technik + Forschung, bvdm), der auch die Begrüßungsansprache hielt. Durch beide Kongresstage führte fachkundig und souverän Bernd Zipper (Firma Zipcon).



v.l.: Stephan Jaeggi, PrePress-Consulting, (Binningen, CH), Prof. Dr. Stefan Brues, (BUGH Wuppertal) und Maren Schmidt, repro 68 (Hamburg) stimmen ihre Vorträge zu PDF, JDF und anderen Themen ab.

## Zurück in die Vergangenheit und Zukunft

Prof. Dr. Stefan Brues (Bergische Universität GH Wuppertal) erläuterte unter der Überschrift: „Wohin geht die technische Entwicklung?“, dass in seriösen Fällen Technologie-Prognosen weniger produktionsgetrieben erstellt wurden und in den meisten Fällen die Prognosen viel länger bis zur Realisierung brauchen als vorhergesagt.

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel hierfür wurde in einem kurzen Film vorgestellt: Es war der 1989 von der Firma Apple als Vision entwickelte „Knowledge Navigator“. Die Schlüssel-Innovationen dieser Vision waren:

- grafische Benutzeroberfläche
- Multimodale Interaktionen (Anwender „spricht“ mit der Anwendungssoftware, Software antwortet mit Gestik, Stimme und „natürlichen“ Reaktionen)
- Intelligente Agenten erledigen Spezialaufgaben, reagieren „smart“ und ergänzen vage Daten zu präzisen Informationen
- Einfache und dynamische Schnittstellen zwischen Datenbanken und Datenstrukturen.

## Betriebssysteme / Servertechnologie

In Sachen Betriebssysteme wird man auch in Zukunft nicht an „Microsoft Windows“ vorbeikommen. Windows wird gewinnen,



v.l.: Prof. Dr. Brues, (BUGH Wuppertal), Walter Fleck, Abtlg. Leiter Technik und Forschung, Karl Michael Meinecke, Referent Vorstufe, Abtlg. Technik und Forschung (beide bvdm).



Besonders interessant für die Praktiker war die Ausstellung der Vergleichsdrucke zum „ProzessStandard Offsetdruck“.

als Standard überwiegend in den USA seine Anhänger, PDF/X3 ist der internationale Standard für Druckdaten, der in Europa überwiegend zur Anwendung gelangt. PDF/X-Plus einiger Hersteller ermöglicht firmen-, maschinen- und auftragsspezifische Kriterien zu definieren und mittels geeigneter Preflight-Programme zu prüfen.

### Die größten Vorteile von PDF:

- Unabhängig vom Originalprogramm
- Eine einzige, komplette Datei (Text, Bild, Grafik, Fonts)
- Objektorientiert,
- Seitenunabhängig
- Editierbar (eingeschränkt)
- Preview überall möglich
- Vorinterpretiert
- Sichere, schnelle Belichtung
- Gute Kompression
- Allerdings, wo viel Licht ist, ist auch Schatten. So resultieren dadurch, dass PDF „zuviel kann“, auch einige Nachteile die es gilt zu beachten:
- PDF ist für viele Einsatzbereiche konzipiert (Bürokommunikation, digitale Archive, Internet, Druckvorlagen)
- PDF-Dokumente können Elemente enthalten, die bei der Belichtung Probleme bringen (RGB-Bilder, zu geringe Auflösung, Notizzettel)
- Nicht jedes PDF ist für die Belichtung geeignet.

Stephan Jaeggis Fazit:

- PDF ist (inzwischen) ein gutes Datenformat für den Austausch und die Aufbereitung von Druckvorlagen.
- PDF/X ist noch besser, da viele technische Probleme abgefangen werden.
- PDF/X-Plus definiert (gewisse) zusätzliche Qualitätskriterien.
- Es gibt einen breiten PDF/X-Support durch einige Hersteller.

Mit Adobes Distiller 6.0 Professional ist eine direkte Erzeugung von PDF/X1 - und PDF/X3-Daten für Einsteiger möglich.

### Wie funktioniert Color Management?

Jutta Bock fiel die Aufgabe zu, Color Management in 25 Minuten den Teilnehmern näher zu bringen. Hier vermittelte sie „Basics“, also Grundlagen, auf die die nachfolgenden Referenten aufsetzen konnten. Auf vorbereitende Arbeiten wie: Standardisieren, Kalibrieren, Linearisieren, und Begriffe wie: ICC-Profile und der Profilierung von Ein- und Ausgabegeräten, wurde in allgemein verständlicher Art fachkundig eingegangen.

Florian Süßl (MetaDesign AG, Berlin) vermittelte mit „Stand der Technologie im



Moderator Bernd Zipper, Zipcon (Essen) und Jutta Bock, Spezialistin für Color Management (Mülheim/Ruhr).

Color Management“ Details und ging insbesondere auf erforderliche Produktionsstandards und die Offset-Standardisierung ein. An einem Beispiel, in dem sich ein Drucker und ein Vorstufenspezi unterhalten, machte Florian Süßl deutlich: „Color-Management funktioniert, wenn der Drucker sagt: „...er prooft was ich drucke“ und der Vorstufenspezi sagt: „...er druckt was ich proofe“. Unter der Überschrift: „Denn sie wissen nicht was sie tun“, wur-



Florian Süßl, MetaDesign AG (Berlin), befasste sich mit dem aktuellen Stand beim Color Management.

den Fehler in Tonwertzunahmekurven in der CTP-Produktion eindrucksvoll anhand von Charts belegt. Diese Fehler sind teilweise bei normaler Auswertung des Druckkontrollstreifens (40/80 Prozent) nicht erkennbar!

Nils Schnücker (SSI Schäfer Shop GmbH) konnte in seinem Vortrag „Color Management im praktischen Einsatz“ die Vorteile für Schäfer Shop deutlich machen:



Nils Schnücker, SSI Schäfer Shop GmbH (Betzdorf/Sieg) demonstrierte seine Sicht als Kunde.

- Flexible Vergabe der Druckaufträge an verschiedene Druckdienstleister
- Flexible Auswahl der Bedruckstoffe
- Senkung der Nachbearbeitungszeit der Bilddaten
- Keine doppelte Datenhaltung
- Kostenreduzierung durch Prozessoptimierung
- Einfacheres Handling des Qualitätsmanagements

„Der PDF-Workflow im Produktionsbetrieb“, war das Thema von Dieter Dolezal (Hirte Medien Service). Eindrucksvoll und sehr informativ wurde die automatisierte PDF/X- Erzeugung bei Hirte beschrieben. Der Zwang zur Standardisierung resultierte bei Hirte schon aus der Tatsache, dass Daten an 60 bis 80 verschiedene Druckereien geliefert werden müssen.

Die Top-Adresse für alle Wiederverkäufer!

[top-kollegenhilfe.de](http://top-kollegenhilfe.de)



Auf „Automatische Korrekturinstrumente im Überblick“ ging Peter Kleinheider ein: Fehlerhafte PDF-Dateien können mit unterschiedlichen Softwarelösungen korrigiert werden. Sein Fazit: Es gibt kein „Allheilmittel“. Fehler lassen sich auch durch einen Korrekturworkflow – Do It Yourself (DOYS) – erkennen und beheben.

Zum letzten Themenblock des ersten Tages „Datenkommunikation“ nahmen der Moderator Bernd Zipper und Stefan Schulze (bitslip GmbH, Schweiz) Stellung. Detailliert wurden von Bernd Zipper die für Betriebe erforderliche Infrastruktur (= Onlineanbindung), Möglichkeiten, Alternativen und Kosten dargestellt. Aussagen:

- Eine Onlineanbindung ist bei weitem nicht mehr so teuer, wie es vor Jahren noch war
- Die Anbindung eines Betriebes an eine Datenaustauschplattform sichert zeitgemäßes produzieren.

„Onlinedienste zur Kundenbindung eingesetzt“, war das Thema von Stefan Schulze, der aus der Workflow-Entwicklung kommt und seit 15 Jahren für die Druck- und Medienindustrie arbeitet. Die Firma bitslip beschäftigt sich nicht mit Content Management, dem Abgleich von Datenbanken oder Database Publishing, sondern mit der direkten Anbindung von externen Teilnehmern an die Medienproduktion. Als Transportmittel für die Informationen wird das Internet verwendet. Als Bedienerinterface wird die bestehende Browser-Technologie genutzt. Im zu Grunde liegenden Online-Workflow wird als Server „MediaSpider“ eingesetzt, eine Lösung die bei Ringier (Schweiz) entwickelt wurde. Ziele der Serverlösung sind:

- Reduktion der Kosten in der Kommunikation mit den Kunden
- Erweiterung des Kundenservices, (Kostenreduktion in Versand, Proof, Abwicklung und Kommunikation.

Stefan Schulze rechnet bei Einsatz seines Systems mit realen Einsparungen von 1,5 Euro pro Seite.

### Strategien erfolgreicher Unternehmen

Der zweite Kongresstag wurde mit Praxiserfahrungen eines „Change Managers“ eröffnet. Gerhard Nagel (Nagel Change Management) erläuterte Strategien erfolgreicher Unternehmen und stellte die provozierende Frage: „Wenn ein Drittel der Branche untergeht – mit welchem Recht wollen Sie zu den Überlebenden zählen?“

- Die Märkte befinden sich im Wandel. Gerade jetzt ist es wichtig, Veränderungen als Chance zu begreifen und (u.a.) die notwendigen Schritte zu unternehmen:
- Bringen Sie ihr Unternehmen aus der Todeszone auf sicheres Terrain
- Verlassen Sie das „Grundrauschen“ (Mittelmäßigkeit)
- Bauen Sie ihr Unternehmen um eine Zielgruppen-Idee
- Haben Sie den Mut eine visionäre Marktidee ins Unternehmen zu tragen
- Agieren und kommunizieren Sie radikal emotional
- Nehmen Sie ihre Mitarbeiter mit!

### Herausforderungen

Herausforderungen an die Druckindustrie – was will der Kunde? Aus Sicht eines führenden Versandhauses bezog Rainer Schoeppe (Neckermann AG, Frankfurt/Main) zu den Anforderungen an Partner und Zulieferer Stellung. Allein die Neckermann Versand AG produziert sieben Millionen Hauptkataloge mit 1500 Seiten zweimal im Jahr. Dazu kommen weitere 14 Spezialkataloge.



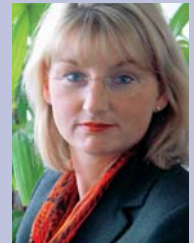
Auf dem print & media Congress 2003 gab es nicht nur Theorie, sondern auch Partnerstände, z.B. Creo...

### Stimmen zum print&media – Congress



Theodor Bayard im Gespräch mit Jürgen Lust (Typodesign GmbH, Köln): „Mein Interesse galt hauptsächlich den Schlüsseltechnologien PDF/X und Color Management. Es gab sehr gute Informationen und sehr gute Referenten. Zum Teil muss man sich natürlich noch intensiver mit den Techniken beschäftigen. Insbesondere die Praxisberichte fand ich sehr interessant. Aber auch jemanden von der Kundenseite zu hören war eine Perspektive, die man sonst so nicht serviert bekommt. Aus diesem Kongress konnte man konkrete Dinge mitnehmen und für sich herausziehen.“

Sylvia Quader (Schlütersche Druck GmbH & Co KG, Langenhagen): „Meine Motivation diesen Kongress zu besuchen lag darin, einmal Kollegen wieder zu treffen (was ja auch immer ganz spannend ist), um zu hören was dort passiert, da ja Kollegen aus ganz Deutschland zu diesem Kongress kommen. Außerdem möchte ich neue Dinge hören, Impulse bekommen, mir die Frage stellen: Was kann ich anders tun, sind wir auf dem richtigen Wege, in welchem Korridor bewegen wir uns, in welchem der Wettbewerb?, einfach nur Informationen sammeln. Der erste Kongresstag hatte für mich zum Teil ein bisschen zu niedriges Niveau, da die gegebenen Basisinformationen in jeder Druckerei vorhanden sein sollten. Der zweite Tag hat mir bisher sehr gut gefallen.“



Der Vortrag gliederte sich in Aussagen zu Unternehmen, Technologie, Datenversand, Visionen und Wünschen. Kernaussagen:

- Nutzung von Standard-Plattformen, keine Insellösungen
- Qualitätsmanagement ist das A + O
- Es gibt nie eine zweite Chance, den ersten Eindruck beim Kunden zu hinterlassen!

Hans Mjartan von der Messe Düsseldorf GmbH erläuterte die Problematik, die sich für Facheinkäufer eines weltweit führenden Messeveranstalters ergeben. Zukünftige Anforderungen an Druckdienstleister betreffen Service, Organisation und Technik.

Der Einkauf versteht sich als Partner, insofern wird „offenes Umgehen miteinander“, „partnerschaftliches Handeln“ und der „Einsatz von Standards“ gewünscht. Die Optimierung des „Know-how der Mitarbeiter in Druckerei und Vorstufe, sowie Kollegenhilfe zur Lösung technischer Probleme, Kooperation und Hilfestellung beim Betreiben einer zukünftigen Bild- und Dokumenten-Datenbank stehen ebenfalls auf der Agenda.



... oder Heidelberg, bei denen man sich über die neuesten Produkte der Unternehmen informierte.

### Drucken nach Standard!?

Bewusst hat Michael Adloff (Unternehmensgruppe Vignold) ein Ausrufe- und Fragezeichen in der Überschrift seines Themas gesetzt. Wollte er doch damit deutlich machen, dass Drucken nach Standard zwingend notwendig ist, einige Druckergebnisse aber Zweifel an der richtigen Umsetzung des PSO (ProzessStandard Offsetdruck) aufkommen lassen. Zum ersten Mal werden der Öffentlichkeit die Erkenntnisse aus einem aktuellen Projekt im Rahmen einer Diplomarbeit zum Thema „ProzessStandard Offsetdruck“ vorgestellt. Die Testform wurde als PDF/X3 Datei aus Bestandteilen der „Altona Test Suite“ zusammengestellt und beinhaltete neben Kontrollelementen zur messtechnischen Auswertung auch sechs Bildmotive zur visuellen Abstimmung.

Die Druckergebnisse von 33 Druckereien aus ganz Deutschland und einer österreichischen Druckerei waren in der anschließenden Pause im Foyer für alle Kongressteilnehmer zu besichtigen. Die zum Teil erheblichen Abweichungen zeigten deutlich, dass noch nicht in allen Druckereien der PSO richtig angewandt wird.



Bernd Zipper und Maren Schmidt unterhielten sich nach dem Vortrag noch über Erfahrungen der Praxis.

## Kundenberatung als Schlüssel zum Erfolg

Satte Löwen jagen nicht – diese und weitere Beispiele, die die Qualität von Einstellung und Bewusstsein, mit denen Menschen zu ihren Unternehmungen und Unternehmen stehen, beleuchtete Dieter Lange (IAK – Institut für Angewandte Kreativität). Die teilweise ironischen und witzigen, im Kern jedoch immer treffende Aussagen wurden von den Teilnehmern mit Schmunzeln oder offener Heiterkeit aufgenommen, erkannte man sich doch in manchem Verhalten selbst immer wieder. In der Rezession, meint Dieter Lange, ist es riskant nichts zu riskieren! Frage: „Stimmen Einstellung und Bewusstsein der Mitarbeiter mit den Zielen des Unternehmens überein?“ Nicht Jammern – die Dinge sind wie sie sind! Das Leben ist das, was passiert! Die Frage ist: „Wie gehe ich damit um?“ Ich akzeptiere die Dinge wie sie sind! Zur Aussöhnung mit dem Schicksal: „Wer fröhlich seine Glatze föhnt, ist mit dem Leben oft versöhnt!“

## Praxisbeispiele

„Effizient produzieren, neue Kunden gewinnen“ – aus dem Druckhaus Cramer berichtete Sebastian Löw. Das Unternehmen, 1904 gegründet befindet sich als Familienbetrieb in der vierten Generation. Cramer beschäftigt 90 Mitarbeiter und arbeitet im Bogenoffset mit den Formaten 3B und DIN A3. Im Druckbereich kommen 26 Heidelberger Druckwerke zum Einsatz. Die Vorstufe beinhaltet auch den Creo Lotem 800 mit Prinergy. Zum Einsatz kommen Color-Management, FM-Raster und Mediendatenbanken.

Das Druckhaus Cramer sieht seinen Erfolg insbesondere durch erfolgreiches Marken-Marketing gefestigt. So wurde aus der Cramer-Dienstleistungspalette eine Markenfamilie: CramerColor (Druck mit Hexachrome/Aniva...), CramerCard und CramerData. Sebastian Löw: „Erst die Marke produziert ein „Preis-Wert-Verhältnis“ bei unseren Kunden. „Wir wollen und müssen uns auf breiter Ebene von der



Unternehmensberater Gerhard Nagel, Nagel Change management (Neuried bei München).

ausschließlichen Differenzierung über den Druckpreis lösen.“

Gorius druck & service produziert heute als Crossmedia-Dienstleister mit 20 Mitarbeitern in Vendersheim. Michael Gorius zieht als Resümee der Praxis: Durch die Umstellung vom klassischen auf den digitalen Workflow, die Inhouseproduktion trotzdem noch im Offsetdruck, kann man den Kundenstamm nahtlos in gleicher oder sogar besserer Qualität beliefern. Als maßgebender Ertragsfaktor sieht Michael Gorius die digitale Produktionsstraße:

- Zusammenspiel der digitalen Montage
- Fehlerfreie und passgenaue Bebilderung der Druckplatten in der Maschine
- Job-Voreinstellung durch CIP3 innerhalb von wenigen Minuten
- Colormanagement für farbverbindliche Proofs
- Reduzierte Farbabstimmung durch Kunden an der Maschine
- Durchgängiger PostScript-workflow nach dem R.O.O.M. (Rip once output many).

In Zukunft werden nicht die Großen die kleinen schlucken, sondern die Kleinen die großen überholen, meint Michael Gorius. Flexibilität bei geringen Overheadkosten durch clevere, effiziente Produktionsnetzwerke weltweit lassen die Kleinen zu Produktionsriesen werden, die keine Konkurrenz durch die Großen zu erwarten haben, so das Resümee.

Ein weiteres Praxisbeispiel gab Winfried Gaber (Infowerk AG, Nürnberg): Das aus der HeszSatzRepro hervorgegangene Unternehmen wurde 1977 gegründet. Die Anzahl der Mitarbeiter stieg kontinuierlich ab 1996 von 65 Mitarbeitern auf heute 126 Mitarbeiter. Die Wettbewerbsfähigkeit wird in den Einzeldienstleistungen wie Consulting, Software Entwicklung / Neue Medien, Kreativ-Service, Medienvorstufe, im Digitaldruck auch LFP und im langfristigen Wachstum komplexer Systemlösungen wie:

- Infowerk Mediendatenbank
- Infowerk PrintOnDemand



Dieter Lange (Bendestorf) wusste die zahlreichen Teilnehmer genau am richtigen Punkt aufzurütteln.

- Infowerk Onlineproduktion und
- Infowerk ProduktionsOptimierung gesehen.

Weitere wichtige Punkte sind:

- Innovationen von der Basis
- Förderung der Zusammenarbeit als permanente Aufgabe
- Kundenkontakt bringt Motivation
- Als Führungsaufgabe ein Umfeld schaffen, in dem Innovationen entstehen.

Prof. Ronald Schaul (Hochschule der Medien, Stuttgart) definierte die neuen Aufgaben der Printmedien:

- Aufmerksamkeit erwecken im „Medien-Allerlei“
- Einen Überblick verschaffen im „Angebots-Dschungel“
- Emotionalen Mehrwert bieten (z.B.: CD-Booklet statt MP3-Downloads, Veredelung statt 4c, FM-Raster und erweiterte Farbräume statt 60er Raster, Printmedien-Marketing statt Drucksachenverkauf)

Künftig sind mehr Phantasie, mehr Produktinnovationen und mehr „Augenweiden“ statt „Infoüberangebote“ gefragt. Vermeiden Sie den „Papierkorb-Effekt“ und entwickeln Sie Lösungen. „Ein perfekt gedrucktes Produkt kann nicht überzeugen, wenn die Idee dahinter nur Mittelmaß ist“, zitierte Ronald Schaul und weiter: „gehen Sie auf Kundenwünsche ein, und bieten Sie ihm Lösungen für seine Probleme; Analysieren Sie die Unternehmenspotenziale; Erstellen Sie Programme zur Kostenreduzierung; Innovationen sind wichtiger als Investitionen; Act local – think global; verbessern Sie ihr Personal: Prozessqualität geht vor Maschinenleistung; Erstellen sie eine „Ideen-Checkliste“ und verwirklichen Sie die wichtigsten fünf Punkte.

Der Autor\* ([www.sachverstaendiger-druckmedien.de](http://www.sachverstaendiger-druckmedien.de)): Es war ein gelungener Fachkongress, professionell moderiert, mit fachlich kompetenten Referenten besetzt und einem guten Informationsmix. *ms* ■



Winfried Gaber, infowerk AG (Nürnberg) gab Praxisbeispiele für die effektive Produktion.