

HOFMANN INFOCOM

Neue Brilliance-Technologie

Zu Frank Hofmanns Unternehmensgruppe gehören eine Agentur, ein Verlag sowie eine Druckerei, die Maßstäbe setzt.

Anspruchsvolle Kunden suchen nicht nur einen Drucker, sondern einen Mediendienstleister, der den gesamten Prozess bei der Erstellung von Publikationen vereinfacht und effizient gestaltet.“ So fasst Frank Hofmann den Trend zusammen, der den Kurs seiner Firmengruppe bestimmt: Seit 2001 firmiert das 1908 gegründete Familienunternehmen als Hofmann Infocom. Unter dem Dach dieser Holding bieten vier selbstständige Firmen das gesamte Leistungspek-

trum im Bereich Print- und Online-Kommunikation. Zum Unternehmensverbund, der aktuell knapp 185 Mitarbeiter beschäftigt, gehören neben Hofmann Druck die Hofmann Medien GmbH (Agentur und Vorstufenunternehmen), die Anzeigenagentur Hofmann Media sowie der Hofmann Verlag.

Als Inhaber und Geschäftsführer der Hofmann Infocom hat Frank Hofmann die Firmengruppe auf die Strategie eines „Komplettanbie-

Geschäftsführer Frank Hofmann (M.)
mit seinen Kunden
Dr. Christian Bühler (I.)
und Dr. Bernd Warnick
(GF Küchen Quelle GmbH).

ters für Multichannel-Publishing“ ausgerichtet. Dahinter steht die Überzeugung, dass Unternehmen heute auf allen Kommunikationskanälen präsent sein müssen – von Print über Internet bis hin zu sozialen Netzwerken. Nach Hofmanns Einschätzung sind deshalb mittel- und langfristig im Geschäft mit Unternehmenskunden nur solche Mediendienstleister erfolgreich, deren Portfolio die gesamte Wertschöpfungskette für Print- und Online-Publikationen in entsprechenden Kombinationen abdeckt.

Stärke der Printmedien

Für Frank Hofmann ist gewiss, dass Printmedien auch künftig eine unverzichtbare Rolle im Mix der Kommunikationskanäle einnehmen: Die Stärken der Druckerzeugnisse liegen in der Inszenierung von Bilderwelten und der Haptik. Auf diese Weise werde Emotionalität erzeugt, die sich über ein Computer- oder Tablet-Display nicht vermitteln lasse. Dass der Glaube an die Zukunft der Printmedien für Frank Hofmann kein Lippenbekenntnis ist, zeigt die jüngste Investition: Seit Dezember 2014 läuft bei Hofmann Druck im Nürnberger Gewerbegebiet Ziegelstein eine neue Maschine für den Bogenoffsetdruck im LED-UV-Verfahren. „Um technologisch europaweit in der ersten Liga zu spielen, haben wir 3,7 Mio. Euro in 21,8 Meter Hightech investiert“, so Frank Hofmann.

Das Druckverfahren („LED Brilliance Technology“), das die Verwendung von UV-Farben und LED-Trocknung kombiniert, hat mehrere Vorteile: Selbst auf drucktechnisch anspruchsvollen Materialien, etwa Naturpapieren oder mattgestrichenen Papieren, ist eine perfekte LED-Brillanz zu erzielen. Das Verfahren lässt die Farbe im Druckprozess sofort trocknen und sorgt damit für ein kontrastreiches Druckbild.

Vorreiter bei Innovationen

Die Kombination aus Druck-Brillanz und Haptik habe seine Kunden bereits zum Produktionsstart begeistert, so Frank Hofmann. Dank der LED-UV-Bogenoffsetmaschine können viele Veredelungsschritte bereits in den Druckprozess integriert werden. Auch wenn die Maschine auf Hochtouren läuft – die Spitzenleistung liegt bei 18 000 Bogen pro Stunde –, wird in einem automatisierten Prozess die Qualität jedes einzelnen Druckbogens 100-prozentig kontrolliert. Abweichungen werden sofort entdeckt; so kann Hofmann Druck absolute Produktionssicherheit in der Farbechtheit garantieren. Zum Einsatz kommt das neue Schmuckstück im Maschinenpark von Hofmann Druck vor allem für hochwertige Magazine, Kataloge und Werbebroschüren.

Mit der Investition in die LED Brilliance Technology nehme Hofmann eine Vorreiterrolle in Europa ein, so der Geschäftsführer. Das Selbstverständnis als „First User“ von Innovationen hat bei Hofmann eine lange Tradition: Das Unternehmen war 1995 eine der ersten Druckereien in Deutschland, die Bildinformationen in Form digitaler Daten auch im Vierfarben-Bereich direkt auf die Druckplatten belichtet haben. Für Frank Hofmann ist der Einsatz neuer Technologien allerdings kein Selbstzweck, sondern ein Mittel, um den hohen Anforderungen seiner Kunden zu genügen.

Zu diesen gehören vor allem mittelständisch geprägte Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Alle Auftraggeber würden hohe Anforderungen an die Qualität ihrer Publikationen und großen Wert auf Wirtschaftlichkeit und optimierte Produktionsabläufe legen. Daher setze man statt auf Preisführerschaft vielmehr auf die Strategie der Qualitäts- und Technologieführerschaft. Dazu gehöre auch die Beratung, z.B. bei der Organisation von Kommunikationsprozessen.

Als „Vereinfacher“ hat Hofmann Medien ein Publikationssystem im Einsatz, das die medienneutrale und unternehmensweite Kommunikation abdeckt. Inhalte werden nur einmal erstellt und in einer Datenbank zentral verwaltet. Von dort aus können Texte, Bilder und Produktinformationen für verschiedene Ausgabemedien, wie Website, Katalog oder Social Media, aufbereitet und ausgegeben werden. Einen wichtigen Part in der Unternehmensgruppe spielt auch die Hofmann Media. Sie übernimmt für regionale und überregionale Print- und Non-Print-Publikationen die Akquisition und die Verwaltung von Anzeigen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Stellen- und Imageanzeigen sowie der Entwicklung von Konzepten zur Finanzierung von Anzeigen im Geschäft mit Firmenkunden.

Neue Chance für den „Plärrer“

Seit Kurzem ist die Hofmann Infocom Gruppe in einem neuen Segment als Verlag und Herausgeber aktiv: Die im Herbst 2014 gegründete VN Verlagsmarketing Nürnberg GmbH hat das Stadtmagazin „Plärrer“ aus der Insolvenz heraus übernommen. „Damit haben wir die Chance genutzt, eine bekannte Marke weiterzuführen“, erklärt Frank Hofmann. Die Kernmannschaft der Zeitschrift ist an Bord geblieben; mit einem aufgefrischten Layout erscheint das Stadtmagazin für Nürnberg, Fürth und Erlangen weiterhin monatlich. Die redaktionellen Schwerpunkte wie Kultur und Freizeit, Nachhaltigkeit und Veranstaltungstipps sollen ausgebaut und weiterentwickelt werden. **(aw.)**

 www.hofmann-infocom.de



Das moderne Druckverfahren sorgt mit LED-Trocknung und UV-Farben für eine hohe Produktionssicherheit.