

Mit Blick für die wichtigen Details:
Produktmanagerin Sonja Brentano
beim Proofcheck für Little Harmonies



Die unterschätzten Optimierer

Auf die perfekte Optik seiner Beutel und Kartons legt Katjes größten Wert. Um dies zu erreichen, bedarf es hochprofessioneller Unterstützung bei der Druckvorstufe. Dies übernimmt seit fast einem Jahrzehnt die Firma Kind Junior in Bielefeld.

„Wow, das ist echt gut geworden, selbst die Bezuckerung auf den weißen Produkten kann man super erkennen.“ Produktmanagerin Sonja Brentano ist über den digitalen Probedruck gebeugt und untersucht mit der Lupe die Details der Packungsabbildung von *Little Harmonies*. „Das können wir jetzt so für den Druck freigeben.“

Dass die Katjes-Beutel bis ins kleinste Detail perfekt bedruckt sind, fällt uns höchstens bei genauem Hinsehen wirklich auf – selbstverständlich ist es aber längst nicht. Denn der Weg von der digitalen Vorlage einer Agentur zur fertig bedruckten Folie ist steiniger als man außerhalb der damit befassten Abteilungen denkt.

Natürlich sind druckfähige Daten für ein Plakat oder einen Flyer im Vierfarbdruck heute viel leichter noch als vor 20 Jahren herzustellen. Dank professioneller Software kann man für solche Objekte immer öfter auf die Dienste von Lithografen oder Reproanstalten, wie sie früher hießen, verzichten. Aber

für den Foliendruck sehen die Dinge anders aus. „Der Verpackungsbereich ist so komplex, dass viele Agenturen da graue Haare bei kriegen“, sagt Frank Dingerdissen.

Der 35-jährige Bielefelder muss es wissen. Als Key-Account-Manager betreut und berät er Großkunden von Kind Junior – seit fast zehn Jahren gehört dazu auch Katjes. „Die hohen Ansprüche aus Emmerich waren auch für uns am Anfang eine hohe Herausforderung, an der wir gewachsen sind.“ Er sieht die Stärken seines Unternehmens in den integrierten Services des Firmenverbundes, vor allem aber in der geballten Technikkompetenz.

Denn die Bielefelder Partner wissen genau, was in den unterschiedlichen Druckverfahren Flexo, Offset und Tiefdruck möglich ist und was nicht. „Mehr als zehn Sonderfarben sind zum Beispiel nicht druckbar – und auch das ist schon sehr aufwändig. Wir müssen also oft zwischen Kundenwunsch und Technik vermitteln“, so Dingerdissen.

Am Beispiel der *Little Harmonies*-Packung lässt sich zeigen, wie der Ablauf vom Entwurf bis zur fertigen Druckvorlage aussieht. Etwa drei bis vier Wochen kalkulieren beide Seiten für den gesamten Prozess ein. Die von Katjes beauftragte Designagentur schickt die Datei mit dem freigegebenen Entwurf zu Kind Junior. Dort werden die Daten übernommen und eine Reinzeichnung erstellt, neudeutsch auch Artwork genannt, in der die Formen und Farben der Vorlage verbindlich festgelegt sind.

Nach Wunsch erstellen die Bielefelder im Anschluss noch einen Dummy: Virtuell in 3-D, so dass man ihn bequem am PC von allen Seiten betrachten kann, aus Papier oder sogar aus verstärkter Folie. Dies geschieht besonders für Werbeproduktionen: Der *Yoghurt Gums*-Beutel, aus dem Lena im TV-Spot an der Ampel nascht, stammt zum Beispiel aus der Kind-Junior-Werkstatt.

Im nächsten Schritt erfolgt dann die eigentliche Reproduktion, die Aufbereitung der

Daten für das jeweilige Druckverfahren. Da werden Retuschen durchgeführt, Rasterweiten bestimmt, Überfüllkanten angelegt (damit das Gelb der Katjes-Katze zum Beispiel nicht über ihre zarte schwarze Umrandung ragt) und die Druckfarben festgelegt. Für die *Little Harmonies*-Packung werden beispielsweise allein drei verschiedene Schwarzfarben benötigt, damit Hintergrund, Foto und Produkte perfekt abgebildet werden können.

Sind diese Arbeiten vollzogen, wird an einer Ausgabestation der Proof erstellt, den dann Kunden wie Sonja Brentano vorgelegt bekommen. „Da wir schon so lange mit Katjes zusammenarbeiten und wissen, worauf in Emmerich Wert gelegt wird, klappt die Freigabe meist ohne Probleme“, berichtet Alexandra van Aart, die als Print Production Managerin das tägliche Geschäft mit Katjes abwickelt und Ansprechpartnerin Nummer eins für alle Emmericher Kunden ist.

Der gibt es etliche, denn neben der Marketing-Abteilung für das nationale Geschäft mit sämtlichen Marken beauftragen auch International Sales und die Eigenmarken-Kolleginnen den Bielefelder Dienstleister. Rund 400 Projekte fallen im Laufe eines Jahres an. Oft sind es zwar nur Aktualisierungen oder notwendige Textänderungen, rund 50 Neuentwicklungen sind aber Jahr für Jahr zu

stemmen. So ist im Laufe der Jahre ein stattliches elektronisches Packungsarchiv entstanden.

Durch die zahlreichen Projekte und engen Kontakte zu vielen Abteilungen ergibt sich ein besonderes Verhältnis: „Wir fühlen uns eigentlich nicht als klassischer Lieferant, sondern fast

schon als externe Abteilung – in dieser Form gibt es das mit keinem anderen Kunden“, so die Einschätzung von Frank Dingerdissen. Er

und seine Kollegin schätzen die guten Briefings und raschen Entscheidungen aus Emmerich. So zufrieden sind beide Seiten, dass der Zukunftswunsch bescheiden ausfällt: „So weitermachen wie bisher, nicht mehr und nicht weniger.“ ■



» Carl Kind Junior hat eine über 100 Jahre lange Tradition als Unternehmen der Bielefelder Druckindustrie. Es hat sich auf die Druckvorstufe im Bereich Verpackung spezialisiert.

» Seit dem Jahr 2000 formt Kind Junior einen Firmenverbund mit der Warburger Klischee-Anstalt (WKA) im hundert Kilometer entfernten Warburg. Die WKA ist einer der weltweit führenden Hersteller von Druckformen für den Flexodruck.

» Rund 150 Mitarbeiter unter der Leitung von Geschäftsführer Udo Linke erwirtschaften mit ihren Services rund 20 Mill. Euro Umsatz im Jahr.

» 70 Prozent der Kunden kommen aus dem Food-Bereich. Neben Katjes sind Hersteller wie Nestlé, Dr. Oetker, Pfeiffer&Langen, Milram, ültje oder Bofrost vertreten. Die restlichen Kunden gehören zur Hygienebranche oder produzieren Tiernahrung.

» Weitere Infos:
www.teamkind.de

Harmonisches Teamwork für eine perfekte Verpackung (von rechts:) Alexandra van Aart, Sonja Brentano, Frank Dingerdissen

