



Schriften **MONOTYPE ÜBERNIMMT LINOTYPE**

Monotype Imaging hat die Linotype GmbH übernommen. Der Name des Unternehmens ebenso wie der Standort in Bad Homburg, seine Führung und seine Mitarbeiter bleiben erhalten. Mit der Kombination aus der Schriftenbibliothek von Linotype und den Schriftentechnologien von Monotype Imaging will das Unternehmen eine größere Palette an Lösungen zur Nutzung in Druckern, Displayanwendungen und im professionellen Grafikmarkt anbieten. Bislang war Linotype eine Tochter der Heidelberger Druckmaschinen AG. [➤ www.monotypeimaging.com](http://www.monotypeimaging.com) [➤ www.linotype.com](http://www.linotype.com)

Inkjet-Markt **FUJIFILM KAUFT WEITER ZU**

Fujifilm hat im Juli den amerikanischen Inkjet-Druckkopf-Hersteller Dimatix übernommen. Dimatix ist auf dem Gebiet Forschung, Entwicklung, Herstellung und Verkauf von Druckköpfen tätig, die bei Tintenstrahldruckern im industriellen Bereich zum Einsatz kommen. Drucker dieser Art werden in zunehmendem Maß in der Außenwerbung und für Verpackungsmaterialien verwendet. Damit baut Fujifilm sein Inkjet-Business weiter aus. 2005 hatte Fujifilm den Hersteller von UV-Tinten, Sericol Group Limited in Großbritannien, erworben. Im Februar 2006 wurde der britische Tintenhersteller Avacia Inkjet Limited erworben. Fujifilm will die eigene Entwicklung im Bereich Inkjet weiter ausbauen und dazu das Know-how aus verschiedenen Bereichen zusammenführen. [➤ www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de) [➤ www.dimatix.com](http://www.dimatix.com)

Jubiläums-Open House **60 JAHRE MÜLLER MARTINI**

Mit einem Open House in Zofingen feiert Müller Martini am 22. September 2006 sein 60-jähriges Jubiläum. Dabei will Müller Martini die Gelegenheit nutzen, die Technikkompetenz unter Beweis zu stellen und sich als attraktiver Arbeitgeber in der Region Zofingen zu präsentieren.



[➤ www.mullermartini.com](http://www.mullermartini.com)

Flint Group Printing Plates **NEUE PRODUKTIONSANLAGE**

Nach rund zweijähriger Bauzeit nahm Flint Group Printing Plates Ende Juli ihre neue Produktionsanlage für Flexodruckplatten in Willstätt (Baden) in Betrieb. Rund 300 Mitarbeiter arbeiten heute bei Flint Group am Standort Willstätt. Neben Druckplatten werden dort auch Verpackungsdruckfarben produziert. Beginnend mit Buchdruckplatten produziert Flint Group Printing Plates seit 1969 photopolymere Druckplatten in Willstätt. 1978 wurde die erste Produktionsanlage für Flexodruckplatten in Betrieb genommen. [➤ www.flintgrp.com](http://www.flintgrp.com)

Valco Cincinatti **MELTON SPANIEN ZUGEKAUFT**

Valco Cincinatti Inc, Hersteller von Heiß- und Kaltleim-Auftragungssystemen hat die Übernahme von Melton SL, einem Hersteller von Heißleim-Systemen mit Firmensitz in Navarra, Spanien, bekannt gegeben. Melton wurde 1988 gegründet und hat eine umfangreiche Produktgruppe für Polyurethan- und Polyamid-Hotmelt geschaffen. [➤ www.valcocincinattiinc.com](http://www.valcocincinattiinc.com)

Yahoo! und Symantec **MEHR SICHERHEIT**

Yahoo! und Symantec haben eine Partnerschaft geschlossen, um ihren Kunden gemeinsam Internetsicherheitsdienste anzubieten. Die von Yahoo! angebotene Software »Norton Internet Security« hilft Internet-Nutzern, ihre Computer vor Internetgefahren wie Viren, Spyware, Hackern oder Spam zu schützen. Die Software steht als Download zur Verfügung. [➤ www.symantec.com](http://www.symantec.com)



Heidelberg-Geschäftsjahr **ZAHLEN FÜR DAS ERSTE QUARTAL**

Heidelberg hat im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2006/2007 bei Umsatz und Ertrag im Vergleich zum Vorjahr zugelegt. So lag der Umsatz der Heidelberg-Gruppe in den ersten drei Monaten (vom 1. April bis 30. Juni) des Geschäftsjahrs mit 719 Mio. € rund 9% über dem Vorjahreswert. Die Auftragseingänge im ersten Quartal stiegen um rund 21% auf 1,076 Mrd. €. »Der positive Trend in der Industrie hielt auch in den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahrs an«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Die Heidelberg-Gruppe erzielte im Berichtszeitraum ein Ergebnis von 16 Mio. € (im Vorjahr 7 Mio. €). Vor allem in Europa und Nordamerika zeigte sich eine deutliche Belebung des Geschäfts.

In der Sparte Press (Offsetdruck) stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten auf 620 Mio. € (Vorjahr: 567 Mio. €). In der Sparte Weiterverarbeitung lag der Quartalsumsatz bei 89 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2006/2007 geht Heidelberg von einem Umsatzwachstum von rund 5% gegenüber dem Geschäftsjahr 2005/2006 aus. Zum 30. Juni 2006 beschäftigte die Heidelberg-Gruppe weltweit 18.876 Mitarbeiter (Vorjahr: 18.583).

[➤ www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)



Thermo-CTP **10-JAHRES-JUBILÄUM VON KODAK**

1996 begann Kodak mit der Vermarktung des ersten Thermo-Computer-to-Plate-Systems und löste damit in der Branche einen Wandel aus, der Druckereien zu kürzeren Auftragsdurchlaufzeiten und höherer Qualität verhalf. 2006 markiert das 10-jährige Bestehen der Thermo-CTP-Technologie. Auf der drupa 1995 kündigte Kodak das Thermo-CTP-System an, das aus der Kodak Direct Image Thermal Plate und dem früheren Creo Thermal 3244 Platesetter bestand. Das System war das Ergebnis der Arbeit von Dr. Neil Haley und Dan Gelbart (Gründer von Creo), die auch heute noch für Kodak tätig sind. Die Betatests der Thermo-CTP-Lösung liefen Ende 1995 an, Mitte 1996 stand das System für die Vermarktung zur Verfügung. In den darauf folgenden zehn Jahren wurde Thermo-CTP weiterentwickelt, wurde schneller, präziser und benötigte weniger Platz. Dadurch gestaltete sich die neue Technologie deutlich attraktiver und fand verstärkt Einsatz in den verschiedensten Betrieben, von großen über mittlere bis hin zu kleinen Druckereien. Heute bietet Kodak ein umfassendes Portfolio an digitalen Druckplatten für den Akzidenz- und Zeitungsdruck.

[➤ www.graphics.kodak.com](http://www.graphics.kodak.com)



Halbjahresbericht **KBA MIT KRÄFTIGEM ERGEBNIS-PLUS**

Der Konzernumsatz des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer übertraf in den ersten sechs Monaten 2006 mit 726,5 Mio. € den Vorjahreswert (2005: 691,0 Mio. €) um 5,1%. Der Auftragseingang im gleichen Zeitraum erreichte dagegen mit 719,3 Mio. € den durch einige Großaufträge geprägten Rekordwert des Vorjahres von 860,9 Mio. € nicht. KBA begründet dies mit der gegenüber 2005 etwas ruhigeren Geschäftsentwicklung. Im Juli 2006 zogen die Bestellungen im Segment Bogenoffsetmaschinen jedoch wieder an und auch bei Rollen- und Sondermaschinen gab es wieder Verkaufserfolge. Der hohe Auftragsbestand zum 30. Juni mit 1.033,7 Mio. € sichert eine gute Auslastung der Werke im laufenden Jahr. Nach dem negativen ersten Quartal schloss KBA das zweite Quartal mit einem Betriebsergebnis von 18,8 Mio. € positiv ab. Der positive Ertrag wurde vor allem bei Rollen- und Sondermaschinen realisiert. Mit dem Einstieg in den Dekordruck erschließt sich KBA ein neues Marktsegment. Seit April 2006 produziert die erste KBA TR5D-Tiefdruckmaschine bei Deco-Press in Soest Dekore für Laminat-Fußböden, Möbel etc (siehe Bild oben). Insgesamt beschäftigte die KBA-Gruppe zum 30. Juni 7.936 Mitarbeiter, 160 mehr als im Vorjahr.

[➤ www.kba-print.de](http://www.kba-print.de)

Agfa verschäft seinen Sparkurs und streicht bis zu 2.000 Jobs

Trotz eines deutlichen Gewinnsprungs sind jährliche Kosteneinsparungen von 250 Mio. Euro geplant

Der belgische Agfa-Gevaert-Konzern will trotz eines deutlichen Gewinnsprungs fast 2.000 Stellen streichen. Damit könnte fast jeder siebte Arbeitsplatz (in der Presseveröffentlichung spricht Agfa von »Funktionen«) entfallen.

Agfa hatte bereits im Juni dieses Jahres angekündigt, den Konzern in drei selbstständige Unternehmensbereiche aufzuspalten (Graphics, HealthCare und Materials), bei denen die Agfa-Gevaert NV als Holding-Gesellschaft operieren werde. Gleichzeitig wurde das Ziel definiert, bis 2008 jährliche Kosteneinsparungen von 250 Mio. € zu erreichen. Parallel zu den Einsparungen bei Personal und Kosten will Agfa seinen Umsatz bis 2008 auf 4,3 Mrd. € steigern. Dazu soll der Bereich Graphics einen Anteil von 1,9 Mrd. € beitragen (der Gesundheitsbereich 1,7 Mrd. € und Materials 0,7 Mrd. €). Aktuell ist die Agfa-Gevaert-Gruppe in 40 Ländern aktiv, verfügt über Vertretungen in weiteren 100 Ländern und erzielte 2005 mit den bis

dato rund 14.000 Mitarbeitern einen Gesamtumsatz von etwa 3,3 Mrd. €.

Permanenter Umbau

Seit dem Börsengang vor sieben Jahren befindet sich Agfa im permanenten Umbau und hat sich eigenen Angaben zufolge zu einem Hersteller digitaler Imaging- und IT-Lösungen und -Services entwickelt. Dieser Wandel sei das Ergebnis einer Strategie, die Investitionen und Akquisitionen in neuen Wachstumsbereichen (z.B. industrieller Inkjetdruck und Informationstechnologie für den Gesundheitssektor) mit Veräußerungen von nicht zu den Kernaktivitäten gehörenden Bereichen kombinierte. Der größte Einschnitt erfolgte 2004, als sich Agfa von seinen Wurzeln, dem Filmgeschäft (Consumer Imaging) trennte. Die Folgegesellschaft Agfa Photo ist inzwischen konkurs. Wenig später wurde die Typo-Schriften-Bibliothek an Monotype verkauft.

Gewinnsprung um 43%

Im zweiten Quartal 2006 sind die Umsätze der Bereiche HealthCare und Graphics ge-

steigt worden und haben ihre Profitabilität deutlich verbessert. Im Berichtszeitraum steigerte die Agfa-Gevaert-Gruppe gegenüber dem ersten Quartal 2006 den Umsatz um 1,2% auf 859 Mio. €. Der Gewinn kletterte gleichzeitig um 43% auf 77 Mio. €.

Dennoch hält Agfa an seinem Sparprogramm fest. »Wir sind zufrieden mit unseren Ergebnissen, denn sie zeigen, dass wir die richtige Strategie verfolgen«, so Marc Olivé, Vorstandsvorsitzender und



CEO von Agfa. »Obwohl wir für die nächsten Monate solide Umsätze erwarten, werden sich die hohen Rohstoffkosten weiter nachteilig auswirken. Angesichts des sich fortsetzenden Rückgangs auf den traditionellen Märkten, sind die Sparpläne für die einzelnen Geschäftsbereiche von entscheidender Bedeutung, um den Wandel in einem durch starken Wettbewerb gekennzeichneten Umfeld zu bewältigen«, so Marc Olivé weiter.

➤ www.agfa.com

hier spricht man grafisch

www.qualitrade.ch

Der Fachhändler mit dem umfassenden Angebot an grafischen Verbrauchsmaterialien.

QualiTrade AG
Graphic & Print Division

Neuhofstr. 10, 8630 Rütli
Telefon 055 260 37 60
Telefax 055 260 37 61

PrintSpectrum

Was ist Drucken? Eine simple Frage, aber unmöglich, sie zu beantworten. Weil es »DAS« Drucken schon lange nicht mehr gibt. Weil Drucken so vielfältig geworden ist, dass die Druckindustrie mit steigender Dramatik ein Problem bekommen hat: sie kann die Vielzahl ihrer Möglichkeiten und Leistungen, die Alternativen und Besonderheiten, High-Tech bis High-Volume, und gleichzeitig Individualisierung bis in jedes Detail kaum noch einem breiten Publikum, immer weniger sogar den unmittelbaren Kunden bewusst machen. Selbst die unmittelbaren Partner der Druckindustrie, Werber und Marketer, Designer und andere Printbuyer, nutzen das Leistungsspektrum summa summarum viel zu uniform. Nicht, dass man Angst vor dem Besonderen hätte. Aber es erfordert oft ganz neue Produktionswege, eine andere Art der Konzeption, man muss anders denken als bisher. Aber das ist doch eigentlich der Reiz, sich gegenüber dem Wettbewerb zu behaupten, eigenes Profil, eine eigene Linie zu finden. Einige Hinweise auf solche Spezialitäten finden Sie auf den folgenden Seiten. Additive Informationen finden Sie stets im Internet unter:

➤ www.druckmarkt.de (Logbuch)

➤ www.printradio.info

VISIONEN

Siebdruck • UV-Offset-Druck • Digitaldruck • Beschriftungen



Meet Kodak: Den »Unified Workflow« mit Leben erfüllen. Eindrucksvolle Demonstration von Offset-Vorstufe und digitalem Druck in Offenbach.

Ende Juni 2006 hatte Kodak Kunden zur Veranstaltung »Meet Kodak« nach Offenbach am Main eingeladen. Die Automatisierung der digitalen Druckvorstufenproduktion, Unified Workflow und JDF-Vernetzung sowie Integration des Digitaldrucks in den Workflow und die Geschäftsabläufe der etablierten Offsetdruckproduktion waren die Schwerpunktthemen.

Trotz hochsommerlicher Temperaturen und der Fußball-WM zum Trotz kamen 220 Gäste aus der Branche. Erfolgsformel des Events war die Kombination aus einer kleinen Ausstellung brandneuer Kodak-Produkte sowie Präsentationen, Diskussionsrunden, Praxisberichten von Anwendern und individuelle Demos von Kodak-Softwarelösungen. Am augenfälligsten waren im Ausstellungsbereich der im deutschsprachigen Markt erstmals gezeigte Magnus 800-Thermoplatzenbelichter sowie der Magnus 400. Dass das kompakte, in der 4-Seiten- bzw. B2-Formatklasse angesiedelte System eine Komponente einer schlüsselfertigen Prozesslos-CTP-Lösung ist, die auch die Kodak Thermal Direct-Platte und die Prinergy Evo-Workstation beinhaltet, war für eine ganze Reihe von Besuchern überaus interessant. Wie sehr gerade kleinere Druckereibetriebe von diesem Paket profitieren können, darüber berichtete Hans-Günter Oing von der gleichnamigen Druckerei in seiner Präsentation.

Israel Sandler, Managing Director, EAMER, Graphic Communications Group (GCG) von Kodak, informierte die Teilnehmer über die Vorgehensweise und den Stand der Dinge bei der Integration der früheren Firmen Creo, Kodak Polychrome Graphics, NexPress, Encad und Versamark in der GCG. Er betonte, dass Kodak bei allem bereits Erreichten und den noch anstehenden Integrationsaktivitäten stets die Interessen seiner Kunden im Auge habe. Und zwar mit einem Produkt- und Lösungsportfolio, dass seinesgleichen suche.

CtP-Ausgabe oder Digitaldruck

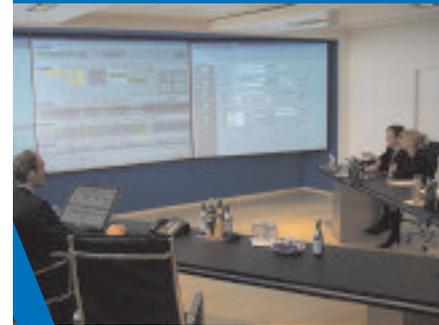
Eine neue integrative Klammer für dieses breit gefächerte Portfolio ist der Unified Workflow. Was Kodak darunter versteht, erlebten die Teilnehmer in einer rund einstündigen Kombination aus Präsentationsvortrag und Live-Demonstration, bei der Software von der Produktionsplanung über den Prinergy-Workflow und zahlreiche Portalprodukte zum Einsatz kamen. In der »Vorstußenabteilung« lief fast alles wie von Geisterhand ab: Anlegen des Jobs in Prinergy, Ausschließen des Jobs, Auslösen von Ausgabeprozessen usw. – die innovative regelgestützte (ereignisgesteuerte) Automatisierung von Prinergy macht's möglich. Und am Schluss lässt der Kodak Unified Workflow die Entscheidung (CtP-Ausgabe für den Offsetdruck oder digitaler Druck) zu. Das macht parallele Workflow-Strecken entbehrlich.



Ein weiterer tragender Aspekt der Veranstaltung war das Potenzial, das der Digitaldruck den Unternehmen der grafischen Branche bietet. In Offenbach war diese Disziplin sowohl durch die Lösungen rund um die digitale Kodak NexPress-Farbdruckmaschinen als auch durch die Kodak Versamark-Hochgeschwindigkeits-Inkjet-Lösungen repräsentiert.

Voraussetzung für den sinnvollen Einstieg in den Digitaldruck ist, wie bei der Veranstaltung deutlich wurde, die Nutzung moderner Web-to-Print- und E-Commerce-Tools. Der Erfolg im Digitaldruck setzt nicht alleine die Nutzung von Hard- und Softwaretools voraus, ebenso bedeutsam sind klar definierte Geschäftsmodelle, Geschick in der Vermarktung der Dienstleistung und Fähigkeiten zur Entwicklung neuer Produkte. Die Teilnehmer erfuhren aber auch, dass Kodak seine Kunden diesbezüglich nicht alleine lässt, sondern sie mit den Kodak Professional Services konkret unterstützt. Alles in allem war diese Veranstaltung schon seit einiger Zeit überfällig, um das neue, ganzheitliche Bild der GCG zu vermitteln.

➤ www.graphics.kodak.com



JDF Live!

Die vernetzte
Druckerei

Präsentation
**individueller
Workflows**
zwischen dem
Hiflex MIS und
JDF-fähigen
Systemen
führender Hersteller.

Hiflex® GmbH
Rotter Bruch 26a
D-52068 Aachen

TELEFON
+49 (0)241 / 1683-0

E-MAIL
info@hiflex.com
INTERNET
www.hiflex.com



Das Ende des Bogenziehens: Schneller in Farbe, geringere Makulatur und konstant hohe Qualität mit der Inline-Messung Prinect Inpress Control.

Mit Prinect Inpress Control hat Heidelberg ein Messgerät zur Inliniefarbmessung entwickelt, das Farbe und Passer bei laufender Maschine im Druckkontrollstreifen misst. Stillstandszeiten von Druckmaschinen werden reduziert, da das Anhalten der Maschine während des Messvorgangs entfällt und sich gleichzeitig der Passer online prüfen und regeln lässt. Das System wird ausschließlich für die Maschinenreihen Speedmaster CD 74 und Speedmaster XL 105 angeboten und Ende 2006 eingeführt.

Eine spektralfotometrische Messeinheit am letzten Druckwerk (bei Schön- und Widerdruckmaschinen zusätzlich eine vor der Wendeeinrichtung) misst die Farbe im Druckkontrollstreifen bei laufender Druckmaschine. Eventuell erforderliche Korrekturen leitet das System direkt zur Nachführung der Farbzonen

an die Maschinensteuerung Prinect CP2000 Center weiter. Beim Einrichten und zur Auflagenkontrolle muss der Drucker die Maschine nicht mehr anhalten. Die Vorteile im Überblick:

- Schneller in Farbe, weniger Makulatur: Einrichten und Farbe stellen bei laufender Produktion – ohne Bogenziehen.
- Hohe Farbanpassung für CMYK und Sonderfarben durch Spektralmessung.
- Konstante Druckqualität durch kontinuierliche Fortdrucküberwachung.
- Kein zusätzlicher Aufwand für Passer-Regelung durch automatische Passerkontrolle und -regelung parallel zur Farbmessung.
- Geringer Bedienungsaufwand über Touch-Screen-Steuerung am Prinect CP2000 Center.

Alle von Heidelberg angebotenen Messsysteme basieren auf der Spektralfotometrie und sind mit der Druckmaschinensteuerung online verbunden. Die gleichzeitige Regelung aller Farbzonen geschieht unmittelbar nach dem Messvorgang. Die Farben werden gemessen und die Nachführung für die



Das hochgeklappte Inline-Farbmessgerät Prinect Inpress Control in einer SM CD 74. Links Prinect Image Control, die High-End-Lösung für die Farbregelung von bis zu vier Druckmaschinen.

Farbzonen farbmetrisch berechnet. Sonderfarben lassen sich aufgrund dieses Verfahrens genauso präzise regeln wie Prozessfarben.

Prinect Axis Control ist ein Einzelkopf-Messgerät, das in den Steuerstand des CP2000 Center der Druckmaschine integriert ist. Es

ist als Einstiegmodul konzipiert, um Sonderfarben ebenso schnell und einfach zu messen und zu regeln wie Prozessfarben. Erhältlich ist Axis Control für die Druckmaschinen SM-52, SM/CD-74, SM/CD-102 und XL-105.

Prinect Inpress Control ist ein in die Druckmaschine eingebautes System, das Farbe und Passer bei laufender Maschine im Druckkontrollstreifen misst. Es wurde speziell für Druckereien mit häufigen Jobwechseln und standardisierten Drucken entwickelt.

Die High-End-Lösung ist das spektralfotometrische Mess- und Regelsystem Prinect Image Control, das die Farbregelung von bis zu vier Speedmaster aller Formatklassen kontrolliert. Dabei beschränkt sich die spektralfotometrische Bildmessung nicht auf den Druckkontrollstreifen, sondern erfasst die gesamte Bildinformation eines Druckbogens in einem einzigen Messvorgang. Aufgrund dieser direkten Spektraldaten-Erfassung eignet sich Prinect Image Control außerdem besonders zum Color Management sowie zur automatisierten Prozesskontrolle mit der Mini Spots Technologie von Heidelberg.

➤ www.heidelberg.com

MESSGERÄT FÜR DIE BOGENINSPEKTION AN SPEEDMASTER XL 105 UND CD 102



Heidelberg wird noch in diesem Jahr ein Messgerät für die Bogeninspektion in der Speedmaster XL 105 und CD 102 auf den Markt bringen. Prinect Inspection Control richtet sich hauptsächlich an Verpackungs- und Etikettendrucker sowie an Drucker von Sicherheitsdokumenten. Zwei hochauflösende RGB-Kameras erkennen kleinste Druckfehler wie Butzen, fehlende Druckstellen, Spritzer, Streifen und Kratzer. Zudem lassen sich Farbabweichungen, Schmierer und Tönen frühzeitig erkennen und abstellen. Auch Papierfehler erkennt das Gerät. »Prinect Inspection Control erfüllt die Forderung nach Absicherung konstanter High-End-Qualität sowie der lückenlosen Kontrolle und Dokumentation der gesamten Auflage ohne Abstriche in der Produktivität. Das Bogeninspektionssystem ergänzt die Farbmessgeräte, da es zusätzlich Druck- und Papierfehler erkennt«, so Dr. Jürgen Rautert, Vorstand Technik bei Heidelberg.



Ferag MemoStick erfolgreich JETZT ZUSÄTZLICH MEMOFLAG

Das Werbemodell MemoStick setzt sich weiter durch. Verlage in Europa und Übersee haben damit eine neue lukrative Einnahmequelle erschlossen. Der auf der Frontseite der Zeitung applizierte MemoStick erweist sich besonders bei kurzfristig angelegten Aktionen als hoch effizientes Direct-Marketing-Instrument. Die gemessenen Rücklaufquoten erreichen erwiesenermaßen bis zu zweistellige Prozentzahlen und übertreffen damit alle bekannten Direct-Marketing-Methoden. Nachdem sich MemoStick in Schlüsselmärkten erfolgreich etabliert hat, werden die WRH Marketing AG und Ferag auf der Ifra-Expo 2006 in Amsterdam mit MemoFlag ein ebenso erfolgversprechendes Werbemodell vorstellen.

Der wirtschaftliche Betrieb kapitalintensiver Produktionsmittel setzt eine möglichst volle Auslastung. Insbesondere im Zeitungsbereich sind mit Coldset-Maschinen bei durchgängiger Vierfarbigkeit große Reserven vorhanden, um die Produktpalette zu ergänzen. XtraWin zeigt auf, wie auf der Basis des Ferag-Konzepts Leistungsreserven durch die Nutzung des Systems besser ausgelastet werden. Basis ist das modulare Ferag-System mit der Möglichkeit, zusätzliche Funktionen (Heften, Schneiden, Einstecken, MemoStick, MemoFlag) flexibel zu erweitern.

➤ www.wrh-marketing.com



Hunkeler Flyfolder BUCHPRODUKTION AB AUFLAGE 1

Mit dem Flyfolder hat Hunkeler ein innovatives und einfaches Konzept für die moderne Book-on-demand-Produktion entwickelt. Das Inline-System wechselt »on-the-fly« zwischen vier- und sechsseitigen Signaturen und produziert bei konstant hoher Bahngeschwindigkeit von 100 m/min. Der Flyfolder ermöglicht die effiziente Bücherproduktion bis hin zur Losgröße Eins. Die hochgradig automatisierte Finishing-Linie wird über Barcode oder UP3i-Daten gesteuert. Mit Bahnbreiten zwischen 17 und 19 Zoll sowie Abschnittlängen von 6 bis 13 Zoll bietet die Flyfolder-Linie eine hohe Formatflexibilität. Das Schneidmodul CS4-2 garantiert den registerhaltigen Querschnitt ab dem ersten Exemplar.

Herz der Flyfolder-Linie bilden die Komponenten der POPP-Generation 6. Im Anschluss an den Falzvorgang im Flyfolder-Modul FB6 werden die Signaturen im Offsetmodul SE6 bereits während des Transports in die Auslage seitlich versetzt. Hochleistung bringt auch das Abstapelprinzip der neuen LS6. Die Stapelauslage garantiert den Nonstop-Betrieb ohne Buffer mit bis zu 550 Stapeltrennungen pro Stunde. Buchblocks können einzeln inline an einen Klebender weitergeleitet oder als Großstapel mit Offset-Versatz ausgegeben werden. Alle Komponenten sind in einer Linie angeordnet.

➤ www.hunkeler.ch



Lanier High Volume Print NEUE MODELLE MP 9000 UND MP 1100

Die Lanier (Schweiz) AG hat die beiden Hochleistungsdrucker MP 9000 und MP 1100 eingeführt. Die beiden Modelle sind für monatliche Druckvolumen von 100.000 bis 750.000 Seiten geeignet. Mit diesen Modellen will Lanier die Position im Mid- und Low-End Segment nach oben ausbauen. Die beiden neuen Modelle sind Teil der neuen Strategie des Ricoh-Konzerns und sind in der Lage 90, respektive 110 Seiten pro Minute zu drucken. Verglichen mit den Vorgängermodellen konnte die Produktivität nochmals gesteigert werden. Beide Systeme haben eine maximale Kapazität von 8.500 Blättern aus neun verschiedenen Quellen. Beide können übergroßes A3-Papier bedrucken und Grammaturen bis zu 216 g/m² verarbeiten. Sowohl Papier als auch Toner können während dem laufenden Betrieb nachgefüllt werden. Das System leistet echte 1200 x 1200 dpi und eine Registergenauigkeit von 0,5 mm. Der optionale Plockmatic Booklet Maker kann Bücher mit 120 Seiten binden. Neben dem Ricoh-Controller ist auch ein EB-135 Controller für Fiere Funktionalitäten verfügbar. Die optionale doc-Q-Manager Software ermöglicht Job-Management und Job-Splitting oder Routing zwischen verschiedenen Systemen. Daneben sind verschiedene Sicherheitsbeinen für die Dokumentenverarbeitung integriert.

➤ www.lanier.ch



Lüscher JetPrint UV-INK-DRUCKER FÜR GROSSFORMATDRUCK

Mit fünf verkauften Anlagen in den USA, zehn in Europa und einer Installation in Japan entwickeln sich die Verkäufe des JetPrint für Lüscher sehr zufriedenstellend. Die Lüscher AG ist spezialisiert auf die Entwicklung und Herstellung von mechanischen und elektronischen Lösungen für Offset, Flexo-, Sieb- und Hochdruck sowie für den digitalen Großformatdruck. Lüscher hat nach eigenen Angaben mehr als 800 XPose! CTP-Systeme und 400 JetScreen Computerto-Screen (CtS) Systeme verkauft. Das JetScreen-System bildet Siebdrucksiebe mit einem digitalen Inkjet-System. Für den gleichen Markt wurde von Lüscher der Flachbettdrucker JetPrint 3530 UV entwickelt, der mit UV-Tinten bis zum Format 350 cm x 300 cm drucken kann. Neben Papier und Karton bedruckt er auch starre Materialien wie PVC, Polycarbonat, Wellpappe, geschäumte Platten, Aluminium, Acryl, Polyester, Plexiglas, Holz, Glas, Keramik, Marmor. Mit dem Schritt zum Digitaldruck betritt Lüscher den Wachstumsmarkt des digitalen Großformatdrucks.

Dabei bringt Lüscher jetzt ein neues System, das bei der UV-Trocknung statt der herkömmlichen Metallhalogen-UV-Lampen UV-LEDs verwendet. Das System reduziert neben der Wärmeentwicklung auch die Betriebskosten durch

den wesentlich geringeren Energiebedarf und die längere Lebensdauer der LEDs. Lüscher setzt dieses System vorerst bei der Zwischentrocknung ein und kann die UV-Trocknung den jeweiligen Bedruckstoffen anpassen. Die LED-Technologie benötigt keine Aufwärmzeiten der UV-Lampen, so dass das System mit dem Einschalten sofort betriebsbereit ist. Das neue LED-System wird zukünftig optional zum bisherigen UV-System angeboten. Für absolut passgenauen Doppelseiten-Druck hat Lüscher erstmals ein Stanz- und Registersystem entwickelt, das passgenaues, doppelseitiges Drucken auf flexible Substrate mit zwei Nutzen je 1,5 x 3,2 m gleichzeitig erlaubt. Die vorgestanzten Substrate werden in versenkbaren Registerstiften auf dem Drucktisch eingehängt. Mit dem System können auch Doppelseitendrucke in größeren Auflagen und gleich bleibender Qualität hergestellt werden. Durch den feststehenden Drucktisch und den Umstand, dass beim JetPrint der Bedruckstoff nicht bewegt wird, lassen sich solche Systeme nach Kundenwunsch integrieren.

➤ www.luescher.com

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschließen
Wiegen • Vereinzeln • Fäzeln • Block-
leimen • Bänderrollieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte
Graph. Maschinen- und Apparatebau

JOSEF FOELLNER GmbH

Klippeneckstr. 8 • D-78056 VS-Schwenningen
Telefon (00 49) (0) 77 20 30 12 0 • Fax 30 12 50

• Katalog • e-mail:foellner@foellner.com
• anfordern • http://www.foellner.com



Kaltfolienprägung für metallische Effekte und Veredelungen

Heidelberg und MAN Roland bieten Verfahrenstechnik und Produkte für dieses neue Veredelungssegment

Veredelung steht zur Zeit überall bei den Druckereien hoch im Kurs. Dabei werden nicht nur Lackeffekte verlangt, sondern auch metallische Effekte, die bisher nur über Heißprägefolien erreichbar waren.

Heidelberg und MAN-Roland haben je ein Verfahren entwickelt, um Kaltfolie über Offsetdruckmaschinen auf den bedruckstoff aufzutragen. Bei Heidelberg wird das ColdFoil-

werk mit der Auflösung und Detailfeinheit einer Offsetplatte auf den Bedruckstoff übertragen. Auf dem folgenden Werk sitzt das Folien-Modul mit der Auf- und Abwickelheit für die Metallfolie. Diese wird im Druckspalt zwischen Gummitch- und Druckzylinder durchgeführt. Dabei wird die Metallschicht der Folie durch den Druck des Gummitches auf die mit Kleber versehenen Stellen des Bedruckstoffes übertragen. Nach Ablösen der Trägerfolie verbleibt

Prozesse der Heißfolienprägung meist offline in einer separaten Maschine, was längere Durchlaufzeiten und zusätzliche Rüstzeiten zur Folge hat und gegenüber dem Inline-Prozess im Kaltfolientransfer weit weniger passgenau ist. Im Vergleich zur Heißfolienprägung hat der Kaltfolienauftrag weitere interessante Vorteile: geringe Rüstzeiten, da inline gearbeitet wird und damit hohe Druckgeschwindigkeit bis 15.000 Bg/h sowie exzellente Passergenauigkeit. Feine

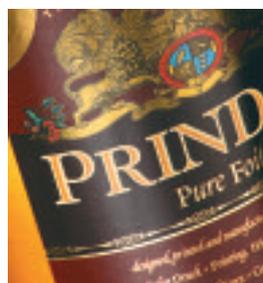
Award für MAN Roland Inline-Foiler

Während die Heidelberg-Lösung noch im Feldtest ist, wurde MAN Roland von der PIA/GATF der Inter-Tech Technology Award 2006 für den Inline-Foiler Prindor verliehen. Von dem Kaltfolien-Applikationssystem Inline-Foiler Prindor sind weltweit über 30 Module nach der Markteinführung verkauft worden. Verpackungsdrucker können ihre Produkte in einem ein-



13 wichtige Typo-Regeln TYPOTUNING: BESSERE GESTALTUNG

Nach den Fachbüchern »Praktische Typografie«, »Mediendesign« und »Making of« bringt Ralf Turtschi mit »Typo-Tuning« ein neues Lehrmittel, das die wichtigsten Gestaltungsregeln vermittelt. Anhand realer Beispiele wie Anzeigen, Flyer, Postkarten, Einladungen usw. zeigt der Autor im ersten Band Basics auf, wie man mit 13 wichtigen Regeln typografische Fehler in der Gestaltung vermeidet oder wie man sie erkennt und korrigiert. Probleme, die bei der Gestaltung auftreten, werden aufgegriffen und Lösungsmöglichkeiten Schritt für Schritt aufgezeigt. Mangelhafte Beispiele werden in mehreren Optimierungsschritten zu ansprechenden Resultaten verbessert. Der Verbesserungsprozess regt an, seine eigene Arbeit zu hinterfragen. Er gibt Tipps, wie mit kleinen Verbesserungen große Wirkung erzielt werden kann. Angesprochen werden mit dem Werk Lernende in der typografischen Ausbildung, aber auch Marketing-, PR- und Werbefachleute können von der Sehschule profitieren. Ralf Turtschi »TypoTuning«; Edition Publisher, 64 Seiten, farbig, ISBN 3-905390-33-7, CHF 38.–
➤ www.publisher.ch/shop



Modul für die Speedmaster CD 74 und CD 102 eingesetzt, bei MAN Roland der Inline-Foiler Prindor auf Modellen der Baureihe Roland 700. Die Grammatoren reichen dabei von 70 g/m² bis in den Kartonbereich, womit Etiketten-, Verpackungs- und Akzidenzdrucker hochwertige metallische Veredelungen realisieren können. Für den Folientransfer werden zwei Druckwerke benötigt: Im ersten Druckwerk wird ein pastöser Kleber über das Farb-

die Metallschicht auf dem Bedruckstoff. Die Folien, die nicht übertragen wurde, wird mit der Trägerschicht wieder aufgerollt. Beide Werke können nach dem Kaltfolienauftrag wieder für das Drucken im konventionellen Offset eingesetzt werden. Das hohe Auflösungsvermögen ermöglicht feine Schrift- und Designelemente. Der klassische Heißprägedruck per Hochdruckform weist systembedingt eine geringere Detailauflösung auf. Zudem erfolgen

Strukturen und Elemente wie Schriften, Linien und Verlaufsraaster sind mit Kaltfolie realisierbar und können außerdem in den folgenden Druckwerken überdruckt werden. Durch die Überdruckbarkeit lässt sich fast jeder beliebige Farbton nachstellen. Man ist nicht mehr an vorgegebene Farbtöne gebunden und kann ganze Bilder auf die Folienbestandteile drucken. Die Applikation der Folie und das Überdrucken kann in einem Durchgang erfolgen.

zigen Durchlauf veredeln. Wein-, Bier-, Spirituosen-, Kosmetik- und anderen Spezial-etiketten wird mehr Brillanz verliehen. Verlagsdruckereien können ihren Zeitschriftencover damit einen höheren Aufmerksamkeitswert verschaffen. Akzidenzdruckereien bietet der Inline-Foiler Prindor die Möglichkeit, attraktivere Direct Mails, Visitenkarten, Geschäftsberichte und Grußkarten zu produzieren.
➤ www.heidelberg.com
➤ www.man-roland.de

Das kann nur ein Online-Inserat.
www.medienjobs.ch – Stellenportal für Medien- und Kommunikationsprofis

Wer fühlt sich schon zwischen den Stühlen wohl?

Media Asset Management könnte für Agenturen und Druckereien super sein, wenn ...

Für Werbeagenturen und Druckereien sind sie ein zweischneidiges Schwert: Einerseits erleichtern sie oft ungemein die Arbeit, vor allem in medienproduktions-technischen Routineabläufen. Andererseits verändern sie gleichzeitig auch eingespielte Arbeitsgänge und machen manche aufwändige Handarbeit oder sich wiederholende banale Tätigkeiten überflüssig.

Media Asset Management (MAM) verlagert Kostenstrukturen und Zuständigkeiten und bedingt, dass man von gewohnten konventionellen Produktionswegen Abschied nimmt. Tut man es aber, können die Vorteile gigantisch sein. Für die Kunden sind die Effekte mehrfach spürbar: im Kostenvolumen, im Zeitverhalten, in der Qualität der Kommunikationsarchitektur oder der Medien-Contents. Doppelarbeiten werden vermieden, die Werthaltigkeit der Archive steigt, viel mehr Partner können in Netzwerkstrukturen zusammenarbeiten – kurzum, es wird rationaler.

Dann aber der scheinbare (!) Pferdefuß: So einfach mal nebenbei ist eine Medien Asset Management Strategie nicht eingeführt. Und vor Entscheidungen und Verantwortungen drücken kann sich auch niemand. Die Konsequenzen sind oft einschneidend, die Veränderungen rigoros. Vor allem aber: es müssen viele Personen, viele Verantwortungsbereiche darin integriert sein.

Studie

»Die klassischen Dienstleister aus Werbung und der Druckvorstufe, aber auch aus dem IT-Umfeld verlieren gegenüber Unternehmen, die solche Veränderungen ohne den Ballast einer Tradition und ohne die Furcht, Kompetenzen abgeben zu müssen, teils dramatisch an

Boden. Denn die eigentlichen Anwender – Industrieunternehmen, Handlungshäuser, Verlage, Organisationen, Behörden und andere – drängen immer mehr darauf, aus Zeit-, Kosten-, aus Personal- und Markt-/Wettbewerbsgründen solche MAM-Lösungen einzuführen. Denn in ihren Konstruktionsabteilungen, in der Auftragsorganisation, im Lagerwesen oder Dokumentenmanagement, sind derart automatisierte und integrierende Lösungen selbstverständlich. Sie wollen, dass alles, was mit digitalen Medien und Multimedia zu tun hat – und dazu gehört nun einmal auch Print – in diese Strategien und Prozesse eingebunden werden. Die Werber und Drucker, die sich jetzt nicht mit dem Thema befassen und es beherrschen lernen, werden möglicherweise vor harte Konsequenzen gestellt, weil sie den Zug der Zeit verpasst haben.« Christian Kleiner hat mit seinem Beratungs- und Marktforschungs-Unternehmen »marketinghub« eine Studie erstellt, aus der die Notwendigkeit, grafische Medienproduktion auch in existente oder neue Media-Asset-Management-Strategien zu integrieren, unzweifelhaft hervorgeht.

Seminare

Aber eben: wie fängt man an, welche Fehler gilt es zu vermeiden, was ist die beste Taktik des Vorgehens? Darüber können sich Unternehmen der Werbe- und Printindustrie zusammen mit Interessenten aus Wirtschaft, Handel und Verwaltung auf einem Seminar informieren, das am 8. November in Zürich (und in weiteren Städten) stattfindet.

- 6. MAM-Forum, 08.11.06, Zürich
- 7. MAM-Forum, 15.11.06, Frankfurt
- 8. MAM-Forum, 16.11.06, München
- 9. MAM-Forum, 22.11.06, Wien

➤ www.marketinghub.ch

GRIMM HANDELS AG **Grafische Materialien**

G-Produkte
Feuchtwasserzusätze
Dispensionslacke
Reinigungsmittel

www.grimm-handel.ch

Perfect Dot + Conti Tech
Drucklöcher
Unterlagebogen
Unterlagefolien

info@grimm-handel.ch

Grimm Handels AG 8732 Neuhaus Tel. 055 225 46 80 Fax. 055 225 46 81

**Ihr kompetenter Partner für
Kosten- und Leistungsmanagement, Betriebsorganisation und Branchen-Software**

Benno Vogler

Beratung

Projektbegleitung

Kalkulation

CH-5042 Fislisloch
Tennhölzli 355
Telefon +41 56 610 07 77
Fax +41 56 610 07 75
vogler.benno@bluewin.ch

Inserieren. Erreichen. Bewirken.

DRUCKMARKT ist eine

Druckmarkt wurde vom Verband Schweizer Presse mit dem Gütesiegel für das Jahr 2006 ausgezeichnet.

Publikation
FOKUSSEBT
KOMPETENT
TRANSPARENT

Die Windows-Kalkulation ab Fr. 3'450.-
Demoversion Fr. 35.-

Live Update

FTP Transfer

Konvertibel mit neuer Papierpreisliste

Statistiken

- Vor- und Nachkalkulation
- Aufbau der Festkosten nach KN
- Auftragsabwicklung mit Generierung der Dokumente in MS-Office
- Integrierte Handelslösung
- Papierverwaltung mit Einlesen der Papierlieferanten-Disketten
- Artikelverwaltung
- Adressverwaltung mit Selektions- und Mailings-Funktionen

- Netzwerkfähig
- Debitoren-Verwaltung mit Mahnwesen
- Kreditoren-Verwaltung
- MNVST-Abrechnung
- Schnittstelle zu SESAM und ABACUS Finanzbuchhaltung
- Adress-Import aus telinfo-CD
- Daten in Access-Format
- MS Office 2003-kompatibel

Mehr als 430 erfolgreiche Installationen in der Schweiz

Herstellung und Vertrieb:
Mallifax EP AG
Jungholzstrasse 6
8050 Zürich
Tel: 01 317 15 55
Fax: 01 317 15 50
Mail: info@winpress.net
www.winpress.net

Représentation pour la Suisse romande:
Trace Distribution SA
Route des Arses 2
1637 Charmey
Tél: 026 927 30 57
Fax: 026 927 30 58
Mail: trace@dplanet.ch