



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Jeder Druck, der nichts bewirkt, ist einer zuviel

Nach sieben Bogen »in Farbe« ist mehr als ein technischer Gag: es ist eine Leistungsklasse eigener Art

ANWENDUNG



Je stärker elektronische Medien und Bildschirme den Alltag bestimmen, desto wichtiger

wird wieder die Rolle der Drucksachen als individuelle, persönliche, emotionale Botschafter. Sie visualisieren Wertigkeit und machen Informationen fassbar. Für solche Produktionen gilt die Druckerei Feldegg als Pionier und fasziniert die Branche.

»Eigentlich ist es eine schon alte Idee, die aber erst in jüngster Zeit technisch zu perfektionieren war«, sagt der für die Technik im Hause Feldegg verantwortliche René Oberhänsli. KBA, drittgrößter Druckmaschinenlieferant der Welt mit Sitz in Würzburg und Radebeul bei Dresden, hat mit einigen Baureihen Maschinen geschaffen, die möglich machen, wovon eigentlich alle Drucker (und ihre Kunden) träumen: Bereits nach dem siebten Bogen »in Farbe sein«, Vermeiden aller Störeinflüsse wie Doublieren (unscharfe Druckbilder) oder zu starker, verwischender Farbauftrag, Streifenbildung (vor allem in kritischen Farbflächen und bei optisch empfindlichen Farbtönen) im Fortdruck.

Jeder Druck, der nichts bewirkt, ist einer zuviel

In Kombination mit frequenzmoduliertem Raster und einer konsequenten, alle Schritte umfassenden Standardisierung inklusive Messen und Prüfen in jedem Zwischenarbeitsschritt, erreichen sie eine einzigartige Kombination von Ökologie und Ökonomie.

Mit Druckergebnissen der Toplevel-Klasse: Keine Verschwendung von Vorlaufbogen, keine unsicheren Farbabstimmungen, keine Qualitätsschwankungen in der Auflage.

Die Druckerei Feldegg AG ist als Unternehmung innovativer Querdenker, der seit Jahren für Aufmerk-

samkeit sorgt und mit Erfolg Pionier in ökologischen Druckverfahren ist. Gleichzeitig ist Feldegg ein Hort höchster Printqualität – geschätzt von Werbern, Designer und Kommunikations-Fachleuten, unterstützt von Zulieferern und Materialanbietern.

Doch es geht nicht um Technik als Selbstzweck. Vielmehr steckt eine Philosophie dahinter, die unter dem Begriff der Ökologie und Nachhaltigkeit meist extrem missverstanden wird und daher eher unter dem Gesichtspunkt der Kommunikationsarchitektur zu betrachten ist. Denn die mit nachhaltiger Konsequenz umgesetzte Strategie lautet:

Jeder Druck, der nichts bewirkt, ist einer zuviel. Und jede Drucksache, die über emotionale Ansprache keine Information transportiert, ist



»Durch die Erfahrungen mit der 74 Karat und unsere perfekt ausgebaute Druckvorstufe sind wir in der Lage, mit einfachen Workflow-Tools und dem elektronischen Handling von Druckdaten einen höchst effizienten Arbeitsablauf sicherzustellen und mit standardisiertem Color Management bereits vor dem Druck Sicherheit für Qualität zu schaffen,« so Erwin Oberhänsli.

falsch gestaltet oder konzipiert.

Freilich belassen es die Praktiker nicht in der Theorie und bei Appellen, sie haben eben zusammen mit Maschinenlieferanten eine technische Variante des Druckens perfektioniert, den wasserlosen Offsetdruck auf Maschinen mit so genanntem Kurzfarbwerk.

Ständig wiederholbare Qualität

Das wiederum hat seinen sehr konkreten Nutzen. »So können hochwertige, haptisch höchst attraktive Designerpapiere eingesetzt werden, denn die beim tradierten Offsetdruck anfallenden immensen Anlaufkosten sind fast auf Null reduziert,« schildert Erwin Oberhänsli die Vorteile seiner beiden Druckmaschinen der modernen Bauart. Einer 74Karat und einer Genius, die beide mit den charakteristischen Rasterwalzen über nur wenige Zwischenwalzen (daher der Name Kurzfarbwerk) Farbe auftragen und nur die Stellen im Drucktuch nachfärben, bei denen vom Motiv her auch bei jedem Druckgang die Farbe abgenommen wird.

Die Ergebnisse, die gedruckt werden, sind vergleichsweise optische Pretiosen und Sujets höchster Güte. Ohne dass sie in gleicher Relation im Produktionspreis steigen, denn »der Aufwand ist in etwa deckungsgleich mit konventionellen Wegen,« so Erwin Oberhänsli. »Nur wenden wir eben modernste Erkenntnisse der Qualitätsoptimierung an und errei-



Einmal mehr hat die Druckerei Feldegg AG mit ihren 30 Mitarbeitern die Nase ganz vorn. Im Jahr 2000 hat Feldegg mit dem Einstieg in den digitalen Offsetdruck und der Investition in eine 74 Karat auf dem Schweizer Markt für Furore gesorgt. Das kontinuierliche Streben nach Qualitätsverbesserungen und umweltverträglicher Druckproduktion führte 2004 zur Ersatz-Investition in eine 74 Karat mit Lack. Abermals die Ausrichtung hinsichtlich Qualität und Umweltschutz wurde 2005 in die neue farbzonenlose und wasserlose Technologie von KBA im Format A3+, eine Fünffarben Genius 52, investiert.

Die Technologie-Vorteile der Genius 52 für das Zürcher Unternehmen sind mannigfaltig und ermöglichen durch den umfangreicheren Farb- raum, der Passergenauigkeit und der Druckqualität, gestalterische Finessen zu realisieren und Aufträge abzuwickeln, die den Drucksachen eine Besonderheit verleihen.

REFERENZ
Branchensoftware



chen daher mit kaum größerem Aufwand sichere, vorhersehbare und ständig identisch wiederholbare Druckqualität.«

equal printing

Die Haptik ist ein Element, das immer mehr Werber und Informationsfachleute (wieder) zu schätzen und einzusetzen lernen. Das ist eine völlige, aber vollkommen logische Trendumkehr zum allgemeinen Vorurteil der jüngeren Vergangenheit, Papier und Drucken sei so etwas wie eine Informationsmüll-Lawine, die uns permanent überflutet. Eben die gewollte, gezielte, von der Industrie bewusst herbeigeführte Überflutung mit nicht unbedingt nützlichen, geradezu aufgedrängten Printmedien. Erst dies hat die Aversion hervorgeufen und das Ammenmärchen aufgenommen lassen, allenfalls schmutzig-graues Einheitspapier sei noch ökologisch vertretbar.

»Völliger Unsinn, ganz im Gegenteil, Papier muss der Informations- und Werbebotschaft angemessen wertig sein und Drucken ist ein verantwortlicher Umgang mit den Ressourcen, wenn man den richtigen Weg wählt,« sagt Erwin Oberhänsli, der zusammen mit Schwester und Bruder den Familienbetrieb der Druckerei Feldegg am Zollikerberg vor den Toren Zürichs betreibt.

Unter dem symbolhaften Namen »equal« lizenziert die Druckerei Feldegg die Idee und Funktion des ökologischen High-Class Printings

auch an andere Unternehmungen. »equal« steht dabei als Symbol für Stabilität und Wiederholbarkeit, für sichere Voraussagbarkeit der Druckqualität und kalkulatorisch feste Größe.

Denn die sonst beim Offsetdruck schwer beherrschbaren physikalisch-chemischen Prozesse und die daraus resultierenden Schwankungen und Überraschungen (die sich vor allem in enttäuschenden Farbbildergebnissen zeigen) sind weitgehend ausgeschlossen. Vor allem die Garantie, dass man bereits ab dem siebten Druckbogen die Fortdruckqualität erreicht hat, kommt einer Sensation gleich. Keine Verschwendung von Papier für das Anlaufen der Maschine und vor allem gleichbleibende Druckqualität über die ganze Auflage hinweg. Folglich auch im Rahmen der Identität von Druckfarben und Papieroberflächen die gleichen Ergebnisse beim Nachdruck.

Der 7. Gestaltungshimmel

Papier mit emotionalem Erlebniswert, so abstrakt sich die Formel anhören mag, ist ein Trend, der immer mehr Menschen begeistert. Papierhersteller und -anbieter fördern diese Entwicklung. Designern eröffnet dies so etwas wie den Siebten Gestaltungshimmel. Papiere mit verblüffenden, beeindruckenden, haptisch sensationellen Oberflächen, Strukturen und Farbchangierungen können mit feinsten und subtilsten

Bildern und Farbnuancen bedruckt werden.

Kleinauflagen im Offsetdruck, seit Jahren die Gretchenfrage gegenüber dem Digitaldruck, sind mach- und bezahlbar geworden, ja, schlagen die Qualität des tonerbasierten Digitaldrucks um Längen. Dass dies nicht schöne, nutzenfremde Theorie ist, beweist die große Nachfrage nach diesen Drucksachen der ökologisch-ökonomischen Meisterklasse: Tag für Tag werden neue Interessenten gewonnen, die die Möglichkeiten für die eigene Informations- und Werbestrategie nutzen wollen. »Es gilt heute nicht mehr mit Printmedien aufzufallen um jeden Preis, es gilt aufzufallen, weil das Gedruckte edel, wertvoll und voller Sympathie ist,« lautet die Botschaft.

- > www.feldegg.ch
- > www.kba-print.de



HIFLEX

«Durch Hiflex® und die JDF-Anbindung zu unseren MAN Roland Druckmaschinen konnten wir die Produktion um **7% steigern.**»

HERBERT PREISSLER
GESCHÄFTSFÜHRER
DRUCKHAUS BERLIN MITTE GMBH
BERLIN
45 HIFLEX®-ARBEITSPLÄTZE

HIFLEX® GmbH
Rotter Bruch 26a
D – 52068 Aachen

TELEFON
++49 (0) 241 / 1683-0
TELEFAX
++49 (0) 241 / 1683-301
E-MAIL
info@hiflex.com
INTERNET
www.hiflex.com