

Agfas Ansatz für nachhaltiges Produzieren

Nachhaltigkeit liegt voll im Trend und wird auch von den Kunden der Druckindustrie immer öfter als ein Aspekt bei der Auswahl des Dienstleisters gesehen. „Nachhaltige Druck- und Medienproduktion – Wirtschaftlichkeit, Vermarktung, Technologie“ war deshalb auch das Thema eines Agfa Forums, das von Rudolf Tippner, dem Leiter Kommunikation Grafische Systeme, moderiert wurde und an drei Orten in Deutschland stattgefunden hat. Es konnte den Besuchern wertvolle Anregungen für die Umsetzung entsprechender Maßnahmen und die erfolgreiche Vermarktung dieser Anstrengungen bieten.

„Nachhaltige Entwicklung bedeutet, den Bedürfnissen heutiger Generationen Rechnung zu tragen, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden, ihren eigenen Bedürfnissen nachzukommen.“ Im ersten Vortrag des Tages definierte Mareike Lehmann von GC consult erst einmal den Begriff der Nachhaltigkeit und gab Anregungen dazu, wie man im eigenen Unternehmen grundsätzliche Maßnahmen auf den Weg bringen kann, mit denen sich nachhaltig wirtschaften läßt. Dies fängt bei den eingesetzten Papiersorten an, geht über die Wahl der Raumtemperatur oder die Abschaltung von stromfressenden Geräten, wenn diese nicht genutzt werden, hin zu alternativen Energien, ob sie nun durch Solarzellen auf dem eigenen Gebäude erzeugt oder vom passenden Stromversorger bezogen werden.

Daß sich solche Maßnahmen in der Folge auch erfolgreich zur Profilierung des Unternehmens und der Vermarktung der eigenen Produkte einsetzen



Die Teilnehmer am Agfa Forum erhielten viele hilfreiche Tipps zur nachhaltigen Produktion und deren erfolgreicher Vermarktung.

lassen, legt schon die Tatsache nahe, daß nach Umfragen 91% der Deutschen das Thema Nachhaltigkeit für wichtig halten und damit in dieser Hinsicht international weit vorne liegen.

Durch eine effiziente Produktion auch unter Umweltaspekten werden nicht nur Ressourcen geschont, sondern es wird auch Geld gespart, Vertrauen bei den Kunden gewonnen, und man wird zu einem attraktiven Arbeitgeber. Außerdem kann sich ein Unternehmen, wenn es eine Vorreiterrolle einnimmt, gegenüber den Wettbewerbern differenzieren.

Paul Adriaensen, PR Manager von Agfa Graphics, erläuterte anschließend Agfas Einschätzungen zur Marktent-



Paul Adriaensen bei seinen Erläuterungen zu Agfas Markteinschätzung

wicklung und den Beitrag des Unternehmens für eine nachhaltige Produktion in der grafischen Industrie. Auch wenn der Anteil von Druckprodukten im Kommunikationsmix sinkt, sind diese ein großer Teil des Mediamixes, und das gesamte Druckvolumen wird weltweit in den kommenden Jahren weiter wachsen. Um in einer Zeit immer kürzer werdender Informationszyklen mithalten zu können, müssen Druckprodukte aber immer schneller und effizienter hergestellt werden. Hinzu kommt ein verstärkter Druck auf eine ökologischere Produktion. Agfa hat auch in den eigenen Niederlassungen schon umfangreiche Maßnahmen zur Reduzierung des Wasser- und Energieverbrauchs sowie der CO₂- und VOC-Emissionen umgesetzt.

Für den Druckdienstleister spielt in einer Zeit, die durch immer mehr Aufträge mit kleineren Auflagen geprägt ist, natürlich auch die Druckplattenherstellung eine wichtige Rolle bei der ressourcenschonenden Produktion. Gleichzeitig müssen die Kosten, die Handhabung und die Prozeßstabilität weiter im Fokus bleiben, denn auch unter Rücksichtnahme auf ökologische Aspekte muß eine Druckerei hervorragende Druckprodukte effizient und in sicheren Prozessen herstellen können. Agfa sieht sich als Vorreiter in Sachen prozeßfreier Plattensysteme und fühlt

sich mit 80% weltweitem Marktanteil beim Verkauf solcher Platten als klarer Marktführer. Beim Einsatz von Azura TS Platten werden bis zu 78% Chemie eingespart und der Wasserverbrauch bei konventioneller Entwicklung liegt bei dem 90fachen des Spülwasserverbrauchs, das für den Gummierungswechsel einer Azura TS benötigt wird.

Die Thermofuse Erfolgsstory begann im Jahr 2000 mit den ersten Thermolite-Platten und ist heute mit der Amigo TS und der Azura TS sicherlich noch nicht zu Ende. Über 3.000 Anwender weltweit und über 350 Anwender im deutschsprachigen Europa setzen die Platten heute ein, erläuterte Jörg Dreyer, Productmanager Consumables & CtP von Agfa, und ging dann weiter auf die Vorteile der prozeßarmen Agfa-Druckplatten ein.

Bei der Belichtung werden lediglich die thermisch härtenden Partikel an den später druckenden Stellen mit dem Laser gehärtet und dabei mit dem Aluminiumträger verbunden. Danach werden die nicht belichteten Partien abgewaschen, und der Prozeß ist abgeschlossen. So fallen mehrere Prozeßvariablen der konventionellen Produktion weg, und man kommt zu stabilen und wiederholbaren Ergebnissen. In der Praxis hat sich gezeigt, daß Über- oder Unterbelichtungen und Standzeitenverlängerungen die Tonwerte nicht verändern. Die Platten sind für alkoholfreien Druck genauso geeignet wie für Kurzfarbwerke oder den Einsatz von UV-Farben.

Auf der wirtschaftlichen Ebene spielen die niedrigen Betriebskosten, die Reduktion von Chemikalien und damit auch chemischem Abfall sowie



Jörg Dreyer, Productmanager Consumables & CtP, sprach über die Vorteile der Thermofuse-Technologie.

der reduzierte Wartungsaufwand eine Rolle. Diese monetär zu messenden Größen spielen gleichzeitig bei der Ressourcenschonung eine Rolle, denn der Wegfall chemischer Abfälle und die vorher erwähnte Wassereinsparung schlagen auch bei der Ökobilanz klar zu Buche. Laut einer Vito-Studie belasten Thermofuse Druckplatten die Umwelt in Summe fünfmal weniger als klassische thermische Systeme.

Joachim Battermann von Rösler-Druck war als Anwender der Agfa Amigo auf einem Avalon LF Belichter angereist, um über seine Erfahrungen beim Einsatz der Platten zu berichten. Rösler-Druck setzt im Drucksaal 21 Farbwerke und zwei Lackwerke im IIB-Format von manroland ein und veredelt mit verschiedenen Dispersions- und Effektlackierungen, UV-Lackierungen sowie Drip-Off und UV-Hybrid-Effektlackierungen. Nach Prozeßstandard Offset, FSC und PEFC zertifiziert und mit einem eigenen Qualitätsmanagement, konzentriert man sich ganz auf den Druck und die Veredelung auch für anspruchsvolle Industriekunden und in der Kunstreproduktion.

Bei der Einführung der prozeßarmen Plattenproduktion hatte man klare Anforderungen in punkto Qualität und wollte bis zu diesem Zeitpunkt zwischen Entwickler und Platte aufgetretene Schwankungen im Prozeß eliminieren. Natürlich war auch der Umweltgedanke Teil der Überlegungen, da die Auswaschlösung deutlich weniger Chemie enthält und kein Entwickler mehr ins Spiel kommt. Praktisch war auch, daß die vorhandene Entwicklungsmaschine weiter betrieben werden konnte und seitdem erheblich weniger Verunreinigungen auftreten.

Sehr deutlich sagte Joachim Battermann, daß die Amigo die bisher prozeßstabilste Druckplatte ist, die je im Unternehmen eingesetzt wurde. Diese Tatsache ist ein klarer Vorteil bei der Umsetzung von Standardisierungsmaßnahmen, ebenso können hervorragende Ergebnisse im Druck auch bei Feinrastern erzielt werden. Insgesamt konnte eine Kostenreduzierung durch das einfachere Handling und weniger Reinigungsaufwand erzielt werden, man bekam einen sicheren Faktor in der Prozeßkette und konnte einen Beitrag zur Reduzierung umweltbelastender Faktoren leisten.



Joachim Battermann von Rösler-Druck ist von der Qualität der Agfa Amigo Druckplatten sehr überzeugt.

In Zeiten turbulenter Märkte, neuer Wettbewerber und extremen Preiskampfs wird es zunehmend wichtiger, sich klar vom Wettbewerb zu differenzieren. Mareike Lehmann ging zum Abschluß der Veranstaltung auf dieses Thema ein und erläuterte, wie man von der reinen Preisdiskussion weg, hin zu anderen Kriterien für die Kundengewinnung kommen kann. Wichtig ist aus ihrer Sicht, sich als Experte und optimalerweise auch als Vorreiter für ein bestimmtes Thema zu profilieren. Aus klassischer Sicht können dies extrem hochqualitative Produkte, besonderer Service oder Emotions- bzw. Erlebnisaspekte sein. Das Thema Nachhaltigkeit eignet sich aber ebenfalls hervorragend dafür, sich heute einen einmaligen Ruf aufzubauen. Entscheidend ist immer eine genaue Analyse des eigenen Unternehmens, der wichtigsten Wettbewerber und der vorhandenen und potentiellen Kunden, um das Unternehmen präzise auszurichten. Entscheidet man sich für das Thema Nachhaltigkeit, so muß dieses im gesamten Unternehmen glaubhaft umgesetzt und in der Folge zwingend als Marke aufgebaut werden. Dies bedeutet eine konsequente und sorgfältig geplante Kommunikation von Inhalten, Marke und Story nach außen und nach innen.

Insgesamt konnten die Teilnehmer des sehr gelungenen Agfa Forums neben Informationen über die Thermofuse-Technologie eine Fülle von Anregungen für die Vermarktung einer „grünen“ Produktion mit nach Hause nehmen.