

Nachdruck aus:
druckwelt 12/98

Im Digitaldruck ist Ideenreichtum gefragt. Bei der Kallenbach GmbH in Detmold gibt es davon genügend, wie dieses lange Produkt belegt.



Kallenbach GmbH
+ Co. KG, Detmold

Digitaldruck und fertig

Die Entwicklungen des Hauses Dr.-Ing. Rudolf Hell in Kiel inspirierten Volker Kallenbach (56) zur Selbständigkeit im Jahre 1968. Als Repräsentant des vor Ideen sprühenden Dr. Hell erfuhr er sehr schnell, welche Möglichkeiten die Gravuranlagen im Buchdruck und später Offsetdruck bieten. Also wurde die Technik selbst genutzt und Farbsätze gefertigt. In der Kombination mit Klimsch- und Hoh & Hahne-Anlagen und entsprechenden Maskenverfahren konnten die Qualität und Produktivität schnell gesteigert werden. Es folgten die Scanner mit der Vierkanaltechnik.

Stammentwicklung: Die Jahre mit dem Partner aus der Gründerzeit waren wirtschaftlich sehr erfolgreich. Der Markt forderte aber bald mehr Kapazitäten und es mußten Mitarbeiter eingestellt werden. Es wurde auch ausgebildet nachdem Volker Kallenbach die Ausbilderprüfung absolviert hatte. Alle Lehrlinge blieben im Unternehmen. So hat sich ein Mitarbeiterstamm von 25 Spezialisten entwickelt.

Mit dem neuen Geschäftsfeld, dem Digitaldruck, steigen die Anforderungen im Unternehmen ebenso wie im Außendienst. Es ist also schon jetzt zu überblicken, daß weitere Fachleute zum Einsatz kommen. „Die Kundenstruktur hat sich in all den Jahren kaum geändert. Zuerst kauften Lithoanstalten unsere Klischees. Es folgten Kontakte zu Offsetdruckereien und Werbeagenturen. Die Industriebetriebe konnten wir ebenfalls bald zu unseren Kunden zählen, weil wir erkannten, daß dort am si-

Die langjährigen Erfahrungen in der Vorstufe machen es möglich, der Marktwettbewerb fordert ihn stärker – den Digitaldruck.

chersten Form und Inhalt von Druckprodukten positiv zu beeinflussen sind“, so Volker Kallenbach.

Mit der Installation der Xeikon DCP/32D im April 1997 versuchte Kallenbach Kontakte zu Kollegenbetrieben zu entwickeln, um so die Komplettierung der Leistungen für die Kunden zu ermöglichen. Das Interesse und die Kooperationsbereitschaft war allerdings so gering, daß man sich zum Alleingang entschloß.

Komplettangebot und Gesamtverantwortung: Volker Kallenbach: „Das Interesse unserer Kunden an einer Komplettlösung wächst. Zunehmend haben wir auch mit hilfeschuchenden, branchenfremden Abnehmern zu tun. Wir bieten deshalb kreative Leistung und den Digitaldruck als wichtige Ergänzung unserer bisherigen Vorstufentechnik an. Mit digitalen Daten gehen wir fehlerfrei um und sind in der Lage, Ideen bis zum fertigen Druckergebnis auszuführen. Die Industrie nimmt gern die komplette Umsetzung der Aufträge an, so gibt es nur einen Partner mit Gesamtverantwortung.“

Leicht nachvollziehbar ist, daß die Industriekunden Zeit sparen und natür-

lich auch preiswerter zu ihren Produkten kommen. „Arbeitsplätze können wir nicht sichern, wenn wir uns zurückhalten bei der umfassenden Kundenbetreuung“, ergänzt Volker Kallenbach.

Digitaldruck: Aus dieser Situation – der kompletten Kundenbetreuung – ergab sich die Entwicklung umfangreicher Medien-Datenbanken. Für den Auftraggeber läßt sich von der Briefmarke bis zur Plakatwand, vom Internetauftritt bis zu CD-ROM-Animationen alles aus einem Datenbestand fertigen. Über die Sicherheit, die Daten zu verwalten, entstand die Idee der drucktechnischen Umsetzung auf Papier.



Volker Kallenbach bedient mittels Digitaldrucktechnik die Kunden umfassend.

Junior Marco Kallenbach (29) ergänzt: „Wir verfügen über lange Erfahrung im Umgang mit digitalen Daten. Die Basis dazu sind fähige Mitarbeiter, die ständig geschult werden. Einige große Kunden drängten uns regelrecht, Möglichkeiten des digitalen Druckens zu nutzen. Das Ziel war aber nie, eine Druckerei im traditionellen Sinne aufzubauen. Der Wettbewerb auf diesem Gebiet ist viel zu groß.“

Das Original: Warum gerade eine Xeikon-Digitaldruckanlage und nicht

andere Technik installiert wurde, erläutert der Senior: „Vor drei Jahren begann der Auswahlprozeß. Das Interesse galt zuerst der Heidelberger Quickmaster DI 46. Wir waren überrascht, daß diese Maschine richtige Drucktechnik darstellt, mit Farbe und Chemie, mit Geruch und Lärm. Dafür wären auch neue Mitarbeiter, also Drucker nötig gewesen. Unser Ziel war aber, vorhandene Mitarbeiter, als „Datenmanager“ und deren Know-How einzusetzen.“

Das nächste Interesse galt der Agfa-Chromapress. Beeindruckt waren wir von der Vielfalt der Einsatzmöglichkeiten der Maschine, aber auch von der Schwerfälligkeit des Unternehmens. Der eigentliche Hersteller Xeikon ver-



Zwei Mitarbeiter – in der Datenvorbereitung und an der Maschine – organisieren eine reibungslose Auslastung.

schaftte uns Berührung mit allen Technikern, den Labors und den Produktionsstätten. Zur wirtschaftlichen Entscheidung kam es dann schnell. Der Kontakt ist geblieben. Ständig wird die neueste Software eingespielt. Warum soll man eine Imitation kaufen, wenn man das Original haben kann.“

Zwei Mitarbeiter wurden an der Xeikon ausgebildet, denn es sind zwei Stationen zu besetzen. Die Kontrolle der Daten erfolgt am Macintosh, die drucktechnische Umsetzung an der Xeikon selbst. Die ausgewählten Fachleute waren die besten des Unternehmens. Sie wechseln sich in der Besetzung der zwei Positionen regelmäßig ab. So sind sie immer auf einem hohem Niveau. Es schaut niemand auf die Uhr, wenn es um die Bewältigung der neuen Technik geht. Die Aufgaben stehen im Vordergrund. Die anderen Mitarbeiter haben die Gesamtentwicklung schnell verstanden. Damit sind die Marktmöglichkeiten des Unternehmens verbessert, was ihnen wieder das Gefühl für sichere Arbeitsplätze gibt.

Kalkulatorische Grundlagen: Marco Kallenbach hatte noch kurz vor der Entscheidung für den Digitaldruck im



Preisgünstige Kleinstauflagen – wie zum Beispiel diese aufwendigen Displays in einer Auflage von je 500 Stück – sind nur im Digitaldruck realisierbar.

Rahmen seines Studiums eine Wirtschaftlichkeitsanalyse zur Heidelberger Quickmaster DI und einer Speedmaster angefertigt. Er belegte zwar die Vorteile der DI-Maschine, entschied sich aber selbst – vom Professor unterstützt – für eine wirkliche Digitaldruckmaschine. „Vom Hersteller kamen Investitionsberechnungen; sie sind sicher geschönt, trotzdem unverzichtbar. Letztlich habe ich mir das alles wie ein Puzzle selbst zusammengesetzt und so eine Grundlage für die Kostenrechnung gebaut. Die Preisliste besteht aus Bausteinen, aus denen Angebote für die anfragenden Kunden entwickelt werden. Wir haben uns so eine eigene Kalkulationssoftware entwickelt. Die Vorstufenkalkulation ist kombiniert mit den Aufgaben der Digitaldrucktechnik“, ergänzt der Junior.

Die Aufgabenteilung zwischen Vater und Sohn ist relativ klar. Marco engagiert sich im Innendienst, der Vater hält die Kontakte im Außendienst. So kommen auch Aufträge ins Haus, bei denen der Kunde nach den Digitaldrucken entsprechende große Auflagen im Offsetdruck wünscht. Diese Leistungen bringen drei Kollegenbetriebe nach Vereinbarung. Im Digitaldruck werden die Punktzuwächse nach den Kennlinien der Kollegenmaschinen simuliert, so daß zwischen Digitalauflage und Offsetdruck keine wesentlichen Unterschiede erkennbar sind. Das ist durch die Harlequin- und die Barco-RIP-Technologie realisierbar.

Die Nachfrage nach Leistungen im Digitaldruck stiegen schnell, so daß die Kapazität der Xeikon DCP/32D an Grenzen stieß. Die gerade aufgestellte große Maschine mit der Einlaufbreite von 50 cm vervielfacht die Einsatzpalette enorm. Auch die Laufrichtung für die Verarbeitung von Broschüren ist nun buchbindergerecht. Um die großen Zeitvorteile des Digitaldrucks verlustfrei weiterzugeben, wurde von Anbeginn eine eigene komplette Weiterverarbeitung angestrebt. Diesem ständig wachsenden Platzbedarf muß leider die klei-

ne Xeikon weichen, aber die große Maschine im zusätzlichen Schichtbetrieb erschließt weitere Kapazitäten.

25 bis 30 Prozent des monatlichen Umsatzes werden mit den Digitaldruckaufträgen erzielt. Die wesentlichen Kunden sind zu je 40 Prozent Industriebetriebe und Agenturen. Mit den Industriebetrieben wird aber ein viel höherer Umsatz erzielt, weil in der Mehrzahl eine Gesamtbetreuung erfolgt.

CrossMedia: Mit den vorhandenen Digitaldaten sind Internetauftritte und andere Präsentationen zu organisieren und mit der Datenbank vielfältige Ideen umzusetzen. Animationen von der CD ROM werden angeboten. Die Vorabauflage eines 144seitigen Bildbandes für die Expo 2000 ist ein Beweis für kostengünstige Produktion. Allein die Filmherstellung wäre teurer gewesen als die gesamte Produktion. Für die endgültige Auflage ergibt sich noch die kostengünstige Möglichkeit, mit neuen Bildern die Aktualität des Produktes wesentlich zu erhöhen. Mit dem Xeikon Diamond Award 1998 fühlt sich Kallenbach in seiner Philosophie bestätigt und fit für das nächste Jahrtausend. **dw**

Firmenporträt

| | |
|--|---|
| Firma | Kallenbach GmbH + Co. KG CrossMedia Produktion Am Gelskamp 7 32758 Detmold Tel.: (0 52 31) 9 12 92-0 Fax: (0 52 31) 9 12 92-80 |
| Geschäftsführender Gesellschafter | Volker Kallenbach |
| Produktpalette | Herstellung von Print- und NonPrint-Medien sowie aller erforderl. Vorleistungen. |
| Mitarbeiter | 25 |
| Umsatz '98 | 4 Mio DM |
| Investitionen '98 | 1,3 Mio DM |
| Technische Ausstattung Vorstufe | Trommel- und Flachbetts-canner, 25 Mac's, 5 PC's 2 Belichter, Analog- und Digitalproof, Andruck |
| Druck | 1 Xeikon DCP/50D, komplette Weiterverarbeitung |