

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 honorier-



ten 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 dem 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 auch das Fachprogramm mit 13 Kongressen, Seminaren und Workshops. Dazu gehörten beispielsweise der Media-Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion, die Konferenz der Deutschen Akademie des Buchhandels oder die Vergabe des GWA-Production-Awards.



➤ www.digimedia.de



WELTWEITER ROLLOUT ANGELAUFEN Bereits am Vortag der digi:media verkündete Heidelberg offiziell den Start der globalen Vertriebspartnerschaft mit Ricoh vor der internationalen Presse. **Simon Sasaki**, Corporate Executive Vice President & General Manager of the Production Printing Business Group, Ricoh (links), Heidelberg-Vorstandsvorsitzender **Bernhard Schreier** und **Peter Williams**, Executive Vice President Production Printing Ricoh Europe, erläuterten die Zusammenarbeit. Demzufolge haben die Heidelberg-Vertriebsgesellschaften in Deutschland und England seit April 2011 den Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition in das Portfolio aufgenommen. In Kürze folgen die Vertriebsgesellschaften in Frankreich und der Schweiz. Auf Fachmessen wie der Graph Expo in den USA oder der IGAS in Japan wird Heidelberg mit dem Verkaufsstart des Digitaldrucksystems in den entsprechenden Regionen beginnen. Als abschließender Schritt der weltweiten Einführung ist zur drupa 2012 die Markteinführung weiterer Regionen geplant.



Das kombinierte Angebot von Offset- und Digitaldruck von Heidelberg ermöglicht neben dem kosteneffizienten Offsetdruck auch variablen Datendruck und kleinere Auflagenhöhen. Zusätzlich zu den Angeboten für den klassischen Werbedruck bietet Heidelberg digitale Inkjet-Drucksysteme von Linoprint, die es Verpackungsherstellern und abfüllenden Betrieben ermöglichen, Lösungen für verschiedene Anwendungsbereiche in der modernen Verpackungsproduktion anzubieten. Anhand zahlreicher Live-Vorführungen einer hybriden Druckproduktion, also einer Kombination von Offset- und Digitaldruck-Technologie innerhalb eines Druckproduktes, konnten sich die Besucher der digi:media bei Heidelberg überzeugen, wie sich auch kleine Druckauflagen zielgruppengerecht und gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich produzieren lassen. Heidelberg präsentierte ein Lösungsangebot, das vom Web-to-Print-Frontend über den Einsatz von Digital- und Offsetdruck bis zu professionellen Postpress-Anwendungen für die Produktion von Mailings und Büchern reichte. Heidelberg war der einzige Aussteller auf der digi:media, der Lösungen für die Kombination von Offset- und Digitaldruck in der Praxis präsentierte.

➤ www.heidelberg.com ➤ www.ricoh.de



**Müller Martini
DAS EXPERIMENT
HAT SICH GELOHNT**

Viele Besucher auf dem Stand, spannende Diskussionen über die Auswirkungen des Digitaldrucks auf die Inline-Weiterverarbeitung – Müller Martini zieht eine positive Bilanz seines unter dem Motto »Grow with Digital Solutions« stehenden Auftritts. »Zweifellos war die digi:media für viele ein Experiment«, sagt Dragan Volic. Die Messebeteiligung hat sich laut dem Marketingleiter Sammelheft-Systeme und Digital Solutions bei Müller Martini dennoch mehr als gelohnt: »Es hatte zwar nicht so viele Besucher wie bei den großen Messen der grafischen Industrie. Dafür fanden wir umso mehr Zeit, intensiv miteinander zu diskutieren und damit tiefer ins Thema Digitaldruck, Inline-Finishing und Fotobücher zu gehen. So dauerten die interessanten Gespräche auf unserem Stand länger als sonst auf Messen üblich – wozu sicher auch das entspannende Ambiente unse-



res neuen Lounge-Konzepts einiges beigetragen hat.« Ed Koks, Production Manager bei Albumprinter in Den Haag und Müller-Martini-Kunde, bewertet den Stellenwert der neuen Messe: »Ich finde, die digi:media hat einen guten Start hingelegt. Ich habe einiges Neues gesehen, wenn auch nichts wirklich Revolutionäres.«
 > www.mullermartini.com

**Weiterverarbeitung
VERKAUFSERFOLGE BEI
HORIZON**

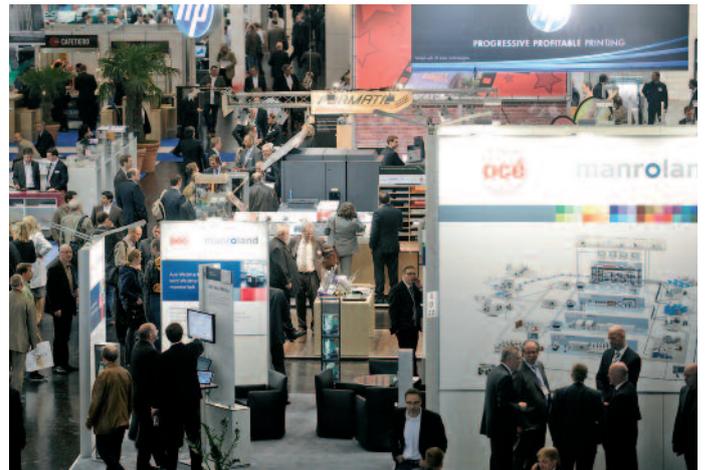
Die Strategie der digi:media mit der Abbildung der gesamten digitalen Prozesskette bis hin zur Veredelung und Weiterverarbeitung alle an der Wertschöpfungskette beteiligten Zielgruppen zusammenzubringen, ist nach Einschätzung von Horizon voll aufgegangen. Die Messe war ein Erfolg – auch für Horizon. Horizon präsentierte dem interessierten Fachpublikum neben den aktuellen Maschinen aus den Bereichen Broschürenfertigen, Sammelheften, Falzen, Schneiden, Klebbinden und Laminieren auch eine Deutschlandpremiere: Die Zuführinheit VAC-digital, die speziell entwickelt wurde, um digital gedrucktes Material zu Broschüren und Booklets zu verarbeiten. Der Wachstumsmarkt Digitaldruck verlangt geradezu nach einer ökonomischen Lösung für die Verarbeitung kleinerer und mittlerer Volumen in Topqualität.
 > www.horizon.de



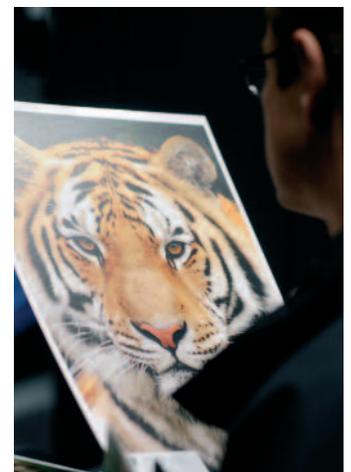
Kritisch prüften die Besucher den falzenden Sammelhefter StitchLiner 6000 und auch die darauf produzierten Broschüren. Die innovative Technologie führt zu hochwertigen Endprodukten. Für den Digitaldruck ist er auch als Inline-Finishing-Linie zum Anschluss an Hochleistungs-Digitaldrucksysteme erhältlich.

**manroland und Océ
GEBÜNDELTE KOMPETENZEN
AUF DER DIGI:MEDIA**

Erstmals traten manroland und der Partner Océ gemeinsam auf, um zu zeigen, wie Offset- und industrieller Digitaldruck eine Symbiose einge-



hen. Das manroland-Tochterunternehmen ppi Media präsentierte crossmediale Softwarelösungen. Am Gemeinschaftsstand konnten die Fachbesucher einen simulierten Bestellvorgang für einen Reiseveranstalter nachvollziehen, der beide Druckverfahren kombinierte. Eine im Rollenoffsetdruck gedruckte Magazinanzeige wird mit einer im Bogenoffsetdruck veredelten Responsekarte an die Leser verteilt. Nach der Rücksendung dieser Karte erhält der Kunde individuelle und allgemeine Informationen, die im Bogenoffset- und Digitaldruck produziert wurden. Wer sich daraufhin für eine Reise entscheidet, kann den Ablauf in einer personalisierten Reisebeschreibung verfolgen, die digital in Auflage eins gedruckt wird. Offsetdruck und Digitaldruck gehen dabei eine echte Symbiose ein, denn auch die Workflows werden aufs Engste miteinander vernetzt. Damit bieten die beiden Unternehmen eine Komplettlösung mit einer Vielzahl von Vorteilen für die Kunden entlang der Wertschöpfungskette.
 > www.manroland.com

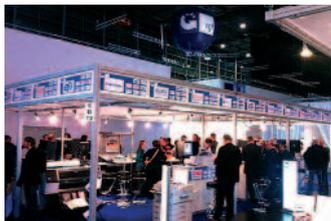


Wie zu jeder Messe, auf der Drucktechnologien präsentiert werden, gab es auch auf der digi:media ausreichend Gelegenheit, sich anhand von Druckmustern die immer weiter zunehmende Qualität der verschiedenen digitalen Druckverfahren anzusehen.

Volles Haus

GELUNGENE PREMIERE FÜR RGF UND PARTNER

Der RGF, die Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants für die grafische Industrie, feierte eine gelungene Premiere in Düsseldorf. Auch seine Partner aus Industrie und Handel, unter ihnen Unternehmen wie EFI, Epson, handshake, K-Flow, OKI, PSI, Quato und Roland, zeigten sich sehr zufrieden. Die RGF-Mitglieder am Stand Bense, Faber, Print Concept und ROG konnten die RGF-



Präsenz für viele interessante Kontakte nutzen. »Gemeinsam ist es uns gelungen, den Besuchern auf dem RGF-Stand ein interessantes Spektrum zu bieten. Die sehr gute Frequentierung unserer Fläche und auch die hohe Verweildauer der Interessenten bestätigen das Konzept des Gemeinschaftsstandes mit sich ergänzenden Themen, Lösungen und Produkten«, sagt Thomas Meurers, RGF-Repräsentant. Vor allem die einzige Konica Minolta Press C8000 auf der Messe von Faber und die gezeigte iPad-Publishing-Lösung »Leafled« vom RGF-Mitglied Ulrich Bense aus Coesfeld hätten die Besucher überzeugt.

➤ www.rgf.de



Xerox

ERWARTUNGEN WURDEN ÜBERTROFFEN

Xerox präsentierte integrierte Kommunikationslösungen und seine Lösungen für die gesamte Marketing-Wertschöpfungskette. Produktseitig stellte Xerox das Drucksystem Xerox 1000 Colour Press mit Clear Dry Ink Technologie aus. Daneben wurden Prozesslösungen für integrierte Offset- und Digitaldruck-Workflows sowie die Softwarelösung XMPie für die Umsetzung crossmedialer 1:1-

»Das Konzept nicht nur Technologie in den Mittelpunkt zu stellen, sondern diese in Kombination mit Content und Business zu präsentieren, hat uns voll überzeugt. Die Darstellung der gesamten Workflowkette ist wichtig. Xerox hat die Idee der digi:media am Stand 1:1 umgesetzt«, sagt Albert Brenner, Director Marketing und CRM bei Xerox. Die Besucherzahl an unserem Stand hat unsere Erwartungen übertroffen. Die zahlreichen Gespräche haben uns gezeigt, dass die Veränderungen im Druckmarkt wahrgenommen werden und sich die Verantwortlichen neuen Geschäftsideen und den entsprechenden Lösungen öffnen. Auch unser offenes und kommunikatives Standkonzept, das Lösungen stärker als Technologien fokussierte, ist bei den Messegästen sehr gut angekommen.«



Die zahlreichen Gespräche haben uns gezeigt, dass die Veränderungen im Druckmarkt wahrgenommen werden und sich die Verantwortlichen neuen Geschäftsideen und den entsprechenden Lösungen öffnen. Auch unser offenes und kommunikatives Standkonzept, das Lösungen stärker als Technologien fokussierte, ist bei den Messegästen sehr gut angekommen.«

Kommunikation präsentiert. Insgesamt standen Beratungsleistungen und Anwendungsbeispiele im Mittelpunkt des Auftritts.

Das Interesse der Druckdienstleister, Werbeagenturen und Marketing-Verantwortlichen galt den Xerox-Lösungen für einen optimierten Workflow. Dabei kamen vor allem Inhalte wie Web-to-Print, Print-on-Demand, mobile Print und Prozesslösungen rund um die Integration unterschiedlicher Kommunikationsmedien und Druckverfahren zur Sprache sowie die entsprechenden Anwendungen. Daneben waren auch Sicherheitsmerkmale wie Mikro- und unsichtbare Schrift gefragte Themen bei den Besuchern. Spannend für die Messebesucher waren zudem die Dokumenten- und Supplies-Angebote von Xerox. Hier wurde eine große Auswahl an innovativen Print-on-Demand-Produkten wie Ordner, Thekenaufsteller oder Tragetaschen, die sich dank ihrer praktischen Einlegefächer individuell gestalten lassen, ausgestellt. Zudem wurden vorgestanzte und ge-



rilla Druckvorlagen für individualisierte Verpackungen, Boxen für Visitenkarten, CDs und Golfbälle oder auch Aufsteller, Kalender oder Dokumentenmappen präsentiert.

Auch zu Enterprise Marketing Services und dem Marketing-Outsourcing-Dienstleistungsangebot von Xerox standen Ansprechpartner für Fragen zur Verfügung.

Xerox hatte sich den Messestand als CO₂-neutral zertifizieren lassen. Der Xerox-Partner ClimatePartner hatte hierfür eine CO₂-Bilanz erstellt, die alle durch den Messeauftritt verursachten Emissionen berechnete. Dazu gehörten der Transport des Messestandes, der Energieverbrauch vor Ort während der Messe und CO₂-Freisetzungen, verursacht durch die An- und Abreise der Xerox-Mitarbeiter und Besucher. Das Zertifikat von ClimatePartner bescheinigt die Kompensation von Treibhausgasen durch den Kauf von Zertifikaten aus anerkannten und überprüften Klimaschutzprojekten.

➤ www.xerox.de





Das Thema Buch kam auf der Messe nicht zu kurz. Es geht den Herstellern ganz offensichtlich darum, im Zuge der immer weiteren Annäherung der Medien die Buchherstellung dem digitalen Vertriebsprozess anzupassen. Dazu wurden an etlichen Ständen wie hier bei Schmedt interessante Lösungen gezeigt.



»Die digi:media war ein perfekter Startschuss für die globale Kooperation mit Ricoh«, so Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. »Wir haben konkrete Anwendungsbeispiele für die Kombination von Offset- und Digitaldruck präsentiert. Neben zahlreichen Verkaufserfolgen über das gesamte Leistungsspektrum freut es mich besonders, dass wir mit der Firma Stünings den ersten Kunden auf der Messe begrüßen konnten, der sich für den neuen Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition von Heidelberg entschieden hat.«



Kolbus
PRINZIP ›DRÜCKEN SIE EINFACH BUCH‹
Immer mehr Menschen stellen sich ihre Urlaubsfotos in einem eigenen Fotobuch für sich selbst oder Freunde zusammen. Die Realisierung solcher Kleinstauflagen hat Kolbus optimiert. Auf der digi:media stellte das Unternehmen mit seiner neuen Maschine KM 200 den zentralen Bestandteil der Hardwareplattform für das Prinzip ›Drücken Sie einfach Buch‹ vor.



Ricoh präsentierte Lösungen für Transpromo-Kampagnen, personalisierte Direct-Mailings im 1:1-Marketing, für Mailrooms sowie Software für digitales Druckjob-Management. Highlight war das Pro C901 Graphic Arts Edition für die anspruchsvollen Anforderungen des Produktionsdrucks.

Nagel war mit seinem Programm auf den Ständen der Unternehmen Heinrich Hilsenberg, der Mehring GmbH sowie bei Ricoh Deutschland vertreten, wo die offizielle Messezeitung des ersten Messtages auf dem Foldnak Compact weiterverarbeitet wurde. Der Nagel Foldnak Compact kombiniert die Funktion eines Broschürenfertigers und eines Trimmers in einem kompakten System. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 2.000 Broschüren/Std. ist die Maschine optimal für den Einsatz kleiner und mittlerer Auflagen im Digital- und Offsetdruck geeignet. Wahlweise können Flach- oder Ringklammern verarbeitet werden. Der Foldnak Compact war mit der DFC (Digital-Flexo-Cut) die Near-Line-Lösungen für die Weiterverarbeitung auf dem Stand von Ricoh.



HIFLEX

MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems



HIFLEX Web2Print

Überzeugen Sie sich selbst:

www.bestprint24.com



powered by open source

www.hiflex.com/W2P



**FKS/Duplo
FKS ZIEHT
POSITIVES MESSE-FAZIT**

Neben dem FKS/Duplo Digital System 5000 Pro für die professionelle Broschürenfertigung im Digitaldruck und der FKS/Komfi Spotmatic UV-Lackiermaschine für Spotlackierungen stand bei FKS der neue FKS/Duplo DocuCutter DC-745 im Mittelpunkt. Das Hamburger Unternehmen präsentierte innovative Lösungen für die Weiterverarbeitung speziell von digital erstellten Drucken. Drei Messtage lang wurde an praktischen Beispielen aufgezeigt, dass sich die Druckweiterverarbeitung an die immer schnelleren Veränderungen und komplexen Anforderungen des Digitaldrucks anpasst.

FKS-Geschäftsführer Jörg Stutz zog auf der digi:media ein positives Fazit: »Für FKS ist diese Messe die ideale Plattform. Alle Fragen der meist Digitaldruck orientierten Anwender konnten nicht nur theoretisch beantwortet, sondern auch gleich live vorgeführt werden.« FKS konnte auf der Messe unter anderem jeweils zwei DocuCutter DC-745 und Digital System 5000 Pro verkaufen und erwartet ein sehr erfolgreiches Nachmessegeschäft.

➤ www.fks-hamburg.de



**HP und Partner
ENGAGEMENT
BEI DER ENTWICKLUNG**

Die von HP und seinen Partnern gezeigten Lösungen unterstrichen das Engagement der Unternehmen bei der Entwicklung von Digitaltechnologien, die kostengünstigen, hochwertigen Druck ohne Kompromisse bezüglich Inhalt und Gestaltung sowie Kundennutzen und Geschäftswertigkeit bieten.

Die HP Indigo 7500 Digital Press, eines der Flaggschiffe von HP, demonstrierte ihre Leistungsfähigkeit bei Anwendungen im kommerziellen Druck und Publishing sowie bei Fotospezialprodukten. Auf dem Stand wurden Akzidenzen, Werbeartikel und Faltpapier aus verschiedenen Materialien produziert.



Bertram Störch, Hewlett Packard.
»Wir haben insgesamt einen sehr positiven Eindruck von der digi:media: sehr gute Gespräche, sehr gute Besucherzahlen. Es hat sich gezeigt, dass das Messekonzept genau das richtige war. Wir müssen unser Angebot auch an die Anbieter richten. Hinzu kommt: Düsseldorf ist der wohl beste Messestandort in Deutschland – wenn nicht gar in ganz Zentraleuropa.«



Zudem wurde HP ElectroInk White, eine weiße Druckfarbe, die die Möglichkeiten kreativer Werbung erheblich erweitert, anschaulich in Drucksachen eingesetzt. Das Finishing der Produkte erfolgte mit der KAMA ProCut 53, einer automatischen Flachbettstanze für Papier, Karten und Kunststoff im A3-Format. Die Maschine erlaubt das Stanzen, Rillen, Perforieren und Anstanzen, zudem eignet sie sich für Blindprägungen, das Erzeugen von Braille-Blindenschrift, Heißfolien-Prägung sowie eine Kombination aus Prägung, Heißfolien-Prägung und Hologrammerzeugung. Für die Herstellung von Grafiken und Großformatdrucken wurden Large-Format-Printer mit UV-härtender Tinte (HP Scitex FB500) und HP Latex-Tinten (LX800 und HP Designjet L25500) demonstriert. Drucker, die Latex-Tinten einsetzen, ermöglichen das Ausgeben geruchsneutraler und schnell trocknender Drucke, bei denen das Finishing sofort erfolgen kann.

➤ www.hp.com



Eindeutig ist der Trend zur Veredelung von Digitaldrucken. Zwar gibt es eine Reihe von Lösungen, die die Drucke wie bei der HP Indigo innerhalb der Maschine veredeln können, doch sind mehr und mehr Lösungen am Markt, die via Offline-Veredelung gerade beim Lackieren höchste Glanzpunkte setzen.



»Ich bin angenehm überrascht, dass sich das Konzept bestätigt hat,« sagt Consultant Michael Mittelhaus, »und dass sowohl Content- als auch die Technikanbieter auf ihre Kosten kommen. Es ist eine mutige Entscheidung der Messe Düsseldorf, dieses Konzept ein Jahr vor der drupa auf den Markt zu bringen, ich habe aber den Eindruck, dass es Zukunft hat.«

Nutzen Sie wirklich schon alle Möglichkeiten des Internets?

Hinzufügen von Anmerkungen und Kontrolle der Änderungen

Kundenfreundliche Anzeige virtueller 3D-Proofs

Online-Übertragung der Druckdaten zur Abstimmung und Freigabe



XMF Remote erweitert die bereits bekannten und vielseitigen Möglichkeiten des crossmedialen XMF-Workflows um die Variante der Online-Übertragung und der Freigabe aufbereiteter Druckdaten. Die zusätzliche 3D-Animation des virtuellen Endprodukts erleichtert dem Kunden die inhaltliche Kontrolle durchgeführter Änderungen und die abschließende Druckfreigabe.

Begeistern Sie Ihre Kunden mit neuen Möglichkeiten!

FUJIFILM WORKFLOW
XMF

PURE
PDF

www.fujifilm.de/workflow

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM