



Am Vorabend der Leipziger Buchmesse Mitte April veranstaltete Papyrus Deutschland seine zweite Verlagsveranstaltung unter dem Motto ›Faust II«. Im Mittelpunkt des Events standen Diskussionen zur Entwicklung des Buches im Medienmix. Wir werden über den Event noch berichten.



Soeben ist das ›Marketing-Glossar des Druckmarkts erschienen. Es beschäftigt sich mit den Märkten, den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht alleine



theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das ›Marketing-Glossar‹ an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt und täglicher Begleiter sein sollte. Wir stellen das Buch in dieser Ausgabe auf Seite 20 vor.



Fedrigoni präsentiert das Papier ›Symbol Tatami‹ im neuen Visualbook ›gourmet«. Kunden können sich damit nicht nur von der Qualität des beidseitig extra matt gestrichenen Papiers überzeugen, sondern auch von kreativen Kochrezepten inspirieren lassen. Symbol Tatami ist in den Farbnuancen Weiß und Elfenbein erhältlich und besteht aus umweltfreundlichem Zellstoff mit FSC-Zertifizierung. Es hat ein 1,3-faches Volumen und ist in den Flächengewichten 115, 135, 150, 170, 200 und 250 g/m<sup>2</sup> in den Formaten 64 x 88 cm und 70 x 100 cm verfügbar. Die samtige Oberfläche und das spürbar hohe Volumen machen dieses Papier zu einem haptischen Erlebnis. Besonders gut geeignet ist diese Qualität für Kunst- und Bildbände, für hochwertige Imagebroschüren sowie für anspruchsvolle Geschäftsberichte. Tatami gehört zur Fedrigoni-Kollektion ›Symbol‹, die gestrichene Papiere wie Symbol Freelifie Satin/Matt, Symbol Pearl oder Symbol Card enthält.

› [www.fedrigoni.de](http://www.fedrigoni.de)

**74%**  
**DER DEUTSCHEN**

nehmen ein Buch mit, wenn sie verreisen. Selbst bei den unter 30-Jährigen fahren 70% mit einem Buch im Gepäck in den Urlaub. Dies ist das Ergebnis einer Forsa-Umfrage, die im Auftrag von Tank & Rast die Urlaubsbeschäftigungen der Deutschen herausfinden sollte. Für die Studie wurden zwischen dem 25. Februar und dem 18. März 2011 über 3.000 Personen ab 18 Jahre befragt.



Am 9. April 2011 ging die digi:media auf dem Düsseldorfer Messegelände nach dreitägiger Dauer zu Ende. Nach Ansicht des Veranstalters verlief die Messe erfolgreich. Rund 170 Aussteller und etwa 6.100 Besucher hätten das neue Messeformat gelobt. Mehr dazu und ein kleiner Rückblick ab Seite 10.

**LOPE-C in Frankfurt**  
**GEDRUCKTE ELEKTRONIK FÜR DAS AUTO DER ZUKUNFT**

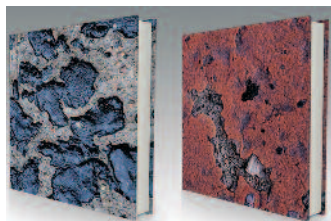
Die organische und gedruckte Elektronik ist auf dem Weg in breite Massenmärkte. Kostengünstig von der Rolle gedruckte integrierte Systeme gestalten die Elektronik in Konsumgütern und Industriesteuerungen äußerst kompakt und energieeffizient. Im Auto ermöglichen sie eine neue multifunktionale Ergonomie und elegante Cockpit-Designs mit eingebetteten Displays und Touch-Sensoren. Oder hauch-



Die Schreiner PrinTronics, Ober-schleißheim bei München, demonstrierte 2008 im Porsche Cayenne ihre Kompetenz im elektronischen Funktionsdruck. Das Innere des Autos wurde mit gedruckten, blau leuchtenden Elektrolumineszenzfolien ausgestattet. Ein exklusives Raumerlebnis mit Lichteffekten.

dünne OLED-Rücklichter – direkt auf die Karosserie geklebt. Die LOPE-C 2011 – Large-area, Organic & Printed Electronics Convention, veranstaltet von OE-A und organisiert von der Mesago Messe Frankfurt GmbH – widmet sich vom 28. bis 30. Juni in Frankfurt auch dem Zukunftsthema Automobilelektronik. Die Elektronik wird beim ›Auto der Zukunft‹ eine Hauptrolle spielen. Mit neuen Beleuchtungssystemen, Sitzen aus smarten Textilien und Solarzellen sowie mit Informationssystemen, die das Fahrzeug-Interieur verändern und Fahrer wie Fahrzeug interaktiv mit der Verkehrsumgebung vernetzen.

› [www.lope-c.com](http://www.lope-c.com)



Die dritte Auflage der beliebten Notizbücher von Munken ist auf dem Markt. Die drei neuen Motive stammen alle aus der Serie ›Rough Roads‹ mit extremen Nahaufnahmen von Straßenbelägen. Die Notizbücher sind im Munken-Shop auf der Website von Arctic Paper erhältlich. [www.arcticpaper.com/munkenshop](http://www.arcticpaper.com/munkenshop)



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 von Heidelberg 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 betrug rund vier Millionen Euro.



Neschen betreibt im Internet ein Forum für die professionelle Gestaltung von Innenräumen. Mit dieser Internet-Präsenz will der Bückeburger Beschichtungsspezialist den Interessenaustausch zwischen allen Beteiligten fördern und Kunden umfassend über Digital Interior Design informieren. »Über diese Seite finden Interessierte schnell professionelle Partner, die sie bei der Umsetzung ihrer Projekte unterstützen und beraten«, erläutert Stefan Zinn, Vorstand bei Neschen. Aufgrund der Vielzahl an Materialien stehen Kreativen die unterschiedlichsten Anwendungsmöglichkeiten zur Verfügung. [www.digital-interior-design.com](http://www.digital-interior-design.com)



›Consumables‹, zu Deutsch Verbrauchsmaterialien, scheinen für die Druckmaschinenhersteller zum Lieblingswort geworden zu sein. Nach Heidelberg und manroland ist nun auch KBA auf diesen Zug aufgesprungen (siehe Seite 8 und 40). Heidelberg fährt offensichtlich bereits nicht unerhebliche Erfolge mit den Verbrauchsmaterialien (im Bild die ›Saphira-Eco‹-Serie) ein und verspricht Druckern deutliche Vorteile bei Einsatz der geprüften Farben, Chemikalien oder Drucktücher. Lesen Sie dazu auch unseren Bericht ab Seite 32.

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.