

Kurz und knapp vorab

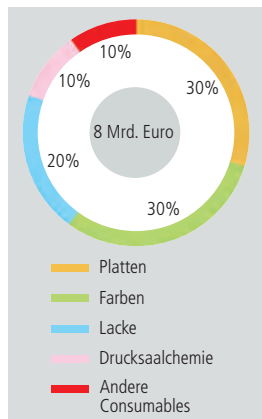


Wir haben im vorliegenden Heft nicht alles unterbringen können, was wir gerne hätten veröffentlichen wollen. Wichtige Neuheiten wollen wir Ihnen aber trotzdem nicht vorenthalten und fassen sie auf diesen beiden Seiten zusammen. Das eine oder andere Thema wird in der nächsten Ausgabe noch detaillierter vorgestellt.

Wer nicht bis zum nächsten Heft warten will (das nächste erscheint Mitte Februar 2015), dem empfehlen wir, die Ausgaben unserer »Druckmarkt impressions« kostenlos zu abonnieren. Hier informieren wir etwa alle 14 Tage (je nach Nachrichtenlage) über Ereignisse oder Neuigkeiten, die nicht bis zum nächsten Heft warten sollen. Hier lesen Sie zum Teil auch ausführliche Berichte, die Sie in den gedruckten Ausgaben nicht finden.

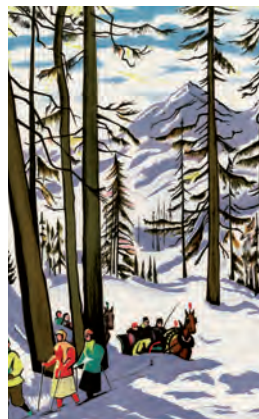
MÜNCHEN Print bleibt unverzichtbar und hat Chancen im digitalen Medienmarkt. Das ist das Fazit des diesjährigen Future Summit Print, der am 20. November rund 250 Marketingfachleute und Mediaentscheider im Haus des Süddeutschen Verlages zusammengebracht hatte und von Print Power Deutschland, dem Cluster Druck und Printmedien Bayern und dem Marketing-Fachmagazin Werben & Verkaufen (w&v) ausgerichtet wurde. Mit teilweise einfachen und überraschenden, aber wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen lieferten die Referenten den Beweis dafür, dass Print von anderen Medien weder überholt noch abgehängt ist. Das breite Programm, das von Werbung über Direct Mail und Versandhandel bis zur Haptik reichte, machte die Innovationskraft gedruckter Produkte in Verbindung mit digitalen Inhalten deutlich. Insbesondere das Argument der Haptik bei Gedrucktem müsse stärker nach außen getragen werden. Und bei aller Digitalisierung der verschiedenen Werbendisziplinen: Der Briefkasten bietet noch immer 100%-ige Erreichbarkeit aller relevanten Zielgruppen.

POING Dass Bücher-Produktionen und Digitaldruck kein Widerspruch sind, wurde Anfang November bei der Canon Publisher and Book Printer Conference 2014 mehr als deutlich. Anwender machten deutlich, dass unter einem Buch weit mehr zu verstehen ist als hinlänglich bekannt. Es bietet neue Anwendungen.



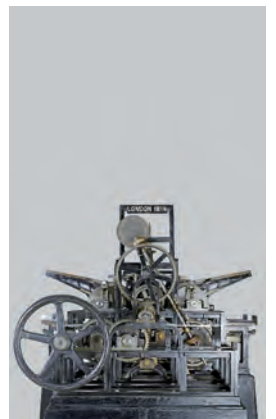
BRAUNSCHWEIG Den Verbrauchsmaterialien wird ein stabiles Marktvolumen von weltweit etwa 8 Mrd. Euro nachgesagt. Das weckt offensichtlich Begehrlichkeiten. In jüngster Zeit hat sich einiges getan. Welchen Weg beispielsweise Heidelberg gehen will, darüber informierte das Unternehmen bei einer Veranstaltung in den Räumlichkeiten von oeding print. Wir werden über das Thema Consumables in einer der nächsten Ausgaben noch ausführlich berichten.

NEUFFEN 2013 als Joint Venture der Matti Technology und bielomatik Leuze gegründet, stellte bielomatti im November erstmals die voll integrierte Maschinenkonfiguration PageMaster vor, die individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichsten Formaten und Seitenzahlen druckt und fertigt.



ZÜRICH Die Druckerei Wolfensberger hat sorgfältig ausgewählte Plakatdesigns aus dem letzten Jahrhundert für Sammler und Liebhaber in einem reduzierten Format, in nummerierten und signierten Kleinserien von je 500 Stück neu aufgelegt. Die im klassischen Steindruckverfahren von Hand gedruckten Blätter sind kleine Raritäten, die im Format 57 cm x 45 cm auf säurefreies Büttenpapier aus Hader gedrukt werden. » www.bestswiss.ch-shop

DRESDEN Weltpremiere auf den KAMA Finishing Days im November: »Folding Cartons on Demand« war das Motto der gemeinsamen Präsentation von HP Indigo und KAMA. Vorgestellt wurden die Indigo 30000, die FlexFold 52 und ein Workflow für die Herstellung digital gedruckter Faltschachteln.



WÜRZBURG Am 29. November 1814 wurde nach 360 Jahren Gutenberg'scher Handpresse erstmals eine Zeitung auf einer Doppelzylindermaschine mit Dampfmaschinenkraft gedruckt. Die Londoner »Times« nutzte dazu eine Maschine von Friedrich Koenig und Andreas Bauer. Damit feiert der maschinelle Zeitungsdruck sein 200-jähriges Jubiläum. Mehr über diese Geschichte von KBA in der Ausgabe 87 »Druckmarkt impressions«.



GIESSEN Im Nachgang zur photokina hatten wir Gelegenheit, das Canon Dream-Labo 5000 in Gießen genauer in Augenschein zu nehmen. Das 7-Farb-Inkjet-Drucksystem für fotografische Anwendungen in Premiumqualität wird vor allem für Fotobücher mit Flat-Bindung eingesetzt. Unser Beitrag folgt in Heft 95.



REMSCHIED Wie anders als durch Erfahrungsberichte von Anwendern lassen sich Vor- und Nachteile neuer Techniken erkennen? Deshalb waren wir auch nicht böse, dass wir uns zunächst bei der Druckerei Kyburz AG in Dielsdorf (Schweiz) über deren Erfahrungen mit LED-UV informieren konnten. Einige Tage spä-



LENNINGEN Im 29. Kalender der Papierfabrik Scheufelen ist Farbe das Leitthema. Entlang des Farbkreises entfaltet der Kalender 2015 einen Bilderbogen, der Licht in unterschiedlichen Brechungen präsentiert – und nebenbei Wissenswertes über die Wirkung der Farben auf das menschliche Gemüt erzählt.



DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH

Nicht alle Nachrichten sind es wert, auf Papier gedruckt zu werden. Insbesondere solche nicht, die nur einen begrenzten zeitlichen Charakter haben. Es gibt aber auch eine Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben einfach nicht unterbringen können, oder Informationen, die nicht auf das nächste Heft warten sollen oder können. Solche Branchen-News finden Sie (je nach Nachrichtenlage) etwa alle 14 Tage in unserem PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«, das auf der Internet-Seite des Druckmarkt publiziert wird.

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

Einfach und kostenlos im Internet bestellen!

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
impressions
Print, Media, Kommunikation und Design



DÜSSELDORF Fujifilm hat größere Aktualisierungen für den XMF Workflow angekündigt und diese auf dem XMF-User-Treff in Düsseldorf vorgestellt. Infolge der allgemeinen Entwicklung hin zu kleineren Auflagen, Produktdiversifikation und zu schnellen Durchlaufzeiten werden auch an die Arbeitsabläufe in der Vorstufe neue Anforderungen gestellt, die Fujifilm mit neuen Funktionen unterstützen will.



ter informierten wir uns in Remscheid bei der Druckerei Paffrath über die identische Technologie und ebenfalls in Kombination mit einer Rioby 920 Fünffarbenmaschine. Was wir bei diesen beiden Anwendern erfahren haben, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe beziehungsweise in »Druckmarkt impressions«. So viel aber vorab: Es ist kein Hokuspokus, sondern eine interessante Option zur klassischen Offsetproduktion. KBA hat jetzt übrigens ebenfalls eine LED-UV-Achtfarben-Rapida 106 ausgeliefert.



MORTSEL Agfa hat die Verfügbarkeit seiner neuen chemiefreien Druckplatte Azura TE angekündigt. Mit dem Direct-on-Press-Ablauf sollen die Produktionszeiten kürzer und Abfälle drastisch reduziert werden. Die Platte wird Teil des 2. Teils unserer Berichterstattung über Nachhaltigkeit in der Druckindustrie in unserer nächsten Ausgabe sein.