



# „Big is beautiful“: Die Werbetechnik beweist wahre Größe im Digitaldruck

**LARGE FORMAT PRINTING** ■ Der Großformatdruck ist in den letzten zehn Jahren von einer Marktlücke zu einem Markt gewachsen, in dem es für jede denkbare Anwendung mehr als genug Anbieter gibt. Aber auch kleine Unternehmen für Werbetechnik, die früher bestenfalls mit einem Inkjetdrucker von 160 cm Breite arbeiteten, produzieren inzwischen mit Druckern bis 320 cm Breite und in hoher Qualität und Geschwindigkeit.

■ Dank des wachsenden Marktes im großformatigen Inkjetdruck, der am jährlichen Verbrauch an Inkjet-tinten durch die Hersteller leicht zu messen ist, kaufen große Druckereien immer mehr Maschinen von drei bis fünf Meter Druckbreite. Doch auch kleinere Unternehmen wie Werbetechniker, die bisher ihre großformatigen Drucksachen von Kollegenbetrieben drucken ließen, kaufen immer öfter breitere und schnellere Druckmaschinen. Erfolgreiche Firmen im Großformatdruck verdanken ihren Erfolg meist zwei Dingen: Sie haben sich ein Spezialwissen für die Herstellung bestimmter Produkte aufgebaut und einen effizienten Vertriebsweg zu den Kunden dieser Produkte. Zwei verschiedene Beispiele sollen dies zeigen.

**BEISPIEL 1: WETEC.** Die Wetec Werbetechnik Köln GmbH ist ein Kleinbetrieb mit fünf Mitarbeitern, der in einem großen Firmengebäude in Köln-Longerich mit zwei Digitaldruckmaschinen produziert: Einer Roland Versa-Art RE-640 mit 161cm Druckbreite und einem EFI Vutek GS3250LXR Pro Inkjet-Rollendrucker mit 320 cm Druckbreite.

1981 gründeten Werbetechnikmeister Josef Odrowski und Malermeister Heinz Werner Bonjean den Betrieb für Werbetechnik, der als Handwerksbetrieb mit guter lokaler Vernetzung erfolgreich wurde. 1984

wurde Wetec Vertragsfirma der Koeln-Messe und dort für den kompletten Bereich der Werbetechnik verantwortlich. Das bestimmte einen Teil der Produkte, die für die Messe kurzfristig und großformatig produziert werden mussten und bis heute noch werden. Das sind Werbemittel aller Art auf den unterschiedlichsten Materialien, PVC, Selbstklebefolien, Schilder, Segel- oder Fahnenstoff.

Darüber hinaus produziert Wetec klein- und großformatige Drucksachen aller Art für Werbeagenturen, Wohnungsbaugesellschaften, Einzelhandelsgeschäfte und Privatkunden. Für sie produzieren sie Digitaldrucke, Folienplots, Fahrzeug- und Fassadenbeschriftungen, Megaprints, Banner, Planen, Fahnen, Schilder sowie Lichtwerbung.

Geführt wird das Unternehmen von Thomas Ratajczak, der seit 1990 bei Wetec arbeitet, und Tom Wolter, der als Werbetechnikmeister 2002 dazu kam. Zum Betrieb gehören zwei weitere gelernte Werbetechniker sowie eine Auszubildende. Für die Produktion stehen zwei Druckmaschinen zur Verfügung sowie alles, was für die Weiterverarbeitung von großformatigen Megapostern notwendig ist. „Bei uns kann jeder alles machen“, erklärt Thomas Ratajczak die Flexibilität der Mitarbeiter. Das gilt auch für beide Firmenleiter, die voll in der Produktion mitarbeiten. Besonders viel los ist regelmäßig im Herbst,

wenn in kurzer Reihenfolge der Messen mehr produziert werden muss.

**DIE ROLAND VERSA-ART RE-640.**

Die Werbetechnik war ursprünglich vor allem das Herstellen von Beschriftungen und erst mit dem Digitaldruck wurde es leichter, Logos, Firmenschriften und Bild Darstellungen zu integrieren. Bei Wetec begann dies 1995 mit einem Rastergraphic Piezo Print 5000 Plotter, der in 132 cm Breite und mit bereits sechs Farben im Inkjet druckte. Man bedruckte damit hauptsächlich Blueback-Poster-papiere mit einer Geschwindigkeit, die damals als schnell galt. Der Plotter wurde später durch ein Mimaki-System ersetzt und zusätzlich ein HP Designjet angeschafft, der Anfang 2013 von einem Roland Versa-Art RE-640, ersetzt wurde. Dieser erfüllt bis heute alle Ansprüche in Bezug auf Qualität, Geschwindigkeit und Flexibilität.

Wetec druckt normalerweise in bis zu 161,5 cm Breite mit 720 x 720 dpi mit acht Kanälen zweimal CMYK, was die gute Qualität mit einer Druckgeschwindigkeit von rund 10 m<sup>2</sup> ermöglicht. Tom Wolter lobt die glatten, streifenfreien Flächen, die durch die spiegelbildliche Tinten-anordnung von CMYKCYMC ermöglicht wird. Die Ricoh-Gen5-Druckköpfe mit 1280 Düsen stoßen die Tröpfchen in sieben verschiedenen Größen aus und ermöglichen eine Auflösung

von bis zu 1440 dpi, was dem Wörtchen „Art“ im Namen entgegen kommt. Die Eco-Sol-Max-Tinten trocknen schnell und geben kaum Geruch ab, was besonders geschätzt wird. Auf der Maschine werden alle Arbeiten gedruckt, die weniger als 160 cm breit sind und entlasten damit die breitere Maschine. „Wir haben in den letzten zweieinhalb Jahren mehr als 5000 m<sup>2</sup> Material bedruckt“, lobt Thomas Ratajczak die leistungsfähige Maschine.

**DIE EFI VUTEK GS3250LXR PRO.**

2008 machte Wetec den Schritt zu einem 320 cm breiten Lösemittel-drucker von HP Scitex, der im Spätherbst 2014 nach sieben Jahren von einem neuen Drucker ersetzt werden sollte, weshalb man sich nach Prüfung aller Alternativen für den EFI Vutek GS3250LXR Pro entschied. „Wir haben zwei weitere Druckmaschinen von Wettbewerbern intensiv geprüft. Bei einer wären wir in der Medienauswahl beschränkt gewesen, bei der anderen war der Preis attraktiver, aber die Bildqualität war schlechter als bei der Vutek“, begründet Tom Wolter den Kaufentscheid.

So hat Wetec im April 2014 einen der ersten EFI Vutek GS3250LXR-Pro-Rollendrucker in Deutschland in Betrieb genommen. Statt mit lösemittelhaltigen wird jetzt mit UV-härtenden Tinten gedruckt, dank LED-Härtung Strom gespart und die Bild-

qualität wurde auf ein neues Niveau gebracht. Tom Wolter, der als Werbetechnikmeister mit Ratajczak als Firmenleiter die Maschine im Herbst 2014 evaluiert hat, bestätigt, dass sich alle Hoffnungen nach der Inbetriebnahme erfüllt haben.

**SCHNELLER ROLLENDRUCK.**

Die EFI Vutek GS 3259LXR Pro basiert auf der gleichen Technologie wie die Bogen- und Rollenmaschine GS 3259LX Pro, wurde aber speziell auf die Bedürfnisse des Rollendrucks ausgerichtet. Sie druckt mit einem Druckkopfschlitten mit 16 Inkjetdüsen in wahlweise 1000 oder 600 dpi Auflösung mit sechs Farben und variabler Tröpfchengröße. „Wir drucken mit unserer Maschine volles Rohr, also mit 600 dpi und 149 m<sup>2</sup>/h, in der vollen Breite und auf jedes Material“, berichtet Thomas Ratajczak stolz. Die Qualität stimmt, und die Flexibilität auch. So hält Wetec verschiedene Rollenbreiten für verschiedene Materialien bereit, und kann nach schnellem Rollenwechsel zwischen sechs verschiedenen Breiten von 105 cm bis 320 cm wählen. In Breiten bis zu 152 cm können sogar zwei Jobs nebeneinander gleichzeitig gedruckt werden.

Für den Rollendruck bietet EFI seine mit 3M weiter entwickelten, hochelastischen Superflex-Tinten an. Die UV-härtenden Tinten können normalerweise wegen ihrer Schichtdi-



Von links: Thomas Ratajczak und Tom Wolter, die beiden Geschäftsführer der Wetec Werbetechnik Köln GmbH.



Die Spezialisierung auf den Messebedarf bedeutet für Wetec nicht nur die Produktion von Megapostern für den Messeeingang, sondern vor allem von den Postern, die in den Hallen und Verbindungsgängen des Messegeländes hängen.

Onlineprinters



Der EFI Vutek GS3250LXR Pro härtet die UV-Tinten mit LED-Lampen und hat die Druckkapazität bei Wetec verdreifacht.

cke beim Dehnen reißen, im Gegensatz zu den Solventtinten, die nur hauchdünn auf den Folien liegen. Mit der Weiterentwicklung reichen nun EFIs UV-härtende Superflex-Tinten an die Dehnbarkeit der Lösemitteltinten heran. „Deshalb können wir auch die Folien für Treppenwerbung oder Fahrzeugbeklebung problemlos und in voller Breite und Leitstung drucken und montieren“, so Tom Wolters.

**STROM SPAREN DANK LED.** Der Verzicht auf Quecksilberdampf lampen und die Ausrüstung mit LED-Leuchten bringt so viele Vorteile, dass Kunden heute praktisch nur noch Vutek-Drucker mit LED-Härtung kaufen. Die Lebensdauer der einzelnen LED-Dioden übersteigt die der Druckmaschine. Weil die LED-Dioden praktisch keine Wärme erzeugen, und die Elektronik der Flächenleuchte nur sehr wenig, wird die Druckmaschine nicht mehr heiß. Deshalb heizen sich auch die Substrate beim Druck nicht mehr auf, was den Transport von Bogen oder

Platten verbessert. Vor allem aber die geringe Stromaufnahme der Dioden und die Tatsache, dass sie nur während des Druckens eingeschaltet werden, senkt den Stromverbrauch gegenüber Quecksilberdampf lampen um 82 Prozent, wie die Fogra festgestellt hat.

**ENGPASS IN DER VERARBEITUNG.** Gewöhnungsbedürftig war der drei mal schnellere Druck der Maschine. Kaum war ein Druck gestartet, musste man schon den nächsten eingeben, weil der Drucker einen Job nach dem anderen produziert ohne anzuhalten. Die Flut von gedruckten Rollen überforderte die Weiterverarbeitung vollkommen. So einigte man sich mit einem lokalen Sattlerbetrieb, mit dem man schon länger zusammen arbeitete, dass er die Drucksachen von Wetec weiter verarbeitet.

Die GS3250LXR Pro wurde Ende März geliefert, eine Woche Instruktion und Inbetriebnahme folgten und dann lief alles wie erwartet. In sechs Monaten ist die Maschine kein mal ausgefallen, fünf Mal hat man

sich technischen Rat bei der EFI Hotline in Brüssel geholt. Nur einmal kam im Rahmen der Wartung ein Techniker vorbei, um die Farbeinstellung zu optimieren. Kein Wunder also, dass die beiden Firmenleiter mit dem Umstieg die 3,2-Meter-Maschine zufrieden sind.

**BEISPIEL 2: KASPER KREATIVE WERBETECHNIK.** Die „Kasper Fotostudio Digitaldruck Werbetechnik GmbH“ ist der inhabergeführte Familienbetrieb von Otto Kasper in Rielasingen. Was seit den 80er Jahren eines der größten und erfolgreichsten Tageslicht-Fotostudios für Werbefotografie in Deutschland war, ist heute ein Unternehmen für Kreative Werbetechnik mit einer Digitaldruckerei für Großformat mit einer extensiven Weiterverarbeitung und innovativen Werbeprodukten.

Otto Kasper hat bereits drei Erfolgskarrieren hinter sich. Als Werbefotograf wurde er mit einem Fotokalender weltbekannt, der einen 10 m hohen roten Stuhl in der Landschaft des Bodensees zeigte. 1987 mit

einem 1200 m<sup>2</sup> großem Tageslicht-Fotostudio in Rielasingen, in dem er mit 14 Mitarbeitern in Spitzenzeiten alles fotografierte, was Industrie und Handel zwischen Freiburg und Ulm, Rottweil und Zürich für ihre Werbung haben mussten. Mit Kodak führte er die Digitalfotografie ein und auf den vier Photokinas von 1994 bis 2000 überzeugte er auf dem Kodak-Stand seine skeptischen Kollegen davon, dass man damals schon wirklich alles mit der Digitalkamera fotografieren konnte.

**DEN WANDEL VORAUSGESAGT.** Auf der Jahrestagung des „Bund Freischaffender Fotodesigner“ zeigte er 1995 seine Sicht über die Zukunft der Digitalfotografie und ihre Folgen und brachte damit seine Berufskollegen zum Toben. Er sagte, die Digitalfotografie sei da und werde den Film restlos ersetzen. Jeder ambitionierte Amateurfotograf werde fotografieren und die Bilder über das Internet zeigen und verschicken können. Die Repro werde entfallen, weil die Fotografen ihre Bilder selber verarbeiten werden. Die Industriekunden würden ihre Bilder selber fotografieren. Aufgrund dieser Visionen wusste er, dass er sein Unternehmen schnell und aktiv verändern musste. Als erstes richtete er ein modernes Reprostudio ein und bot die ganze Wertschöpfungskette bis zum Druck an. Doch Otto Kasper lernte schnell, dass auch das Anbieten der gesamten Wertschöpfungskette nicht verhindern konnte, dass die Kunden ihre Drucksachenproduktion immer öfter selbst machen würden. Er erkannte, dass nicht die technische Produktion, sondern nur die kreative Weiterverarbeitung seiner Bilder ihn längerfristig vor Wettbewerb schützen würde. So wurde aus dem Vorstufenunternehmen eine Spezialagentur für Außenwerbung, mit dem Schwerpunkt der Fahrzeugwerbung.

**FAHRZEUGWERBUNG.** Darunter verstand er die ganze Palette des Siebdrucks und Großformat-Inkjetdrucks. Hier wollte er mit den Bildern und Texten, die auf die Poster gedruckt werden, sein Geld verdienen. Das bedeutete die Erweiterung von einem kreativen Fotostudio zu einer kreativen Medienagentur. Auch darin wurde er schnell erfolgreich.

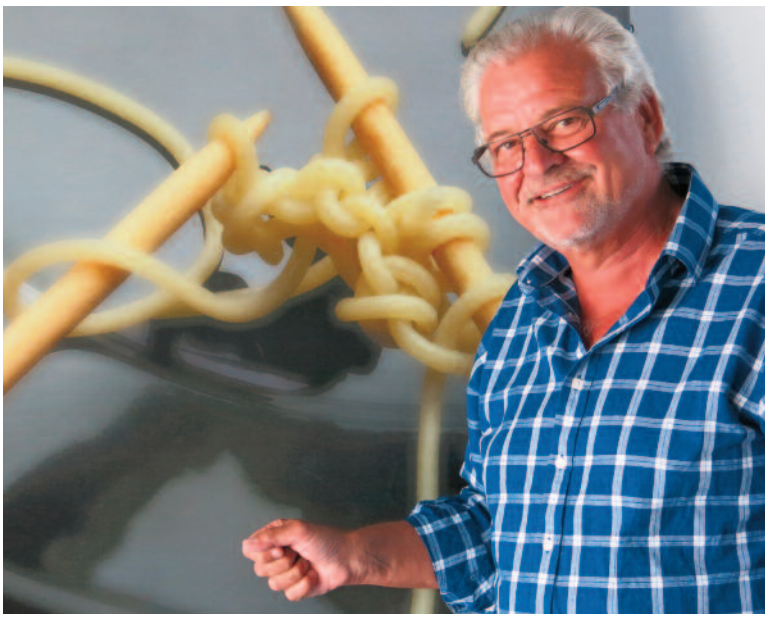
Für die Deutsche Post entwarf er das neue CI für die 60000 Fahrzeuge aller Art, ließ sie drucken und fertigte exakte Klebeanleitungen für jeden Fahrzeugtyp an. Als Anerkennung wurde ihm die gesamte Medienwerbung übertragen, auch für Tochterfirmen wie Danzas und die Postbank. Nach der Übernahme durfte er die ganze DHL-Flotte mit über 40000 DHL-Fahrzeugen im gleichen CI ausrüsten.

**KREATIVE WERBETECHNIK.** Weil er die Umsetzung seiner Ideen den Druckdienstleistern überließ, erzielten diese mit dem Druck, der Weiterverarbeitung und Montage den größten Teil der Wertschöpfung. Als er deshalb im Herbst 2008 auf dem HP-Stand den ersten Latex-Drucker sah, der wasserbasiert, damit geruchsfrei und umweltfreundlich drucken konnte, entschloß er sich, damit in den Digitaldruck einzusteigen. Das bedeutete auch den Zwang zur Weiterverarbeitung, den Kauf weiterer Druckmaschinen und die Änderung des Firmenauftritts.

Wer 2015 die Firma „Kasper Fotostudio Digitaldruck Werbetechnik GmbH“ betritt, findet vier Digitaldruckmaschinen und eine große Weiterverarbeitung vor, welche die früheren zwei Fotostudios mit inzwischen 1500 m<sup>2</sup> ausfüllt.

**DER DIGITALDRUCK.** Otto Kasper hatte sich weder mit den lösemittelbasierten Tinten noch mit den UV-härtenden Tinten anfreunden können, weil die einen mit ihren Dämp-

EFI Print.de



Das Bild „Spagetti stricken“ zeigte bereits in den 80er Jahren die Fantasie von Otto Kasper, Geschäftsführer von Kasper Fotostudio Digitaldruck Werbetechnik GmbH.



Der HP Latex 25500 bei Kasper kreative Werbetechnik druckt in 264 cm Breite mit wasserbasierten Tinten auf eine fast unbeschränkte Palette von Substraten. Die wasserbasierten Latex-Tinten sind zudem geruchsneutral und kratzfest.

fen sehr umweltschädlich waren, die andern nach dem Aushärten unangenehm rochen. Das Latex-System hingegen überzeugte ihn, weil es mit der wasserbasierten Tinten umweltfreundlich ist und die Tinte sowohl auf saugfähigen wie auch auf nicht-saugfähigen Papieren oder Folien haftet. Die Drucke verlassen trocken die Maschine, sind geruchsfrei und kratzfest, so dass man sie sofort weiter verarbeiten kann.

Als einer der ersten erhielt Otto Kasper in Deutschland den DesignJet 25500, der in 152 cm Breite mit sechs Farben in 1200 x 1200 dpi Auflösung je nach gewünschter Bildqualität zwischen 6,3 bis 22,8 m<sup>2</sup>/h drucken kann. Für breitere Druckformate steht der zweite Latex 25500 in 264 cm Druckbreite zur Verfügung, der die gleiche Druckqualität, aber eine höhere Produktivität bietet. Beide HP L25500 bedrucken ein breites Spektrum an selbstklebenden Folien, Bannern, Polyesterfilmen, Plakatpapieren, Polyesterstoffen und

PVC-Mesh-Gittergeweben.

Der HP Designjet Z6200 druckt in hoher Qualität fotografische Fine-Art-Aufträge, aber auch auf viele weitere Materialien wie Backlit-Folien, oder Papiere, hintergrundbeleuchtete Schilder, POP-Displays, Banner, Leinwand und vieles mehr. Mit acht wasserbasierten Pigmenttinten und 2400 x 1200 dpi Auflösung erreicht er eine hohe fotografische Qualität.

Mit dem Mutoh ValueJet 100 druckt man mit maximal 264 cm Breite bis zu 108 m<sup>2</sup>/h mit wasserbasierten Tinten direkt auf Stoff, zum Beispiel auf ein 200 Gramm Polyestergerewebe. Nach dem Drucken wird das Material in den Kalandr geföhrt, wo die Tinte bei ca. 200 Grad im Material verankert wird. Dabei erhalten die Farben ihre volle Leuchtkraft und das Material wird waschbar.

**DAS MARKETING.** Der kundenorientierten Chefs und seine 18 Mitarbeiter sehen ihr Unternehmen als Service-Dienstleister, der mit den

Endkunden zusammen arbeitet. Kasper fungiert als häufig als Generalunternehmer, weil die Kunden gerne alles aus einer Hand bekommen.

So ist der Großformatdruck nur die Voraussetzung für die Weiterverarbeitung. Für das Nähen oder Verschweißen der Druckbahnen zu breiteren Formaten werden zwei 10 Meter lange Tische benutzt, und die Maschinen zum Einsetzen von Ösen oder anderen Halterungen sind selbstverständlich.

Auf der Homepage der Kasper Fotostudio Digitaldruck Werbetechnik GmbH sind Beispielbilder der Werbearchitektur, Außenwerbung im XXL-Format, Fahrzeugwerbung und Eventunterstützung zu sehen. Dort wird deutlich, besonders in der Teamvorstellung, dass die Herkunft des Unternehmens aus der Fotografie stammt. Und damit auch die Zukunft gesichert ist, sind bereits Otto Kaspers Tochter Annina und sein Sohn Florian in verantwortlicher Stellung im Unternehmen tätig.

**EIGENE PRODUKTE.** Eine wichtige Produktionsabteilung ist die Aluminiumrahmen-Herstellung. Mit selbst entworfenen Profilen und den dazu passenden Kernen hat Otto Kasper Systeme geschaffen, in denen er Bilderrahmen in jeder beliebigen Größe produzieren kann, passend zu den Formaten der Drucksachen. Damit können die Kunden die Bilder selbst schnell und einfach montieren.

Darüber hinaus baut man LED-basierte Leuchtrahmen, die mit ihrer Hintergrundbeleuchtung eine höhere Aufmerksamkeit erwecken sollen. Auch sie sind im Normformat der Citylight-Poster, aber auch jedem anderen Format erhältlich.

Das neueste Produkt ist der Schallsauger, ein mit einem Spezialstoff gefüllter Aluminium-Bilderrahmen, der nicht nur eine Wand verschönert, sondern rund 80% des Schalls in einem Raum absorbieren soll. In Besprechungszimmern, in Restaurants oder Büroräumen ist es ein erfolgreiches Akustiksystem, das aus

Krach Kunst macht. Otto Kasper hat sich den Namen Schallsauger schützen lassen und vertreibt ihn über den Bürofachhandel.

„Für uns ist der Digitaldruck nur das Mittel zum Zweck“, sagt Otto Kasper zum Schluß. „Um aus der Austauschbarkeit der vielen Digitaldrucker herauszukommen, darf ich nicht Quadratmeter bedruckter Fläche verkaufen, sondern Komplettlösungen.“

**WERBETECHNIKER WACHSEN.** Die beiden Firmen Wetec und Kasper sind zwei sehr unterschiedliche Werbetechnik-Unternehmen. Beide verbindet, dass sie eine hohe Spezialisierung haben, Wetec auf den Bedarf von Messeveranstaltern, Kasper auf die Bildherstellung, Verarbeitung und den Vertrieb. Beide gemeinsam aber erleben, dass die Werbung mit immer größeren und vielfältigeren Werbepostern und Bannern sie zu größeren und schnelleren Druckmaschinen führt. **Kurt K. Wolf**