

# UV-Druck keine elitäre Variante nur für größere Drucker

UV-PRODUKTION IM OFFSET. Wer glaubt, hochwertiger UV-Druck sei ausschließlich Sache von Großbetrieben oder großformatigen Druckmaschinen, irrt. Auch kleinere Druckereien können sich bei ihren Kunden mit dem entsprechenden Mehrwert im Druck Pluspunkte verschaffen, wie am Beispiel der Firma Stach aus Arnsberg deutlich gemacht wird. Sie setzt eine Speedmaster SM 52 mit UV-Ausstattung ein.



Im eher beschaulichen Arnsberg-Neheim, nahe Dortmund gelegen, gehen große Dinge vor sich. Die Druckerei Stach wollte nicht einfach auf Kunden warten und für diese Standarddrucksachen produzieren. Flexibel und auf kleinere Auflage spezialisiert, stellte sich dann die Frage, wie bekomme ich lukrative und kreative Aufträge? Nach intensiven Gesprächen mit Heidelberg entschied sich der Unternehmer Georg Stach im Jahre 2003 für eine Sechsfarben-Speed-

master SM 52 mit UV-Ausstattung und einigen weiteren Extras, wie einer Wendeeinrichtung nach dem ersten Druckwerk und einer zusätzlichen Kaltlufteinrichtung in der verlängerten Auslage.

## GESCHÄFTSMODELL UMGEBAUT.

Seitdem die neue Druckmaschine im Drucksaal steht, ist nichts mehr, wie es war bei Stach. Das Geschäftsmodell wurde seit der Installation der neuen Speedmaster SM 52 grundsätzlich umgebaut. Die beiden alten Druckmaschinen gingen inzwischen in Rente und 19 Mitarbeiter drucken in drei Schichten. Wurden früher rund 4 500 Aufträge pro Jahr abgewickelt, liegt diese Zahl heute darunter, aber der Gewinn hat sich

deutlich gesteigert. Folge der lukrativeren Aufträge über den UV-Druck, der inzwischen bei nahezu allen Aufträgen zum Zuge kommt. Über die Hälfte der Aufträge wird auch noch mit speziellen UV-Lackveredelungen zusätzlich aufgewertet. Noch positiver wirkt sich aber die neue Maschine auf die Motivation der Mitarbeiter aus, die stetig bemüht sind, das Potenzial der Maschine noch besser auszuschöpfen und mit kreativen Ideen den Kunden zu immer besseren Produkten verhelfen. Das spricht sich bei den Kunden auch schnell herum: »Heute werden viel aufwendigere Produkte nachgefragt, da die Druckerei über die technischen Ausstattung und das Know-how einen sehr großen Sprung gemacht hat«, berichtet Geschäftsführer Karl Heinz Ottersbach (50), der seit November letzten Jahres den Betrieb gemeinsam mit Crista Stach (43) leitet.

**MIT WENDUNG.** Karl Heinz Ottersbach ist gelernter Drucker und seit sechs Jahren bei der Druckerei Stach. Die Druckerei produziert beispielsweise sehr viele Postkarten, die teilweise auch personalisiert und für die Kunden ausgeliefert werden. Einmal in der Woche werden auf Sammelformen nur Postkarten gedruckt, häufig mit einer einfarbigen Rückseite und einer vierfarbigen Vorderseite mit Lack. 15 bis 20 Postkartenformen pro Woche fallen dabei an. Das sind rund 60 Postkartenaufträge in der Woche. »Daher haben wir die Wendung nach dem ersten Farbwerk in der Maschine, damit wir die Postkarten in einem Durchgang produzieren können. Das spart uns eine Menge Zeit ein und bietet uns tolle Möglichkeiten. Nachdem wir die Rückseite einfarbig bedruckt haben, kommen auf die Vorderseite die vier Farben, und wir haben noch die Möglichkeit, im fünften und sechsten Farbwerk eine Sonderfarbe einzusetzen oder auch in Verbindung mit dem Lackierwerk noch verschiedene Lackeffekte aufzutragen«, berichtet Karl Heinz Ottersbach.

**MASSGESCHNEIDERT.** Die Speedmaster SM 52 bei Stach verfügt über eine spezielle Trocknerkonfiguration in der Maschine und eine spezielle Auslage, in der beispielsweise eine Kaltlufteinrichtung, eine IR-Trocknung und eine UV-Trocknung untergebracht wurden. Durch die Kaltlufteinrichtung kommen die druckfrischen



Geschäftsführer Karl Heinz Ottersbach und der Druckereileiter Dirk Vernholz am Bedienpult Prinect CP2000 Center der Speedmaster SM 52-6+L mit Wendung und UV-Ausstattung (v. l.).



»Die Rüstzeiten pro Auftrag liegen heute deutlich unter zehn Minuten. Was bei den engen Terminen und kleinen Auflagen ein wichtiger Kostenvorteil ist«, freut sich Dirk Vernholz, Druckereileiter bei Stach.

Druckbogen nicht mehr stark erwärmt aus der Maschine. Sie lassen sich dann sofort weiterverarbeiten. Die Maschine ist zudem mit zwei Lackkreisläufen ausgestattet, damit nicht immer ein umfangreicher Lackwechsel stattfinden muss. »Heute können wir auf Knopfdruck von einem auf den anderen Lack umschalten. Die Maschine ist also wirklich wie für uns maßgeschneidert«, freut sich Dirk Vernholz (37), der Druckereileiter bei Stach.

**LACKEFFEKTE KREIEREN.** »Wir haben jetzt zudem die Möglichkeit, großartige Lackeffekte zu kreieren, und keine Angst davor, selbst schwierige Jobs mit Metallic-effekten oder Iridium anzupacken und auf komplizierten Materialien wie Kunststoff zu produzieren. Damit hat sich das Produktspektrum der Druckerei noch einmal

erweitert. Über das Lackierwerk mit Kammerakelsystem und das Farbwerk davor, in dem Drucklacke eingesetzt werden können, gelingen uns erfreuliche Ergebnisse für die Veredelung von Broschüren, Umschlägen und Präsentationsmappen. Diese bieten wir dann auch aktiv bei unseren Kunden an«, erklärt Karl Heinz Ottersbach.

**GESCHÄFTSMODELL.** »Die Nische sind für uns die kleineren Auflagen, wie etwa 1 000 Aufkleber zu einem vernünftigen Preis zu drucken. Oder 500 Präsentationsmappen, die es in DIN A1 oder A2 kaum kostengünstig gibt«, meint Karl Heinz Ottersbach. Das Unternehmen hat Kunden in ganz Deutschland, zu etwa 70 Prozent sind das Agenturen. Mit angepasster Logistik erreichen die Druckprodukte in der Regel am Tag nach Auftragseingang die Kunden.



Dirk Vernholz und Karl Heinz Ottersbach schafften mit der Speedmaster SM 52-6 mit UV-Ausstattung und Wendung einen wichtigen technologischen Vorsprung, der das Unternehmen auf Jahre wettbewerbsfähig macht (von links).

»Der große Vorteil in unserem Format sind die kleineren Aufträge sowie kurze Produktionsintervalle, die uns flexibel für jene kurzfristigen Aufträge machen, die man schnell realisieren muss. Wer braucht da eigentlich noch Digitaldruck?«, gibt Geschäftsführer Ottersbach zu bedenken.

**EIGENVERMARKTUNG.** Was alle bei Stach unterschätzt haben, war die Beratungsleistung auf Kundenseite, berichtet Ottersbach: »Nur zu kommunizieren: Wir haben jetzt UV-Druck – das reicht nicht. Die Kunden müssen mit Ideen angestoßen und überzeugt werden, diese technischen Möglichkeiten auch zu nutzen. Sie sind dann aber froh, wenn man erklärt, was machbar ist und welche hochwertigen Sachen gedruckt werden können. Damit glänzen dann zum Beispiel die Agenturen wiederum bei deren Kunden.«

So kam bei Stach ein Kreislauf in Gang, der zum Selbstläufer wurde. Für künftige Pro-

## Beikleber im Heft

**Druckmuster** ■ Bitte beachten Sie beigeklebtes Druckmuster als Beispiel für eine gelungene UV-Veredelung mit der Heidelberg Speedmaster SM 52-6+L UV im Hause Stach. (Das »Making of« ist auf der Rückseite des Druckmusters im Detail beschrieben.)

jekte will man jedoch, nach der Erfahrung im Umgang mit der UV-Technik, den Fokus wesentlich stärker auf die Vermarktung legen. »Die Verfahrenstechnik war wesentlich schneller anzueignen, als die Vermarktung der technischen Entwicklung anzupassen«, so Karl Heinz Ottersbach.

**TECHNIK MIT ZUKUNFT.** »Wir stehen noch am Anfang unserer Möglichkeiten mit dieser Maschine. Ich glaube, dass wir mit ihr noch etwa vier bis sechs Jahre erfolgreich produzieren werden. Mit einer neuen CtP-Anlage werden wir uns auch in den Bereich Lentikular vorwagen. Was also wird nach 2012 sein? Da werden wir uns wieder mit Heidelberg unterhalten, um den nächsten Technologiesprung zu wagen«, ist Karl Heinz Ottersbach überzeugt.

Zuversichtlich bekennt der Geschäftsführer aus Arnsberg-Neheim: »Wir haben heute viel weniger Aufwand und weniger Stress, sind aber wesentlich effektiver und vor allem auch produktiver als früher. Selbst unsere vorsichtigen Prognosen wurden übertroffen. Wir treten heute selbstbewusster am Markt auf und müssen nicht über den Preis um jeden Auftrag kämpfen.«