

KIRCHNER PRINT.MEDIA, DEUTSCHLAND

Einfach brilliant!

Martin Kirchner, Inhaber der Kirchner Print.Media GmbH & Co. KG in Kirchlengern, zählt zu den Pionieren des UV-Offsetdruckes in Deutschland. Seit 25 Jahren sorgt er immer wieder mit außergewöhnlichen Druckprodukten für Furore. Kein Wunder, gehen er und sein Team oft an die Grenzen des Machbaren. Heidelberg Nachrichten sprach mit Martin Kirchner über Chancen, Anforderungen und brillante Effekte.

Herr Kirchner, Sie haben vor rund 25 Jahren den UV-Druck eingeführt. Warum?

Martin Kirchner: Unser "Druckhaus Kirchner" hat damals den klassischen Offsetdruck um den UV-Offset erweitert. In den 1980er Jahren stand zunächst der praktische Nutzen im Vordergrund: Das Bedrucken von Folien und nichtsaugenden Materialien war bis dato überwiegend dem Siebdruck vorbehalten. Die damit verbundenen Einschränkungen in puncto Bildqualität und Schnelligkeit sind bekannt. Mit dem UV-Offsetdruck war es erstmals möglich, in einer wesentlich höheren Rasterauflösung auf diesen Materialien zu drucken – in hohen Auflagen und Geschwindigkeiten. Das war revolutionär: Vor 25 Jahren galt es, das Basisgeschäft in den Griff zu bekommen – heute erarbeiten wir mit unseren Kunden gemeinsam die Kür.

Wie schaffen Sie es, immer wieder aufs Neue außergewöhnliche Eyecatcher mit Spezial-Effekten zu kreieren?

Martin Kirchner: Uns treibt der sportliche Ehrgeiz an: Wir wollen etwas zeigen, was normalerweise gar nicht geht. Auch wenn wir dabei manchmal bis zur Schmerzgrenze gehen. Der sportliche Ehrgeiz kommt sicher aus der Zeit, als ich als Jugendspieler in der deutschen Tischtennisnationalmannschaft hart dafür gekämpft habe, im Team erfolgreich zu sein. Mit der UV-Offsetdruck-Technologie stoßen wir daher immer wieder bewusst in Grenzbereiche vor, so etwa auch bei unserem neuen Silver-Print by Kirchner Print.Media, das sich zum Beispiel für Zeitschriftentitel, DVD-Cover, Beihefter oder Mailings besonders gut eignet.

Was macht Silver.Print so einzigartig?

Martin Kirchner: Bei einem Achtseiter mit Altarfalz haben wir beide Seiten des Druckbogens vollflächig mit Silberfolie kaschiert. Die Bildwiedergaben wurden in enger Absprache zwischen dem Auftraggeber und Kirchner Print.Media für das Silver.Print Verfahren optimiert. So wurden an bestimmten Stellen innerhalb eines Bildes nötige Weißanteile flächig oder partiell unterlegt. Wir spielen bei diesem Verfahren mit dem metallischen Untergrund, der wie Silber, Gold, Kupfer oder auch wie Perlmutter erscheinen kann. Solche Eyecatcher auf nichtsaugenden Materialien sind nur im UV möglich.

Warum verwenden Sie hierzu nicht Iridodin?

Martin Kirchner: Mit Iridodin lassen sich zwar metallische Effekte erzeugen, doch nicht mit einer solchen Brillanz. Wir hingegen erreichen die unterschiedlichsten Effekte reproduktionstechnisch über die Raster-Gradationen. Daraus ergeben sich dann außergewöhnliche metallische Effekte auf silberfolienkaschierten oder heißfoliengeprägten Materialien. Solche Projekte erfordern natürlich viel Know-how und Erfahrung.

Derartig aufwändige Produkte sind teurer als herkömmliche. Wie reagieren Ihre Kunden?

Martin Kirchner: Wir freuen uns natürlich, wenn wir die Erwartungen übertreffen und Kunden sagen: "Donnerwetter, so toll hätte ich mir das nicht vorgestellt." Die meisten Kunden wissen auch, dass derartige Blickfänger ihr Geld wert sind, zumal sich der Erfolg auch messen lässt. Um eine Einladung einzigartig zu inszenieren, haben wir beispielsweise einen Silbermetallic-Karton und ein Lentikular-Wackelbild im UV-Offset gedruckt, leporellogefalzt und mit einer personalisierten Visitenkarte versehen. Der Rückfluss für das Unternehmen war gigantisch. Für einen Geschäftsbericht wiederum haben wir den Titel mit einem 3D-Lentikularbild veredelt. Solche Hingucker erzeugen Aufmerksamkeit und erhöhen das Image, anstatt in den Papierkorb zu wandern.

Welche wirtschaftlichen Vorteile bietet der UV-Druck?

Martin Kirchner: Zunächst einmal eine hohe Produktionssicherheit. So lassen sich nichtsaugende und saugende Materialien gleichermaßen gut mit UV bedrucken und anschließend sofort weiterverarbeiten. Durch diese kurzen Fertigungszeiten konnte unsere Produktivität deutlich gesteigert werden. In machen Branchen wie in der Kosmetikindustrie, die mit hochwertigen Verpackungen aus metallisierten Bedruckstoffen den Abverkauf steigern wollen, ist der UV-Druck daher ein absolutes Muss. Denn hier bringen Fotoinitiatoren die Farben zum Erstarren, und dies ganz ohne Bestäubungspuder. Beim Druck mit konventionellen, hochoxidativen Farben hingegen besteht immer das Risiko, dass die Farben nicht schnell genug trocknen, womit man in Kauf nimmt, dass es trotz starker Bepuderung und kleinen Stapeln zum Ablegen der Druckbogen kommen kann.

Als Feldtestkunde haben wir im Mai 2006 eine Heidelberg Speedmaster XL-105-6+LX UV in Betrieb genommen. Mit dieser Speedmaster mit UV- und IR-Trocknung drucken wir – je nach Bedruckstoff – bis zu 18.000 Bogen in der Stunde. Dadurch haben wir unsere Produktivität um rund 30 Prozent steigern können.

UV-Offsetdruck glänzt vor allem bei Veredelungen. Doch muss es immer UV sein?

Martin Kirchner: Natürlich gibt es auch andere Produktionsverfahren neben dem UV-Offsetdruck. Der UV-Offsetdruck bietet aber Möglichkeiten, die konventionell oder in anderen Verfahren nicht zu realisieren sind. Denken Sie nur an die ganze Vielfalt der Oberflächenveredelungen – und das in der Inline-Druckproduktion. Mit unterschiedlichsten Lackarten erzeugen wir beispielsweise besondere Haptiken. Auch bei Matt/Glanz-Kontrasten hat der UV-Druck große Stärken in der optischen Darstellung. Allen Verfahren gemein ist sicherlich, dass sie reichlich Erfahrung und Know-how erfordern.

Haben Sie einen Traum, den Sie mit UV realisieren wollen?

Martin Kirchner: Ja, so zu drucken, dass auf spiegelnden Oberflächen mit hochglänzenden UV-Lacken keine Fingerabdrücke mehr zu sehen sind. Dieses Problem will ich unbedingt lösen.

Daten & Fakten

Das Familienunternehmen wurde 1939 von Martin Kirchners Vater, Artur Kirchner, gegründet. Zu den Geschäftspartnern zählen namhafte nationale und internationale Kunden aus den verschiedensten Wirtschaftszweigen: zum Beispiel Möbel- und Möbelzubehör, Nahrungs- und Genussmittel, Krankenkassen sowie Agenturen und Verlagen. Die Familienunternehmensgruppe investiert regelmäßig in neueste Technologie und hat im vergangenen Jahr 39 Druckwerke im 3B-Format installiert. 130 Mitarbeiter erwirtschafteten 2006 einen Jahresumsatz von 22 Millionen Euro.

Kirchner Print.Media GmbH & Co, KG
Spradoweg 100
32278 Kirchlengern
Deutschland
Tel.: +49-(0)-52 23-75 74-0
Fax: +49-(0)-52 23-75 74-28
E-Mail: info@kirchner-printmedia.de
www.kirchner-printmedia.de

www.heidelberg.com/hd/XL105