



Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat Ende März den Serienbetrieb in der neuen Handformerei an ihrem Giessereistandort in Amstetten aufgenommen. Der Neubau mit einer Grundfläche von 3'000 m<sup>2</sup> schliesst an das bestehende Giessereigebäude an. Er war notwendig geworden, um die Druckwerkseitenteile sowie die Druckzylinder für die Großformatmaschinen mit einer Bogenbreite von bis zu 162 cm in den notwendigen Stückzahlen produzieren zu können. Rund 20 Mitarbeiter stellen im neuen Produktionsbereich Formteile mit einem Einzelgewicht von bis zu acht Tonnen her. Das Investitionsvolumen beträgt rund vier Millionen Euro.



Gedeckt und doch lebhaft – so kleiden wir uns im Herbst 2011, sagt Pantone, der Anbieter von Farbstandards für die Design- und Druckindustrie, der zur New York Fashion Week die zehn wichtigsten Trendfarben für den Herbst 2011 ermittelte. Der Pantone Fashion Color Report Fall 2011 enthält Entwürfe bekannter Designer, Zitate und Porträts. Ausserdem stellt er die wichtigsten Farben für die Herrenmode im Herbst 2011 vor. Der Report steht kostenlos zur Verfügung. > [www.pantone.com/fall2011](http://www.pantone.com/fall2011)



Die Geschäftsleitung und das Drucktechnologieteam der Cavelti Druck und Media in Gossau hatten kürzlich einen Grund zum Feiern: auf der Sechsfarbenmaschine mit Kammerackellackierwerk Speedmaster CD 74-6+L, die im Dezember 2005 installiert wurde, lief der 100-Millionste gedruckte Bogen.



85 Druckunternehmen und Zulieferer aus Texas folgten der «Einladung zur Innovation» der Printing & Imaging Association of MidAmerica sowie von KBA North America in Dallas und informierten sich über die Genius 52UV 20-Zoll und die neue Rapida 75 mit Sechs-Nutzen-Option. Die achtstündige Werkschau mit Schwerpunkt auf den kleinformatigen Druckmaschinen fand im neuen, etwa 6'000 m<sup>2</sup> großen Kundenzentrum der US-Tochtergesellschaft von KBA in Dallas statt. Im Laufe der Veranstaltung servierte das Unternehmen typisch deutsches Essen und bot gleichzeitig gesellige Oktoberfest-Atmosphäre.

Schuhe für modebewusste Kinder in schillernden Farben – mit dieser Idee wandte sich der mexikanische Schuhhersteller Coqueta & Audaz an die Druckerei Extrema Publicidad. Dieser entschloss sich kurzerhand, das Leder für die Schuhe direkt zu bedrucken. Zum Einsatz kam die Druckmaschine Eagle H von Inca.



Am 10. März trafen zwei Polizeikräfte mit je 18 Mann Besatzung bei der FO Print & Media AG in Egg ein und inspizierten das Gebäude – fernab dienstlicher Vorschriften. Otto Brunner, Geschäftsbereichsleiter der FO-Fotorotar, und Verkaufsführer Markus Probst führten die Gäste durch den Betrieb und erläuterten den Begriff Rasterfahndung nach drucktechnischen Kriterien. Als eine von drei ausgewiesenen Sicherheitsdruckereien in der Schweiz produziert die FO Print & Media AG neben klassischen Werbedrucksachen und Online-Auftritten, Wertschriften, Aktien, Abfallsäcke und andere Produkte mit finanziellem Wert, die fälschungs- und diebstahlsicher geliefert werden müssen. Über die strengen Reglemente und Vorgehensweisen sowie die innovative Technologie waren die Beamten sichtlich erstaunt. So verfolgten sie auch aufmerksam die gesamte Produktionskette von der Gestaltung bis hin zum fertigen Druckerzeugnis – der eigentliche Sicherheitsbereich blieb aber auch ihnen verwehrt. Denn: Gesetz ist Gesetz!



Der Haftmaterialspezialist Herma bietet jetzt erstmals Bisphenol A-freies Eco-Thermopapier als eine eigene Sorte im Standardlieferprogramm (Hermatherm S, Sorte 916). Die weit verbreitete Chemikalie Bisphenol A wird bei Eco-Thermopapieren als sogenannter Farbentwickler eingesetzt. In Medien war zuletzt über mögliche gesundheitliche Risiken spekuliert worden, die mit der Aufnahme von Bisphenol A über den Hautkontakt etwa mit Kassensbons verbunden sein könnten. «Wir nehmen die gesundheitlichen Sorgen und Bedenken von Verbrauchern grundsätzlich sehr ernst, auch wenn Etiketten bislang gar nicht in der Diskussion waren. Deshalb haben wir schnell nach einer Lösung gesucht, um allen Etikettenherstellern die Möglichkeit zu eröffnen, ihren Kunden ein alternatives Material anzubieten», erläuterte Herma Geschäftsführer Dr. Thomas Baumgärtner.

Mit dem Ziel, die weltweit erfolgreichsten Technologien in das europäische UV-Sortiment einfließen zu lassen, hat Flint Groups Print Media Europe Division das UV-Drucktuch für den Bogenoffset – dayGraphica Ultrared 4100 UV auf den Markt gebracht. > [www.flintgrp.com](http://www.flintgrp.com)



Ein Marken-Klassiker feiert 75. Geburtstag: 1936 kam der erste transparente Klebefilm auf den Markt, der ab 1941 unter dem Namen tesafilm berühmt wurde. Nach Hochrechnungen wurden seitdem etwa 50 Milliarden Meter verkauft. Heute ist der tesafilm Teil einer Produktfamilie mit etwa 7'000 Lösungen für Industrie, Gewerbe und Konsum.

Am 9. April 2011 ging die erste digi:media auf dem Düsseldorfer Messegelände nach dreitägiger Dauer zu Ende. Nach Ansicht des Veranstalters verlief die Messe äußerst erfolgreich. Die rund 170 Aussteller und etwa 6'100 Besucher hätten die neue «Fachmesse für Commercial Printing und Digital Publishing» gelobt und den Mut der Messe Düsseldorf begrüßt, ein Jahr vor der drupa ein neues Messeformat auf den Weg zu bringen. «Die Messe bot ein anderes Niveau, Gespräche führen zu können. Das wiederum honorierten



die Besucher in ausreichender Quantität und Entscheidungskompetenz», wird Kai Büntemeyer, Geschäftsführer des Maschinenherstellers Kolbus, zitiert. Auch Frank Beinhold, Gründer der Münchener Werbeagentur S.A.M. und Aussteller auf der digi:media, zieht ein positives Fazit: «Aus meiner Sicht ist es eine mutige und innovative Entscheidung der Messe Düsseldorf, in einem fragmentierten Markt wie in Deutschland eine medial übergreifende Messe wie die digi:media zu realisieren.»

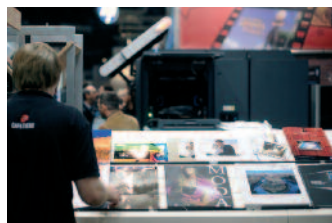
Die Besucher haben sich während der Messe mit dem «Drucken im mobilen Zeitalter von E-Book, iPad, Facebook und Co.» auseinandergesetzt. Die Strategie der digi:media, alle an der Kommunikation beteiligten Zielgruppen an einen Tisch zu bringen und den interdisziplinären



Austausch zu initiieren, habe funktioniert, wertet die Messe Düsseldorf die Veranstaltung. Druck- und Mediendienstleister, Werbe- und Kreativagenturen, Marketingentscheider und Verleger hätten die Plattform genutzt, sich über die Vernetzung der Medienkanäle Druck, Internet und mobile Kommunikation zu informieren. Auf grosse Resonanz stieß nach Messe-Angaben auch das Fachprogramm mit 13 Kongressen, Seminaren und Workshops. Dazu gehörten der Media-Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion, die Konferenz der Deutschen Akademie des Buchhandels, die Vergabe des GWA-Production-Award sowie Vortragsbühnen.

Mehr dazu in «Druckmarkt impressions».

➤ [www.digimedia.de](http://www.digimedia.de)



ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

# DRUCKMARKT impressions

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin »DRUCKMARKT impressions«. Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

»DRUCKMARKT impressions« ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von »DRUCKMARKT« erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht »DRUCKMARKT impressions« zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des »DRUCKMARKT« aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT  
macht Entscheider entscheidungssicher.