



**Digitaldruck im industriellen Stil:** Als Vorreiter nahm Christiansen Print – ein Unternehmen der Thimm Gruppe – eine digitale Rollendruckmaschine in Betrieb.

**Thimm – The Highpack Group**

# Ein Jahr Digitaldruck auf industriellem Niveau

Digitaldruck ist seit geraumer Zeit eines der Trendthemen für Markenartikler. Verspricht diese Technik doch gerade in Sachen Kleinserien, Individualisierung und Personalisierung von Verpackung und Displays Vorteile gegenüber dem Offset- und Flexodruck. Die Thimm Gruppe machte Nägel mit Köpfen und wagte sich im industriellen Maßstab an die Technologie heran.

**Drucken  
4.0**

Als man im April 2017 bei Christiansen Print – einem Unternehmen der Thimm Gruppe – die Inbetriebnahme der digitalen Rollendruckmaschine HP Page Wide T1100S feierte, wusste man, man hat theoretisch eine Reihe von neuen Möglichkeiten für den Druck von Verpackung und Displays in der Hand. Wie sich die Theorie in die Praxis überführen lässt – wohlgermerkt im industriellen Maßstab mit bis zu 30.600 Quadratmetern Druck die Stunde – und wie der Markt auf die neuen Möglichkeiten reagiert, darüber hatte man nur vage Vorstellungen und eine gute Portion Zuversicht. Nun, ein Jahr später ist es Zeit, ein Resümee zu ziehen! Michael Weber, Leiter Corporate Marketing, Thimm – The Highpack Group – stellte sich den Fragen von display.

**DISPLAY:** Herr Weber, wie zufrieden sind Sie bei der Thimm Gruppe nach einem Jahr digitalen Rollendrucks?

**MICHAEL WEBER:** Die Neugier der Markenartikelindustrie hinsichtlich der Möglichkeiten sowie die Akzeptanz der Technologie waren überaus hoch. Unsere Erwartungen vor einem Jahr waren positiv und sind in der Realität übertroffen worden, insbesondere was unsere Anlaufkurve im Umgang mit der neuen Technologie betrifft.

**DISPLAY:** Können Sie das vielleicht an einem Beispiel verdeutlichen?

**MICHAEL WEBER:** Ein Beispiel ist die Verwendung von gestrichenen Papieren. Zum Start haben wir bewusst mit ungestrichenen Papieren ge-



„Derzeit bieten wir eine Zeitersparnis gegenüber den analogen Druckverfahren von rund 60 Prozent. Um dies zu erreichen, ist eine engere Zusammenarbeit mit unseren Kunden sowie deren Schnittstellen Logistik, Lieferanten sowie Agenturen unabdingbar.“

Michael Weber, Leiter Corporate Marketing  
Thimm – The Highpack Group

arbeitet, die vor Druck mit einem Primer versiegelt werden. Mit dieser Technologie wollten wir zuerst Erfahrungen sammeln, und anschließend erst im Oktober 2017 mit gestrichenen Papieren starten. Aufgrund von Kundenanfragen haben wir die Arbeit mit gestrichenen Papieren bereits im Mai 2017 aufgenommen und sind zügig zu stabilen, jederzeit reproduzierbaren Ergebnissen gekommen. An dieser Stelle haben wir die uns gesetzten Entwicklungsziele eindeutig übertroffen – auch mit Hilfe unserer Kunden, die von uns mehr forderten, als wir aufgrund unserer Grenzen im Kopf uns selbst zugetraut haben.

**DISPLAY:** Was ist die Herausforderung bei der Integration des Digitaldrucks in den Herstellungsprozess für Verpackung und Display?

**MICHAEL WEBER:** Der eigentliche Druckbetrieb ist relativ einfach, aber der Gesamtprozess ist eine Herausforderung. Der gesamte Workflow muss digital sein, um die Produktion zu beschleunigen – derzeit bieten wir eine Zeitersparnis gegenüber den analogen Druckverfahren von rund 60 Prozent. Um dies zu erreichen, ist eine engere Zusammenarbeit mit unseren Kunden sowie deren Schnittstellen Logistik, Lieferanten sowie Agenturen unabdingbar. Slots müssen geplant und die relevanten Daten und Zugriffe allen Beteiligten kommuniziert werden. Werden Abgabezeiten an einer Stelle nicht gehalten, steht das gesamte Timing zur Disposition. Der Digitaldruck bietet viele Vorteile und Flexibilität, fordert jedoch allen Beteiligten sehr viel Präzision ab. Das beginnt mit den Druckdaten: Diese können jederzeit ausgetauscht werden, müssen jedoch korrekt sein. Es wird das gedruckt, was da ist. Das ist auch wichtig, um die Komplexität des Colourmanagements zu verstehen. Es wird die Farbe gedruckt, die in den Druckdaten angegeben ist. Und diese Farbe wird von Stück 1 bis 100.000 konstant wiedergegeben, solange die gleiche Maschine, Papier und Tinte Verwendung finden. An dieser Stelle wird der Unterschied von Digitaldruck zu Offset- und Flexo-Druck am deutlichsten. Bei Offset- und Flexo wird die Farbe beim Andruck in der Regel noch nachjustiert – manch einer sagt auch manipuliert. Zudem unterliegt das Ergebnis der analogen Verfahren über dem gesamten Druckzyklus Schwankungen. Das gilt im Übrigen auch bei der Verwendung von Sonderfarben. Beim Digitaldruck hingegen sind Schwankungen und Manipulation ausgeschlossen. Und wir sind in der Lage, viele Sonderfarben beim Digitaldruck sehr gut im CMYK-Farbraum zu simulieren.

**DISPLAY:** Welche Vorteile bietet der Digitaldruck bei der Herstellung von POS-Materialien?

**MICHAEL WEBER:** Hier kann ich Ihnen einige Beispiele geben: Als Erstes die Produktion von Verpackungen oder Displays für OEM-Produkte, also verschiedene Labels beziehungsweise Brandings. Beim Digitaldruck werden unterschiedliche Marken in einem gedruckt und weiter zur fertigen Verpackung verarbeitet. Bei Offset- oder Flexodruck impliziert dies die Herstellung von mehreren Druckvorlagen für die Teilaufgaben, was Zeit und Geld kostet. Als Zweites können Random-Prozesse für das Verpackungs- oder Display-Design genutzt werden. Jedes Stück ist dann ein Unikat, ohne die weitere Prozesskette zu belasten. Drittens haben wir beim Displaybau Vorteile beim Format. Die Druckbreite von 2,8 Metern erlaubt uns das Druckbild eines Displays, also Sockel und Mantel, auf einem Teil der Rolle komplett zu drucken – gerade im Vergleich zum Offsetdruck, wo diese Einteiligkeit uns nicht möglich ist. Wo früher viele Teile mit dem Displaykern verbunden wurden, hat man beim Digitaldruck ein Teil, das zudem im Druckbild individuali-



**Überzeugende Druckqualität mit Digitaldruck:** Selbst Holzmaserungen lassen sich mit dem Digitaldruckverfahren auf Wellpapp-Displays und -Trays nachbilden.

sierbar ist und kurzfristig zur Verfügung gestellt werden kann.

**DISPLAY:** Hat die Möglichkeit des Digitaldrucks denn auch Rückkopplungen auf das Design beziehungsweise das Druckbild von Verpackung und Display?

**MICHAEL WEBER:** Ja, in der Tat, die Designanforderungen wandeln sich. Das betrifft vor allem den Flächendeckungsgrad. Der Flexodruck ist beispielsweise ein Verfahren, um großflächig Farbe aufzutragen. Beim Digitaldruck ist das nicht wirtschaftlich. Deswegen empfehlen wir Farbdeckungsgrade von unter 20 Prozent. Je nach Projekt können aber auch höhere Farbdeckungsgrade sinnvoll sein, wenn nachgelagerte Prozesse entsprechend schlanker und damit kostengünstiger aufgestellt werden können.

**DISPLAY:** Das heißt, Digitaldruck kann nicht immer das Druckverfahren der ersten Wahl sein?

**MICHAEL WEBER:** Jedes Druckverfahren, egal ob Flexo-, Offset- oder Digitaldruck hat seine ureigenen Stärken. Deswegen bilden wir in der Thimm Gruppe das gesamte Spektrum ab, um unseren Kunden nicht das eine Druckverfahren, sondern das für sein Projekt am besten geeignete anzubieten.

**DISPLAY:** Vielen Dank für das Gespräch. <<