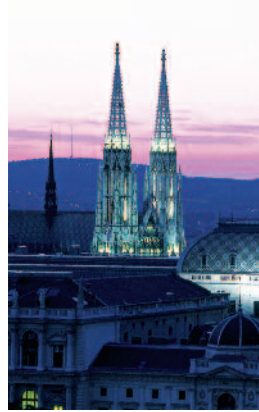


On the ROAD again



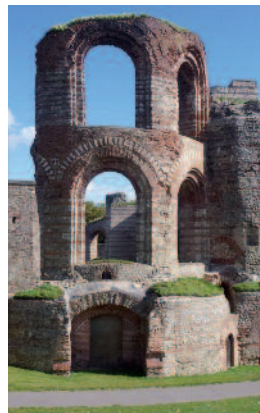
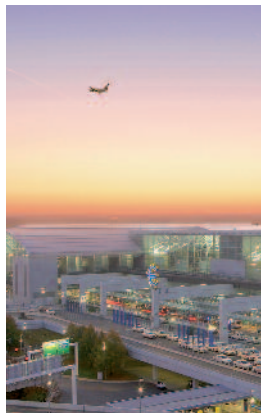
Für ein Fachmagazin wie den ›Druckmarkt‹ zu berichten ist auch mit einer regen Reisetätigkeit verbunden. Denn mit eigenen Augen zu sehen und vor Ort Originaltöne zu hören, ist wesentlich für den Blick auf das Branchengeschehen. Auch für dieses Heft waren wir wieder auf Achse. Hier einige Stationen, die zum Inhalt beigetragen haben.

RADEBEUL Zum WM-Spiel Deutschland gegen USA nach Radebeul? Warum nicht? Zumindest hatte es mehr als 250 Fachleute nicht davon abgehalten, sich bei der KBA-Veranstaltung rund um Veredelung und Akzidenzdruck zu informieren. Inklusive Fußball. Den Bericht über die Veranstaltung im Bogenoffsetwerk lesen Sie auf Seite **34**.

MÜNCHEN Der Bundesverband Druck und Medien und der bayrische Landesverband haben gemeinsam den deutschen Druck- und Medientag durchgeführt und mit 250 Teilnehmern einen Blick auf die Zukunft des Gedruckten geworfen. Wir blicken etwas zurück: auf die Zahlen der Branche des Jahres 2013. Mehr auf Seite **16**.

WIEN Nun bekommt Österreich eine eigene Fachmesse mit Konferenz und Ausstellung für den Druck, für Publishing, Werbetechnik und Verpackung. Jedenfalls laufen zurzeit die Vorbereitungen für den Event in Wien bereits auf vollen Touren. Der Termin ist für den 15. bis 17. April 2015 geplant. Mehr zur Messe auf Seite **11**.

LUDWIGSBURG Jawohl, ein Schloss soll es in Ludwigsburg auch geben. Aber auch dieses Mal ging es für uns vorbei am barocken Bauwerk direkt über die Neckarbrücke zur Falzmaschinenfabrik von Heidelberg zu den Falztagen, die Anfang Juni stattfanden. Eine Zusammenfassung der Veranstaltung lesen Sie auf Seite **36**.



Es sind nicht immer die spektakulärsten Orte, an denen wir Informationen sammeln, oft genug ist es der Schreibtisch – tragen doch auch die Eindrücke anderer dazu bei, einen Überblick über das zu bekommen, was aktuell in der Branche passiert. So auch mit einigen Studien und Zahlenmaterial, das wir für diese Ausgabe zusammengetragen haben.

FRANKFURT Auch wenn der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) zum Jahresgespräch in den Airport-Club im Frankfurter Flughafen eingeladen hatte, sind die Faltschachteldrucker weit entfernt von Höhenflügen. Auch die Zahlen des Jahres 2013 sind eher am Boden geblieben. Dennoch bilanzierte der FFI ein zufriedenstellendes Jahr 2013. Lesen Sie mehr auf Seite **20**.

TRIER Hätte Kaiser Konstantin geahnt, dass man in Trier durchaus auf Wasser verzichten kann, hätte er dann vor etwa 1.700 Jahren die Kaiserthermen gebaut? Mit Sicherheit. Denn in Trier kommen lediglich die Drucker der Tageszeitung ›Trierer Volksfreund‹ ohne Wasser aus, seitdem sie seit Kurzem mit einer neuen KBA Cortina arbeiten. Mehr über die nunmehr 20. Installation der KBA Cortina lesen Sie in der kommenden Ausgabe im Oktober 2014.

OLDENBURG Was machen die Deutschen am liebsten in ihrem Urlaub? Sich erholen natürlich. Und sie fotografieren, schreiben Postkarten und warten zu Hause auf Urlaubsgrüße. Und nach dem Urlaub lassen immer mehr ein Fotobuch drucken. Cewe hat dies in einer Studie herausgefunden (siehe Seite **14**). Und damit diese auch immer besser gedruckt werden können, investierte Cewe wieder in neue Drucktechnik von HP Indigo. Mehr dazu auf Seite **40**.

DÜREN Ach nein, wie idyllisch: eine Chemiefabrik mitten im Grünen. Eine, die Papiere und Folien beschichtet. Und das schon seit über 100 Jahren. Aber das mit dem Grün meint das Unternehmen wirklich ernst. Denn die Dürener Sihl legt größten Wert auf Nachhaltigkeit. Wie sich Sihl aufgestellt hat, was produziert wird und wie Umweltschutz gelebt wird, erfahren wir vor Ort und Sie in dieser Ausgabe ab Seite **28**.



I'm an
**Online
Printer**

*Auf www.diedruckerei.de registrieren, Produkt „Plakate“ wählen und mit Ihrem Gutscheincode sparen.
Kein Mindestbestellwert. Einmalig einlösbar und gültig bis 17.08.2014.

AUFMERKSAMKEIT GARANTIERT.

Nehmen Sie sich den Raum für Ihr Produkt. Wir drucken Ihre **Plakate in hoher Qualität** und in garantiert herausstechender Produktion: Wählen Sie aus einer großen Anzahl an Papiersorten, Grammaturen und Veredelungen – in verschiedenen Formaten. **Bestellen Sie bis 16 Uhr und wir versenden Ihre Standard-Drucksachen noch am selben Tag.**

PLAKATE

JETZT 5% RABATT SICHERN!*

- Registrieren bzw. einloggen auf
- www.diedruckerei.de
- Gutscheincode eingeben
- und **5% sparen**, z. B. bei der Bestellung von Plakaten!

BRAND PERFECT ANNUAL

Mit dem Ziel, den Austausch zwischen Unternehmen und Agenturen zu stärken, brachte Monotype jetzt das erste »Brand Perfect Annual« heraus. Das Jahrbuch umfasst eine Sammlung von Artikeln zu Themen wie Markenbildung, Design, Typografie, Technologie und Digital Media. Bei den Artikeln handelt es sich um aktualisierte



Fassungen der Artikel auf brandperfect.org sowie neue Beiträge wie »The Wisdom of the Age«. In diesem Bericht werden 20 Marken-, Design- und Entwicklungsexperten befragt, was sie 2013 beeinflusst hat und wie das in ihre Arbeit einfließen wird. Die Artikel zu den einzelnen Themen sind in vielen verschiedenen Schriften gestaltet, wobei die Schriften innerhalb einer Kategorie aufeinander abgestimmt sind und sich ergänzen.

- › www.brandperfect.org
- › www.monotype.com



PRINT POWER MAGAZIN

Print hat Power. Was kann diese Aussage besser belegen als herausragende Beispiele gedruckter Werbung? Im neuen Print Power Magazin finden sich zahlreiche Beiträge, wie Print dem Marketing-Mix erst richtig Power verleiht. Auf 60 Seiten erfahren die Leser Aktuelles zu Themen wie Druck, Papier und Werbeeffizienz gedruckter Medien. Im Magazin, das in Deutschland mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren verbreitet wurde, kommen Vordenker und bekannte Werbeprofis zu Wort, die begründen, warum gedruckte Medien immer noch ein wichtiger Werbekanal sind. Untersuchungen über die Effizienz des Printmarketings, Beiträge über Direktmailings, Kundenmagazine, Kataloge und Zeitschriften erläutern, warum Printmedien eine wesentliche Säule jeder erfolgreichen Werbekampagne sein sollten.

Print Power ist eine Kommunikationsinitiative, die seit zwei Jahren über die Effektivität und Vorzüge gedruckter Medien informiert. Die Träger von Print Power Deutschland sind Branchen-Verbände, Druck- und Papiermaschinenhersteller sowie Papierfabriken. Auch die Deutsche Post unterstützt die Initiative.

- › www.printpower.eu/de

KALENDERJAHRBUCH

Das vom Graphischen Klub Stuttgart herausgegebene »Kalenderjahrbuch 2014« ist jetzt unter dem Titel »gregor international calendar award 2014« erschienen. Mit einem hochwertigen Hardcover und einer aufwändigen Gestaltung präsentiert die Dokumentation auf 148 Seiten dem Liebhaber des hochwertigen Kalenderschaffens alle Siegerkalender des Awards 2014.

Insgesamt wurden 996 Kalender des Jahres 2014 aus Deutschland, dem europäischen Ausland, Japan und Israel zum Wettbewerb eingereicht, wobei Japan mit 75 Kalendern Spitzenreiter bei den internationalen Kalendern ist. Insgesamt wurden vom Graphischen Klub Stutt-



gart 47 Preise verliehen, davon sechs Mal Gold, zehn Mal Silber und neunzehn Mal Bronze. Insgesamt zehn Fotokalender schafften in diesem Jahr den Sprung in die Liga der »Ausgezeichneten Fotokalender« des im Rahmen des gregor international calendar award 2014 ausgeschriebenen photo calendar award.

Die Dokumentation mit Farbfotos und Kurzbeschreibungen der Kalender kostet 19,90 Euro plus 3,50 Euro Versand. Sie kann beim Graphischen Klub Stuttgart bestellt werden.

E-Mail: info@graphischer-klub-stuttgart.de

CANNES-LÖWE FÜR »THE PAPER SKIN«

Die Leica X2-Sonderedition »The Paper Skin« nutzt Produktdesign als außergewöhnliches Kommunikationsvehikel und macht ein Luxusprodukt zum Botschafter. Das von der Kreativagentur Geometry für den Feinstpapierhersteller Fedrigoni entwickelte Designprojekt »The Paper Skin« wurde beim 61. International Festival of Creativity in Cannes mit einem Bronzenen Löwen ausgezeichnet.



Überzeugt zeigte sich die Jury von der gleichermaßen spektakulären wie simplen Idee: Die aufwändig produzierte und veredelte Verpackung für eine Leica X2 Kamera erinnert an

ein exklusives Papier-Musterbuch mit 15 Lagen Feinstpapier. Der eigentliche Clou: Bei den kostspieligen Kameras handelt es sich nicht etwa um ein herkömmliches Kameragehäuse, sondern um eine auf 25 Exemplare limitierte Sonderanfertigung, bei der die schwarze Lederbanderole durch das perlmuttschimmernde Designpapier »Constellation Jade« ersetzt wurde. So wird bei der »Edition Fedrigoni« aus einer verpackenden zweiten Haut eine »Erste Haut: The Paper Skin«. Das eingesetzte Papier, das ein 16-stufiges Testverfahren mit starken Abreibungen, extremen Temperaturschwankungen und aggressiven Chemikalien bestand, entspricht den hohen Qualitätsansprüchen, wie sie der legendäre Kamerahersteller auch an andere Materialien stellt.

Nicht nur in Cannes begeisterte die Designidee. In kürzester Zeit erzielte »The Paper Skin« innerhalb der weltweiten Designszene eine enorme Resonanz. Der »Druckmarkt« brachte die Verpackung auf den Titel der Ausgabe 89, das Designmagazin »Novum« wählte das Papier als Umschlagpapier für seine März-Ausgabe und beim »Haptik Award 2014« vom Fachmagazin »Paperazzo« wurde die Leica Sonderedition mit dem ersten Platz in der Kategorie Verpackung ausgezeichnet.

- › www.fedrigoni.de



44,6 MILLIONEN DEUTSCHE (63,2% DER BEVÖLKERUNG) LESEN TÄGLICH GEDRUCKTE ZEITUNGEN.

MEHR ÜBER DIE LESEGEWOHNHEITEN DER DEUTSCHEN ERFAHREN SIE AB SEITE 12.



BIBEL DER KREATIVEN

›Lürzer's Archiv‹ gilt seit seiner Gründung im Jahr 1984 durch Prof. Walter Lürzer als eine der bedeutendsten Informations- und Inspirationsquellen für Werber. Sein 30-jähriges Bestehen feiert das Magazin nun mit einer Ausstellungstour, die nach ihrem Start in Hamburg im Mai und Frankfurt im Juli noch in Köln (16. bis 21. September, im Rahmen der Photokina) und New York (23. September, in den Räumlichkeiten des Art Director Clubs) halt machen wird: Auf großformatigen Fujifilm-Fine-Art-Prints werden den Besuchern 30 Favoriten der Redaktion, die in den letzten drei Jahrzehnten veröffentlicht wurden, gezeigt. Die Motive geben einen beeindruckenden Blick auf herausragende Beispiele der weltweiten Werbekreativität in den vergangenen drei Jahrzehnten.

Das redaktionelle Konzept des Magazins ist seit seiner Gründung so einfach wie genial: Kreative können ihre Arbeiten bei der Redaktion einreichen – gegliedert in die Rubriken Print, Film und Digital. Erweitert wird dieses Heftkonzept durch Interviews, die mit Kreativen geführt werden. Zwar passieren lediglich 7% aller eingereichten Arbeiten die redaktionelle Vorauswahl, doch beruht das Renommee des Magazins als unabhängiger Kurator für weltweite Werbung gerade auf dieser strengen Selektion.

› www.luerzersarchive.com

ENERGIEQUELLE WASSER

Wasser, Dampf und Sonne: Damit produziert Gmund Papier. Seit 185 Jahren wird Wasserenergie für die Papierproduktion und Stromerzeugung genutzt. Bei der neuesten Papierentwicklung für die Broschüre des BMW i8 ist es Gmund nach eigenen Angaben gelungen, bis zu 50% des Stroms rein aus Wasserenergie zu gewinnen.



›Mit einer neuartigen Verfahrenstechnik konnten wir bei der Energiegewinnung völlig neue Wege beschreiben‹, erklärt Inhaber und Gmund-Geschäftsführer Flo-



rian Kohler. ›Damit passt unser Papier perfekt zu dem nachhaltigen Mobilitätskonzept des BMW i8. Bis zu 75% des Stroms wurden mit regenerativer Energie gewonnen und 50% rein aus Wasserkraft. Das ist für uns ein großer Schritt und eine bahnbrechende Neuerung in der Papierindustrie.‹ Gmund investiert seit über 25 Jahren in Umweltechnologien. Die Umwelt Charta dokumentiert dieses Engagement in Bezug auf Wasserverbrauch, Rohstoffe, Energiegewinnung und Recycling. Jedes Gmund-Papier erhält ein Gmund-Eco-Zertifikat, das den Richtlinien der Umwelt Charta entspricht.

› www.gmund.com

DRUCKMARKT impressions

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können, oder die Informationen, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie etwa alle 14 Tage in unserem PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das auf der Internet-Seite des Druckmarkt publiziert wird.

Dabei ist ›Druckmarkt impressions‹ kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin im PDF-Format, das zeitversetzt oder parallel und als Ergänzung zu den in der Schweiz und in Deutschland publizierten Ausgaben erscheint. ›Druckmarkt impressions‹ ist ein ergänzendes Format mit Nachrichten, Basisartikeln, Anwenderreportagen, Termintabellen und aktuellen Terminen. Dabei machen die Links zu weiterführenden Informationen oder auf zurückliegende Ausgaben ›Druckmarkt impressions‹ zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben aktuell und zeitgemäß ergänzt.

Einfach und kostenlos im Internet bestellen!

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.