

DAS MILLIONENDING

100 Millionen Druckbogen nach zehn Einsatzjahren sind im Bogenoffset nicht viel. Im Verpackungsdruck gibt es Maschinen, die dies schon nach zwei Jahren überschreiten. Bei Ellerhold kommt jedoch die Rapida 205 im Riesenformat 151 x 205 cm fast ausschließlich bei Großplakaten mit einer Auflagenhöhe von manchmal nur um die 100 Exemplaren zum Einsatz. Bei diesen Mini-Auflagen wird mehr gerüstet als gedruckt. Die Rapida 205 bei Ellerhold mit der Seriennummer 001



ist bisher 7.720 Schichten gelaufen und produziert Jahr für Jahr knapp 2.000 Jobs mit einer Druckleistung von 9.000 Bg/h. In den vergangenen zehn Jahren hat sie eine Fläche von 310 km² bedruckt – das entspricht ziemlich genau der Fläche von München.

Zwei Rapida 205-Anlagen sind in der Plakatfabrik Ellerhold in Radebeul im Einsatz. Die älteste ist eine Vierfarbenmaschine mit Lack, die jüngere eine Fünffarbenanlage mit Hybridlackierung. Dazu kommt je eine weitere Vierfarben mit Lack in den Werken Witten und Karow bei Wismar sowie eine Rapida 185 mit vier Farben und Lack in Zirndorf. Mit seinen fünf Super-Jumbos ist Ellerhold der größte Rapida 205-Anwender weltweit. > www.kba.com

20-MILLIONEN-INVESTITION

Mit großem finanziellen Engagement setzt die AVD Goldach AG ein Zeichen für die Zukunft der Printproduktion im Zeitschriften-Markt und investiert in den nächsten sechs Jahren über 20 Mio. Franken in neues technisches Equipment. Erster Schritt ist eine neue manroland Rotoman, die Anfang 2015 laufen soll. Sie stoßen auf die Zukunft gedruckter Zeitschriften an (von



links): Frank Kreisel, manroland web systems; Kai Hebel, Inhaber und Geschäftsführer; Ralf Schreiber, Bereichsleiter Druck; Patrick Hölterhoff, stellvertretender Bereichsleiter Druck; und Patrick Weideli, Finanzchef (alle AVD Goldach AG); und Piet von Gunten, manroland web systems, GOC Consulting. Wir haben mit Kai Hebel über sein Engagement gesprochen. Lesen Sie dazu den Beitrag auf Seite 32 dieser Ausgabe.

INDUSTRIELLES DRUCKEN

Die InPrint 2014, Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, findet vom 8. bis 10. April 2014 parallel zur Hannover Messe 2014 in Halle 21 des Messegeländes Hannover statt. Mehr als 100 Aussteller zeigen Produktionslösungen für den Einsatz in der industriellen Fertigung. Die Messe ist auf die industrielle Druckproduktion spezialisiert, die als Teil eines Fertigungsprozesses einen funktionalen oder dekorativen Zweck erfüllen. Die Schwerpunkte liegen auf speziellen Verfahren, Siebdruck, Digitaldruck, Inkjet-Druck und 3D-Druck. Gezeigt werden Techniken für das Bedrucken von Metall, Kunststoff, Textil, Glas, Keramik, Holz und anderen Oberflächen.

Die Fachmesse wird durch ein Konferenzprogramm zum Thema »Funktionaler und dekorativer Druck« ergänzt. Die von Stratasys veranstaltete »3D Print Factory« stellt Besuchern zudem die Möglichkeiten der 3D-Druck-Techniken und deren Potenzial vor. Als Aussteller werden unter anderem Ricoh, Zünd, CyconJet, Color Alliance, Epson, Konica Minolta, Sihl oder Xerox auftreten.

> www.inprintshow.com



AUF RUNDREISE

Die preisgekrönten Faltschachteln des Pro Carton/ECMA Awards stehen für das Beste, was auf dem Markt zu bekommen ist: in den Kategorien Carton of the Year, Nachhaltigkeit, Innovation sowie in acht verschiedenen Produktparten. Die ausgezeichneten Lösungen gehen jetzt auf Rundrei-



se durch Europa. Nach Köln, Stuttgart und Hamburg, wo die Awards bereits zu sehen waren, kommt die Ausstellung am 26. und 27. März nach Zürich und zieht dann weiter nach Warschau und Düsseldorf, wo die Show während der Interpack vom 7. bis 15. Mai zu sehen sein wird.

Jede Ausstellung ist bestückt mit den Originalen der Preisträger und Finalisten des aktuellen Awards, dazu kommen Infoschilder zu den einzelnen Objekten, Broschüren zum Award mit den Storys zur Entstehung der preisgekrönten Lösungen sowie Pro Carton-Broschüren und Rollups mit den Logos von Pro Carton und des Awards.

> www.procarton.com

RÜCKZIEHER

Das US-amerikanische Magazin »Newsweek« erscheint wieder als Printtitel. Ab Anfang 2014 soll die Zeitschrift mit zunächst 64 Seiten Umfang wieder an den Kiosken und im Briefkasten der Abonnenten liegen. 2012 hatte die Chefredakteurin Tina Brown die Printausgabe eingestellt und alles auf die digitale Karte gesetzt. Der jetzige »Newsweek«-Chef Jim Impoco verfolgt einen genau gegenteiligen Kurs: Mit voll zahlenden und treuen Abonnenten will er an die Glanzzeiten des Magazins anknüpfen. »Newsweek« soll als Premium-Produkt positioniert werden. Entsprechend wird der Verkaufspreis höher sein als vor der Einstellung als Printtitel. Dabei soll die Auflage 2014 wieder auf 100.000 Exemplare ausgebaut werden.



Dies ist übrigens nur eine der vielen Überraschungen im Print-Markt. Inzwischen liegen gedruckte Magazine wieder voll im Trend. Und verschiedene Studien beweisen, dass Zeitschriften und Magazine gerade von der jungen Generation gelesen werden. Zeitungen, Zeitschriften und Bücher sind aus der Sicht der Jungen »absolut zeitgemäss«. Mehr dazu in verschiedenen Beiträgen dieser Ausgabe.

GELIEBTES BUCH

Die Nachricht kommt für manche vielleicht überraschend: Traditionellen Buchläden geht es wieder besser. Jahrelang schrumpfte ihr



Umsatz, weil immer mehr Kunden bei Online-Portalen kauften. Der Abwärtstrend ist jetzt gestoppt und die Einnahmen steigen wieder. Im vergangenen Jahr machte der stationäre Buchhandel ein Plus von 0,9%, während der Online-Handel stagniert, meldet der Börsenverein des deutschen Buchhandels. Zwar ist das nicht die große Umkehr vom langjährigen Rückgang, aber ein Zeichen dafür, dass der allzu gerne beschworene Tod gedruckter Medien doch etwas voreilig ist. Im Gegenteil sehen Experten geradezu eine Renaissance der Drucksachen, weil sie im Vergleich zu den flüchtigen Medien Zeit zur Muße lassen und damit nachhaltiger wirken.

VERWECHSELSPIEL

Der italienische Papierhersteller Favini hat ein Visual Book des Papiers Dolce Vita produziert, das die Brillanz des Druckbilds auf dem matt gestrichenen Naturpapier hervorheben soll. Auflösung, Glanz und die Bildwiedergabe sind laut Favini das Ergebnis einer speziellen Pigmentierung, die auch die Steifheit und Haptik ausmacht. Illustriert ist das Buch als ein Verwechsellspiel mit Gegenständen aus Mode, Design, Lebensmittel und Beauty. So verwirrt den Betrachter ein Stück Käse in



einem Ensemble, wo ein Schwamm hingehört, ein Tisch, der wie eine Uhr daherkommt oder eine Brille als Fahrrad. Die realen und irrealen optischen Täuschungen sollen die Illusion von Dolce Vita symbolisieren, das etwas wirklich wird, was nicht Wirklichkeit ist. > www.favini.com

**WUNDERKIND**

Während sich viele Menschen über die Flut an Lehnwörtern und Anglizismen aus dem Englischen wundern oder ärgern, halten deutsche Wörter im Gegenzug fast unbemerkt Einzug in fremde Kulturen. Die Papierfabrik Scheufelen hat sich gemeinsam mit Agentur Strichpunkt auf die Suche nach Wortbeispielen begeben und im Wandkalender 2014 umgesetzt. »Wunderkind«, so der Titel und gleichzeitig eines der Wörter, die sich im Ausland etabliert haben, wurde in einer Auflage von 3.500 Stück gedruckt und steht auch zum Kauf (100,00 Euro) bereit. Einzelne Kalenderblätter können für je 15,00 Euro erworben werden. Neben Begriffen wie Kirschwasser, Zeitgeist, Autobahn oder Edelweiß darf die Lederhose natürlich nicht fehlen. Die Lederhosen, die vorwiegend in der mitteleuropäischen Alpenregion (weniger in der Schweiz) getragen werden, schmückt das Oktoberblatt. Wie die anderen Kalenderblätter wurde auch hier wieder nach allen Regeln der Kunst in verschiedenen Techniken gedruckt und veredelt. Für Interessierte sind die Produktions-Details im Anhang des Kalenders beschrieben.

UMWELTFREUNDLICHE IT

Epson hat im Rahmen einer Studie gefragt, wie wichtig Arbeitnehmern die Umweltfreundlichkeit ihrer IT-Ausstattung am Arbeitsplatz ist. In der Umfrage wurden die Befragten gebeten sich vorzustellen, dass die IT-Geräte an ihrem Arbeitsplatz (Computer, Drucker etc.) modernisiert werden sollen. Wenn sie mitentscheiden könnten, welche Kriterien bei der Auswahl der neuen Geräte eine Rolle spielen, misst fast jeder zweite Befragte (45%) der Umweltfreundlichkeit einen großen Stellenwert bei. Über die Hälfte würden die Umweltfreundlichkeit bei der Auswahl berücksichtigen. Zusammengefasst halten



damit 96% der Befragten diesen Faktor für relevant. > www.epson.de

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

