



### Spezial: Agrologistik

In diesem  
Spezial: LU-Scheiben-Bonus für die Fahrer – Seite 36 | Ladungsicherung:  
Alles muss oben bleiben – Seite 40 | Bodenverdichtungen: Nichts  
für's Nasen – Seite 42 | Agrotrock-Zugmaschine, Schleppe oder  
Güterträger – Seite 64 | Weidewirtschaft: Kompakt-Kurflieger – Seite 68

**Spezial: Agrologistik**  
Sicher und effizient  
transportieren – Seite 35



**LU-Diskussionsrunde:**  
Gülleausbringung und  
-logistik – Seite 18



**LU-Fahrplan Grünland:**  
Auswirkungen von Boden-  
verdichtungen – Seite 62



**70**

## Siebzig Jahre Lohnunternehmen

Produktionsablauf LOHNUNTERNEHMEN

# Von Idee bis Druck

Zu Monatsbeginn sind Sie stets gespannt auf die nächste Ausgabe von LOHNUNTERNEHMEN? Just blättern Sie in einem „druckfrischen“ Exemplar! Kam bei Ihnen eigentlich schon einmal die Frage auf, was zwischen der Idee und dem Druck Spannendes geschieht? Werfen Sie doch einmal mit uns einen exklusiven Blick hinter die Kulissen...

Jeden Monat fangen wir bei Null an! Sie denken, das frustriert uns? Im Gegenteil, es macht die spannende Arbeit eines Redakteurs aus. Aber natürlich fangen wir nicht ganz von Grund auf neu an. Das Fundament existiert schon, und das seit bereits 70 Jahren!

Seit 1945 halten wir Sie über die Branche auf dem Laufenden. Doch das funktioniert nur, wenn wir auch vor Ort und mitten im Geschehen sind. Haben Sie sich beispielsweise mal überlegt, wie oft unsere Redaktion im Jahr für Sie unterwegs ist? Wir verraten es Ihnen: Zwischen 60 und 80 Tage pro Jahr sind das pro Redakteur/in, das macht in der Summe bis zu 450 Mann-(und Frau-)Tage pro Jahr. Und kaum wieder zurück im Verlag, gehts auch schon weiter im Text. Im wahrsten Sinne des Wortes, denn neben Bilder sortieren und auswählen sowie



die wichtigsten Bausteine jeder Ausgabe von LOHNUNTERNEHMEN. Doch bevor diese Elemente letztendlich von unserem Grafiker zusammengefügt werden und die aktuelle Ausgabe in Druck gehen kann, muss zunächst der Grundstein gelegt sein: Die Gestaltung. Die wesentlichen Punkte, die hier festgelegt werden, sind die Seitenzahl, die Papierart, die Beschaffenheit des Umschlages und natürlich auch die Farbigkeit. Klar, ein Großteil davon wird nicht mit jeder Ausgabe neu erdacht, sondern steht schon länger fest und wird nur möglicherweise modifiziert.

Neben der Erstellung eines ersten Rasters für die Seitenplanung, des sogenannten „Umbruchs“, spielen der Satzspiegel, die Spaltenanzahl, sowie die Schriftart und -größe eine wichtige Rolle. Sobald diese Dinge Hand und Fuß haben, geht es weiter zur nächsten Phase.

### Erstellung des Inhalts

Redaktionsbesprechungen bestimmen zunächst, welche Themen für die nächste Ausgabe geplant sind und umgesetzt werden sollen. Dabei wird natürlich auch ein Augenmerk darauf gelegt, welche Themen der vergangenen Ausgaben weiter für Sie als Leser interessant bleiben. Es gibt „Dauerbrenner“, die über Monate hinweg interessant bleiben und aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden. Am besten immer durch die „LU-Brille“. Ein Beispiel dafür ist seit Jahren die Logistik rund um die Maisernte.

Erst wenn dieser Schritt dingfest gemacht ist, geht es über zur Planungsphase von Reportagen und Interviews. Und genau diese beiden Faktoren machen LOHNUNTERNEHMEN aus: Möglichst viel LU-Praxis und live dabei sein. Weiterhin wird beschlossen, welche Redakteure letztendlich die anstehenden Artikel schreiben. Das bedeutet auch zu entscheiden, ob Berichte von „Fremdautoren“ mit eingebunden werden sollen und können.

Zum Geschäft der Redaktion gehört auch der Besuch und der Kontakt zu Landtechnikherstellern, der Agrarchemie und den Landmaschinenhändlern. Es gilt aus erster Hand und möglichst frühzeitig zu erfahren, wenn neue Produkte für Lohnunternehmer in der Pipeline sind oder aber sich Strategien der Unternehmen ändern.

Während dieser Zeit verkaufen die Mediaberater Anzeigen und Beilagen für diese anstehende Ausgabe.

Nachdem die Redaktionsbesuche in den vorgesehenen Betrieben abgeschlossen sind und die Texte geschrieben wurden, werden diese von den Redakteuren Korrektur gelesen und richtig formatiert, kurz gesagt: redigiert.

### Layout

Nach Buchungsschluss wird aus der verkauften Anzahl der Anzeigen die Seitenanzahl des Heftes errechnet und der Redaktion mitgeteilt. Der Chef vom Dienst, Björn Lützen, erstellt einen Umbruch (Seitenplan), in dem festgehalten wird, welches redaktionelle Thema auf welchen Seiten vorgesehen ist. Die Mediaberater setzen ihrerseits fest, welche Anzeigen wo von unserem Grafiker Andreas Rost einzubauen sind und platziert diese entsprechend im Umbruch, den schließlich Andreas Rost zur Erstellung der digitalen Zeitschrift erhält.

### Satz und Korrektur

Jede Version der digitalen Datei wird immer sofort vom Grafiker zurück zur Redaktion geschickt, damit alle fertig gestalteten Seiten noch einmal Korrektur gelesen werden können. Im Vordergrund steht natürlich neben fachlicher und grammatikalischer nun auch die formale Richtigkeit. Redakteure müssen also hierbei besonders auf die Zuordnung von Bildern, korrekte Seitenzahlen sowie Aufbau und Reihenfolge der Textabschnitte achten.

Nach mehreren Korrekturen der Redaktion und des Grafikers, wird die finale Version von LOHNUNTERNEHMEN zur Druckerei geschickt. Wenn die Adressblätter vom Vertrieb freigegeben sind, folgt schließlich der Druckauftrag.

### Druck

Die Bonifatius GmbH aus Paderborn (160 Mitarbeiter) ist für die drucktechnische Herstellung von LOHNUNTERNEHMEN zuständig.

In der Druckerei sind die Zeitschriften nicht auf Knopfdruck fertig. Wenn der Beckmann Verlag die Druckdaten auf den Server der Bonifatius Druckerei überträgt, wird eine Reihe hochkomplexer Vorgänge angestoßen.



**Blitzschnell!  
Blitzblank!**

### Bandit Rollbandwagen mit Entladeschild



- Größeres Transportspektrum
- Entladung aller Güter in ca. 1 min.
- Luftfederung serienmäßig
- Transportvolumen: bis zu 50,5 m<sup>3</sup>
- Technische Nutzlast: bis ca. 28 t
- Auch als Sattelaufleger

Hier erfahren Sie mehr:



Tel.: 0 25 41/80 178-0  
[www.krampe.de](http://www.krampe.de)

Redaktionsnachbesprechungen zu Reportagen, steht selbstverständlich das Texte verfassen an erster Stelle. Doch das ist natürlich noch nicht alles, was hinterm Vorhang passiert.

Überzeugen Sie sich selbst, was vom Startschuss, ca. sechs bis sieben Wochen, bevor Sie Ihr persönliches Exemplar in den Händen halten, bis zur Druckfreigabe bei der Redaktion von LOHNUNTERNEHMEN passiert!

### Gestaltung

Redaktionelle Texte, Bilder und Anzeigen: Das sind weitestgehend



1



2



3

**1** Regelmäßige Redaktionsbesprechungen legen fest, welche geplanten Themen umgesetzt werden.

**2** Maren Frädrichsdorf (Redaktionsassistentin) ist im Rahmen der Heftproduktion u. a. für die Schlusskorrektur und damit für die formale und sprachliche Richtigkeit der Artikel zuständig.

**3** Für Layout, Gestaltung und Grafik der Zeitschrift sorgt als langjähriger Partner des Verlages Andreas Rost (Feinsatz).

**4** Intensive Qualitätskontrolle hat bei der Druckerei Bonifatius größte Priorität.

**5** Stunde der Wahrheit: Mit dem Umbruchplan legt Björn Lützen als „Chef vom Dienst“ (CvD) fest, welche Artikel in welchem Umfang im Heft stehen werden. Im Rahmen ihres Volontariats lernt Maren Schluß auch in diese wichtige Etappe der Heftproduktion kennen.



4

5



Zunächst werden die PDF-Dateien in der Vorstufe einem Preflight-Check unterzogen und die Auflösung der Bilder und die Farbigkeit überprüft. Die geprüften Druckdaten werden mittels einer Software elektronisch ausgeschossen, was die richtige Positionierung der Seiten auf den Druckbogen bezeichnet. Da die spätere Fertigung auf Druckmaschinen vorgenommen wird, werden 8 Seiten auf der Bogenvorderseite und 8 Seiten auf der Bogenrückseite platziert. Auf einem Druckbogen sind demnach 16 Seiten.

Nach der Seitenpositionierung bzw. Bogenmontage werden die einzelnen Bogenseiten mit einer Software gerippt, d.h. in die Grundfarben Cyan, Magenta, Yellow und Tiefe (Schwarz) zerlegt und gerastert.

Die gerippten Druckdaten werden in der Plattenkopie mittels einer UV-Technologie direkt auf die Druckplatte belichtet und entwickelt. Wenn die Druckmaschine für den Auftrag eingerichtet wird, werden die Druckplatten in die Druckwerke um die Plattenzylinder gespannt.

Die Voreinstellungen der Papiergröße, Papierstärke und Farbe werden durch den Drucker vorgenommen, bevor der erste Abzug gedruckt wird. Die Farbsteuerung wird für jede Farbe einzeln und Zonenweise vorgenommen. Im Druckprozess werden die Papierbogen der Druckmaschine zugeführt und jede Farbe nacheinander auf das Papier gedruckt.

Nach der Trocknungszeit von ca. 24 Stunden werden die Druckbogen auf das Endformat von DIN A4 (zzgl. Beschnitt) gefalzt. Dieser Falzvorgang faltet die großen Bogen dreimal über Kreuz, sodass ein 16-seitiger Falzbogen entsteht. Der Umschlag muss nur beschnitten und zunächst nicht gefalzt werden.

Den letzten Produktionsschritt bildet die Klebebindung, wo der Umschlag und die sechs Falzbögen auf Anleger des Klebebinders gelegt werden. Danach dürfen die Magazine einen Tag lang nicht geöffnet werden, weil der Leim aushärten muss.

## Postauslieferung

Nach abgeschlossenem Druck der Fachzeitschrift, werden vorab Exemplare direkt an den Beckmann Verlag versendet und durchgesehen. Fehler ließen sich zwar in diesem Stadium nicht mehr korrigieren, aber so sind wir auf eventuelle Rückfragen der Leser zur vorliegenden gedruckten Ausgabe vorbereitet.

Schließlich bekommen Sie, liebe Leser, Ihre Ausgabe von der Post zugestellt und können das vielfältige Informationsangebot für sich bzw. Ihren Betrieb nutzen. Viel Vergnügen beim Lesen! ■

Albin Bauschke,  
Redaktion LOHNUNTERNEHMEN

**Mehr über die Menschen und Aufgaben der einzelnen Abteilungen des Beckmann Verlages lesen Sie auf Seite 16/17.**

## Werbung & mehr

Früher stand „Anzeigenabteilung“ auf dem sprichwörtlichen Türschild dieses Teams. Aber dieser Begriff umreißt nur ansatzweise das breite Aufgabenspektrum unserer Mediaberatung, bestehend aus Jens Plumhoff, Uwe Wolffersdorf, Andrea Heitmann und Britta Klischke.

Es ist schon richtig, dass in dieser Abteilung der Anzeigenverkauf im Vordergrund steht. Aber dies ist nicht der springende Punkt, denn die neue Bezeichnung ist auch zugleich die wichtigste Aufgabe des Teams: die Beratung. Professionell und zielsicher entstehen gemeinsam mit den Kunden Werbekonzepte, die bestmöglich zur individuellen Marketingstrategie

der Inserenten passen. Dazu gehört natürlich auch die Abstimmung, in welcher Ausgabe und in welchem Themenbereich eine Buchung einer Anzeige oder Beilage sinnvoll sein könnte.

In welchen Bereichen die Anzeigen später im Heft stehen werden, legen im Prinzip die Mediaberater in der konkreten Seitenplanung (dem sogenannten Umbruch) fest, stimmen sich dabei aber mit der Redaktion ab.

Weitere Bestandteile der Arbeit unser Mediaberater sind u.a. die Erstellung und der Versand der Mediadaten sowie das Verschicken von Themenplänen für die jeweils nächste Ausgabe, damit die Kunden stets auf dem aktuellen Stand sind.

Mediaberatung ist weitaus mehr als nur gute Anzeigenplatzierung: Dafür sorgen (v.l.n.r.): Britta Klischke, Uwe Wolffersdorf, Jens Plumhoff (Abteilungsleiter) und Andrea Heitmann.



Sylke Meyer (l.) und Anja Strake haben u.a. die Finanzen im Blick.

## Alle Zahlen im Blick

Wie in jedem Unternehmen, so gibt es auch in einem Verlag Aufgabenbereiche, die von den Kunden und Lesern nicht immer unmittelbar wahrgenommen werden, die aber für den Erfolg des Ganzen von großer Bedeutung sind. Zwei dieser Schlüsselpositionen nehmen Sylke Meyer (Buchhaltung) und Anja Strake (Verlagsassistentin) ein. Beide halten die

Fäden in Sachen Finanzen in ihren Händen. Von ihnen bekommen Sie die Rechnungen für Leistungen unseres Verlages, wie etwa Abonnement oder Anzeigenbuchungen. Anja Strake unterstützt zudem den Verlagsleiter, Jan-Klaus Beckmann, in seinen Aufgaben.

## Aus einer anderen Perspektive...

...stellen sich Dr. Sabine Dittrich und Viktoria Neitzel vor.

Die 2-Frau starke Abteilung beschäftigt sich mit Aufgaben, die mit der Herstellung von LOHNUNTERNEHMEN eher weniger zu tun haben.

Vielmehr helfen sie der Industrie dabei, deren Kunden (also Sie) zielgruppengerecht anzusprechen. Dazu müssen die verschiedensten Kommunikationslösungen entwickelt werden.

Denn jedes Unternehmen und auch jeder Kunde ist anders. Und das ist auch gut so.

Die Zwei entwickeln nicht selten auch ungewöhnliche Projekte und Produkte, wie z. B. im Herbst 2013 das selbstkreierte Panini Sammelalbum LANDTECHNIK. Das ist nicht nur den Lohnunternehmern aufgefallen, sondern auch der Tageszeitung und dem Fernsehen.

Dr. Sabine Dittrich (r.) und Viktoria Neitzel entwickeln für unsere Kunden die verschiedensten Kommunikationslösungen.



Vertriebsleiterin Frauke Weiß (Mitte) und ihre Mitarbeiterinnen Susanne Hinz (l.) sowie Elke Rogers haben unsere Leser im Fokus – und solche, die es werden wollen.

## Service für die Leser

Der Vertrieb ist Ihre Schnittstelle zu LOHNUNTERNEHMEN und sorgt dafür, dass die Zeitschrift immer rechtzeitig den Weg zu Ihnen findet.

Frauke Weiß, Susanne Hinz und Elke Rogers kümmern sich täglich um Sie, unsere Leser. Ob telefonisch, per E-Mail oder über den Postweg: die Kolleginnen beantworten stets Ihre Fragen und helfen bei eventuellen Problemen der Zustellung schnell und kompetent weiter.

Neben bestehenden Lesern sind auch neue Leser ein wichtiger Aspekt der Vertriebsarbeit. Denn hätten Sie's gewusst? Durch eine steigende

Anzahl von Abonnenten (und damit der Vertriebs Erlöse) sind Verlag und Redaktion in der Lage, den Lesern ein stetig wachsendes inhaltliches Informationsangebot zu erarbeiten.

Neben den normalen Abonnements („Abo“) sind noch weitere, speziell auf den Leser zugeschnittene Angebote möglich. Dazu gehören u.a. Abos für Mitarbeiter, für Auszubildende oder Themenabo.

Elke Rogers ist übrigens die Kollegin, die Sie regelmäßig bezüglich der Trend-Reports kontaktiert und mit Fragen „löchert“.

## Was macht eigentlich ein „Verleger“?

Jan-Klaus Beckmann gibt als Verleger und Gesellschafter die Marschrichtung im Beckmann Verlag vor. Er erarbeitet das strategische Konzept, entwickelt neue Geschäftsfelder und führt das Unternehmen mit inzwischen 100-jähriger Firmengeschichte in der dritten Inhabergeneration zielsicher ins 21. Jahrhundert. Ihm

obliegen alle wesentlichen Weichenstellungen des Unternehmens, wobei er sich eng mit den Abteilungsleitern abstimmt.

Seine persönliche Spezial-Disziplin besteht aus Aufgaben der EDV und des Controllings, sowie Elektronik- und Softwaredienstleistungen.

Verleger Jan-Klaus Beckmann (r.) liegen bestmögliche Arbeitsbedingungen sowie die umfassende Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter sehr am Herzen, wie z.B. bei Albuin Bauschke (Auszubildender zum Medienkaufmann Digital/Print).



## Finger am Puls

Die Redaktion LOHNUNTERNEHMEN ist viel für Sie unterwegs, z.B. auf der DeLuTa 2014 (v. r. n. l.: Chefredakteur Hans Günter Dörpmund, Björn Lützen, Maren Schlauss, Jens Noordhof, Maren Frädriksdorf, Gesa Lormis und Johannes Rohmann).



Nach einem Jahr Elternzeit ist Mirja Plischke seit Ende März wieder zurück in der Redaktion.



# HINTER JEDEM ERFOLG STEHT...

## X MAL MEHR EFFEKTIVE LEISTUNG

Das Xpro Multifungizid  
mehr erfahren ► ... [www.agrar.bayer.de](http://www.agrar.bayer.de)



Aviator<sup>®</sup> DUO  
Xpro