

impressions 13

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



worldwide published



QUELLE.

QUELLE.

QUELLE.

**Versiegen die Quellen für den Tiefdruck?
Die Katalogproduktion ein Auslaufmodell?**

Titelbild: nz-online

Jetzt neu!

Das erste PDF-Magazin der Branche.
Monatlich im Internet.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

- Fusion geplatzt, Verluste erwartet, Zeitungsmarkt im Minus
- Tiefdruck: In der Defensive
- Druck+Form 2009: Mehr als eine Regionalmesse
- Neues aus Prepress, Digitaldruck, Print & Finishing und Papier
- Termine, Events und Weiterbildung

www.quelle.de
über 6000 mal in Ihrer
0180-53100
www.quelle.de
über 6000 mal in Ihrer NÄ

Quark Publishing System®

Mehr Freiheit und Unabhängigkeit für Ihre tägliche Arbeit

Quark Publishing System® 8 setzt neue Maßstäbe für kreative und redaktionelle Workflows, indem es Marketingabteilungen, Agenturen, Corporate Publishern sowie Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen ermöglicht, sowohl QuarkXPress® mit QuarkCopyDesk® als auch Adobe InDesign® mit InCopy® in einem einzigen Workflowsystem zu verwenden.

QPS basiert auf offenen Standards und passt sich daher leicht den individuellen Bedürfnissen Ihres Unternehmens an. Die Benutzerfreundlichkeit und die einfache Installation ermöglichen eine nahtlose Integration in bestehende IT-Infrastrukturen. Die problemlose Anbindung an ergänzende Publikationsmodule machen QPS zur ersten Wahl für kosteneffizientes Publizieren.

QPS 8 ist gegenwärtig das flexibelste und am einfachsten anzuwendende Workflowsystem, das auf dem Markt erhältlich ist. Nur QPS bietet eine XML-basierte Job Jackets Technologie für die Prüfung von Layouts, um Fehler frühzeitig im Produktionsprozess zu vermeiden.

Kunden weltweit verlassen sich seit über 20 Jahren auf Quarks einzigartige Publishing-Lösungen. **Fordern Sie noch heute Ihre Testversion unter 040 / 853328-39 an, oder besuchen Sie uns im Web auf euro.quark.com/de**

©2008 Quark Inc. Alle Rechte vorbehalten. Quark, Quark Publishing System, QPS, QuarkXPress, QuarkCopyDesk, Job Jackets und das Quark Logo sind Marken oder eingetragene Marken von Quark, Inc. und der entsprechenden verbundenen Unternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Adobe, InDesign, InCopy und Flash sind entweder eingetragene Marken oder Marken von Adobe Systems Incorporated in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind das Eigentum der jeweiligen Besitzer.



Quark



Versiegen die Quellen für den Tiefdruck?

Inhalt:

- Markt & Zahlen**
- 04 Nachrichten
- 04 Heidelberg: bermals Verlust erwartet
- 06 Krise trifft Zeitungsmarkt
- 08 Happy End für den Bierdeckel
- Tiefdruck**
- 10 In der Defensive
- Prepress**
- 16 Eine Frage des Formats
- 18 Nachrichten
- Print & Finishing**
- 20 Ostsee Druck Rostock in ruhigem Fahrwasser
- 22 Nachrichten
- 24 Ohne Wasser und Zonenschrauben
- 26 Trends zu Mailing mit Veredelung ist ungebrochen
- 27 Value Added Printing
- Digitaldruck**
- 30 Fotobücher und mehr
- Termine, Bildung & Events**
- 32 Rückblick Druck+Form
- 38 Terminankündigungen
- 14 Impressum

Schlechte Nachrichten ist man inzwischen ja gewohnt. Auch in unserer Branche machen sie inzwischen fast schon die Mehrzahl aus: Kurzarbeit, Jobabbau, Schließungen, Insolvenzen und ähnliches mehr. Ob die jetzt abgesagte, aber nie öffentlich bestätigte, Fusion zwischen manroland und Heidelberg eine schlechte Nachricht ist oder nicht, mag in diesem Zusammenhang jeder für sich selbst entscheiden.

Negativschlagzeilen von außerhalb der Branche können es aber ebenso in sich haben. Auch wenn es eigentlich keine Überraschung mehr war, ist die Nachricht, dass der Versandhändler Quelle abgewickelt wird, kein gutes Zeichen für die Druckindustrie. Denn mit dem Versandhaus verschwindet einer der größten Kunden der Branche von der Bildfläche. Immerhin druckte Quelle jährlich zwei einige Zentimeter dicke Kataloge mit jeweils rund 1.400 Seiten und einer Auflage von neun Millionen Exemplaren. Ein richtig dicker Auftrag, den sich die zwei Tiefdruckereien Prinovis und Schlott teilten. Daneben erschienen zahlreiche Aktions-, Sonder- und Spezialkataloge mit einer Auflage von alleine in Deutschland noch einmal 560 Millionen Exemplaren.

Allein der im Sommer auf den »letzten Drücker« und mit einem staatlichen Notkredit gedruckte Winterkatalog belief sich auf ein Projektvolumen von 20 bis 25 Millionen €. Diese Umsatzquelle ist nun versiegt. Das wird die beiden Tiefdrucker zwar nicht komplett aus dem Ruder werfen, aber dennoch die Frage aufwerfen, wie es im Bereich der Kataloge weitergehen wird und kann. Auch wenn der bvdM in einer Meldung darauf hinweist, welche Bedeutung Kataloge haben, wird es den schleichenden Niedergang dieses Mediums kaum aufhalten können. Verlierer dabei ist eindeutig der Tiefdruck, der ja quasi dazu verdammt ist, nur höchste Auflagen zu drucken (lesen Sie dazu unseren Beitrag auf Seite 10).

Bei dieser unerfreulichen Geschichte lässt sich kein Gewinner ausmachen, noch nicht einmal das Internet. Der Katalog gilt nach wie vor als Schrittmacher für den Internet-Handel. Doch das Druckvolumen aus Nürnberg ist verloren.

Ihr


Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





FUSIONSGERÜCHTE

Heidelberg und manroland DIE NIE BESTÄTIGTE FUSION IST GEPLATZT

Die Fusion zwischen den beiden Druckmaschinenherstellern Heidelberg und manroland, über die seit Monaten spekuliert wurde, ist gescheitert. Vorerst, wie Medien berichten. Wer bei den nie offiziell bestätigten Fusionsverhandlungen die Bremse gezogen hat, liegt ebenso im Bereich der Spekulationen wie die Gründe dafür. Die einen machen die wenig erfreulichen Zahlen Heidelbergs für das zweite 2. Quartal 2009 (siehe Beitrag rechts) und die daraus abzuleitenden Perspektiven der Heidelberger Maschinenbauer dafür verantwortlich, andere gehen davon aus, dass die Entscheidung direkt oder indirekt bei manroland gefallen sei.

65% des Aktienkapitals der manroland AG hält die Private-Equity-Gesellschaft Allianz Capital Partners, eine Tochter des Allianz-Konzerns, der wiederum mit etwa 12% an Heidelberg beteiligt ist. Bei den Gerüchten der vergangenen Monate um eine Fusion habe die Allianz bislang die Rolle der treibenden Kraft im Hintergrund gespielt.

Ob zu einem späteren Zeitpunkt weitere Verhandlungen geführt werden oder ob die Fusion völlig abgeblasen ist, lässt nunmehr wieder Raum für Spekulationen, an denen wir uns nicht beteiligen werden. Erst wenn Fakten vorliegen, werden wir uns dieses Themas annehmen.

nico

Anhaltende Investitionszurückhaltung

QUARTALSUMSATZ VON 500 MIO. € LÄSST ABERMALS VERLUST ERWARTEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG geht aufgrund der Zahlen des 2. Quartals (1. Juli bis 30. September) des Geschäftsjahres 2009/10 sowie aktueller Konjunktur- und Marktprognosen davon aus, dass es im Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres nicht zu einer Steigerung des Investitionsniveaus in der Druckin-



dustrie kommen wird. Nach vorläufigen Berechnungen lagen der Auftragseingang und der Umsatz mit rund 530 Mio. € beziehungsweise 500 Mio. € im 2. Quartal auf dem Niveau des Vorquartals. Dabei sei die Auftragslage international uneinheitlich und werde geprägt durch die schwierige Lage in den USA, in Japan und europäischen Märkten, die von einzelnen Märkten in Europa und Asien mit gutem Verlauf nicht kompensiert werden könne. Die Kapazitäten der Kunden seien aufgrund der geringen Ausgaben im Werbesektor nach wie vor sehr schwach ausgelastet, was zu einer anhaltenden Investitionszurückhaltung führe. Für die Folgequartale erwartet der Heidelberg-Vorstand, dass sich die Umsätze nicht wesentlich erhöhen und damit unter den eigenen Erwartungen liegen. Im Gesamtge-

schäftsjahr wird der Umsatz von Heidelberg noch einmal deutlich unter dem Niveau von 2008/09 liegen. Zudem geht der Vorstand aufgrund des niedrigen Umsatzvolumens von einem negativen Betriebsergebnis aus, das zwischen minus 110 Mio. € und minus 150 Mio. € liegen wird.

Geschäftsleitung und Belegschaftsvertreter haben sich inzwischen nach langen Verhandlungen auf einen Sozialplan und Interessenausgleich an den deutschen Standorten geeinigt. Zusammen mit den nun vereinbarten Maßnahmen trennt sich Heidelberg weltweit von rund 4.000 Mitarbeitern, davon rund 1.500 in Deutschland. Bislang war immer von bis zu 5.000 wegfallenden Stellen die Rede. Die angestrebten Kostenreduzierungen im Konzern sollen jedoch dem entsprechen, was dem Umfang des Abbaus der Personalkapazitäten um bis zu 5.000 Stellen weltweit bis zum Geschäftsjahr 2010/11 entspricht. Dies soll durch den Verzicht auf tarifliche und übertarifliche Leistungen sowie die Vereinbarung von flexiblen Arbeitszeitmodellen erreicht werden.

➤ www.heidelberg.com

Strategische Allianz

KBA UND TPH: EXKLUSIVE VERTRIEBSPARTNERSCHAFT

Die Koenig & Bauer AG, Würzburg, und der im indischen New Delhi ansässige Druckmaschinenhersteller The Printers House (TPH) haben »zur Verstärkung ihrer globalen Marktpräsenz« eine Vertriebspartnerschaft vereinbart. Danach übernimmt KBA mit seinem Vertriebs- und Servicenetz in den meisten Ländern die Vertriebsaktivitäten für die Einfachumfangrotationen der TPH »Orient«-Baureihe. Im Gegenzug vertreibt TPH das Portfolio der KBA-Hochleistungsrotationen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck auf dem indischen Subkontinent. Durch diese Allianz können die beiden Unternehmen künftig einfach-, doppelt- und dreifachbreite Rollenoffsetrotationen in unterschiedlichen Konfigurationen und Leistungsklassen von 16.000 Ex./h bis 90.000 Ex./h anbieten. Mit mehr als 1.000 installierten Druckeinheiten ist TPH ein bedeutender Hersteller für einfachbreite Zeitungsdruckanlagen. Die Baureihen mit einfachem Zylinderumfang decken die Leistungsklassen von 16.000 Ex./h bis 50.000 Ex./h ab. TPH liefert Mono-Druckeinheiten für den 1/1-Druck, zu Vierer- oder Achtertürmen stapelbare Druckeinheiten, automatische Rollenwechsler mit aufgesetzter Stapel-druckeinheit für den 1/1-Druck, 3-Farb-Satelliten, Räderfalz- und Klappenfalzwerke im Zylindersystem 1:2:2. Die TPH-Maschinen sind außer auf dem indischen Subkontinent bisher besonders in China, Russland und im Mittleren Osten verbreitet.

➤ www.kba-print.de



Kooperationsvertrag

IT-POWER UND GEORG KOHL ARBEITEN ENGER ZUSAMMEN

IT-Power, Tochtergesellschaft der Stadtwerke Flensburg GmbH, und der Daten- und Druckspezialist Georg Kohl aus Brackenheim bei Heilbronn arbeiten künftig enger zusammen. Beide Firmen unterzeichneten am 1. September 2009 einen entsprechenden Kooperationsvertrag. Gegenstand ist die gemeinsame Entwicklung und der Vertrieb von Produkten und Leistungen wie Beratungsleistungen im SAP-Umfeld, der Dokumententwicklung mit StreamServe sowie um Tagespostanwendungen. Hinzu kommen sämtliche Leistungen aus den Kompetenzfeldern data, docu und dialog von Georg Kohl mit Schwerpunkten Portoservices, Adressservices und Rücklaufbearbeitung. Zudem wurden die Firmen Georg Kohl GmbH und die Tochterfirma Direkt Com unter dem Namen Georg Kohl GmbH verschmolzen. Das Ergebnis ist ein modulares Portfolio aus aufeinander aufbauenden Datenmanagement- und Dialogmarketing-Leistungen. Dabei profitieren Dialogmarketing-Kunden weiterhin von der technischen Kreativität, die Direkt Com bei der Umsetzung von Mailings auszeichnet und können nun zusätzlich die medienneutrale Datenmanagement-Kompetenz von Georg Kohl nutzen. »Die neue Markenstrategie bündelt all unsere Leistungen unter einem



Dach. Das macht es unseren Kunden einfacher, Angebote aus verschiedenen Kompetenzfeldern zu beziehen«, so sich die Vorsitzende der Geschäftsführung, Ulrike Hausmann

› www.it-power.org

› www.georgkohl.de

Agfaphoto

RÜCKKEHR IN DAS FOTO-FINISHING

In der Welt der analogen Fotografie war Agfa eine feste Größe. Der Wechsel zur digitalen Fotografie allerdings war holperig und endete 2005 mit dem Konkurs der Tochter Agfaphoto GmbH. Markeninhaber Agfa-Gevaert und die Agfaphoto-Holding als Mutter der GmbH, die den Markennamen für den Consumer-Bereich lizenziert hatte, überlebten. Nach Jahren des Rechtsstreits um die Nutzung des immer noch immer angesehenen Markennamens »Agfa« darf die Agfaphoto-Holding diesen nun weiter benutzen und will sich ein neues, altes Geschäftsfeld erschließen: Das Foto-Finishing, also das Entwickeln von Fotos; wozu heute auch Fotobücher und ähnliche Produkte zählen. Dazu soll es auch eine passende Software geben, mit der die Endkunden ihre Produkte gestalten können. Für Produktion, Logistik, Vertrieb und Werbung hat sich Agfaphoto dazu die Infox GmbH mit an Bord geholt, einen Dienstleister, der sonst hauptsächlich für die Touristik-Branche arbeitet.

› www.agfaphoto.com

Luzar übernimmt CLC Nord

UNTERNEHMENSVERBUND SOLL PORTFOLIO ERWEITERN

Die Luzar Gruppe, Düsseldorf, hat am 25. September 2009 den Geschäftsbetrieb der Computer Laser Center Nord GmbH übernommen. Der Geschäftsbetrieb des in Hamburg ansässigen Unternehmens soll nach den Informationen von Luzar in die Luzar-Tochter Elektronische Publishing Systeme GmbH (EPS) mit Sitz in Barsbüttel bei Hamburg integriert werden. EPS ist als Teil der Gruppe vorwiegend im norddeutschen Raum im Bereich Prepress, Publishing und Large Format Printing tätig. Das Angebot soll nun Publishing, Digitaldruck, Large Format Printing, Proof, Color Management, CtP sowie Workflow- und Datenbank-systeme beinhalten. Neben Systemlösungen will die Luzar Gruppe ein umfangreiches Programm an Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen für unterschiedliche Produktbereiche anbieten.

› www.luzar.de

FKS und Schneider Senator

NEUE PARTNERSCHAFT:

»FÜR BESSERES ABSCHNEIDEN«

Die Schneider Senator SSB GmbH und FKS – Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG gaben eine neue Partnerschaft bekannt: FKS übernahm im September 2009 Vertrieb und Service der Schneider Senator-Produkte in den FKS-Vertriebsgebieten Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen. FKS



ist ein Anbieter von grafischen Maschinen mit Lösungen für »Alles nach dem Druck«. Die Produktpalette umfasst Maschinen zum Broschürenfertigen, Zusammentragen, Klebebinden, Digitalbogenfinishing, Falzen sowie zum Laminieren und UV-Lackieren. Jörg Stutz, Geschäftsführer von FKS: »FKS hat sich in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt. Mit unseren jungen Kernkompetenzen wie dem Lackieren und Laminieren ergab sich zwangsläufig auch die Anforderung größerer Formate als bisher weiterzuarbeiten. Die Schnellschneider von Schneider Senator erfüllen diese Anforderungen.« Auch Hans-Christian Joost, Geschäftsführer von Schneider Senator, freut sich über die neue Partnerschaft. Schneider Senator bietet mit den direkt angetriebenen Modellen E-Line 78 und 92 zwei ideal auf die Bedürfnisse von Digitalfinishing abgestimmte Modelle an.

› www.fks-hamburg.de

Jetzt testen:
www.drucktuchtest.de

BIRKAN
Drucktuchtechnik GmbH
Blankets for Master Printers

BIRKAN
since 1924



KBA-Vorstand Christoph Müller: »WIRTSCHAFTSKRISE TRIFFT DEN ZEITUNGSMARKT MASSIV«

»Die Krise trifft auch den Zeitungsmarkt.« Mit diesen Worten fasste Christoph Müller, Vertriebsvorstand für Rollendruckmaschinen, den mit der Finanz- und Wirtschaftskrise massiv verschärften Einbruch der Investitionen in der Zeitungsbranche zusammen. So werden die weltweiten Investitionen 2009 (ohne Japan) in neue Zeitungsdruckmaschinen nur etwa 400 Mio. € erreichen gegenüber 520 Mio. € im schon schlechten Vorjahr und 1,5 Mrd. € im Spitzenjahr 2005.

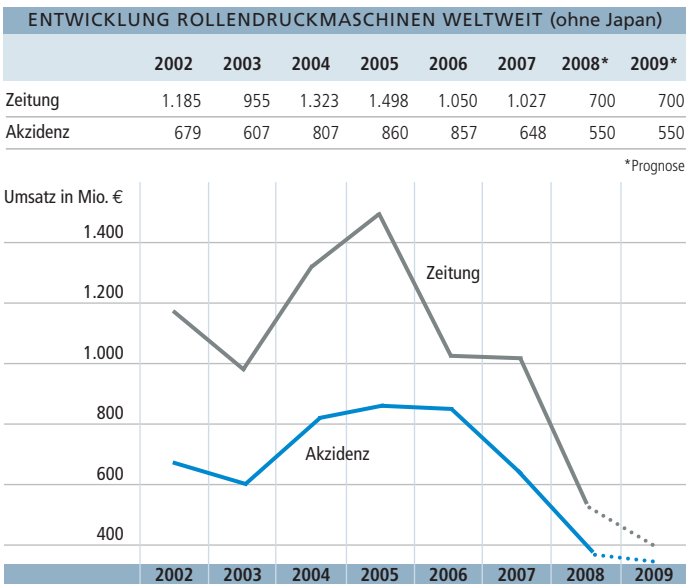
Trotz erster Anzeichen für ein Ende der konjunkturellen Talfahrt sieht Müller angesichts der relativ geringen Anzahl neuer Projekte auch für 2010 und 2011 noch kein Ende der Durststrecke für die Lieferindustrie. Am eklatantesten sei der Markteinbruch in den USA, aber auch in Europa und Asien, selbst in den Wachstumsmärkten China und Indien werde seit fast zwei Jahren deutlich weniger investiert.



Christoph Müller, Vertriebsvorstand für Rollendruckmaschinen, den mit der Finanz- und Wirtschaftskrise massiv verschärften Einbruch der Investitionen in der Zeitungsbranche zusammen. So werden die weltweiten Investitionen 2009 (ohne Japan) in neue Zeitungsdruckmaschinen nur etwa 400 Mio. € erreichen gegenüber 520 Mio. € im schon schlechten Vorjahr und 1,5 Mrd. € im Spitzenjahr 2005.

Großprojekte wie die vier von der kanadischen Transcontinental Inc. im Frühjahr 2009 bei KBA bestellten Commander CT-Anlagen gebe es derzeit am Weltmarkt kaum. Die nahezu abgeschlossene Umstellung auf den Vierfarbendruck, freie Druckkapazitäten durch Auflagenrückgänge und weniger Seiten, die Einstellung vieler Gratiszeitungen, bisher nur in seltenen Fällen wirtschaftlich erfolgreiche Online-Aktivitäten, die Zusammenlegung von Druckstandorten, die enorme Produktivität moderner Rotationsanlagen, Finanzierungsprobleme in einigen Ländern und die durch die Krise gewachsene Unsicherheit vieler Verleger über den richtigen Weg im Medienschungel lähmen die Investitionsbereitschaft und hinterlassen ihre Spuren in der Lieferindustrie. Müller: »Viele Hersteller sind finanziell angeschlagen. Fusionen oder Übernahmen werden immer wahrscheinlicher.«

» www.kba.com



Marktanalyse Siebdruck ORIENTIERUNGSHILFE UND PERSPEKTIVEN

Im Auftrag des bvdm-Fachbereichs Siebdruck und der Fachgruppe Siebdruck im Deutschen Institut Druck führte die Hochschule der Medien Stuttgart Anfang 2009 eine Untersuchung zur aktuellen Marktsituation des Siebdrucks durch. Die Studie stützt sich auf eine breit angelegte Befragung von Siebdruck-Unternehmen und Zulieferbetrieben sowie Experteninterviews. Die Ergebnisse der Arbeit sind nun in einem Abschlussbericht erschienen. Die Studie beleuchtet unter anderem die Fragen »Wo steht der Siebdruck heute?«, »Was sind die Stärken und Möglichkeiten des Verfahrens?«, »In welchen, vor allem auch technischen Bereichen wird Siebdruck eingesetzt?« Ebenso wird auf den Einfluss konkurrierender Druckverfahren sowie Nischenanwendungen, aktuelle Entwicklungen und Alleinstellungsmerkmale des Siebdrucks eingegangen. Durch die Stärken des Siebdrucks und die nahezu unendlichen Anwendungsgebiete gehört er bis heute zu den dominierenden Druckverfahren auf dem Markt. Dennoch hat es in der Branche einschneidende Veränderungen gegeben, die die Unternehmen zwingen, sich anzupassen und ihre Strategien zu überdenken.

Die nun vorliegende Studie soll als Orientierungshilfe dienen sowie Perspektiven und Möglichkeiten aufzeigen.

Die 40-seitige Broschüre im A4-Format kann über die Druck- und Medienverbände zum Preis von 79 € (Mitglieder) bzw. 149 € bezogen werden.

» www.bvdm-online.de

Igepa Papiergroßhandel ÜBERNAHME DER NEEB GRAPHIC SYSTEMS

Zum 01. Oktober 2009 hat die Igepa Papiergroßhandel GmbH das Fachhandelshaus Neeb Graphic Systems in Hanau übernommen. Mit dieser Übernahme wird das Spektrum des Papiergroßhandels um ein umfangreiches Produktsortiment mit Verbrauchsmaterialien sowie hochwertigen Investitionsgütern wie CtP-Systeme und Digitaldruckmaschinen ergänzt. Der Geschäftsbereich Siebdruck & Werbetechnik ist bei Igepa seit Jahren mit Bedruckstoffen, Folien und Platten sowie einem großen Angebot an großformatigen Plotterlösungen etabliert und wird nunmehr vervollständigt.

Neeb Graphic Systems wurde 1961 als grafischer Fachgroßhandel gegründet und wird seit 1998 von Thomas Neeb geleitet. Beschäftigt werden elf Mitarbeiter. Das Unternehmen ist in die Profitcenter Large Format Printing (Plotter, Systeme und Materialien), Materialien, Geräte, Systeme und Dienstleistungen (Filme, Druckplatten, Druckchemie etc.) und elektronisch-digitale Systeme (CtP-System, Anwendungssoftware, Workflow- und Vernetzungslösungen, Speichermedien und Peripheriegeräte) unterteilt. Die Synergieeffekte bestehen aus den neuen Handelsprodukten der Neeb Graphic Systems in Kombination mit dem Lager- und Logistikportfolio der Igepa Papiergroßhandel GmbH.

Lothar Bauer, Geschäftsführer der Igepa Papiergroßhandel GmbH zeigt sich überzeugt, dass dieser Schritt das Angebot für die Kunden sinnvoll ergänzt und sich die bereits hohe Akzeptanz im Markt weiter verstärken wird.

» www.igepagroup.com

Zanders

ALS EINE MARKE DES JAHRHUNDERTS AUSGEZEICHNET

Die Marke »Zanders« wurde von der Redaktion der Deutschen Standards und einem Beirat der renommiertesten Marken-Experten Deutschlands unter Vorsitz von Bernd Michael, dem Präsidenten des Deutschen Marketingverbandes, zu einer der Marken des Jahrhunderts ausgewählt.

Am 15. Oktober 2009 wurde in Frankfurt der Markenpreis der Deutschen Standards durch

Sonderausgaben, die ebenfalls auf Papieren aus dem Hause Zanders produziert wurden, über eine Kooperation mit »Deutschland – Land der Ideen« weltweit platziert.

In einem aus diesem Anlass geführten Interview mit Dr. Florian Langenscheidt machte Heikki Husso ganz deutlich: »Es ist wichtig, eine Beziehung zu einer Marke aufzubauen. Das gilt für uns als Spezialpapierhersteller in



Dr. Florian Langenscheidt (links) überreicht Zanders-Geschäftsführer Heikki Husso die »DS-Steele«. Rechts die Ausgabe des Buches in deutscher Sprache.

Dr. Florian Langenscheidt an die M-real Zanders GmbH überreicht. Heikki Husso, Geschäftsführer der M-real Zanders GmbH, nahm den Preis im Rahmen eines Festaktes entgegen. In dem von Dr. Florian Langenscheidt herausgegebenen Buch »Marken des Jahrhunderts« werden mehr als 250 Produkte »Made in Germany« nominiert. Darunter findet man berühmte Marken, wie Mercedes, Haribo, Deutsche Lufthansa und Deutsche Bank.

Dieses Standardwerk der deutschen Wirtschaftsgeschichte wurde komplett mit Spezialpapieren aus dem Hause M-real Zanders produziert: Der Inhalt wurde gedruckt auf Zanders medley plus und pure, für den Einband hat man Zanders EfaIn verwendet.

Zusätzlich zu der deutschsprachigen Hauptausgabe, die unter anderem in deutschen Botschaften, Auslandshandelskammern und Goethe-Instituten weltweit verteilt wird, werden die englischen und chinesischen



besonderem Maße. Ich denke dabei an traditionelle Marken wie Zanders Gohrsmühle, die bereits über 100 Jahre alt sind, aber auch an Marken wie Chromolux, die als Inbegriff für Hochwertigkeit und technischen Anspruch stetig verbessert und den Marktbedürfnissen angepasst werden müssen.«

› www.zanders.de

NEU!

eleverprinting®

PDF/X UND COLORMANAGEMENT

AUSGABE 2009

CREATIVE SUITE 4
ACROBAT 9
QUARK XPRESS 8
TESTFORM 2009

EIN WORKSHOP
FÜR DIE PERFEKTE
ERSTELLUNG VON
DRUCKDATEN

Der PrePress-
Bestseller mit über
150.000
Downloads!

PDF/X und Colormana- gement 2009

Ein Workshop für die
perfekte Erstellung von
Druckdaten

...„es gibt keine Veröffentlichung, die so anschaulich, präzise und auf das Wesentliche konzentriert diese wichtigen Themen der Vorstufe beschreibt“...

Eike Hagemann, Ausbildungsleiter
am BBZ 2 in Saarbrücken.

- 148 Seiten topaktuelles PrePress- und Grafik-Know-how
- Erweiterte und komplett überarbeitete Ausgabe 2009
- Creative-Suite 4, Acrobat 9, XPress 8, neue ISO-Profile
- Neue Testform, neue Themen, viele neue Specials

Jetzt **KOSTENLOS**
als PDF downloaden!

www.cleverprinting.de



Happy-End für den Bierdeckel

PAPIERFABRIK AUGUST KOEHLER ÜBERNIMMT KATZ-GROUP

Seit mehr als 100 Jahren werden Bierdeckel für die ganze Welt im Schwarzwald produziert – und das wird auch so bleiben. Zum 1. Oktober 2009 übernahm die Oberkircher Papierfabrik August Koehler AG den seit April 2009 insolventen Bierdeckel- und Pappenproduzenten Katz Group aus Weisenbach im Murgtal. Katz hatte bis vor kurzem weltweit Marktanteile von bis zu 65% und soll als eigenständiges Unternehmen in die Koehler-Gruppe integriert werden. Als neuer Geschäftsführer wird Daniel Bitton die Produktion auf die Standorte Weisenbach und USA konzentrieren. Mit Ausnahme des Werks in Großschirma in Sachsen werden alle Standorte der Katz-Gruppe beibehalten. Investitionen in Höhe von 6 bis 8 Mio. Euro sollen den Absatz in den kommenden zwei Jahren wieder auf Touren bringen. Für die rund 160 Arbeitnehmer in Weisenbach bedeutet die Übernahme durch Koehler den Erhalt ihrer Arbeitsplätze. »Wir sind froh, den Fortbestand eines des traditionsreichen Unternehmens zu gewährleisten, den Mitarbeitern eine Perspektive zu bieten und der Region Impulse zu geben«, sagt Kai M. Furler, kaufmännischer Vorstand der Koehler AG.

Das Produktsortiment, bestehend aus Bierdeckeln, Pizzakartons und Tortenhebern, bleibt unverändert. »Mit Investitionen und Modernisierungen werden wir Produktion und Absatz in den kommenden zwei Jahren wieder auf 3,2 Milliarden Bierdeckel im Jahr steigern«, so Werner A. Ruckenbrod, technischer

Vorstand der Koehler AG. »Das geht nur mit einem starken und verlässlichen Partner wie Koehler.«

Katz-Gruppe: Höhen und Tiefen

Die Katz-Gruppe hat vor allem in den letzten Jahren viele Höhen und Tiefen durchlebt. 1978 wurde das 1903 gegründete Familienunternehmen zum ersten Mal aufgekauft – damals von der Unternehmensgruppe Pfeleiderer. Katz expandierte im Eiltempo und wurde zum Weltmarktführer im Bereich der Bierdeckel. Das rief Investoren auf den Plan, die Katz 2005 übernahmen, die aber nicht in der Lage waren, den Folgen der Wirtschaftskrise rechtzeitig zu begegnen. Der Absatz bei Katz ging zurück – am 14. April 2009 musste das Unternehmen die Insolvenz beantragen.

Optimismus herrscht nach der Übernahme auch bei Koehler. »Wir waren schon lange auf der Suche nach einem neuen, Erfolg versprechenden Produkt. Mit einem Werkstoff wie Pappe betreten wir bei Koehler neues Terrain. Wir sind aber sicher, dass uns dieser Weg international noch weiter voranbringen wird«, so Bruno O. Schwelling, Vorstand Finanzen und Verwaltung der Koehler AG. »Koehler und Katz passen gut zusammen«, befindet auch Kai M. Furler, Familienmitglied in der achten Generation im Koehler-Vorstand, »denn beide Unternehmen weisen zahlreiche Parallelen auf: Beide sind gewachsen, kommen aus dem Mittelstand, sind Weltmarktführer mit Traditionsprodukten und haben den Anspruch, Kostenführer zu sein. Damit entsprach die Katz-Gruppe von Beginn an voll unseren Anforderungen.«



Bierdeckel sollen nach wie vor im Schwarzwald hergestellt werden. Die Papierfabrik Koehler übernahm nun den Weltmarktführer Katz-Group.

Ehrgeizige Pläne

Die Papierfabrik August Koehler AG in Oberkirch wurde 1807 gegründet und hat sich seitdem als Produzent von Spezialpapieren am Markt weltweit etabliert. Das Sortiment umfasst die fünf Produktparten Fein- und Spezialpapiere, farbige und technische Papiere, Dekor-papiere, Selbstdurchschreibepapiere und Thermopapiere. Bei den Thermopapieren bezeichnet sich Koehler als Weltmarktführer – Kassenbons in aller Welt werden auf Koehler-Qualität gedruckt. Die Katz Group mit Hauptsitz in Weisenbach hat sich vornehmlich auf die Produktion und Vermarktung von Bierdeckeln spezialisiert. Zuletzt betrug der Marktanteil in diesem Segment in Europa rund 55%, in den USA sogar 93%.

- www.koehlerpaper.com
- www.thekatzgroup.com

m-real

BETRIEBSERGEBNIS ERNEUT NEGATIV

Das 3. Quartal des laufenden Jahres zeigt im Vergleich zum 2. Quartal zwar einen höheren Umsatz, dennoch rutschte das Betriebsergebnis ins Minus. m-real setzte 618 Mio. € um (im Quartal zuvor 585 Mio. €). Das Betriebsergebnis liegt bei –22 Mio. € (–70 Mio. € im 2. Quartal 2009). Die Geschäftszahlen für die ersten neun Monate 2009 zeigen einen Umsatz von 1.826 Mio. € (2.514 Mio. € im Vorjahr). Das Betriebsergebnis beträgt –157 Mio. €. 2008 machte m-real noch einen Gewinn von 16 Mio. €.

- www.m-real.com

International Paper

DREI PAPIERFABRIKEN WERDEN GESCHLOSSEN

Der amerikanische Papierkonzern International Paper legt drei Fabriken in den USA still und streicht 1.600 Stellen. Betroffen sind Werke in Virginia, Kalifornien und Oregon. Eine Papiermaschine in Oklahoma, die bereits stillsteht, wird nicht wieder anlaufen. Damit nimmt das Unternehmen 2,1 Mio. Tonnen Papier vom Markt. Es verbleiben dem Konzern in Nordamerika noch eine Kapazität von 10 Mio. Tonnen Wellpapperohpapier; 2,6 Mio. Tonnen ungestrichenes Zeitungspapier und 1,7 Mio. Tonnen gestrichener Karton.

- www.internationalpaper.com

Sappi

WERKSSCHLIESSUNG IN FINNLAND GEPLANT

Anfang 2009 hatte m-real den Verkauf seiner grafischen Papiere an Sappi abgeschlossen. Nun will der südafrikanische Konzern das Werk im finnischen Kangas schließen, da in Europa weniger gestrichenes Magazinpapier verbraucht würde.

- www.sappi.com



6,5 Mio. Euro Schadensersatz BALDWIN UND TECHNOTRANS BEENDEN PATENTSTREIT

Die Baldwin Germany GmbH als Klägerin und die Technotrans AG als Beklagte haben sich geeinigt, das seit Jahren anhängige Verfahren um die Verletzung eines Patentes auf dem Wege des außergerichtlichen Vergleichs zu beenden. Technotrans wird nach eigenen Angaben eine Schadensersatzzahlung in Höhe von 6,5 Mio. Euro (circa 9,6 Millionen US-Dollar) an Baldwin leisten. Im Gegenzug verpflichtete sich Baldwin, das Verfahren vor dem Landgericht Düsseldorf für erledigt zu erklären. Die Vorstände beider Parteien sind laut Technotrans zu der Überzeugung gelangt, dass diese Lösung im Interesse beider Unternehmen ist. Durch den Vergleich werde das operative Ergebnis der Technotrans AG im 3. Quartal 2009 entsprechend negativ belastet.

➤ www.baldwintech.com/de

➤ www.technotrans.de

technotrans GESCHÄFTSBEREICH GDS AUF EIGENE FÜSSE GESTELLT

Die technotrans AG verselbständigt den Geschäftsbereich global document solutions. Als Dienstleister für die Erstellung von Technischen Dokumentationen und Software-Entwickler und -Anbieter wird die gds AG zukünftig eigenständig am Markt auftreten. »technotrans ist ein Technologie-Unternehmen und gds ein reines Dienstleistungsunternehmen. Den gds-Kunden diesen Spagat zu erklären, war in der Vergangenheit nicht immer ganz einfach,« erläutert Henry Brickenkamp, Sprecher des Vorstandes der technotrans AG den Hintergrund dieser Entscheidung. »Als selbstständige Tochtergesellschaft kann die gds AG ihre eigene Kernkompetenz am Markt besser darstellen und damit Wachstumspotenziale schneller erschließen.« Der Geschäftsbereich gds hat sich aus der konzerninternen Abteilung für Technische Dokumentation entwickelt.

➤ www.technotrans.de

ECRM 40-JÄHRIGES FIRMEN- JUBILÄUM

Am 28. März 1969 gründeten Samuel J. Mason, William Schreiber und Donald Troxel, die am Massachusetts Institute of Technology arbeiteten, ECRM. Die Abkürzung ECRM stand ursprünglich für »Electronic Character Recognition Machinery«. Mittlerweile liegt der Schwerpunkt nicht mehr auf OCR-Erkennungssystemen, sondern nach dem Kauf 1983 durch Richard Black und William Givens auf Belichtern. 1995 wurde das erste CtP-System vorgestellt. Seit 2002 entwickelt ECRM Violett-Laser-Systeme für die Plattenbelichtung, die als Baureihe »Mako« auf dem Markt sind. 2006 kaufte ECRM das Polyester-CtP-Geschäft von Esko Graphics. Das Unternehmen fertigt in Tewksbury, Massachusetts. Mittlerweile hat es 27.000 Belichter weltweit ausgeliefert, darunter rund 5.000 CtP-Systeme.

➤ www.ecrm.com

SPS Rehmus MANAGEMENT-BUY-OUT FOLGT WERKSSCHLISSUNG

Nur vier Monate, nachdem SPS zu einem Tochterunternehmen der Steinemann Technology AG wurde, musste im April dieses Jahres Insolvenz angemeldet werden. Das Unternehmen, das in Seevetal und Wuppertal tätig ist, heißt nun nach einem Management Buy-Out SPS Technoscreen. Geschäftsführerin ist Kirsten Brast. Als erste Maßnahme unter der neuen Führung wurde das Werk in Seevetal bei Hamburg geschlossen. »Die Komplettproduktion aller Elemente einer Drucklinie wurde mit der Endmontage und betriebsinternen Abnahme zusammengeführt und an erweiterte Fertigungsstätten in Zentraleuropa verlegt«, heißt es aus Wuppertal. Die Ersatzteilversorgung und der Kundendienst werden nun ebenfalls von SPS Technoscreen angeboten. Auch Neuanlagen sollen zeitgerecht geliefert werden.

➤ www.sps-technoscreen.de



HIFLEX
MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems



HIFLEX GmbH
T +49 241-1683-0
info@hiflex.com
www.hiflex.com



In der Defensive

Stehen Rollenoffsetdrucker bald vor dem gleichen Problem wie der Tiefdruck?
Eine Analyse der Marktsituation

Sorge macht allerdings die Handwerkslichkeit, mit der den Marktveränderungen entgegengewirkt wird. Vor allem technische Lösungsversuche stehen im Vordergrund. Klammert man strategische Sichten aus, liefern die Fakten ein eklatantes Marktproblem – aber keinesfalls ein technisches. Trotzdem stellten manroland und GOSS auf der drupa 2008 jeweils ihr eigenes Konzept für eine 96-Seiten Offset-Rotation vor – in Tiefdruckdimensionen, wie manroland bekräftigt. Aber wem nützt dieses Wettrüsten der Rotationen? 4,32 m und 2,86 m sind Zylinderbreiten aus Tiefdruck und Rollenoffset. Sind das die Antworten auf einen stagnierenden Markt, in dem Drucker zum Preisdumping erniedrigt werden?

Rückläufige Märkte

Wie lange dieses Match noch dauern soll, ist offen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht wird es immer mehr zum Nullsummenspiel für Drucker. Oder anders: Wie kommt bei geschrumpfter Auflage und häufigem Formwechsel eine Highspeed-Anlage auf ihre Maximalleistung? Kaum steht der Passer, ist die Auflage durch und der nächste Form-

wechsel steht an. Das ist sehr viel Geld für ein paar Minuten volle Leistung.

Was erwartet uns, wenn wegen rückläufiger Aufträge kein Wachstum mehr zu schaffen ist? Denn aus der Sicht der Publikationsmärkte hat technische Innovation ein völlig anderes Gesicht, als das wirtschaftlich zweifelhafte »größer-breiter-schneller« des Maschinenparks.

Drucker haben ein Marktproblem, kein Maschinenproblem. Verleger, Redaktionen und Marketingleute entscheiden sich immer klarer für den Mix unterschiedlicher Vertriebskanäle und digitaler Zugriffe. Dr. Horst Pirker, Präsident der IFRA und Vorstandsvorsitzender der Styria Medien AG in Graz, hat es so formuliert: »Nicht auf www konzentrieren, sondern auf MMM – auf Multiplattform, Multichannel, Multimedia.« Das heißt, die Verlage müssen mehrgleisig fahren und alle Medien nutzen. Print wird nicht mehr ausschließlich, sondern partiell und nach Marktbedürfnis eingesetzt.

Gut, aber die falsche Richtung

Theodor Bayard, Drucksachverständiger und langjähriger Akteur in einer deutschen Verlagsdruckerei widerspricht dem, was Tiefdrucker in der Vergangenheit unmissverständlich gefordert haben: großvolumige,

Das ist keine Zeit zum Jubeln. Weder für den Tiefdruck, noch für die Offset-Rolle. Dennoch ist es auch noch nicht die Büchse der Pandora, die sich in unheilbringender Weise über das Print-Business ergießt. Aber viele Fragen zu den Auswirkungen eingedampfter Auflagenhöhen und Seitenumfänge blieben bisher unbeantwortet.

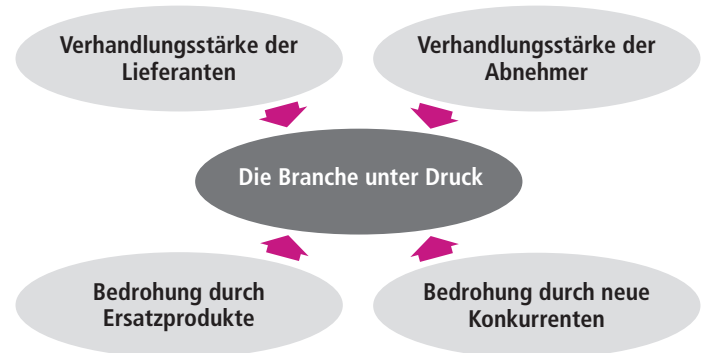
Von Rudolf Zeinhofer



Nach dem Porter-Modell wird die Branchenrentabilität durch bestimmende Wettbewerbskräfte beeinflusst.



Nach dem Porter-Modell wird die Branchenrentabilität durch bestimmende Wettbewerbskräfte beeinflusst.



überbreite Maschinen. Ziel: niedrige Stückkosten. Sein Statement (im Druckmarkt 54, Mai 2008) ist eine schallende Ohrfeige für das Aufrüsten. Zitat: »Die Entwicklung im Illustrations-Rollentiefdruck zu ›immer größer, breiter und schneller‹ ist eine großartige Ingenieurleistung, aber ein Schritt in die falsche Richtung.« Deutlich genug.

Größer, breiter, schneller bringt sicherlich sinkende Stückkosten, zeigt aber im Gegenzug seine brutale Wirkung in der Preispolitik. Wenn es die Linearität zwischen Produktivitätssteigerung und sinkenden Marktpreisen gibt, dann nur zu Gunsten der Kunden.

Wie werden Drucker überleben? Werden sie überhaupt? So, wie es derzeit aussieht, kann man davon ausgehen, dass der Niedergang einiger nicht mehr zu verhindern ist. Das Kalkül, mit sinkenden Stückkosten und hohen Ausstoßraten kostendeckende Umsätze und erträgliche Renditen einzufahren, geht so nicht auf. Marktmacht und Preisdruck der Kunden sind zu stark.

Vielleicht ist das mit einer der Gründe, warum sich KBA im Herbst 2007 aus dem Segment Tiefdruck verabschiedet hat? Den Rückzug und Verkauf an Mitsstreiter Cerutti registrierte die Branche mit Betroffenheit.

Nicht zuletzt deshalb, weil Patente und Know-how gleich mit dazu gepackt wurden, so als seien sie ohnehin nichts mehr wert. Ein Abschied vom Tiefdruck also, weil nichts mehr geht?

Only the strong survive

Dr. Anders Bjurstedt, ehemaliger Generalsekretär der ERA (European Rotogravure Association e.V.), hat in seiner Dissertation die Thematik Tiefdruck vs. Offset-Rolle akribisch aufgerollt. Die Arbeit birgt mehr Sprengstoff, als es unserer Branche angenehm sein kann. Es geht um die »Vertreibung aus dem Paradies«. Das klingt hart und ist es auch. »Only the strong survive« oder die Flexibelsten und einige Cleverle.

Das Wettüben zwischen Tiefdruck und Heat-set Offset ist danach eine technische Profilierung der Maschinengiganten. Ob die so genannten Innovationen ihren Weg zum Drucker überhaupt noch finden können, wird sich in der investitionslastigen Printbranche noch zeigen.

Bisher jedenfalls ist nirgendwo zu sehen, dass das Verbraucherverhalten der Industrie und gesellschaftliche Trends in den Auswirkungen auf das Printgeschäft systematisch erfasst und analysiert werden. Der Blick auf die Kundenbedürfnisse des Publikationsmarktes ist offensicht-

lich nicht opportun oder zumindest nicht im Bewusstsein der Lieferanten gelandet – an ihrer Produktpolitik ist Weitblick nicht erkennbar. Denn woher sollen Druckaufträge in einem stagnierenden Markt kommen?

Wird qualitativ hochwertiger Tiefdruck als »Fast food« der Printbranche geopfert? Bereits vor gut fünf Jahren zeichnete sich schon deutlich ab, welch brisante Entwicklung auf den Tiefdruck zukommt. Damals offenbarten die Fakten einer Vergleichsstudie bereits aufziehende Gewitterwolken. Bjurstedts »Tsunami-Warnungen« wurden von der Tiefdruck-Community in den Wind geschlagen. Ignoranz, Arroganz? Im anglo-amerikanischen Ökonomie-Vokabular findet sich eine Bezeichnung dafür: »Business Blindspots« oder das Unvermögen von Managern, Entwicklungen erkennen zu wollen. Dies beschert der Wirtschaft eine vergleichbar vernichtende Wirkung wie ein Tsunami in seiner Zerstörungskraft – nur nicht ganz so schnell.

Dieser Tsunami ist seit 2008 da und der Markt zeigt Wirkung: die apokalyptisch anmutende Insolvenz von Quebecor World nach dem gescheiterten Merger mit Roto Smeets in den Niederlanden, die Kapazitätsreduzierungen bei Polestar in Großbri-

tannien, der Wegfall von einigen hundert Arbeitsplätzen bei Schlott, Schließungen bei Prinovis, Bauer und Burda, das Aussteigen von Ringier aus dem Tiefdruck (s. S. 14) ...

Überkapazitäten, Preisverfall, gestiegene Energie- und Rohstoffkosten wurden als die Schuldigen ausgemacht. Sie haben aber nur einen marginalen Anteil an der Problematik im »High-Volume-Printing«. Wer im Printgeschäft nichts verändert, wird verändert, so die knappe Formel.

Verhandlungsstärke der Kunden

Bislang ist die Verhandlungsstärke der Kunden ungebrochen und Preiserhöhungen in weiter Ferne gerückt. Deshalb noch einmal: Drucker haben ein Marktproblem, kein Maschinenproblem. Ohne Kreativität im und um das Printprodukt wird sich das auch nicht ändern.

Die Verhandlungsstärke der Kunden steigt, je heftiger am Stückpreis gesagt wird. Produktivitätsvorteile aus »größer-breiter-schneller« können die Printpreise nicht mehr positiv beeinflussen. Dazu ist es zu spät. Im Kommunikationsmix der Vermarkter sind TV, Internet, Handy und Multimedia fester Bestandteil ihrer Marktführung.



BREAK-EVEN-GRÖSSEN TIEFDRUCK VS. ROLLENOFFSET

Seitenzahl	Maschinentyp	Break-even (Auflage)
64 Seiten	32 Seiten	225.000 Exemplare
64 Seiten	64 Seiten	550.000 Exemplare
96 Seiten	48 Seiten	95.000 Exemplare
96 Seiten	64 Seiten	150.000 Exemplare

ZEITSCHRIFTEN-AUFLAGEN DEUTSCHLAND (2002/2003)

Auflage	50.000 - 200.000	200.000 - 500.000	500.000 - 1 Mio.	> 1 Mio.
Total	67%	15%	8%	5%
Rollenoffset	78%	15%	4%	2%
Tiefdruck	10%	42%	27%	20%

Die Marktmacht der Kunden im Printgeschäft kann mit reinem Preisdumping jedenfalls nicht gebrochen werden, weil sie:

- das europäische Print-Szenario sehr gut kennen,
- wissen, wer produktivere Maschinen hat und darauf druckt ,
- ihre Zahlungswilligkeit fließend neuen Bedingungen anpassen.

Damit ist der Traum von überlebensfähigen Gewinnmargen schon ausgeträumt. Aber anders gefragt: Entsteht hier nicht eine grandiose Herausforderung für Drucker, neue Ideen in Geschäftsprozesse zu investieren? Was kann Print, was TV, Internet und Handy nicht können? Das pure Drucken reicht kaum mehr aus, erträgliche Renditen zu erwirtschaften. Den Verkauf im Tiefdruck beeinträchtigen zudem verschiedene Faktoren wie

- der Preisdruck durch Überkapazitäten, durch hochvolumige Seitenkapazitäten (überbreite Maschinen),
- das Erstarren der Heatset-Offset-Rollen mit Kostenvorteil in der Vorstufe,
- niedrige Auflagen, geringe Umfänge und Short Runs.

Die Bedrohung von Printprodukten durch Ersatzprodukte oder die Fragmentierung der Märkte, wie wir es im Segment Zeitung verfolgen, bestehen auch im Illustrationsdruck. Dass auch neue Konkurrenten in die angestammten Print-Märkte eindringen, wird schon lange nicht mehr ausgeschlossen: e-Books und andere Internet-taugliche Reader werden das Leseverhalten und den Medienkonsum verändern. Und das nicht zu Gunsten des Mediums Print.

Tiefdruck ohne Gegenwehr

Die Break-even-Analysen von Dr. Bjurstedt sind aus der Sicht des Tiefdrucks insofern erschreckend, weil der Offset seinen Siegeszug ohne jegliche Gegenwehr aus dem Tiefdrucklager antreten konnten. Sie sind einfach durchmarschiert. Ernüchtert stellt jetzt die Tiefdruckgemeinde fest, dass sie erst wieder bei Umfängen über 64 Seiten wettbewerbsfähig ist. Und bei Auflagen im Zeitschriftensektor drehen die Objekte kaum über 200.000. Hinzu kommen Short Runs und Split Editions, Aufträge mit kurzen Laufzeitanteilen und häufigen Zylinderwechseln treffen den Tiefdruck an seiner schwächsten Stelle: der Zylinderherstellung. Denn in der Druckformherstellung ist der Rollen-Offset uneinholbar.

Markant erscheint beim Vergleich 64 zu 64 die 550.000er Grenze, ab der der Tiefdruck seine Vorteile geltend machen kann. Kaum ein anderes Produkt als Kataloge bewegen sich in Auflagen jenseits der 500.000, neben den ganz großen Publikumszeitschriften natürlich. Und gerade Kataloge stehen derzeit kräftig unter Beschuss.

Offset marschiert einfach durch

Von 1987 beziehungsweise 1991 bis 2006 nahm der Tiefdruck eine verhaltene, der Heatset-Offset aber eine durchschlagende Entwicklung. Im Tiefdruck hat sich die Zahl der Betriebe nahezu halbiert. Während die Maschinenanzahl um 37% sank, erhöhte sich der Papierdurchsatz in Europa um 16% auf über 5 Mio. Tonnen (t). Der Grund sind großvolumige Maschinen. Der Papierdrucksatz pro Betrieb stieg um über 100%, der an der Maschine um mehr als 80%. Rasanter als der Tiefdruck entwickelte sich dabei das Offset-Rollengeschäft. Analog zur vorigen Betrachtung nahm die Anzahl der Standorte um 5% ab, jedoch stiegen die Installationen um 21% mit spürbarer Wirkung. Der Papierdurchsatz kletterte um 184% auf nahezu 8 Mio. t, der je Standort um 200% und jener an der Maschine um 150%.

Die Investitionen in Deutschland konzentrierten sich auf die Jahre 1990 bis 2000. Alleine in dieser Zeit wurde der deutsche Heatset-Offset-Rollenmarkt um etwa 200 Maschinen angereichert. Dabei sind über 45% der Heatset-Offset-Rollen in Europa noch 16-Seiten-Maschinen.

Kampfansage an den Tiefdruck

Kann eine Kampfansage an den Tiefdruck überhaupt noch deutlicher ausfallen? Zum einen stagnieren die Printmärkte, zum anderen verschiebt sich das Volumengeschäft auf niedrige Auflagen und geringere Umfänge. Short Runs erschweren dem Tiefdruck zusätzlich das Geschäft. Der auf Massenproduktion getrimmte Publikations-Tiefdruck genügt heute nur mehr in Ausnahmen den stark reduzierten Auflagenhöhen und Seitenumfängen. »Größer, breiter, schneller« verkommt zur Historie und zehrt an den Deckungsbeiträgen. Die immer härter werdenden Marktbedingungen inflationieren modernste Drucktechnologie – sowohl im Tiefdruck als auch bei den Offsetrollen.

In beklemmender Weise platziert sich der Tiefdruck im Auflagen-Cluster unter 200.000 bis 500.000 genau



TIEFDRUCK IN EUROPA						
	1987		2006		Differenz	
	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen
	92	367	53	233	-42%	-37%
Papier (in 1.000 t)						
Gesamt	4.355		5.040		+16%	
Papier je Betrieb	47		95		+102%	
Papier je Maschine	12		22		+83%	

Im Tiefdruck hat sich die Zahl der Betriebe nahezu halbiert. Während die Maschienenanzahl um 37% sank, erhöhte sich der Durchsatz in Europa um 16% auf über 5 Mio. t. Der Papierdurchsatz pro Betrieb stieg um über 100%, der an der Maschine um mehr als 80%.

HEATSET-ROLLENOFFSET IN EUROPA						
	1991		2006		Differenz	
	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen
	555	1.247	526	1.509	-5%	+21%
Papier (in 1.000 t)						
Gesamt	2.800		7.950		+184%	
Papier je Betrieb	5		15		+200%	
Papier je Maschine	2		5		+150%	

Rasanter als der Tiefdruck entwickelte sich das Offset-Rollengeschäft. Die Anzahl der Standorte nahm um 5% ab, jedoch stiegen die Installationen um 21%. Der Papierdurchsatz kletterte um 184% auf nahezu 8 Mio. t, der je Standort um 200% und jener an der Maschine um 150%.

im kritischen Break-even mit 42% Anteil und befindet sich damit in einem Wettbewerbssegment, in dem der Offset seine Stärken unangefochtenen ausspielen kann. 67% der Zeitschriften-Produktion in Deutschland liegen im Auflagenssegment von 50.000 bis 200.000 Exemplaren. Bei Web-Offset liegt der Anteil in deutlichem Abstand gegenüber den anderen Auflagen-Clustern bei 78%, der Tiefdruck mit 10% erneut in der Domäne des Web-Offset. Beste Voraussetzungen also für Rollenoffset, weiter an Boden gut zu machen, denn die Seitenumfänge sind ebenfalls rückläufig. Werbeeinnahmen aus dem Anzeigengeschäft gehen damit verloren. Die Auswege aus diesem Verdrängungs-Szenario sind nicht sehr vielseitig. Der Griff der Manager zur Kostensäge kann vielleicht Schlimmeres verhindern, zumal der Printmarkt – so wie er zur Zeit ist – nicht wächst. Mit Downsizing nehmen die Großen Kapazität aus dem Markt: das heißt auch Personalabbau. Aber: auch wenn der Tiefdruck derzeit unter erheblichem wirtschaftlichen Druck steht, sollte das nicht von einer weiteren fatalen Folge des Rollen-Wettrüstens ablenken. Die Offset-Rolle befindet sich mit der Attacke auf den Tiefdruck auf dem gleichen Pfad.

Markt schlägt Technik

Seit langem schon wurden spürbare Marktveränderungen auf dem Printsektor verschlafen. Etwas seltsam, da professionelle Frühwarnsysteme die Marktbewegungen wesentlich früher erkennen können und so die Bedrängnis des Tiefdrucks hätten verhindern oder zumindest lindern können. Sarkastisch ausgedrückt zählt ja nur die Technik und nicht das Marktpotenzial. Das mag für Techniker zwar aufregend sein, aber zahlungswillige Kunden bestimmen nun einmal das Marktvolumen und nicht umgekehrt. Genau dieses Denken beschert den Kunden ihre Verhandlungsstärke, während Drucker über den Preiskannibalismus jammern und überall Schuldige finden, nur nicht bei sich selbst. Überwiegend sind es Denkfehler und Fehleinschätzungen mit ihren unerwünschten Nebenwirkungen. Hier hilft weder Arzt noch Apotheker. Niemand ist frei von Fehlscheidungen. Es geht nicht um Schuldzuweisungen, sondern einzig und allein darum, wie mit einer geradezu naiven Technik-Glorifizierung versucht wird, Marktgesetze auszuhebeln. Darin steckt die eigentliche Tragik des Tiefdrucks, weil die Entwicklung der Märkte offensichtlich nicht mehr verstanden wird. Das einzig Verständliche zur

Zeit ist das Füllen installierter Kapazitäten zu Dumpingpreisen. Freude macht das niemandem.

Sich neu erfinden

Per Saldo ist der Tiefdruck nur eingeschränkt in die Lage, sich gegen die Offset-Phalanx zur Wehr zu setzen. Der Tiefdruck steckt noch in einem weiteren Dilemma. Erstens hat er kein aktives Marketing, zweitens hat seine geschlossene Interessengemeinschaft nichts bewegt, was dem Illustrations-Tiefdruck Stärkung verspricht. Drittens ist Maschinengigantismus weder Weg noch Ziel, Wirtschaftlichkeit schon. Der Content entscheidet über den Weg der Verbreitung von Wort, Bild und Ton. Mit der Trennung zwischen Hardware (der Druckmaschine) und Software (Content) entscheiden Verleger und Marketer über die Vertriebskanäle von Print, Internet, TV, e-Book etc. Druck wird situationsbezogen eingesetzt. Druckereien entscheiden eigenverantwortlich über ihr Geschick: mit dem Part des Druckens über ihren wirtschaftlichen Erfolg. Deshalb kommt sie an fundamentaler Strategiearbeit nicht mehr vorbei, wenn sie für einen langfristigen Marktplatz sorgen will. Das Print-Szenario wird gründlich durcheinander gewürfelt, wobei das Verweilen in

alten Denkmustern den Erfolg verhindert.

Konkurrenten zu bekämpfen ist ausweglos. Es verschlingt Geld, verschleißt Mitarbeiter, vergrault Kunden, bringt minimale Renditen oder Verluste. Wer sich auf den Konkurrenzkampf einlässt, hat meistens schon verloren. Er verhindert konstruktive Kräfte im Unternehmen. Die werden aber dringend benötigt, denn die Druckerei ist trotz vieler Hindernisse immer wieder in der Lage, für sich genügend Differenzierung zu schaffen. Will sie weiterleben, gibt es dazu ein Credo: Die Druckerei muss sich neu erfinden. Sie muss es tun, um nicht im Kampfgewühl der Marktverdrängung stecken zu bleiben.

Dazu sind Ideen notwendig. Was die Menschen noch brauchen, ist Professionalität zum Erkennen und Befriedigen unerfüllter Kundenbedürfnisse. Das ist ihre größte Chance, mit Print erfolgreich zu werden.

Die Investition in Maschinen ist dann nur noch eine logische Konsequenz, die strategisch zum Unternehmen passt. Das neue Aktionsfeld sind selbst geschaffene Märkte, auf denen sich noch keine Konkurrenten tummeln.

➤ zeinhofer@zemacon.de



IMPRESSUM

DRUCKMARKT
 macht Entscheider entscheidungssicher.

Der »Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheint je 6 mal pro Jahr. Daneben publiziert »Druckmarkt« mindestens 12 mal jährlich seit Oktober 2008 das PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«, das im Internet veröffentlicht wird. Alle Angaben in unseren Ausgaben sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Redaktion:

Dipl.-Ing. **Klaus-Peter Nicolay**
 (Chefredakteur und Herausgeber)
 Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel
 Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36
 Telefax: +49 (0) 26 71 - 38 50
 nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay

julius@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com

www.druckmarkt.de

© by Druckmarkt 2009

»Druckmarkt« erscheint im
arcus design & verlag oHG
 Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel



Redaktionsbüro Schweiz
 Druckmarkt Schweiz
 Postfach 485, CH-8034 Zürich

Ansprechpartner:
Jean-Paul Thalmann

thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
 Telefon: +41 44 380 53 03
 Telefax: +41 44 380 53 01
 Mobil: +41 79 405 60 77

Druckmarkt Schweiz« erscheint als
 Managementmagazin für Print und
 Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag
 Zürich GmbH.

www.druckmarkt-schweiz.ch

DRUCKMARKT
 VERLAG ZÜRICH

2011 ist Ende**SWISS PRINTERS AG STELLT TIEFDRUCKVERFAHREN EIN**

Die Tochtergesellschaft der Medienhäuser Ringier, NZZ und Edipresse, Swiss Printers AG, stellt Anfang 2011 das am Standort Zofingen konzentrierte Tiefdruckverfahren ein. Der Rückzug aus dem Tiefdruck ist mit dem Abbau von 100 Vollzeitstellen in der Druckerei und weiteren 30 Stellen im administrativen Bereich und der Vorstufe verbunden, teilte das Unternehmen mit. Andererseits soll der Offset-Bereich mit neuen Hochleistungsanlagen im Wert von 35 Mio. CHF gestärkt werden.

Grund für die Entscheidung sind nach der Swiss-Printers-Mitteilung »ausgeprägte Überkapazitäten im internationalen Markt und der daraus resultierende hohe Preisdruck«. Zudem stehen die Tiefdruckanlagen am Standort Zofingen vor dem Ende ihres Lebenszyklus und sollen durch eine leistungsfähige 72-Seiten-Rollenoffsetmaschine ersetzt werden. Swissprinters investiere im weiteren auch in den Bogenoffsetdruck. Am Standort Schlieren soll 2010 eine neue 10-Farben-Bogenoffset-Anlage installiert werden. Schon in den vergangenen zwei Jahren hat die Swissprinters-Gruppe ihre Offsetkapazitäten in St. Gallen und Zofingen modernisiert. Die Swiss Printers AG ist mit 1.100 Mitarbeitern die größte Gruppe der grafischen Industrie in der Schweiz.

► www.swissprinters.ch

Bauer Druck Köln**TIEFDRUCKEREI STEHT VOR DEM AUS**

Die Schließungspläne für den Kölner Standort des Bauer Verlags, von denen rund 380 Mitarbeiter betroffen sind, sind konkret geworden. Ein genauer Zeitpunkt für die Schließung der Tiefdruckerei steht nach Angaben des Unternehmens jedoch nicht fest. Begründet wird die Entscheidung mit schlechten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Druckindustrie. Die Marktsituation lasse es »seit Jahren nicht zu, die Druckerei in Köln wirtschaftlich rentabel zu betreiben«. Auch in diesem Jahr werde Bauer Druck Köln mit einem deutlichen Verlust in zweistelliger Millionenhöhe abschließen.

In den Jahren 2007 bis 2009 wurden laut Bauer 12,3 Mio. Euro in den Standort investiert. So wurde eine weitere Gravureinheit mit Lasertechnologie aufgestellt, das Qualitätssicherungsverfahren Softproof realisiert und ein umfassender Umbau zur Automatisierung des Materialflusses durchgeführt. Trotz dieser Investitionen könne die Druckerei mittelfristig nicht kostendeckend und marktgerecht produzieren, heißt es.

Der Kölner Betrieb, der in den 90er Jahren noch mehr als 2.000 Mitarbeiter beschäftigte, hatte vor einiger Zeit mit dem Personalabbau begonnen. Inzwischen ist die Belegschaft auf etwa 380 Mitarbeiter geschrumpft, nachdem im Sommer 2009 noch einmal rund 100 Kündigungen ausgesprochen wurden. Gleichzeitig wurden zahlreiche Druckaufträge aus Köln abgezogen und an andere Druckereien vergeben. Ein Profiteur war Bauers Tiefdruckerei in Polen, deren Bau mit über 40 Mio. Euro an öffentlichen Fördermitteln subventioniert worden war.

Die Bauer Media Group zählt zu Europas führenden Zeitschriftenverlagen. Sie publiziert 282 Titel in 15 Ländern und beschäftigt 6.600 Mitarbeiter. Allein in Deutschland gibt das Familienunternehmen 48 Zeitschriften heraus und erreicht damit 32 Millionen Leser. Der Umsatz der Gruppe liegt bei 1,79 Mrd. Euro pro Jahr.

► www.bauerdruckkoeln.de

► www.bauerverlag.de

► www.hbv.de

Burda**DRUCKEREI IN BRATISLAVA GESCHLOSSEN**

Nach elf Jahren ist Schluss für Burda's Tiefdruckerei in Bratislava in der Slowakei. Der Burda-Konzern hat nach Informationen verschiedener Medien Ende September 2009 damit begonnen, den Betrieb abzuwickeln. Betroffen sind 140 Mitarbeiter. Die Burda Druck GmbH begründete den Schritt mit einem »erheblichen Auftragsrückgang« im Kerngeschäft, nachdem sich die europäische Tiefdruckindustrie seit Jahren in einer schwierigen, durch Überkapazitäten und Preisverfall gekennzeichneten Lage befindet, die sich durch die Finanzkrise nochmals drastisch verschärft hat. So verzeichnet die Branche seit Ende vergangenen Jahres einen weiteren massiven Einbruch der Nachfrage nach Druckerzeugnissen. Daher habe man bei Burda nun Maßnahmen ergreifen müssen, »um die Zukunft des Gesamtunternehmens nicht zu gefährden«. Dies sei auch deswegen erforderlich, weil aktuell nichts darauf hindeute, dass die Nachfrage nach der Krise wieder das Niveau vor der Krise erreichen werde.

Wissen, wo es lang geht



Bestellen Sie ein Abonnement des »DRUCKMARKT« und Sie bekommen dazu den Druckmarkt Glossar: 4.500 Fachbegriffe aus Print, Publishing, Digitaldruck und der Internet-Welt knapp und präzise erläutert.

Investitionsentscheidungen werden durch eine zunehmende Vielfalt an Lösungen nicht einfacher. Wer kennt die Unterschiede und wer hat noch die Zeit, die Angebote im Detail zu vergleichen? Das lässt viele Entscheider alles andere als ruhig schlafen.

Ein Hilfsmittel für Entscheider ist der »DRUCKMARKT«, das Magazin für Publishing und Print, das mit seinen Analysen und Marktübersichten (vom Datenmanagement über Vorstufe und Druck bis zur Weiterverarbeitung) zugleich der einzige deutschsprachige Marktführer ist. Seit über zehn Jahren erscheint das begehrte Nachschlagewerk »Investitionskompass«, 6 Mal im Jahr analysieren wir die aktuelle Situation der Branche anhand von Trends, Meinungen, Ereignissen. Wir lassen Menschen, Manager und »Macher« zu Wort kommen, informieren und kommentieren.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Ihr persönliches Heft im Abo

Ja, ich will das eAbo!

Senden Sie mir DRUCKMARKT als Jahresabonnement gegen Rechnung zum Preis von 60 € (Inland) bzw. 76 € (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Außerdem erhalte ich den Druckmarkt »Glossar« im Wert von 12,80 €. Ich kann das Abonnement nach Ablauf eines Jahres kündigen, es verlängert sich um ein weiteres Jahr, wenn ich nicht 6 Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Name


Firma

Straße

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von 2 Wochen widerrufen bei Druckmarkt, Ahornweg 20, D-56814 Fankel. Die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt.

 www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Druckmarkt
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

Tel. (+49) 0 26 71 - 38 36
Fax (+49) 0 26 71 - 38 50



Eine Frage des Formats

Leykam Let's Print mit dem ersten 80-Seiten-Belichter von Kodak

Vier Produktionsstandorte mit insgesamt 570 Mitarbeitern, rund 200 Mio. € Jahresumsatz, 17 Rollenoffsetmaschinen, darunter die landesweit erste 80-Seiten-Akzidenzrolle – das sind einige Schlüsselmerkmale, die die Leykam Let's Print AG als größte Rollenoffsetdruckgruppe Österreichs und eine der führenden in Europa ausweisen. Neben dem Hauptsitz in Graz verfügt das Unternehmen über Produktionsstätten in Neudörfel und Müllendorf im Burgenland und in Slowenien nahe Maribor. Sämtliche Standorte haben im Jahr 2005 den standardisierten Offsetdruck nach ISO-Norm 12647-2 eingeführt.

Mit etwa 240 Beschäftigten und sechs Heatset-Offsetrotationen, verteilt auf die 16-, 48-, 64-, 72- und die 80-Seiten-Klasse, ist Neudörfel der größte Druckstandort des Unternehmens. Hier bestimmen anspruchsvolle Zeitschriften, Magazine und Kataloge – typischerweise mit Auflagen zwischen 40.000 und 300.000 Exemplaren – sowie durchgängig vierfarbig gedruckte Telefonbücher das Produktionsprogramm.

Die Druckmaschinen laufen an sechs Tagen in der Woche rund um die Uhr. Mit 250 Stück beziffert Betriebsleiter Peter Unterscheider den durchschnittlichen Tagesbedarf an Druck-

platten im Werk Neudörfel. Doch es hat einen anderen Grund als die Quantität, warum nun Kodak Magnus XLF 80 Quantum Plattenbelichter im Einsatz sind: Die neue LITHOMAN IV-Rollenoffsetrotation von manroland mit vier Doppeldruckwerken druckt bei jeder Zylinderumdrehung 80 Seiten im A4-Format. Dafür sind Druckplatten der Größe 1.266 mm x 2.260 mm notwendig, eine Größe, die die früheren Trendsetter VLF nicht abdecken.

Weltpremiere im Extra-Large-Format

Aufgrund der langjährigen Erfahrungen mit großformatigen ThermoCtP-Systemen entschloss man sich, auch im Extra-Large-Format auf CtP-Technologie von Kodak zu vertrauen. So wurde im Februar 2008 der weltweit erste Magnus XLF 80 CtP-Belichter installiert. Ein zweiter Plattenbelichter des gleichen Typs folgte im April – mit angemessenem zeitlichem Vorlauf vor der Inbetriebnahme der 80-Seiten-Rotation.

Die halbautomatischen CtP-Maschinen sind in der Lage, Thermoplatte mit den maximalen Abmessungen 1.296 x 2.260 mm zu bebildern. Ein Format, bei dem jeder dieser Plattenbelichter in Abhängigkeit vom Plattentyp einen Durchsatz von mehr als 16 Platten in der Stunde

Mit der Inbetriebnahme einer 80-Seiten-Rollenoffsetmaschine ist die österreichische Leykam Let's Print in eine höhere Formatregion vorgestoßen. Ein Schritt, der auch in der Druckvorstufe einiges an Veränderungen mit sich brachte – nicht allein am Standort Neudörfel. CtP- und Workflow-Systeme sowie Portalprodukte von Kodak spielen dabei eine Schlüsselrolle.





Im Werk Neudörfel, der größten Produktionsstätte der LEYKAM Let's Print AG, rund 60 km südlich von Wien, stehen zwei halbautomatische Kodak



Magnus XLF 80 Quantum CtP-Systeme für die Herstellung von Platten der 80-Seiten-Rollenoffsetmaschine und andere Rotationen.

bietet. Bei kleineren Formatbreiten für die 48- bis 72-Seiten-Rotationen sind es entsprechend mehr Platten. Warum angesichts dieser Produktivität und des durchschnittlichen Tagesbedarfs dann gleich zwei solche Plattenbelichter im Extra-Large-Format? Zum einen ist da die nötige Backup-Funktion. Es gäbe sonst bei einem Systemausfall für die 80-Seiten-Rolle in der ganzen Gruppe keine Ausweichmöglichkeit. Zum anderen muss man für Spitzenbelastungen gerüstet sein. »Wir drucken teilweise mehrfarbige Telefonbücher mit nur 15.000 Exemplaren Auflage,



aber 1.000 Seiten Umfang. Dann benötigen wir in relativ kurzen Zeiträumen sehr viele Platten«, schildert Helmut Sporer, Leiter der gesamten Druckvorstufe der Leykam Let's Print AG.

Belichter-Rochade

Die Neuinvestition in der Druckvorstufe löste eine Rochade bei den CtP-Systemen in der Gruppe aus. Die bis dato in Neudörfel betriebenen Großformat-Plattenbelichter wurden an den slowenischen Standort in Hoče übersiedelt. Am exportorientierten Leykam-Standort in Müllendorf, wo drei Rotationen der

48- und 64-Seiten-Klasse drucken, lief die digitale Plattenproduktion ohnehin schon auf zwei Kodak Trendsetter VLF Quantum Plattenbelichtern in der F- und V-Geschwindigkeitsversion.

Ein wichtiger Aspekt ist für Helmut Sporer die Stabilität der hoch auflösenden Squarespot-Bebildertechnologie: »Wir verfolgen generell das Ziel, bei der eingesetzten Technik eine Sortenreinheit zu erreichen. Das fängt schon bei der Bebilderung mit der scharfen, reproduzierbaren Ausgabe feiner Raster an. Der Kunde merkt es vielleicht nicht, aber es ist von Vorteil, wenn man in einem Konzern eine einheitliche Linie fährt.«

Ansprüche an den Workflow

Große Platten in großer Anzahl mit großen Seitenumfängen – hieraus resultieren logischerweise erhöhte Leistungs- und Sicherheitsanforderungen an den Vorstufen-Workflow. Deshalb erfolgte im Zuge der CtP-Aufrüstung eine standortübergreifende Reorganisation des Workflow-Konzepts. Neben den Betrieben in Neudörfel und im 14 km Luftlinie entfernten Müllendorf, wo der Kodak Prinergy-Workflow bereits im Einsatz war, wurde auch die Druckerei in Slowenien mit der Workflow-Lösung von Kodak ausgestattet. Das System steuert an diesen Standorten

neben den CtP-Systemen Farb- und Formproofer sowie Laserdrucker an. Über letztere erfolgt mithilfe der Digital Blueline-Funktion des Prinergy-Workflows die Ausgabe ausschließergerechter Prüfdrucke für die interne Produktionskontrolle.

Dabei arbeiten Neudörfel und Müllendorf in einem interessanten Verbund zusammen. In Neudörfel bildet ein großes Prinergy Connect Workflow-System mit umfangreicher Hardwarekonfiguration die zentrale Produktionsdrehzscheibe für beide Betriebe. Ein Primärserver wird von je zwei Sekundär- und Tertiärservern sowie einem ausgeklügelten Ausfall- und Datensicherungskonzept ergänzt. Diese Konfiguration sorgt für adäquate Verarbeitungsleistung und Betriebssicherheit. Dazu kommt ein weiterer Server für das Kodak Insite Prepress Portal System. An das Workflow-System ist die Vorstufenabteilung in Müllendorf mit zwei Großformat-Plattenbelichtern über eine 100-Mbit/s-Standleitung angebunden, so dass dieser Standort, was die Druckvorstufenproduktion betrifft, als reiner Ausgabe-Satellit agiert.

Insite Online-Portal

Wie Helmut Sporer ausführt, stehen täglich zwischen 1.500 und 2.000 neue Seiten zur Verarbeitung an. Die

muss meist sehr kurzfristig erfolgen. »Acht Stunden ab Dateneingang bis zum Plattensatz ist die Regel«, sagt der Druckvorstufenleiter.

Dabei ist das installierte Insite Portal eine wesentliche Komponente des Workflows, da das webbasierte Portal die Zusammenarbeit mit den Kunden beschleunigt. Gerade in der Kooperation über weite Distanzen offenbart sich der Wert des Prepress Portals. Das Online-Portal bietet den mühelosen und zuverlässigen Weg, Dateien direkt in den Prepress-Workflow einzuschleusen. In umgekehrter Richtung können die Auftraggeber über das integrierte Smart Review System die authentischen Daten der ausgabefertig verarbeiteten Seiten online überprüfen. Dabei helfen dem Benutzer diverse Werkzeuge, mit denen er in den Seiten zoomen, schwenken und Einzelheiten ausmessen kann.

Nach der zweifelsfreien Online-Freigabe steht der Plattenbebilderung nichts mehr im Weg.

➤ www.leykamletsprint.com

➤ www.graphics.kodak.com





Linotype Schriftfamilie Ergo EUROPÄISCHER OPENTYPE- ZEICHENSATZSTANDARD

Zusammen mit dem Designer der Originalschrift, Gary Munch, hat Linotype die Ergo in einem neuen, von Linotype definierten gesamt-europäischen Opentype-Zeichensatzstandard W1G ausgebaut. Die Ergo ist eine serifenlose Schrift mit neun Schnitten, die ursprünglich 1997 unter dem Namen »Linotype Ergo« erschienen ist. Sie vereint traditionelle mit modernen Konzep-



ten und eignet sich für Texte wie Überschriften, so Linotype. Mit ihren wechselnden Strichstärken gleiche die Schrift eine Tendenz des menschlichen Auges aus, waagerechte Linien breiter und senkrechte schwächer wahrzunehmen. Zusammen mit offenen Punzen und Kurven, die sich markant von den Hauptlinien absetzen, sei die Ergo daher auch in kleinen Schriftgrößen gut lesbar.

Die Ergo W1G enthält zusätzlich zur lateinischen Schrift auch kyrillische und griechische Zeichen im Opentype-Format. Der Zusatz W1G steht für »World Glyph Set 1«. Linotype-Fonts, die mit diesem Zusatz versehen sind, decken alle wesentlichen europäischen Schriften ab, egal ob sie auf dem lateinischen, griechischen oder kyrillischen Alphabet basieren.

➤ www.linotype.com

Web to Print SCREEN UND HIFLEX MIT GEMEINSAMEM PORTAL

In einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit haben Screen und Hiflex ein Web-to-Print-Portal für die Truepress 344 aufgesetzt, das Druckern und Kunden aufzeigen soll, wie einfach und verständlich eine solche Anwendung aufgebaut sein kann und dass die A3-DI-Offsetmaschine Truepress 344 unkompliziert in Web-to-Print-Systeme integriert werden kann. Das Demo-Port-



tal »Screen Webtruepress« basiert auf dem Hiflex Webshop.

➤ www.webtruepress.com

DVS System Software FALTSCHACHTEL-KATALOG AUCH DIGITAL

In Anlehnung an die Standards des ECMA-Verbandes hat DVS System Software bereits seit Mitte der 1980er Jahre einen Faltschachtelkatalog entwickelt. Diesen gab es bisher nur in einer gedruckten Version. Auf der FachPack in Nürnberg stellte DVS diesen nun auch in digitaler Form vor. Die Software beinhaltet 2D-Zeichnungen aller Standards, die aus dem ECMA-Katalog bekannt sind sowie zusätzliche Standards, 3D-Visualisierungen und Suchfunktionen zum Auffinden geeigneter Konstruktionen. Die Software erleichtert die Kommunikation zwischen Kunden und Verpackungsherstellern. Durch die 3D-Visualisierung wird die Konstruktion auch für den Laien leichter verständlich.

➤ www.dvserp.de

Fujifilm VERBESSERTER PROZESSLOSE PLATTE BRILLIA HD PRO-T2

Fujifilm hat die Brillia HD PRO-T2, eine neue und verbesserte Version der prozesslosen PRO-T-Platte vorgestellt, für die eine neue Beschichtung entwickelt wurde. Seit der Markteinführung 2006 nutzen mehr als 500 Anwender in Europa die Brillia HD PRO-T, die damit eines der erfolgreichsten Fujifilm-Produkte ist.

Die Brillia HD PRO-T2 verfügt über dieselben Spezifikationen wie die Vorgänger-Platte PRO-T, verbessert durch die neue Beschichtung jedoch die Belichtungsbandbreite und die Eigenschaften in der Druckmaschine. Dies beinhaltet eine verbesserte Performance in der Druckmaschine bei verschiedenen Druckbedingungen, schnelleren Start durch weniger Vorlaufmakulatur, höhere Widerstandsfähigkeit samt einfacherer Handhabung und eine Auflagenbeständigkeit bis etwa 100.000 Exemplaren.

Die PRO-T2 bietet dieselbe Produktivität und Auflösung wie herkömmliche Thermalplatten (Empfindlichkeit 120 mJ/cm²) und erlaubt bei einer Auflösung von 1% bis 99% Rasterweiten bis 300 lpi und 20-µm-FM-Rasterung. Für den Verarbeitungsprozess sind weder Entwicklungsmaschine, noch Auswascheinheit, Chemie oder Wasser nötig. Damit ist die Brillia HD PRO-T2 die ideale Lösung für Drucker, die ihre Umweltbilanz verbessern wollen.

➤ www.fujifilm.de

KURZ & KNAPP & BÜNDIG

Fujifilm bietet den Druckplattentyp Brillia LH-PCE jetzt für die Formatklasse der 72-/80 Seiten-Rotationen im Format 2.260 x 1.302 mm bei 0,40 mm Plattenstärke an. • **axaio software**, Entwickler von PDF-Ausgabe-, Druck- und Redaktions-Workflows für **Adobe InDesign**- und **Quark XPress**-Umgebungen, bietet eine neue Version der Produktlinie **MadeToPrint** an, die bisherigen Funktionen um die Ausgabe komplett ausgeschlossener PDF-Dateien erweitert. • **Enfocus** hat **PitStop Pro 09** und **PitStop Server 09** angekündigt. Umfangreiche Verbesserungen ermöglichen Druck- und Publishing-Umgebungen weitere Effizienzgewinne bei der Verarbeitung ihrer PDF-Dateien. • **NEC Display Solutions** erhält als bisher einziger Hersteller eine Fogra-Zertifizierung für Bildschirme mit Diagonalen von 24 Zoll und darüber. • Das Nürnberger Softwarehaus **SoftMaker** bietet die ältere Version 2006 des Officepakets **SoftMaker Office** für Windows zum kostenlosen Download an. • Seit dem Sommersemester 2009 haben die Mediapublishing-Studenten der **Hochschule der Medien** in Stuttgart die Möglichkeit, mit einem weiteren professionellen Publishing-System zu arbeiten. **MarkStein Software** hat die datenbankbasierte Software-Lösung **tango media** bereits an 20 Arbeitsplätzen eingerichtet. • Die **Lüscher AG** hat die neue Aluva-Druckplattenreihe von **Agfa** für ihre UV-Plattenbelichterfamilie freigegeben. Beide Unternehmen haben vereinbart, die Druckplatte für die **XPose!**-UV-Plattenbelichter gemeinsam zu vermarkten. •



Fogra Praxis-Report

RICHTLINIEN ZUR ABNAHME VON CTP-ANLAGEN

Der Praxis-Report 80 basiert auf der Untersuchung zur »Entwicklung von Richtlinien zur Abnahme von CtP-Anlagen mit Violett-Dioden sowie für CtP-Anlagen für entwicklungschemiefreie Druckplatten«. Berücksichtigt werden folgende Plattentechnologien:

- Violett-sensitive Fotopolymerplatten (mit Preheat- und mit Entwicklungsschritt);
- Thermoplastisch arbeitende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Entschichtung in einer Auswaschstation);
- Thermisch vernetzende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Entschichtung in der Druckmaschine);
- Ablativ arbeitende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Reinigung in einer Auswaschstation);
- Positiv und negativ arbeitende Thermaldruckplatten (ohne/mit Preheat- und mit Entwicklungsschritt);
- Konventionelle Druckplatten (mit positiv oder negativ arbeitendem Entwicklungsschritt);
- Silberhalogeniddruckplatten auf Metall- und Polyesterbasis.

Fogra-Mitglieder erhalten die Praxis-Reports kostenfrei, Nichtmitglieder gegen eine Gebühr von 50 € zzgl. Versandkosten und MwSt.

➤ www.fogra.org

CSci

POSTFLIGHT-TOOL VERGLEICHT PDF-DATEIEN

Speziell für die Anforderungen in der Druckvorstufe bietet die Firma CSci eine neuartige Software zum PDF-Vergleich an. Die Software mit dem Namen »d'accord« vergleicht den druckfertigen Bogen mit den Originaldateien des Kunden. Dadurch lassen sich potenzielle Produktionsfehler frühzeitig erkennen. Das Programm hebt sämtliche Unterschiede in Grafik und Text zwischen Bogen und Kunden-PDFs hervor. So kann der Benutzer schnell Nachbearbeitungen verifizieren und unbeabsichtigte Änderungen detektieren. Dabei lassen sich die Abweichungen einzeln betrachten und kommentieren. Zudem zeigt das Programm Anzahl und Anordnung der Einzelnutzen auf dem Bogen und gibt Hinweise auf unerwünschte Überlappungen. »d'accord« ist ein Postflight-Tool zur Überprüfung änderungsintensiver Arbeiten. Dabei ist das erklärte Ziel der frühen Fehlererkennung nicht nur, Kosten und Zeit zu sparen. Vor allem soll ein zusätzliches Maß an Sicherheit zu einem entspannteren Arbeiten beitragen. »d'accord« ist für Mac OS X erhältlich. Der Preis inklusive Add-On auf Basis der Adobe PDF Library beträgt 7.021 € incl. MwSt. Eine kostenlose Testversion kann angefordert werden.

➤ www.csci.de

Quark und T-Systems France

PLATTFORM FÜR MITARBEITERZEITSCHRIFT

Airbus, Teil der EADS Gruppe, setzt für die Produktion seiner Mitarbeiterzeitschrift in Zukunft auf eine Lösung, die von T-Systems France entwickelt wurde und auf der Quark Dynamic Publishing Solution beruht. Die Zeitschrift wird an alle Standorte des Unternehmens weltweit verteilt. Bislang wurde sie alle zwei Monate in vier Sprachen und fünf Versionen herausgegeben. Die Herstellung soll nun vereinfacht werden. Dazu beauftragte Airbus T-Systems France, um eine einheitliche Plattform zu erstellen. Sie setzt auf der Quark Dynamic Publishing Solution auf und trägt den Namen »Magnet«. Die neue Lösung bringt die fünf Redaktionsbüros der Mitarbeiterzeitschrift in vier Ländern zusammen. Die Teams senden ihre Inhalte an die Plattform, wo sie automatisch in das Layout eingefügt werden.

Seit Februar dieses Jahres wird das System eingesetzt. Da die Prozesse einfacher ablaufen, soll die Zeitschrift bald monatlich erscheinen. Die Airbus-Mitarbeiter können zusätzlich zur gedruckten Ausgabe über das Intranet auf eine Online-Version zugreifen.

➤ <http://euro.quark.com/de>

SilverFast HDRi

DER SCHRITT ZUM VOLLKOMMENEN HDR-SCAN

LaserSoft Imaging bietet nach eigenen Angaben mit der neuen SilverFast 6.6.1 die weltweit erste Software, die perfekte Rohdaten von Fotos und Dias erstellen kann.

Um wertvolle Erinnerungen effektiv, schnell und umfassend gegen Verlust, Zerfall und Zerstörung zu sichern, hat die Kieler Software-Schmiede ein Format entwickelt, in dem nicht nur sämtliche Bildinformationen enthalten, sondern auch Staub- und Kratzer-Informationen des Infrarot-Kanals eingebettet sind: das 64Bit-HDRi-Format. Diese Datei dient als Ausgangslage für alle weiteren Bearbeitungsschritte. Herkömmliche Verfahren führen die infrarotbasierte Staub- und Kratzerentfernung während der Digitalisierung durch, ohne nachträgliche Eingriffe zu erlauben. Das kann im Extremfall dazu führen, dass feine Bilddetails für immer verloren gehen, ohne dass es der Anwender merkt.

Das neue 64Bit-HDRi-Format von LaserSoft erhält alle Informationen des Originals vollständig und hat gleichzeitig alle Korrekturinformationen in die Bilddatei eingebettet. Statt den Scanner direkt anzusteuern, ermöglicht es SilverFast HDRi, die Rohdaten zu lesen und zu verarbeiten, als hätte er direkten Zugriff auf Bilder vom Scanner.

➤ www.silverfast.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Office Depot, ein global agierender Anbieter von Büroartikeln und -dienstleistungen, hat sich für sein gesamtes Europa-Geschäft zum Upgrade auf **Quark XPress 8** entschlossen und wird das gesamte Marketingmaterial einschließlich Direktwerbung und mehr als 700 Kataloge in QuarkXPress 8 erstellen. • Die **PUK-Werke KG**, Hersteller von Kabeltragsystemen, Kabelschellen und Unterflursystemen, setzt zukünftig auf ein datenbankgestütztes Cross-Media-Publishing mit dem PIM-System mediando für effizientes Produkt-Informations-Management des Stuttgarter Softwarehauses **e-pro solutions GmbH**. • Einen neuen Großauftrag aus Indien meldet die Bielefelder **DotLine GmbH**. Das Medienunternehmen hat sich zur Ausstattung mehrerer Produktionsstandorte für DotLine CtP-Systeme entschieden. Gestützt wurde diese Entscheidung durch die effektiven Wartungs- und Servicemöglichkeiten die DotLine durch seinen Kooperationspartner **Nippon Color** vor Ort bietet. •



Ostsee Druck Rostock in ruhigem Fahrwasser

Neue Rapida 105 macht Dampf im Drucksaal

Im Jahr 1994 entstand das Gebäude, in dem die Druckerei ihren Sitz hat und einige wechselvolle Jahre erlebte. Nun geht es vor allem um Stabilität. 18 von ursprünglich 25 Mitarbeitern sind nach wie vor im Unternehmen. Keiner der fehlenden Sieben erhielt eine betriebsbedingte Kündigung. Ihr Ausscheiden konnte über das Erreichen des Rentenalters, vorzeitigen Ruhestand und natürliche Fluktuation erreicht werden. Dass die Stammmannschaft erhalten geblieben ist und der größte Teil der Kunden dem Unternehmen die Treue gehalten hat, war die wichtigste Grundlage, ODR weiterführen zu können.

Hohe Zuverlässigkeit spricht für Rapidas

Traditionell gehört eine ganze Reihe an Periodika zum Produktportfolio. Deren Auflagenhöhen bewegen sich zwischen 8.000 und fast 50.000 Exemplaren. Wöchentlich wird eine 12-seitige Broschur mit 30.000 Exemplaren produziert. Jeden Montag bis 14:00 Uhr erhält ODR die Daten für die ersten vier Seiten. Bis 19:00 Uhr folgt der Rest. Am Dienstag 2:00 Uhr früh werden die ersten 12.000 Exemplare dieser Rückstichbroschur ausgeliefert, bis 6:00 Uhr

muss die komplette Auflage fertig sein. Das alles ist nur mit zuverlässiger Technik Woche für Woche termingerecht möglich. Deshalb beschaffte Sabine Grätias im November vergangenen Jahres eine neue Rapida 105 in der Fünffarben-Variante. Denn mit den Rapidas, und vorher den Planetas hatte das Unternehmen jahrzehntelang gute Erfahrungen gesammelt. Aber die Entscheidung fällt nicht die Geschäftsführung allein, die Drucker waren an der Auswahl der neuen Maschine von Anfang an mit beteiligt.

Seit dem Pre-drupa-Open House in Radebeul im April 2008 liefen die Gespräche über die neue Druckmaschine. Die Entscheidung, ob es eine Vier- oder eine Fünffarben werden soll, blieb dabei am längsten offen. Verzeichnisse, Drucksachen für Krankenkassen und Tourismus-Vereine, die oft fünffarbig angelegt sind, gaben den Ausschlag zu höherer Farbigkeit. Relativ früh stand dagegen fest, dass die Maschine kein Lackierwerk erhalten sollte. Denn dann wird fast alles lackiert, obwohl viele Kunden den zusätzlichen Aufwand nicht honorieren. Im Sommer erhielt KBA den Auftrag zur Lieferung der Rapida 105 und im Dezember startete die Produktion. Da die »Neue« für das Jahresend-Geschäft dringend benötigt wurde, zählte bei Inbetriebnahme und Instruktion

Vor zwei Jahren übernahmen Sabine Grätias und Henner Meusel die ODR GmbH in Rostock. Beide kennen sich aus der Zeit, bevor der Akzidenzdruck 1994 aus der Ostsee-Zeitung herausgelöst wurde und als Offsetdruck Rostock firmierte. Sabine Grätias ist heute Geschäftsführerin des Druckbetriebes. Mitgesellschafter Henner Meusel leitet als Prokurist den Verkauf.





ODR-Geschäftsführerin Sabine Gratias zeigt Michael Grieger aus dem Vertrieb von KBA Druckprodukte, die auf der neuen Rapida 105 entstanden sind. Im Hintergrund läuft die neue Fünffarbenmaschine.



Los geht es: Fred Krause schätzt die hohe Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit der Rapida 105. Auch Druckhelfer Frank Köhn hat sichtlich Spaß an seiner Arbeit mit der neuen Mittelformatmaschine von KBA.



jede Stunde. Die unbürokratische Zusammenarbeit mit dem KBA-Verkaufsteam und der GEFA haben dazu beigetragen, dass bis hin zur Finanzierung alles schnell über die Bühne ging. »So schnell haben wir noch nie eine Maschine in Betrieb genommen«, erinnert sich die Geschäftsführerin heute. Und daran, dass KBA-Druckinstructorin Katrin Schmidt an einem Abend das Zepter im Drucksaal kurzerhand übernahm und mit ihren Radebeuler Kollegen die anstehenden Aufträge weiter produzierte, damit die ODR-Drucker wenigstens kurz an der Weihnachtsfeier teilnehmen konnten.

Ein starkes Frühjahr

Bis Ende April waren auf der neuen Rapida deutlich über 5 Mio. Bogen gedruckt. Es war ein starkes Frühjahr für ODR. Neben den Periodika und allen Drucksachen, die Fremdenverkehrsvereine für die Tourismusmes- sen benötigen, liefen umfangreiche Produktionen für die Bundesgartenschau in Schwerin. Dazu zählten unter anderem 300.000 Umlandkarten sowie insgesamt 1,5 Mio. Flyer für die neun Themengärten. Andere Aufträge kamen zum Beispiel aus dem Meeresmuseum beziehungsweise dem Ozeaneum in Stralsund.

Auch das Internet-Geschäft läuft gut. Über das World Wide Web werden Poster mit Fotos aus dem Ostseeraum verkauft, die sowohl von Tourismusunternehmen als auch von Privatpersonen stark nachgefragt sind. Daneben gibt es Angebote zum Druck von Flyern und Postkarten zu Festpreisen. Auf diese Weise entstehen regelmäßig Sammelformen, die am Rande der Terminsachen die Produktion auslasten. Von reinen Web-to-Print-Angeboten hält Sabine Gratias dagegen nichts. Da ist kaum ein Qualitätsanspruch dahinter, erinnert sie sich an Produktionen, die schon als Kollegenhilfe für Unternehmen aus diesem Bereich ausgeführt wurden.

Automatisierung auf Augenmaß

Bei der Ausstattung der Rapida 105 legte die Geschäftsführerin auf Details zur Qualitätssicherung und zur Online-Übertragung von Vorstufen- daten zur Maschinenvoreinstellung besonderen Wert. Die LogoTronic-Farbdichteregulierung ist für ein Unternehmen, dessen Qualitätsmanagement nach DIN/ISO 9002 zertifiziert ist, wichtig, auch wenn am Ende nicht die Messstreifen, sondern der Rest des Bogens verkauft werden soll. Auch die Densitronic-Vernetzung gehört zum Ausstattungspaket. Ein Plattenwechsel-Vollautomat



Die Druckplatten werden an einem UV-Setter von Basysprint belichtet

musste dagegen nicht an die Maschine. Aufgrund der teilweise großen Auflagen tut es hier der SAPC-Halbautomat.

In der Weiterverarbeitung sorgen eine neue Perfecta-Schneidemaschine, drei Falzmaschinen und ein Sammelhefter dafür, dass fast jedes Produkt intern verarbeitet werden kann. Nur Fadenheftungen und Klebverbindungen laufen außerhalb – beispielsweise in der Kunst- und Verlagsbuchbinderei in Leipzig. Ein Belichter von Basysprint ergänzt die Ausstattung in der Druckvorstufe. »Wir sind schön schmal und wendig geworden, haben überflüssigen Ballast abgeworfen und können so auf jede Situation schnell reagieren«,

beschreibt Sabine Gratias das Erreichte. Allerdings gibt es in der Branche einen Trend, der ihr manchmal Kopfzerbrechen bereitet. Plötzlich halten die Gummitücher nicht mehr wie gewohnt. Schuld sind Veränderungen in der Zusammensetzung der Waschtücher. Sie sind plötzlich härter als vorher. Erst nach Reklamation ist die Qualität wieder die alte. Auch bei den Druckfarben gab es Schwankungen, die aus anderen Fertigungsstellen resultierten, wie sich später herausstellte. Und beim Papier steigt der Füllstoffanteil stetig, während der Faseranteil immer kleiner wird. Hier sollten einige der Hersteller und Lieferanten nicht nur an ihre Margen denken, sondern den Gesamtprozess und ihre Kunden im Auge behalten.

Die gesamte Einrichtung von ODR ist nun bezahlt und es gibt außer den monatlichen Raten für die Druckmaschine keine Verbindlichkeiten mehr. Damit hat das Druckunternehmen nach turbulenten Jahren wieder ruhiges Fahrwasser erreicht und kann in die Zukunft planen.

- www.odr-rostock.de
- www.kba.com





**Hammer GmbH in Lübeck
ZWEI BOGENSTANZEN
DYMATRIX 106 PRO CSB**

Gleich zwei Bogenstanzen des Typs Dymatrix 106 Pro CSB der Heidelberger Druckmaschinen AG werden künftig bei der Hammer GmbH in Lübeck im Einsatz sein. Die erste Stanze kam bereits im November 2008 an Bord. Beide Stanzen lösen Maschinen eines anderen Herstellers ab. Sie decken unter anderem die Produktivität einer Heidelberg Speedmaster XL 105-6+L ab, die

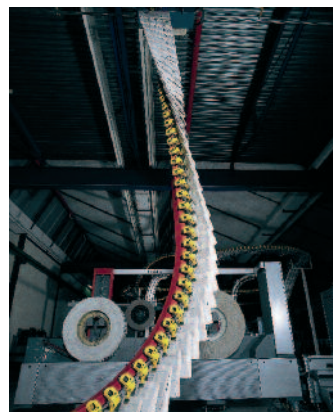


ebenfalls Ende 2008 im Lübecker Werk in Betrieb ging. Den Schwerpunkt der Produktion bei Hammer bilden Jobs mit hohen Auflagen und hohem Veredelungsanteil, die vor allem für Markenartikler der Lebensmittelbranche gefertigt werden. Über die beiden Stanzen hinaus investierte der Verpackungshersteller im letzten Jahr auch in eine Speedmaster XL 105-Sechsfarbenmaschine mit Lackierwerk. Die Maschine hat seither rund 15 Millionen Bogen gedruckt.

- www.hammer-luebeck.de
- www.heidelberg.com

**Standardtransporteur STR 100
STR 100 BEI GUANGDONG
CHINA SUNSHINE MEDIA**

Um sich für die wachsenden Anforderungen des Markts zu rüsten, hat die Guangdong China Sunshine Media, ein Tochterunternehmen der Guangzhou Daily Press Group, bereits Ende 2007 eine Goss-Newsli-ner-Rotation mit einer maximalen Druckgeschwindigkeit von 75.000 Exemplaren pro Stunde installiert. Für die Entsorgung der Rotation konnte die Ferag mit dem Standard-



transporteur STR 100 eine preiswerte und vor allem zuverlässige Alternative bieten. Zwei STR 100 transportieren die Produkte ohne Umweg direkt zu den Paketauslegern. Der Schuppenstrom wird dabei seitlich von Klammern gefasst und sicher durch die gesamte Linie geführt. Zusätzlich werden die Produkte über Kopf geführt, was eine vollkommen individuelle Linienführung ermöglicht. Hinter den beiden Paketauslegern befindet sich jeweils eine JobWrap-Unterbodenführung, wodurch die Pakete auf dem Weg zur Verkaufsstelle geschützt werden.

- www.gossinternational.com
- www.ferag.com

**Anicolor-Technologie
FORMULA ZWETA INVESTIERT IN
HEIDELBERG-TECHNOLOGIE**

Das Kurzfarbwerk Anicolor ermöglicht Anwendern eine Reduzierung der Anlaufmakulatur um bis zu 90% und eine Verkürzung der Rüstzeiten um bis zu 40%. Eines der ersten Unternehmen, die diese Technologie in Russland einsetzen, ist die Moskauer Druckerei Formula Zweta. Der 70 Mitarbeiter große Betrieb produziert hauptsächlich Akzidenzaufträge wie Visitenkar-



ten, Briefpapiere, Broschüren und Flugblätter. »Die Anicolor-Druckmaschinen gehören zu den wichtigsten Investitionen, die wir je getätigt haben«, begeistert sich Artem Dujenkov, Geschäftsführer von Formula Zweta. »Für das Einrichten und das Drucken von 500 Bogen brauchen wir jetzt nur noch neun Minuten. Der größte Vorteil von Anicolor gegenüber den herkömmlichen Offset-Druckmaschinen liegt in der Farbkonstanz, die wir über den ganzen Auftrag hinweg erzielen – unabhängig von der Höhe der Auflage.« Die Drucker, die zuvor mit der Heidelberg Printmaster PM 52-4 produzierten, haben sich innerhalb kürzester Zeit in die Bedienung der neuen Speedmaster SM 52 eingearbeitet. Formula Zweta arbeitet mit Saphira-Produkten, den Verbrauchsmaterialien von Heidelberg, die optimal auf die Maschinen abgestimmt sind.

- www.heidelberg.com

**ROLAND 700 HiPrint
POTTS PRINTERS INVESTIERT IN
KAPAZITÄTEN**

Die Druckerei Potts Printers, ansässig in Northumberland, investiert in eine Fünffarben Roland 700 HiPrint mit Lack. Damit will man das ehrgeizige Ziel einer Umsatzerhöhung von neun auf zwölf Millionen Britische Pfund (von 10,3 auf 13,7 Millionen Euro) bis 2012 erreichen. Gegründet im Jahr 1875 ist Potts Printers einer von nur einer Handvoll 3B-Drucker im Nordosten Eng-



lands. 115 Mitarbeiter produzieren Geschäftsdrucksachen, Bücher und Werbematerialien mit hohen Standards. manrolands Fernwartungssystem TelePresence war ein Hauptkaufargument für Potts. Das System ist Teil des ProServ-After-Sales-Pakets, das sich mit modularen Wartungsplänen an den Kundenbedürfnissen ausrichtet. Shaun Johnson, Geschäftsführer von Potts Printers, zur Investition: »Wir nähern uns der Kapazitätsauslastung und setzen uns ehrgeizige Ziele für die nächsten zwei bis drei Jahre, deshalb ist jetzt der richtige Zeitpunkt zum Investieren. Bei uns läuft schon eine Roland 700 seit über zwei Jahren mit großartigen Resultaten. Wir freuen uns bereits auf die größere Flexibilität, wenn wir auf beiden Maschinen Aufträge drucken können.«

- www.manroland.com
- www.potts.co.uk



**Schnellumsetzswagen
SAMMELHEFTER-REIHE
PRIMERA VON MÜLLER MARTINI**

Zeitschriften und Magazine enthalten nicht nur interessanten Lese- stoff, sondern bieten auch attraktive Werbemöglichkeiten – sei es auf einer Umschlagklappe oder mittels eingeklebter Karten und Gimmicks. Mit verschiedenen Zusatzaggregaten zu seinen Sammelheftern trägt Müller Martini dazu bei, dass auch komplizierte Printprodukte schnell und damit wirtschaftlich hergestellt



werden können. Ein neues Zusatz- angebot sorgt dafür, dass die Um- rüstzeiten auf das nächste Produkt noch tiefer liegen und so die Still- standzeiten der gesamten Linie ver- kürzt werden. Mit den neuen Schnellumsatzwagen können Sam- melhefterlinien der Typen Primera C130, C140, E130 und E140 effi- zient konfiguriert werden. Die Wa- gen erlauben ein rasches Einsetzen und Entfernen der Standandan- leger, Umschlagfalzanleger und Wa- renkleber.

➤ www.mullermartini.com

**Besondere Art der Verpackung
CHESAPEAKES FORMFIT-
TECHNOLOGIEN**

Der Verpackungshersteller Chesapeake, Branded Packaging, mit Hauptsitz in Stuttgart, erhält ver- stärkt Anfragen nach kurzfristigen individuellen Verpackungslösungen. Für diese Fälle bietet das Unterneh- men ein Packaging-Konzept an, die so genannte FormFit-Technologie. Mittels FormFit werden Produkte schnell und vielseitig verpackt. Stern-, Blatt-, Mond-, Herz-, Blu- men- oder Autoform – der Wahl der



Außenkonturen sind bei FormFit fast keine Grenzen gesetzt. Klein- auflagen sind dabei genauso reali- sierbar wie Großauflagen. Hoch- wertige Veredelungen können die Form der Verpackung zusätzlich unterstreichen. Chesapeake bietet neben Heißfolienveredelung auch Prägungen, Innendruck und den Einsatz von Sichtfenstern an, die für den zum Produkt passenden Effekt sorgen. Die Verpackungen können mit oder ohne Vorstehrand, zweitei- lig fertig aufgerichtet oder auch in- klusive Inline-Befüllung erstellt werden.

➤ www.cskcorp.com

**Teambuilding
RATIOFORM BAUTE IGLU AUS
VERPACKUNGEN**

Ein Iglu im Sommer! Das 30-jährige Firmenjubiläum nahm Ratioform zum Anlass für eine Gemeinschafts- aktion. Vor imponierender Alpenku- lisse auf einer Bergwiese im bayeri- schen Lenggries errichteten 250 Ra- tioform Mitarbeiter ein riesiges Iglu mitsamt Inneneinrichtung. Für den Bau wurden ausschließlich Verpa- ckungen aus dem Sortiment von Ratioform verwendet. Als Baumate-



riallen für das Iglu dienten Kartons, Schachteln, Klebebänder, Versand- rohre, Füllmaterial, Paletten und Fo- lien. Mit den Ratioform Produkten schufen die Verpackungsexperten eine stabile Konstruktion mit einem Durchmesser von 25 Metern, einer Innenhöhe von acht Metern und einer Raumfläche von 500 m². Das Mobiliar bestand aus Tischen, Bän- ken, Theken und Hockern, die eben- falls aus Verpackungen gefertigt wurden. Die Ratioform Mitarbeiter benötigten fünf Stunden für die Vollendung des Iglus. Zuvor waren sie in 15 Teams eingeteilt worden, denen verschiedene Aufgaben wie Logistik, Gerüstbau oder Zimmer- arbeiten zugewiesen waren. Der Iglu-Bau war eine Aktion im Jubilä- umsjahr von Ratioform unter dem Motto »Das Jubeläum«.

➤ www.ratioform.de

**Spezialkonstruktion
SCHOKOLADENVERPACKUNG
MIT UMLAUFENDER HOHLWAND**

Für den Premiumhersteller Lauen- stein Confiserie hat Edelman eine Verpackung der besonderen Art entwickelt: Eine umlaufende Hohl- wand der Faltschachtel schützt zwei dünne 40 Gramm Tafeln, ein Dop- peldeckel gibt Stabilität und ver- meidet zusätzlich Schnittkanten des Kartons an der langen Frontseite. Der Verschluss liegt unterhalb des Doppeldeckels, damit die Optik der



Frontseite nicht durch Einsteckkla- schen gestört ist. Die Produktion war eine echte Herausforderung, da die Kleberänder sehr schmal und die Seiten der Hohlwand sehr nied- rig gehalten sind. Insgesamt 24 ver- schiedene Schokoladensorten hat Lauenstein so in acht farblich un- terschiedlichen Verpackungen auf den Markt gebracht. Die Faltschachteln wurden auf der Frontseite per Strukturprägung veredelt, das Logo der Burg Lauenstein wurde mit Prä- gefolienendruck hervorgehoben.

➤ www.edelman.de

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

Mit den von uns hergestellten Hochleistungs-Papierbohrern in allen Größen und Beschichtungen für alle Maschinen-Fabrikate beliefern wir prompt ab Lager die Weiterverarbeiter weltweit.

*** Neu: FOLIENBOHRER ***

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
Klippeneckstr. 8 • D-78056 VS-Schwenningen
Telefon (00 49) (0) 77 20 - 30 12-0 • Fax 30 12 50

• Katalog • e-mail:foellmer@foellmer.com
• anfordern • http://www.foellmer.com



Ohne Wasser und Zonenschrauben

Mit der Inbetriebnahme einer Genius 52UV mit Lackwerk von KBA-Metronic haben der Folien-drucker Siepro und BaurOffset Druckerei und Medienservice ihre Angebotspalette erweitert. Die Druckspezialisten im Süden Deutschlands wollen sich mit den Fünffarbenmaschine im Format 36 x 52 cm für die Zukunft am Markt neu positionieren.

DER FOLIENDRUCKER SIEPRO aus Steinheim/Murr hat eine Genius 52UV mit Lackwerk in Betrieb genommen. Der Folienspezialist, der bisher im Digital- und Siebdruck zu Hause war, beschreitet mit der Genius von KBA-Metronic erstmals den Weg des wasserlosen UV-Offsetdrucks. Das Unternehmen hat langjährige Erfahrung im Bedrucken von starren und flexiblen Materialien und ist überwiegend mit der Herstellung von Werbe- und Kennzeichnungsprodukten befasst. Es gibt kaum ein Kunststoff- oder Papierprodukt, das die Siepro-Spezialisten auf ihren Maschinen nicht drucken könnten.

Mit der Genius 52UV mit Lackwerk ist Siepro nun noch besser auf die Marktanforderungen von Kunden vorbereitet und kann mit über 30-jähriger Kompetenz überzeugen. Insbesondere die höheren Auflagen, die man bisher teilweise auch fremdvergeben hatte, wird die Genius 52UV in Zukunft drucken. Somit bleiben die Druckaufträge nun im eigenen Haus. »Wir erstellen mit der Genius 52UV Auflagen ab 200 Bogen kostengünstiger als mit unseren vorhandenen Digitaldrucksystemen. Sie ist somit eine hervorragende Ergänzung. Zudem überzeugt uns ihre Druckqualität«, sagt Claus Hiemann, Siepro-Geschäftsleiter. Hergestellt werden Etiketten, Warenaufkleber, Schilder, Tastaturfolien, Displays und PVC-Banner, um einige der vielfältigen Produktwünsche seiner Kunden zu nennen. Aber auch neue Absatzmärkte will man mit der Genius 52UV erschließen und denkt dabei beispielsweise an Tischsets, Sticker, Adhäsions- oder auch Lenticularfolien.

Die Genius 52UV bedruckt Materialstärken bis 0,8 mm. Markantes Merkmal in der 36 x 52 cm-Formatklasse sind die fünf zonenschraubenlosen Offset-Kurzfarbwerke, die um einen zentralen Gegendruckzylinder angeordnet sind. In einem Greiferschluss druckt die Genius 52UV feinste und frequenzmodulierte Raster. Dabei kommt die Maschine ohne Wasser, Lösemittel und Puder aus. Mit den eingesetzten UV-Farben können Kunststoffe aller Art sowie saugende und nichtsaugende Papiere und Kartons bedruckt werden. Mittels UV-Trocknern härten die Farben auf den Substraten aus, so dass nach dem Druck sofort weiterverarbeitet werden kann.

Interessant ist die Maschine für Siepro auch deshalb, weil durch das schnelle »In-Farbe-Kommen« der Anilox-Kurzfarbwerke bereits der zehnte Bogen in fotorealistischer Qualität verfügbar ist. Damit benötigt diese Maschine nur wenige Anlaufbögen, was bei teuren Substraten kostenmindernd wirkt. Aber auch die kurzen Jobwechselzeiten von wenigen Minuten und die Farbstabilität während des Druckvorgangs halten die Kosten klein. Claus Hiemann, ist überzeugt, dass er gerade wegen der sich verändernden Anforderungen mit



Siepro Juniorchef Michael Hiemann vor der Genius 52UV.

der Genius 52UV den Nagel auf den Kopf getroffen hat. Bei sinkenden Auflagen produziert er mit einer kostengünstigen und für vielfältigste Materialien geschaffenen Druckmaschine.

BAUROFFSET mit zurzeit 30 Mitarbeitern hat sich seit seiner Gründung vor 48 Jahren einen Namen gemacht. Mit der Genius 52UV möchte man den Kunden zusätzlich besondere Druckdienstleistungen anbieten, die im konventionellen Offsetdruck nicht ohne weiteres möglich sind. Horst Baur, Seniorchef des Druckbetriebes: »Ich bin überzeugt, dass die Genius 52UV mit ihrer technischen Innovation der wasserlosen und zonenschraubenlosen Technologie den Offsetdruck in absehbarer Zeit noch stärker beeinflussen werden. Die Maschine druckt schon nach wenigen Anlaufbögen beste Qualität und überzeugt durch eine einfache Bedienung. Natürlich werden wir auf der Genius 52UV auch extravagante Materialien wie metallisierte oder irisierende Papiere einsetzen, die wir bisher im konventionellen Offsetdruck nur unter Schwierigkeiten oder gar nicht drucken konnten.«

Um für den Markt auch in größeren Formaten gerüstet zu sein, wird zusätzlich eine neue Fünffarben-Rapida 105 von KBA mit Lackwerk ihren Dienst aufnehmen. Eine zusätzlich vorhandene umstellbare Zweifarbenmaschine im Format 72 x 102 cm wird überwiegend im doppelseitigen Schwarzweißdruck eingesetzt. Insgesamt stehen dann 14 Druck- und zwei Lackwerke bei BaurOffset zur Verfügung.

› www.kba-metronic.com › www.bauroffset.de › www.siepro.de





flyeralarm erhält PSO-Zertifikat QUALITÄTSBETRIEB NACH ISO 12647 ZERTIFIZIERT

Erstmalig hat sich die 2002 gegründete flyeralarm GmbH mit den vier Druckbetrieben in Würzburg, Klipphausen, Marktheidenfeld und Greußenheim den Prüfkriterien für die Prozessstandard Offsetdruck (PSO) unterzogen. Ziel dieses Gütesiegels ist es, den Kunden eine vorhersehbare und optimale Farbqualität zu gewährleisten. Aber auch andere Parameter wie Terminalsicherheit,

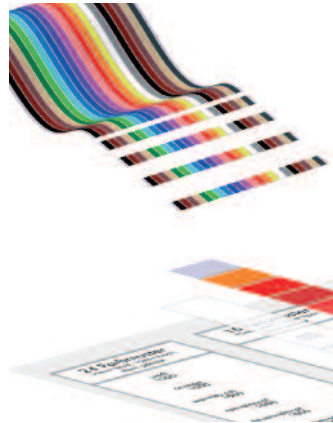


hohe Wiederholgenauigkeit und abgesicherte Produktion von Aufträgen und dergleichen werden berücksichtigt. Für Kunden bedeutet dies, dass die sonst so oft versprochenen Leistungen und Qualitäten auch tatsächlich dauerhaft eingehalten werden können. Qualität wird somit messbar und nachweisbar. Da bisher immer nach den Vorgaben der FOGRA-Standarddichten gearbeitet wurde, konnte flyeralarm auf das vorhandene Qualitätsmanagement aufbauen. Die Zertifizierung erfolgte durch den Verband Druck und Medien Bayern und gilt immer nur für zwei Jahre. Die regelmäßige Erneuerung des Prüfsiegels von unabhängigen Prüfern bewirkt eine stete Weiterentwicklung und die Kontrolle der Herstellungsprozesse. Damit einher gehen Schulungen der Mitarbeiter, so dass die moderne Technik auch optimal eingesetzt werden kann und Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand der Technologie sind.

➤ www.flyeralarm.de

NEPATA GmbH INDUSTRIELLE PRODUKTION VON FARBMUSTERKARTEN

Die Nepata GmbH Projektierungsgesellschaft für technologische Anwendungen der Werbetechnikbranche, hat ein Verfahren zur industriellen Fertigung von Farbmusterkarten entwickelt. Fabian Franke, Geschäftsführer der Nepata GmbH: »Mit der von uns entwickelten Anlage ist es möglich, Farbmusterkarten schnell, sehr günstig und ohne großen Aufwand auf Seiten der Un-



ternehmen herzustellen. Das Nepata Produktionsverfahren fertigt Farbmusterkarten nach den individuellen Vorgaben von Unternehmen in Großserie. Dadurch sinken die realen Produktionskosten signifikant und der Zeitaufwand der Mitarbeiter für die Produktion fällt nahezu komplett weg«. Wenn es ein Hersteller wünscht, stattet die Nepata GmbH auch direkt seine Distributoren und Händler mit den entsprechenden Farbkarten aus. So werden die Farbkarten über die komplette Vertriebskette eingesetzt. Die Kunden der Nepata definieren die Farbmusterstreifen individuell, bis zu einer Länge von maximal 300mm und einer maximalen Breite von 60mm ist alles lieferbar. In einem Produktionslauf werden bis zu vier Streifen pro Karte verarbeitet.

➤ www.nepata.de

KBA-Rapida für Saudi Arabien

SCHWERSTE BOGENOFFSETMASCHINE DER WELT

Anfang 2010 wird KBA die bisher schwerste Bogenoffsetmaschine der Welt nach Saudi Arabien ausliefern. Es handelt sich um eine Rapida 185 im Format 130 x 185 cm mit sieben Farbwerken, Lackturm, zwei Zwischentrockentürmen sowie je einem weiteren Lack- und Trockenturm – also 12 Druck-, Lack- und Trockenwerke im Großformat mit einem Ausstoß von 9.000 bis zu 2,4 m² großen Bogen in der Stunde.

Die Druckerei Al Bayan wurde 1980 gegründet und hat sich zu einem der führenden Mediendienstleister in Saudi Arabien entwickelt. Zum Konzern gehört eine vollstufig ausgestattete Druckerei in Riad, die als erste eine Vierfarbmaschine mit UV-Lackiersystem einsetzte. Mit der Rapida 185 kommt erst-



mals eine Bogenoffsetmaschine von KBA zum Einsatz. Mit »nur« 33 Metern Länge ist die trotz ihrer beeindruckenden Dimensionen kompakt gebaute Anlage zwar nicht die längste von KBA gelieferte Großformatmaschine, aber mit einem Gewicht von 320 Tonnen die schwerste im Großformat. Die mit über 40 m noch längeren Rapida-Jumbos mit 13 Werken und dreifacher Auslageverlängerung produzieren in Australien und den USA.

Die Anlage soll Plakate und großformatige Verpackungen, auch im Direktdruck auf Mikrowelle produzieren und wird unter anderem mit Kartonagenpaket, Nonstop-Automatik und Stapellogistik ausgestattet. Das erste Druckwerk und das letzte Lackwerk werden für die UV-Produktion vorbereitet. Auch Hybrid-Veredelungen werden möglich sein. Die ICS-Längsschneideeinrichtung in der Auslage ermöglicht die weiterverarbeitungsgerechte Teilung des Bogens. Weitere Automatisierungskomponenten sind unter anderem ErgoTronic ACR (Video-Register), das Mess- und Regelsystem DensiTronic professional sowie LogoTronic zur Vernetzung der Maschine mit der Druckvorstufe.

Die Super-Jumbo-Baureihen Rapida 185 und Rapida 205 (Format 151 x 205 cm) wurden zunächst von Plakat- und Siebdruckern eingesetzt. Dazu kamen in den vergangenen Jahren immer mehr Maschinen für die Buch- und Verpackungsproduktion. Die meisten Anlagen wurden in der Vier- beziehungsweise Fünffarbenvariante mit Lackturm ausgeliefert, einzelne Maschinen auch mit Perforierturm.

➤ www.albayan.com.sa/main.htm ➤ www.kba-print.de





Trends zu Mailings mit Veredelung ist ungebrochen

Koopmandruck in Stuhr bei Bremen hat sich spezialisiert auf qualitativ hochstehende Mailings mit Veredelung. Viele davon werden auf einer Acht-Farben-Concepta gedruckt. Diese setzt Koopmandruck neben mehreren anderen Rollenoffsetmaschinen von Müller Martini ein.

Card-in (integrierte Dünnpastikkarten), Card-in-Mirror (Spiegel im Papier), Label-in (integrierte Selbstklebeetiketten), Label-on (Werbung unter dem Etikett), Duftlacke, Iriodin, Wasserzeichen, Zauberfarben – die Liste patentierter Veredelungs-Produkte aus dem Hause Koopmandruck ist ebenso lang wie einzigartig. »Der Trend zu Mailings mit Veredelung ist ungebrochen«, sagt Folker Neetzow, Prokurist bei Koopmandruck, die ihre Kunden immer wieder mit neuen, innovativen Produkten überraschen.

Seit 1995 produziert Koopmandruck qualitativ hochstehende Werbedruck-sachen auf Rollenoffset-Druckmaschinen von Müller Martini. Für nahezu die gesamte Druckpalette kommt die 2006 installierte Concepta mit acht Druckwerken zum Zug. Sie wird weiter ausgebaut und eine Zehn-Farben-Concept ersetzen. Folker Neetzow zeigt sich von der Farbqualität und komfortablen Bedienung der Concepta überzeugt. Zudem sind die Druckeinschübe mit der nach wie vor im täglichen Einsatz stehenden Concept kompatibel.

Als Spezialität enthält die neue Concepta nach dem letzten Druckwerk eine UV-Zug-Kühlstation. Diese erlaubt es, thermosensitive Substrate wie dünne Folien zu bedrucken. Die Registersteuerung und die UV-Trocknung wurden erstmals in die Steuerung der Concepta integriert. »Mit einem zentralen



Folker Neetzow (links), Prokurist bei Koopmandruck: »Der Trend zu qualitativ hochstehenden Mailings mit Veredelung ist ungebrochen.« Rechts Klaus Vogel, Leiter Entwicklung und Anwendungstechnik bei Koopmandruck.

DIE CLEVEREN KARTEN Ob als Kundenkarte, Gutschein, Messeausweis, Mitgliedskarte, Fahrkarte oder Eintrittskarte – mit Card-in können Kunden längerfristig gebunden werden. »Drucktechnisch ist Card-in einfach«, sagt Folker Neetzow, »aber bezüglich der Weiterverarbeitung eine Herausforderung.« So wird eine Folie auf die Vorderseite und/oder Rückseite aufgebracht. Danach wird sie ausgestanzt, und dank Laminat entsteht eine hochwertige Plastikkarte. Diese kann zusätzlich personalisiert oder mit einem Barcode versehen werden. Möglich sind auch mehrere Schichten Laminat. Ein besonderer Werbegag ist Card-in-Mirror. Welcher Kunde riskiert da nicht einen Blick in den Spiegel?



Steuerpult ist die Bedienung der Maschine übersichtlich und benutzerfreundlich«, sagt Klaus Vogel, Leiter Entwicklung und Anwendungstechnik bei Koopmandruck.

UMSCHLÄGE, VIELFÄLTIG VEREDELT Zu den Spezialitäten von Koopmandruck gehören schwierige, großflächige Umschläge für Bücher, Broschüren und Magazine. Diese Umschläge sind geradezu prädestiniert für vielfältigste Veredelungsvarianten wie Duftstoffe, partiellen und vollflächigen UV-Lack oder verschiedene bedruckbare Rubbelfarben. Die vielfältigen Umschläge können sowohl für klebegebundene als auch für sammelgeheftete Produkte eingesetzt werden.

WERBUNG MIT WOHLGERUCH In Kombination mit Rubbelfarbe erfreuen sich Duftlacke wachsender Beliebtheit und werden immer häufiger in Mailings eingesetzt. Der Trick ist simpel: Mikrokapseln mit Duftstoffen, die beim Rubbeln ganz fein zerplatzen, sorgen für den Duft von frischen Äpfeln, bunten Rosen oder weihnächtlichem Anis. Duftlacke wecken Emotionen pur und garantieren, dass Werbung nicht zur stinknormalen Angelegenheit wird.

› www.mullermartini.com





Value Added Printing

Im Rahmen des PRINTplusX-Projekts hat die PrintCity-Allianz eine Zusammenfassung der Forschungsergebnisse zum Thema Value Added Printing (Drucken mit Mehrwert) veröffentlicht. Sie basieren auf einer Diplomarbeit zum Thema Kosten und Nutzen des Value Added Printing, die Jochen Wied, Student der Hochschule der Medien in Stuttgart, verfasst hat.

Mit der Forschungsarbeit wurde 2008 begonnen. Sie umfasste unter anderem die Entwicklung einer speziellen PRINTplusX-Mappe, die eine Reihe, mit verschiedener VAP-Technologien hergestellter Druckmuster beinhaltet. Für diese Mappe wurden fiktive Marken entwickelt, die für Diskussionen und Workshops genutzt werden. Die Ergebnisse des Forschungsprojekts basieren auf einer Umfrage, in deren Rahmen Jochen Wied während der drupa 2008 über 100 Personen aus verschiedenen Ländern interviewt hat. Zusätzlich erfolgte eine Umfrage über das Internet unter mehr als 400 Markeninhabern, Designern, Verlegern und Druckern in Deutschland.

Eine Formel wurde entwickelt, mit deren Hilfe sich Anhaltspunkte über den Nutzen verschiedener VAP-Technologien ermitteln lassen. Dabei flossen sowohl die gesammelten Daten als auch Informationen aus anderen veröffentlichten Forschungsarbeiten zum Thema Marken ein. Mit Hilfe dieser Formel mit der Bezeichnung Advertising Value of Finishing (AVoF) konnten die wertmäßigen Auswirkungen des Einsatzes von VAP-Technologien auf Werbeumsätze in verschiedenen Situationen im Druck und im Packaging verglichen werden.

Einige Resultate der VAP-Forschungsarbeit: Gut die Hälfte aller Werbedrucksachen können mit Hilfe innovativer Weiterverarbeitungs- und Veredelungstechnologien deutlich sichtbar aufgewertet werden. Neue VAP-Weiterverarbeitungs- und Veredelungstechnologien bieten Druckereien und dem Verpackungswesen gute Möglichkeiten, sich in Nischenmärkten zu differenzieren.

Am Point of Sale (POS) von Kunden wahrgenommene Qualität spielt bei impulsiven/emotionalen Kaufentscheidungen eine Schlüsselrolle – hier ist weniger häufig mehr. Die Produkttreue von Kunden lässt sich um etwa 100% erhöhen, können Konsumenten Marken mit mehreren Sinnen wahrnehmen – statt nur mit einem Sinn. VAP vermittelt Druckerzeugnissen »Mehrwert«, indem es die Wirkung der Botschaften von Marken verstärkt – und sollte in Kombination mit anderen Techniken des Marketings eingesetzt werden.

Druck- und Verpackungsprojekte sind in aller Regel sehr unterschiedlich. Markeninhaber, Designer und Verleger sollten stets gemeinsam mit ihren Druckern und Lieferanten die Möglichkeiten untersuchen, die die Veredelungen im Einzelfall mit sich bringen. Sollen VAP-Technologien und -Materialien möglichst wirkungsvoll und effizient eingesetzt werden, müssen alle am Herstellungsprozess beteiligten Seiten partnerschaftlich zusammen ar-

beiten. Dadurch kann erreicht werden, dass sich Marken gegenüber dem Wettbewerb abheben, beachtet werden und zu höheren Umsätzen führen.

VAP-MUSTER SIND JETZT BEI PRINTCITY ERHÄLTlich

Eine Sammlung von VAP Mustern ist jetzt auf Anfrage bei der PrintCity-Allianz erhältlich. Sie präsentiert eine Reihe verschiedener Technologien sowie Materialien und zeigt auf, wie sich diese kreativ kombinieren lassen. Die Sammlung beinhaltet unter anderem je eine Ausgabe der deutschen Kreativmagazine Novum und Beef, von Print Perfection und dem f:mp. produzierte Muster, ein Exemplar des gedruckten Programms zum FIPP09 37th World Magazine Congress der PPA in Großbritannien, von manroland hergestellte VAP-Muster für Marken wie unter anderem Harley-Davidson, JOOP, RADO, Bacardi und Siemens, sowie ein neues Lack-Beispiel von Weilburger.

Die Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeit wurde jetzt in englischer und deutscher Sprache veröffentlicht. Diese Zusammenfassung ist auf der PrintCity-Webseite verfügbar. Die komplette Diplomarbeit ist auf Anfrage in deutscher Sprache erhältlich. Dazu versendet PrintCity an Interessenten wie Markeninhabern, Designern, Verlegern und Druckereien gerne auf Anfrage per Post eine Sammlung von VAP-Beispielen und Mustern.

› www.printplusx.com

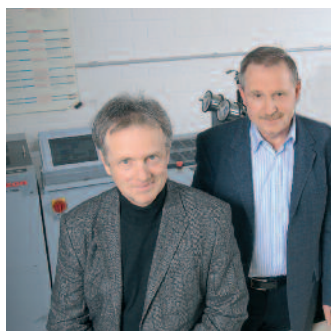
› www.printcity.de





**Klein, aber hochmodern
GRÄULER DRUCK IN IBBEN-
BÜREN MIT DER SPF/FC-200A**

Im westfälischen Ibbenbüren be-
treibt Wolfgang Gräuler (im Bild
rechts mit Horizon-Gebietsleiter
Hans-Peter Lehmann) eine Drucke-
rei, die seit dem Kauf der Broschü-
renfertigungsanlage SPF/FC-200A
von Horizon vor knapp einem Jahr
auf dem neuesten Stand der Techni-
k ist. Rückstichgeheftete Broschü-
ren aus Einzelbogen werden nun
bei bestmöglicher Qualität in hoher



Geschwindigkeit gefertigt. Die erste
Horizon-Maschine bei Gräuler
Druck war die MC-8-Zusammen-
tragmaschine, die 2004 angeschafft
wurde. Die MC-8 ist inzwischen
ausgemustert, aber Gräuler ist Hori-
zon treu geblieben. Die neue Ma-
schine arbeitet mit 4.800 Takten/h
schnell und ist zuverlässig. Wichtig
ist auch die einfache Bedienbarkeit
durch die Horizon eigene Touch&
work-Technologie.

➤ www.graeuler-druck.de

**bvdm-Publikation
TECHNOLOGIEN ZUR INLINE-
VEREDELUNG**

Die bvdm-Publikation »Inline ver-
edeln im Bogen- und Endlosdruck«
zeigt auf, was in der Mediovorstufe
zeigt auf, was in der Mediovorstufe
zeigen kann, um visuelle, hapti-
sche und sensorische Effekte zu er-
zielen oder Handhabbarkeit und
Sicherheit von Druckerzeugnissen
zu steigern. Die beiden Autoren
haben im Rahmen ihrer Diplomar-
beit an der HTWK Leipzig zusam-
mengetragen, welche Bedruckstof-
fe, Farben, Lacke, und Folienappli-
kationen dafür zur Verfügung ste-
hen. Die mehr als 100-seitige Veröffent-
lichung befasst sich mit den Voraus-
setzungen für die Verarbeitungen
der Materialien genauso wie mit
den jeweiligen Marktpotenzialen,
die durch Produktbeispiele illus-
triert werden. Besondere Aufmerk-
samkeit haben die Autoren der Aus-
stattung von Druckerzeugnissen mit
Sicherheitsmerkmalen gewidmet –
einem Thema, das angesichts der
steigenden Gefahr von Produkt-
missbrauch im Kontext der Globali-
sierung wachsende Bedeutung er-
fährt. Sie zeigen auf, wie sich durch
mitunter schon recht einfache Maß-
nahmen in der Mediovorstufe so-
wie mit Hilfe geeigneter Be- und
Verdruckstoffe und spezieller Kenn-
zeichnungstechnologien hohe Bar-
rieren für Fälscher und Produktpira-
ten errichten lassen. Die Publikation
richtet sich an Mediendienstleister,
die Druckprodukte abseits des
Mainstream anbieten wollen und
dabei jene Kunden im Fokus haben,
die auf mehr als nur den Preis
schauen.

➤ www.point-online.de

➤ www.bvdm-online.de

**Remy Roto S.A
ROTATIONSABNAHME-SYSTEM
FÜR REMY ROTO S.A.**

Mit dem zweistöckigen Rotations-
schneider Preciso DS und der News-
veyor-Transportlösung Ketten-De-
serting entscheidet sich die belgi-
sche Druckerei Remy Roto S.A. für
ein flexibles, hochautomatisiertes
Rotationsabnahme-System von
Müller Martini. Individuell ange-
passt an die Anforderungen einer
neuen MAN-Rotation Lithoman
umfasst die Rotationsabnahme, die



im September 2009 installiert wird,
neben einem Doppelstock-Rota-
tionsschneider Presico DS zwei



Kreuzleger Listo und zwei Palettier-
systeme Cohiba. Die neue Rotation
produziert im Vergleich zu bisher
bei Remy Roto S.A. eingesetzten
Druckmaschinen mit doppelter Pa-
pierbahnbreite (2060 mm) und dop-
peltem Zylinderumfang (1240 mm)
und erweitert das Produktspektrum
wesentlich.

➤ www.mullermartini.com

**SureCut Converting Inc.
PRÄZISIONSGROSSFORMAT-
SCHNEIDER SHM INSTALLIERT**

SureCut Converting Inc. hat kürzlich
einen weiteren SHM Großformat-
schneider, eine SHM 1450 DR (Dual
Rotary = Gleichlaufquerschneider
mit zwei rotierenden Messern), in
Betrieb genommen. Die neue, zwei-
te SHM 1450 DR von SureCut
schneidet Bahnen bis zu einer Brei-
te von 57 Zoll (144,8 cm) mit einer
Genauigkeit von +/- 0,381 mm.
Durch die Auslegung des Gleich-



laufquerschneidmessers für bis zu
1.000 g/m² und der Längsschneide-
messer für bis zu 600 g/m² kann die
SHM 1450 DR bei besserer Genaui-
gkeit deutlich höhere Grammatu-
ren beziehungsweise mehr Papier-
bahnen als ein Querschneider mit
einem feststehenden und einem
rotierenden Messer verarbeiten.

➤ www.pemco.kpl.net

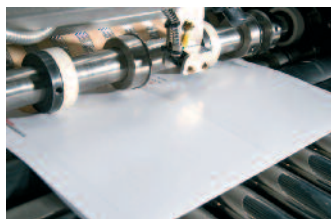
➤ www.surecut.com



Kombi oder Tasche?

AFC-566F UND AF-566T4F VON HORIZON

Die neue Falzmaschine AF-566T4F ist für Horizon der Einstieg in den Markt der Taschenfalzmaschinen. Bisher gehörten nur Kombifalzmaschinen zum Produktprogramm von Horizon. Wo eigentlich liegen die Unterschiede zwischen beiden Systemen? Was kann die »Kombi«, was die »Tasche« nicht kann? Die AFC-566F Kombifalzmaschine arbeitet vollautomatisch, benötigt



kurze Rüstzeiten, hat einen geringen Platzbedarf und erfordert keine Rillung der Falzbogen bei Kreuzbrüchen. Zudem bietet sie 17 Standardfalzvarianten, darunter sechs mit Kreuzbrüchen und verarbeitet hohe Grammaturen und große Lagenstärken. Die AF-566T4F Taschenfalzmaschine bietet eine höhere Leistung und mehr Falzarten als die Kombifalzmaschine. Zudem ermöglicht sie ein mehrfaches Leimen in allen Stationen, kann Postkarten durch vorgelagerte Messerwellen perforieren und die Produktion von Mehrfachnutzen in allen Stationen ermöglichen.

➤ www.horizon.de

Mathias Bäuerle

MATHIAS BÄUERLE BIETET FERNWARTUNGSMODUL AN

Als Hersteller von automatisierten Falzmaschinen und Kuvertiersystemen bietet MB Bäuerle jetzt ein Softwaremodul für die Fernwartung ausgewählter Baureihen an. Mit dieser neuen Funktionalität können sich die MB-Servicetechniker via Internet auf die Falzmaschine von MB Bäuerle einloggen. Im Bedarfsfall aktiviert der Bediener beim Kunden die »Click'n'Fix« Option,



sodass sich der MB-Servicetechniker auf die Maschine aufschalten kann. Der Touchscreen der Falzmaschine wird dann 1:1 auf dem Bildschirm des Technikers im Servicecenter abgebildet. Somit können der gegenwärtige Status der Maschine vom Werk aus eingesehen und gegebenenfalls Störungen beseitigt werden. Die einzelnen Maßnahmen kann der Bediener am eigenen Display der Falzmaschine verfolgen.

➤ www.mb-bauerle.de

MBO

VORSPRUNG DURCH (JDF-) INTEGRATION

MBO macht die Einbindung von Falzmaschinen in den JDF Workflow immer einfacher: Mit der Software MBO Datamanager lassen sich die Falzmaschinen problemlos an die unterschiedlichsten Management Informations Systeme (MIS) koppeln, egal welchen Herstellers. So wurde jetzt auch die Integration von MBO Falzmaschinen in die Systeme des schwedischen MIS-Her-



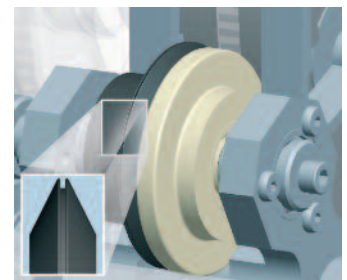
stellers Simutek (GKS), der englischen Technique Group und des französischen Unternehmens GamSys in die Praxis umgesetzt. Damit hat MBO bereits Anbindungen zu 19 unterschiedlichen Partnersystemen realisiert. Indem sie ihre Falzmaschinen in den JDF Workflow eingebunden haben, konnten einige MBO Anwender (in Verbindung mit einer Vollautomatisierung) ihre Produktivität um bis zu 100% steigern. Weiterer Vorteil für den Anwender: Er bleibt flexibel bei seinen Investitionsentscheidungen. Er kann das für ihn am besten geeignete MIS wählen, ohne Abstriche bei den Kommunikationsmöglichkeiten mit seinen MBO Falzmaschinen zu machen.

➤ www.mbo-folder.de

Müller Martini

NEUE TECHNOLOGIE FÜR UMSCHLAGFALZANLEGER

Die von Müller Martini für Umschlagfalzanleger in Sammelheftern neu entwickelte und patentierte tWinScore-Technologie verhindert einen Faserbruch beim Falzen. Dies ermöglichen zwei Rillräder, die in W-Form zueinander angebracht sind und den Umschlag zweimal sehr nahe beieinander »rillen«. Der Vorteil ist, dass die Papierfaser auch bei unterschiedlichsten Umschlag-



typen und Grammaturen beim Rilllen nicht verletzt werden. Ein Faserbruch beim Falzen wird so verhindert. Das mitlaufende Rad sorgt für einen gleichbleibenden Abstand zum Produkt und garantiert damit eine konstante Rillierung über die gesamte Länge des Umschlags.

➤ www.mullermartini.com

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschießen
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Block-
leimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte
Graph. Maschinen- und Apparatabau

JOSEF FOELLMER GmbH
Klippeneckstr. 8 • D-78056 VS-Schwenningen
Telefon (0) 491 (0) 77 20 - 30 12-0 • Fax 30 12 50

• Katalog • e-mail:foellmer@foellmer.com
• anfordern • http://www.foellmer.com



Fotobücher und mehr

CeWe Color schöpft beim Wachstum im Digitaldruck das Potenzial der digitalen Kodak Nexpress Produktionsfarbdruckmaschinen aus

Im Bereich fotoorientierter Drucksachen realisiert CeWe Color jährliche Zuwachsraten von 100% und mehr, maßgeblich getrieben vom Online-beziehungsweise Web-to-Print-Geschäft. Die bei CeWe Color in industriellen Dimensionen gefertigten, kundenindividuellen Fotoprodukte werden in 24 Ländern Europas vermarktet.

Zusätzlich zum Vertrieb über eigene Webportale arbeitet CeWe Color mit einer Vielzahl von Partnern im stationären Einzelhandel sowie mit weiteren Internet-Anbietern zusammen, unter anderem auch mit der Kodak Gallery.

Der Siegeszug der Digitalfotografie und die energisch forcierte Transformation des Geschäfts von den klassisch analog zu digital gefertigten Produkten haben CeWe Color nach eigenem Bekunden zum größten europäischen Digitaldrucker im Segment des qualitativ hochwertigen Vierfarbdrucks werden lassen. 2001 erfolgte der Einstieg in den digitalen Farbdruck; mittlerweile betreibt das Unternehmen eine Flotte von 44 Digitaldruckmaschinen. CeWe Color verfügt heute an allen Kernstandorten über leistungsfähige Digitaldrucktechnik.

Im vergangenen Jahr erweiterte das Unternehmen die Kapazität des Betriebes im englischen Warwick mit mehreren digitalen Kodak Nexpress S3000 Produktionsfarbdruckmaschinen, die alle mit dem fünften Kodak Nexpress Druckwerk ausgestattet sind. Weitere Nexpress Druckmaschinen produzieren an den deutschen Standorten Oldenburg und Freiburg.

RGB- und CMYK-Workflow

Von Vorteil ist dabei die Integration der Digitaldruckmaschinen in digitale Workflows mit kleinteiligen Auftragsstrukturen. Als Pluspunkt kristallisierte sich heraus, dass die Nexpress Produktionsfarbdruckmaschinen sowohl im CMYK- als auch im RGB-Workflow, den CeWe Color bei den Fotoprodukten favorisiert, exzellente Ergebnisse liefern. Dazu kommen günstige Druckeigenschaften bei der Verwendung unterschiedlichster Bedruckstoffe sowie die gute Planlage der Farbdrucke. Dies unterstützt eine reibungslose Verarbeitung zum Fotobuch und trägt zur professionellen Qualität der Endprodukte bei.

Neben Fotobüchern, die CeWe Color 2008 in einer Größenordnung von 2,5 Millionen Stück produzierte, gibt es im Sortiment des Unternehmens eine ganze Reihe weiterer populärer

Digital gedruckte Fotobücher und weitere fotoorientierte Druckprodukte haben sich für CeWe Color mit Hauptsitz in Oldenburg in den letzten Jahren zu einem bedeutenden Wachstumsfaktor entwickelt. Der europäische Foto-Dienstleister setzt auch auf dem Weg in zusätzliche Geschäftsfelder auf den digitalen Farbdruck.



Fotoorientierte Digitaldruckprodukte haben sich für CeWe Color zu einem bedeutenden Wachstumsfaktor entwickelt.



Digitale Kodak Nexpress Produktionsfarbdruckmaschinen sind bei CeWe Color an deutschen Standorten sowie im englischen Warwick im Einsatz.

Digitaldruck-Fotoprodukte: Kalender, Grußkarten, Memory-Spiele und Spielkarten. Die Attraktivität dieser Angebote wird durch kontinuierliche Innovationen bei Produktvarianten und Gestaltungsvorlagen auf einem hohen Niveau gehalten.

Beim wachstumsstarken Fotobuch weist ein Trend zu größeren Seitenumfängen und Formaten, aber auch zu anspruchsvolleren Ausstattungen, vor allem, wenn Verbraucher die Bücher als Geschenke oder Produkte mit besonders hohem Erinnerungswert ordern. Hier bietet CeWe Color unter anderem hochwertige Hardcover. Zudem testet der Fotodienstleister verschiedene Anwendungslösungen für das fünfte Kodak Nexpress Druckwerk, die eine optionale Aufwertung der Fotobücher erlauben. Mit der Kodak Nexpress Intelligent Coating Lösung lassen sich die Drucke partiell lackieren, um beispielsweise Überschriften und Begleittexten eine edle Note zu verleihen.

Einen Schritt weiter in die dritte Dimension geht die Kodak Nexpress Intelligent Dimensional Coating Lösung mit der Kodak Nexpress Dimensional Clear Dry Ink. Mit diesem Verfahren können genau definierte Texte oder Bilder einen sicht- und fühlbaren, erhabenen Effekt erhalten. Das Dimensional Printing gestattet beispielsweise, Fotos mit

Rahmen zu drucken, die einen fühlbaren Reliefeffekt aufweisen. Mit diesem rationalen Inline-Prozess lassen sich die Resultate wesentlich aufwendigerer Technologien wie Thermografie oder Stahlstichprägdruck nachstellen.

Solche Anwendungsmöglichkeiten können auch auf einem Geschäftsfeld von Nutzen sein, auf dem sich CeWe Color jetzt verstärkt engagiert: Web-to-Print-Dienstleistungen für Firmenkunden aller Art. Im B-to-B-Geschäft will das Unternehmen sein umfangreiches Know-how in der Automatisierung und Prozessführung webbasierter Druckdienstleistungen zur Geltung bringen und die Auslastung der Digitaldruckkapazitäten maximieren.

» www.cewe.de



Das neue Format für Fachinformationen: Information pur.



»Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.

In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln der »DRUCKMARKT« und »VALUE« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Aktuell erschienen ist der »Investitionskompass Digitaldruck«, der sich auf 32 Seiten ausschließlich mit dem Thema Digitaldruck in Farbe und monochrom beschäftigt. Redaktionelle Beiträge, Checklisten, ein Anbieterverzeichnis für Deutschland, Österreich und die Schweiz begleiten die 9-seitige Marktübersichten der Farb- und Schwarzweiß-Systeme in Bogen und Rolle.



Investitionskompass

Digitaldruck

Marktübersichten, Checklisten und erläuternde Artikel zu aktuellen Trends.

Stand April 2009.

32 Seiten, A4, davon 10 Seiten Übersichten.

25,00 € / 37,50 CHF

Bestellungen im Internet unter www.druckmarkt.com

Aus dem Inhalt:

Es musste ja so kommen: Zur Geschichte des Digitaldrucks.

Typisch Digitaldruck: Die Merkmale des digitalen Drucks.

Grenzen ziehen: Eine Abgrenzung der verschiedenen Techniken.

Monochrom und richtig digital: Der Markt des Schwarzweiß-Drucks.

Farbe alleine zählt nicht: Strategien machen den Digitaldruck erfolgreich.



Mehr als eine Regionalmesse

Druck+Form 2009

**5.320 BESUCHER UND 154 FIRMEN AUS
ACHT LÄNDERN**

Dass die Druck+Form in Sinsheim, die vom 14. bis 17. Oktober 2009 nunmehr zum 15. Mal stattfand, nicht als bloße Regionalmesse angesehen wird, belegen zahlreiche Ausstellungs-Highlights, die Welt-, Europa- oder Deutschland-Premieren erlebten. Doch es waren nicht allein die Neuheiten, die die 5.320 Fachbesucher interessierten, sondern auch die Kompetenz und Praxisnähe der Aussteller aus Deutschland, England, Italien, USA, Spanien, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz. Die Fachmesse registrierte neben ihrem Stammpublikum auch rund 37% neue Messebesucher. Über 50% der Befragten gaben für ihren Messebesuch an, in Investitionsentscheidungen einbezogen zu sein. Die Qualität der Besucher bestätigen auch die Aussteller, die mit dem Gesamterfolg ihrer Messebeteiligung und mit neuen Geschäftskontakten zufrieden sind.

➤ www.messe-sinsheim.de



Ricoh Deutschland

Als vollen Erfolg verbucht Ricoh seinen Auftritt auf der Druck+Form in Sinsheim. Mehr als 270 Fachbesucher haben sich bei Ricoh über aktuelle Trends und Lösungen für den digitalen Produktionsdruck informiert. Ricoh bot den Besuchern Live-Demonstrationen seiner Softwarelösungen und Produktionsdrucksysteme. Besuchermagneten waren die Workflows für Book on Demand, Bildpersonalisierung und Web-to-Print. Zudem wurde zum ersten Mal in Europa ein Creo-Controller in Kombination mit einer Pro C900 von Ricoh präsentiert. Damit ist eine Integration der Pro C900 in ein Kodak Unified Workflow System möglich. Als Stärken des Creo-Controllers nennt Ricoh die Unterstützung unterschiedlicher VDP-Formate, Features wie Rip-while-print und eine einfache und intuitive Bedienoberfläche.

➤ www.ricoh.de

FKS-Weltpremiere

SAMMELHEFTER FKS/DUPLO ALPHA 6000

Das Hamburger Unternehmen FKS präsentierte in Sinsheim unter dem Motto »Duplo goes heavy« mit der FKS/Duplo Alpha 6000 erstmalig den vollautomatischen Sammelhefter. Er ist für die Fertigung von 6.000 Broschüren pro Stunde bei bis zu 80 Seiten Umfang ausgelegt und kann im Doppelnutzen bis zu 12.000 Broschüren im Format DIN A5 quer pro Stunde produzieren. Aufgrund der Rill- und Falzeinrichtung lassen sich Broschüren mit bis zu 200 Seiten Umfang fertigen. Die Transport-Einheiten sind in der Lage, zwei Broschürensätze gleichzeitig auf dem Sattel zu positionieren. Der Inhalt wird separat gerillt und gefalzt. FKS konnte auf der Messe unter anderen fünf Broschürenfertigungsstrassen, zwei Dreiseitenschneider CMT-130 und sieben Sammelhefter Alpha 6000 verkaufen. ➤ www.fks-hamburg.de





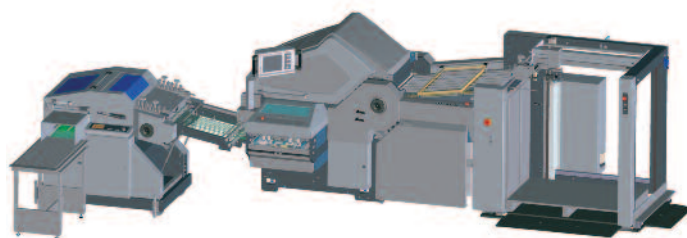
Druck+Form 2009: Neues von Horizon

Weltpremiere der vollautomatischen Kombifalzmaschine AFC-746F, Weltpremiere der Päckchenauslage PSX-56, eine neue Horizon-Produktionssparte sowie aktuelle Maschinen aus den Bereichen Broschürenfertigung, Sammelheften, Falzen, Schneiden und Klebebinden präsentiert Horizon auf der Druck+Form.

Das Veredeln von Druckprodukten hat sich als Wachstumsmarkt herauskristalisiert. Laminieren spielt dabei eine entscheidende Rolle und die Nachfrage danach steigt kontinuierlich. Die Inhouse-Laminierung bietet Unternehmen eine Kostenersparnis von bis zu 50%, wenn man die Herstellungskosten einer Fremdvergabe mit denen einer Eigenfertigung vergleicht. Die Laminatoren von »Foliant« werden daher zukünftig das Horizon-Produktspektrum mit dem Bereich »Veredelung« vervollständigen.

HORIZON-FOLIANT ORPHEUS C 530 A Der Foliant Orpheus C 530 ist für das Laminieren mittlerer Auflagen jedes Druckverfahrens geeignet. Das maximal zu verarbeitende Format von 530 x 740 mm sowie eine Geschwindigkeit von bis zu 22 m/min machen ihn universell einsetzbar. Eingesetzt werden hotmeltbeschichtete Thermofolien die in einer Stärke zwischen 20 und 45 µm aufkaschiert werden. Dabei aktiviert ein beheizter Chromkalandar die Beschichtung der Folie und verpresst diese mit Hilfe einer Gegendruckwalze dauerhaft mit dem Druckerzeugnis. Der Druck wird hierbei pneumatisch erzeugt und lässt sich einfach regulieren. Dazu trägt der Vakuum-Saugband-Papiereinzug bei, der auch bei schwierigsten Papieren einen markierungsfreien und problemlosen Bogentransport bietet.

WELTPREMIERE DER KOMBIFALZMASCHINE AFC-746F Die vollautomatische Falzmaschine für das B1-Format zeichnet sich durch einen für Kombifalzmaschinen hohen Automatisierungsgrad und eine Leistung von 240m/min aus. Vollautomatik vom Anleger bis zur Auslage: Nach Auswahl der Falzart am Touchscreen stellt sich der Trennkopf am Anleger, ein Laser zum Positionieren der Palette, das Einlauflinial, sämtliche Falztaschen, die Falzwalzen



Die vollautomatische Kombi-Falzmaschine AFC-746F mit Hochleistungs-Päckchenauslage PSX-56.

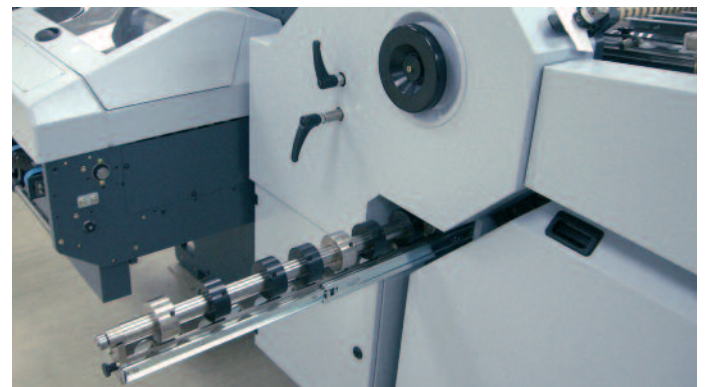
und beide Schwertfalzstationen durch die Touch&work-Technologie vollautomatisch ein. Durch das patentierte Horizon-System lassen sich die Einstellungen für die Kreuzbrüche bei voller Produktion korrigieren. Die Vollautomatisierung bietet kurze Rüstzeiten von etwa 1 Minute.

Das Power-Stopp-System garantiert, dass der Falzbogen auch mit zunehmender Geschwindigkeit punktgenau am Anschlag ohne Stauchen und Zurückspringen zum Stillstand gebracht wird. Darüber hinaus bietet die AFC-746F einen neuartigen Spindel-Schwertantrieb, der es ermöglicht, dass die Höchstleistung von 240m/min erreicht wird. Zudem wurde die Entnahme der Messerwellen automatisiert.

Weltpremiere der Päckchenauslage PSX-56

Horizon hat mit der neuen Päckchenauslage PSX-56 ein automatisches Auslagesystem entwickelt, das die komplette Auslagetätigkeit erledigt. Die gefalzten Produkte werden von der Falzmaschine übernommen und der Bogenpresse zugeführt. Dabei werden sie elektronisch vermessen und schlecht gefalzte Produkte ausgeschleust. Die Bogen werden sauber abgepresst, danach gezählt und gesammelt.

› www.horizon.de



Die automatische Ausgabe der Messerwellen macht die Bestückung der Messerwellen bei der neuen Kombifalzmaschine AFC-746F zum Kinderspiel.

**Zeikon
DIGITALDRUCKMASCHINE
5000PLUS**

Zeikon zeigte auf der Druck+Form seine Digitaldruckmaschine Zeikon 5000plus und eine breite Palette von digitalen Anwendungen für den Verpackungsmarkt. Die Zeikon 5000plus ist eine optimierte Digitaldruckmaschine, die die One-Pass-Duplex-Technologie von Zeikon beinhaltet, einen perfekten Passer der Vorder- und Rückseite sowie den simultanen doppelseitigen



Druck ermöglicht. Die Maschine kann nach Herstellerangaben im B2-Format jede Länge im Duplexdruck bei einer Auflösung von 1.200 dpi bis zu einer Breite von 500 mm bedrucken und Substrate von bis zu 350 g/m² verarbeiten. Sie ist mit dem digitalen Frontend X-800 ausgestattet, das die Integration in vorhandene Workflows ermöglicht. Die Zeikon 5000plus mit dem speziell entwickelten Toner Zeikon FA ist Pantone-zertifiziert. Zum Standardlieferumfang der Zeikon 5000plus gehört ein variables Rollen-Eingabemodul.
➤ www.zeikon.com
➤ www.punchgraphics.com

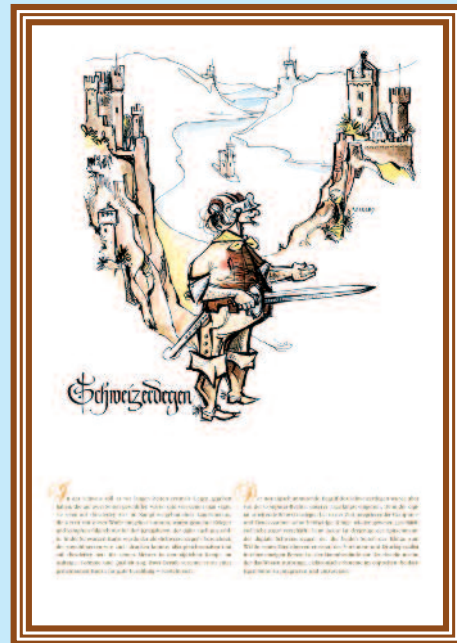
**Canon Deutschlandpremiere
IMAGERUNNER ADVANCE PRO
SYSTEME**

Erstmals wurden die neuen imageRunner Advance Pro Systeme auf der Druck+Form präsentiert. Die beiden neuen Modelle mit den Bezeichnungen imageRunner Advance C9070 Pro und C9060 Pro wurden beide im Hinblick auf die Erfordernisse professioneller Druckdienstleister entwickelt, deren Produktionsanforderungen sich an kleineren Auflagen orientieren als die der



imagePress Kunden. Der imageRunner Advance C9070 Pro bietet eine hohe Produktivität und Bildqualität (maximale Bildauflösung 1.200 x 1.200 dpi) mit Produktionsgeschwindigkeiten für die Vollfarbausgabe von 70 Seiten pro Minute. Das Drucksystem kann beschichtete und unbeschichtete Druckmaterialien von bis zu 300 g/m² verarbeiten sowie Blattformate größer als SRA3 inklusive Schön- und Widerdruck. Ein Standard-Papiervorrat von 2.200 Blatt bietet hohe Produktivität und kann auf bis zu 9.300 Blatt erweitert werden. Die neuen imageRunner Advance Pro Modelle bieten eine Reihe von Finishing-Optionen. Dazu zählen das professionelle Lochen, Heften von bis zu 100 Blatt, Sattelheftung von bis zu 20 Blatt, das Zuschneiden von Booklets und fünf Falz-Arten für Grammaturen von 52 bis 105 g/m².
➤ www.canon.de

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Speiß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebel-fisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und Texten von Hans-Georg Wenke.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt
oder 12 Blätter im Set für 150,00 €.

arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36,
Telefax: 0 26 71 - 38 50

oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de



arcus design & verlag oHG



Matthias Bäuerle

AUTOMATISCHE FALZTECHNOLOGIE UND EIN NEUES KUVERTIERSYSTEM

Auf der Druck+Form präsentierte MB Bäuerle die vollautomatische Falzmaschine prestige FOLD NET 52 mit CIP4-Fähigkeit. Die Einrichtautomatik nimmt selbständig die Positionierung der Stellelemente für Flachstapelanleger, Taschenanschlüge, Bogenweichen, Falzwalzen, Lineale und Auslagerollen vor. Ein Touchscreen ist die Bediener-schnittstelle. 20 Standardfalzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar. Ein Speicher für Einstell-daten von rund 200 Jobs ermöglicht das Einrichten von Wiederholaufträgen in kurzer Zeit. Die Besonderheit der aus-gestellten Maschine: sie stellte sich mittels eines eingelesenen Bar-codes selbstständig ein. Zudem wurde die Maschine mit einem Softwaremodul zur Fernwartung ausgestattet.



Mit dem trendSEAL FOLDER (Abbildung rechts) zeigte MB Bäuerle eine Falzmaschine für den Officebereich mit integrierter Verschleißpresse zur rationellen Verarbeitung von Sicherheitsdokumenten. Durch Verwendung von »Pressure Seal Formularen«, die eine drucksensible partielle Leimung am Rand besitzen, können diese in der Verschleißpresse unter hohem Druck, der den bereits auf dem Formularpapier befindlichen Leim aktiviert, sicher verschlossen werden.

Das ebenfalls ausgestellte neue Kuvertiersystem autoSET XT basiert auf der Kuvertiermaschinenbaureihe autoSET und bietet eine höhere Maximalleistung von bis zu 23.000 Takte/h. Die Bedienung erfolgt über einen Touchscreen. Nach Eingabe der Einstell-daten oder Aufruf eines Jobs aus dem Speicher werden die Stellelemente für Zuführsystem, Akkumulator, Falzwerk, Dokumenten-strecke, Kuvertloader, Einschubstation, Verschleißeinheit, Aussteuerfach und Auslage automatisch positioniert.

➤ www.mb-bauerle.de



Ernst Nagel GmbH

DRUCK+FORM ÜBERRASCHEND GUT VERLAUFEN

Die Messe-Neuheiten der Ernst Nagel GmbH sind positiv auf-genommen worden. Eine Neuheit war das Rückenpress-Modul SP+ Com-compact, das zusammen mit dem Fold-nak Compact eine komplette Bro-schürenstraße bildet und auch mit den S8 Zusammentragtürmen kom-binierbar ist. Durch die Rückenpres-sung des SP+ Compact erhält der bereits geheftete und frontbe-schnittene Broschürenrücken das



Aussehen einer hochwertigen Kle-bebindung. Eine weitere Neuheit war der SP 100, der mit 3.000 Bro-schüren pro Stunde mit der Foldnak 100-Linie mithalten kann. Der UV-Lackierer zeigte sich mit neuen praktischen Features und ist außer-dem ab sofort in den Versionen UVL 33, sowie UVL 50 zu erhalten. Zu-dem wurden die S8 Zusammentrag-türme erstmals mit einer Robo Fee-der-Funktion vorgeführt. Dadurch kann eine Foldnak-Linie nun auch für bereits fertige Sätze eingesetzt werden, die mit Deckblättern oder Inlays aus verschiedenen Gramma-turen (Digital und Offset) zusam-mengeführt werden können. Auch auf der Messe vertreten war die Formstanze DFC (Digital-Flexo-Cut), deren Einsatzmöglichkeiten Stan-zen, Etiketten-Anstanzen, Perforie-ren, Prägen und Rillen bis zu einer Formatgröße von 500 x 350 mm sind.

➤ www.ernstnagel.de

Xerox DOCUCOLOR 8002 AUF DER 15. DRUCK+FORM

Xerox zeigte den Messebesuchern einen Querschnitt aus dem Portfolio für den Produktionsdruck. Highlight des Xerox Messestands auf der Druck+Form war die neue Xerox DocuColor 8002. Die DocuColor 8002 zeichnet sich durch kontinuierlich gute Bildqualität und ein mattes Druckbild aus und bietet gleichzeitig hohe Produktivität. Bei

einer Produktionsgeschwindigkeit von 80 Seiten pro Minute ist sie für den Druck von Werbematerialien, den Einsatz bei Direktmarketing-kampagnen und den Fotodruck geeignet. Durch automatisierte Farb-managementprozesse werden manuelle Bedieneingriffe reduziert und eine hohe Farbkonsistenz gewährleistet. Ein integriertes Spek-tralphotometer liest automatisch generierte Farbmessfelder auf dem gewählten Bedruckstoff ein und

gibt die Daten für erforderliche An-passungsschritte an die Automated Color Quality Suite (ACQS) weiter. Basierend auf diesen Daten auto-matisiert ACQS ursprünglich manu-elle Aufgaben der Farbqualitätssi-cherung. Neben der DocuColor 8002 wurden die Systeme Nuvera 288 EA und die Xerox 4127 sowie das Farbdrucksystem Xerox 700 Digital Colour Press ausgestellt.

➤ www.xerox.de





**IDEAS
FOR
PROFIT**

**DDF Congress
2009
24. November | Mainz**

>Wie sag's ich meinem Kunden?<

Unter dem Leitthema »Ideas for Profit« werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln das aktuelle Marktgeschehen, die sich daraus ergebenden Herausforderungen und neuen Geschäftsideen vorgestellt. Mehr als ein Dutzend hochkrätiger Marktkenner, Verlags-, Agentur-, Produktions- und Technologie-Experten sowie innovative Digitaldruckdienstleister beziehen Stellung, erläutern ihre Ansichten und Ideen, um neue Märkte und Anwendungsbereiche erfolgreich und gewinnbringend zu erschließen.

**JETZT
REGISTRIEREN:**

www.digitaldruck-forum.org

Rückfragen beantwortet:

Felix Ludes +49 61 31 | 2 88 98 17 • ludes@digitaldruck-forum.org

Partner & Förderer

Premiumpartner: Canon Deutschland, Xerox Corporation und XMPie

Partner: Bosch-Druck, CGS Publishing Technologies, Konica Minolta Europe, ORT Medienverbund, RheinMail, Serviceplan

























Förderer: Hiflex, firstpresent, HP Indigo, Messe Düsseldorf

**DIGITAL
DRUCK
FORUM**

INTERAKTIVES MARKETING MIT PRINTMEDIEN



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2009			
29. 10. - 03. 11. 2009	Polygraphinter, Messe für die Druckindustrie	Moskau	 www.polygraphinter.ru
03. 11. - 04. 11. 2009	7. Web-to-Print-Forum	Mainz	 www.web-to-print-forum.de
06. 11. 2009	Typo Zürich, Kunst und Typografie	Zürich	 www.typozuerich.ch
24. 11. 2009	DigitaldruckForum Congress	Mainz	 www.digitaldruck-forum.org
24. 11. - 26. 11. 2009	ICE Messe für Veredelung und Verarbeitung	München	 www.ice-x.de
25. 11. - 26. 11. 2009	Pro Carton Congress	Düsseldorf	 www.procarton.com
2010			
30. 01. - 02. 02. 2010	Paperworld 2010	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.com
22. 01. - 12. 02. 2010	druckforum 2010	Stuttgart	 www.druckforum.de
02. 03. - 06. 03. 2010	CeBit 2010	Hannover	 www.cebit.de
18. 03. - 21. 03. 2010	Leipziger Buchmesse	Leipzig	 www.leipziger-buchmesse.de
13. 04. - 14. 04. 2010	Internet World, Fachmesse & Kongress	München	 www.internetworld-messe.de
21. 04. - 22. 04. 2010	Easy Fairs, Verpackung	Zürich	 www.easyfairs.com
05. 05. - 07. 05. 2010	PostPrint, Messe und Kongress »Media Mundo«	Berlin	 www.postprint.de
18. 05. - 25. 05. 2010	IPEX, Messe für Print und Publishing	Birmingham	 www.ipex.org
16. 06. - 17. 06. 2010	Mailingtage	Nürnberg	 www.mailingtage.de
22. 06. - 26. 06. 2010	Fespa 2010	München	 www.fespa2010.com
24. 08. - 26. 08. 2010	Suisse Emex, Fachmesse für Marketing	Zürich	 www.suisse-emex.ch
28. 09. - 30. 09. 2010	FachPack	Nürnberg	 www.fachpack.de
28. 09. - 03. 10. 2010	photokina, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
04. 10. - 06. 10. 2010	Ifra Expo 2009, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	 www.ifra.com
06. 10. - 10. 10. 2010	Buchmesse Frankfurt	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 10. - 16. 10. 2010	16. Druck + Form	Sinsheim	 www.messe-sinsheim.de
28. 10. - 30. 10. 2010	Viscom	Frankfurt	 www.viscom-messe.de
2012			
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de

Rod
Krün
Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCK**MARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher



postprint berlin NEUPOSITIONIERUNG UND NEUE MARKTPLÄTZE

Nach fünf Veranstaltungen positioniert sich die postprint berlin neu. Als wichtige Fachmesse für Drucklösungen im Nordosten Deutschlands rückt sie den Digitaldruck in den Fokus und schafft zudem einen neuen Themenbereich zur Vernetzung von Print und Marketing sowie drei Marktplätze. Hier präsentieren die Aussteller gemeinsam mit ihren Partnern Lösungen für komplexe Aufträge. Der Marktplatz »Digitaldruck, Offsetdruck und Weiterverarbeitung« zeigt Lösungen zur Erzeugung aufwändiger Printprodukte und Mailings sowie Spezialdrucksachen wie Fotobücher. Alles zu Postorganisation, Abwicklung von Regelkommunikation sowie Geschäftsdrukken aus der Hausdruckerei wird im Marktplatz »Office-Lösungen und Postbearbeitung« vorgestellt. Auf dem Marktplatz »Software und Dokumentenmanagement« zeigen Aussteller, welche Vorarbeiten für das Erzeugen optimaler Druckergebnisse nötig sind und welche Möglichkeiten zur digitalen Archivierung bestehen.

Auf der postprint berlin 2009 präsentierten sich 105 Aussteller aus sieben Ländern, es kamen über 3.500 Besucher. Auf der parallel stattfindenden directexpo berlin zeigten 57 Aussteller aus den Bereichen des Dialogmarketings ihre Produkte und Dienstleistungen.

- www.directexpo.de
- www.postprint.de

Adobe Lösungsportfolio ADOBE SYSTEMS AUF DER TEKOM-JAHRESTAGUNG 2009

Adobe Systems zeigt auf der Jahrestagung des deutschen Fachverbands für Technische Kommunikation und Informationsentwicklung (tekom) in Wiesbaden vom 4. bis 6. November 2009 sein Lösungsportfolio für Konstrukteure, Mitarbeiter in der technischen Dokumentation und Kommunikation sowie für andere technisch orientierte professionelle Anwender aus allen Branchen. Adobe Systems informiert an seinem Stand über die Möglichkeiten von Adobe Acrobat 9 und der Adobe Technical Communication Suite 2. Die Komplettlösung bündelt die Programme Adobe FrameMaker, Adobe RoboHelp, Adobe Captivate 4, Adobe Photoshop CS4 und Adobe Acrobat 9 Pro Extended. Gemeinsam helfen diese integrierten Produkte bei der Erstellung, Verwaltung und Veröffentlichung von technischen Dokumentationen und Handbüchern, Online-Hilfesystemen, Wissensdatenbanken und Schulungsmaterialien. Die Termine sind: 4. November – T1-AUT Toolpräsentation: Erstellung von interaktiven Lerninhalten mit »Adobe Captivate 4«, 5. November – Podiumsdiskussion TECH-POD 5: Automatisierungsmethoden im Publishing mit Adobe Indesign CS4, 5. November – (Englischsprachiger Vortrag im Rahmen der TC World Conference 2009) Term16: Integration of style, linguistic and quality-checking tools within the authoring environment und 6. November – T1-TI Toolpräsentation: Erstellung von 3D Animationen in 3D PDF mit Acrobat 9 Pro Extended.

- www.tekom-jahrestagung.de

Roadshow »Web2Print« WEB2PRINT-VERANSTALTUNGEN IM HERBST 2009

Gemeinsam mit der KonMedia Consulting GmbH startet der Fachverband Medienproduktierer e.V. (f:mp.) die Produktioner-Treff-Roadshow »Web2Print«. Ziel der Veranstaltungen ist, einen grundlegenden Einblick in verschiedenen Wertschöpfungsmöglichkeiten des Web-to-Print zu geben. Außerdem soll die Roadshow dazu beitragen, die Beratungskompetenz in einem



wichtigen Themenbereich der grafischen Industrie voranzubringen. Dabei werden neben den für Medienproduktierer direkt relevanten Aspekte auch die Chancen und Möglichkeiten für Agenturen und Endkunden beleuchtet. Los ging es am 7. Oktober in Hamburg. Weitere Termine sind: 11. November in Düsseldorf und 19. November in Frankfurt. Wie bei den Veranstaltungen des f:mp. gewohnt ist die Praxisorientierung der Inhalte ein wesentlicher Bestandteil der Roadshow »Web2Print«. Neben zahlreichen Best-Practice-Ansätzen steht die Möglichkeit, auf konkrete Fragen rund um das Thema Web-to-Print hilfreiche Antworten zu bekommen, im Fokus der Veranstaltung.

- www.f-mp.de

8. Pro Carton-Kongress VERPACKUNG, DESIGN UND MARKETING

Der 8. Pro Carton-Kongress wird am 25. und 26. November 2009 im CCD Congress Center in Düsseldorf stattfinden. Weil sich Nachhaltigkeit immer mehr zur treibenden Kraft für Innovationen, Umsatzwachstum und Markenwert entwickelt, wird sich der Kongress auf dieses Thema konzentrieren – mit dem Schwerpunkt »Value-Chain-Packaging«: Mit der Programmgestaltung des Kongresses wird unter Berücksichtigung von Statements zahlreicher Marktführer die Verkettung von den vier Bereichen Nachhaltigkeit, Kosteneffizienz, Kreativität und Werbewirkung verdeutlichen und die Erfolge des Zusammenwirkens der Mitglieder der »Value-Chain-Packaging« für optimale Produktverpackungen, im Sinne der Erfüllung von Ökonomie und Ökologie, vermitteln. Den Teilnehmern des Kongresses, der inzwischen zum Branchentreff der Value-Chain-Packaging geworden ist, werden nicht nur Insider-Informationen qualifizierter Referenten geboten, sondern auch Gelegenheiten für informelles Networking geschaffen. Als unterhaltsames Ereignis gehört dazu die »Nacht der Verpackung« mit der 13. Verleihung der internationalen Pro Carton/ECMA Carton-Awards an die Gewinnerteams. Geboten wird ein Querschnitt aus den Bereichen Food/Non-Food Industrie, Werbung und Packungsdesign, Handel, Kartonindustrie, Faltschachtel-Herstellung und -Veredelung, Pre-press, Press, Post-press sowie Druckfarben und Klebstoffe.

- www.procarton.com



AEP Formate

PLAKATKUNST VON MARTIN MÜLLER

Die AEP Akademie für Elektronisches Publizieren, Art & Design GmbH in Hamburg-Ottensen zeigt vom 22. Oktober bis zum 18. Dezember 2009 einen Querschnitt des Plakatwerkes von Martin Müller mit Arbeiten von 1996 bis heute. Viele der ausgestellten Plakate von Martin Müller werben für kulturelle Anlässe, insbesondere Kunstausstellungen und Konzerte.



Kennzeichnend für seine Arbeiten sind die Reduktion und die Betonung des Bildes, häufig der Photographie. Die Typographie und die sprachliche Botschaft – ebenso bildhaft verstanden – fügen sich hier ein. Ergänzt werden die Plakate durch digitale Arbeiten aus einem aktuellen Kunstprojekt von Müller mit dem Titel »not from here«, in welchem die Auseinandersetzung mit der Kultur Neuseelands zu einer mehrstufigen künstlerischen Produktion führt, bis hin zu großformatiger Malerei. »Nach dem Erfolg unserer ersten Ausstellung im Frühjahr 2009 freuen wir uns, im Herbst Plakate von Martin Müller präsentieren zu können.«, so Fritz Ostermann, Geschäftsführer der AEP.

➤ www.aep.de

Kodak

UNIFIED WORKFLOW INNOVATION TOUR

Alle, die sich ein umfassendes Bild über die innovativen Trends bei Workflows für die grafische Kommunikation machen möchten, lädt Kodak zum Besuch der Unified Workflow Innovation Tour ein. Zwischen dem 3. und dem 13. November präsentiert Kodak in sechs Städten Lösungen, die mit flexiblen, skalierbaren und auf eine nahtlose Integration ausgelegten Komponenten allen Anforderungen an moderne Workflows abdecken. In Demonstrationen werden die Besucher die jüngsten Fortschritte im Unified Workflow sehen. Schwerpunkte sind der hoch automatisierbare Kodak Prinergy Connect Workflow, der Kodak Prinergy Evo Workflow, die Kodak Insite Portallösungen in Verbindung mit den Kodak Web-to-Print Lösungen, die Kodak Colorflow Software sowie die neuesten Versionen der Kodak Preps Ausschieß- und der Kodak Upfront Produktionsplanungssoftware. Besucher, die die Kodak Lösungen noch nicht kennen, erfahren alles über die Grundlagen und erleben den Unified Workflow in Aktion. Die Termine der Unified Workflow Innovation Tour:

- 3. November: Novotel am Rosengarten, Neuss,
- 4. November: Copthorne Hotel Hannover, Laatzen bei Hannover,
- 5. November: Best Western Hotel Leipzig Airport-Messe, Radefeld,
- 10. November: Ramada Hotel Wiesbaden-Nordenstadt,
- 12. November: Bonjour Hotel, Gerlingen bei Stuttgart und
- 13. November: Best Western Hotel Erb, München-Parsdorf.

Die Veranstaltungen beginnen jeweils um 10.00 Uhr. Die Teilnahme ist kostenlos.

➤ www.kodak.com

INK ACADEMY SCHULUNGEN 2009/2010

Fachschulung: Druckerzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	16. 11.	D-München
Info-Veranstaltung: Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	26. 11.	D-Frankfurt
Fachschulung: Prozesskontrolle im Offsetdruck	15. 12.	D-Kempten
Fachschulung: Feuchtung und Feuchtmittel/Alkoholreduziertes Drucken	10.-11. 11.	D-Celle
UV-Farben im Verpackungsdruck	24.-25. 11.	D-München
	12. 11.	D-Celle
	26. 11.	D-München
	09. 12.	D-München
	26. 01.	D-Celle
	28. 01.	CH-Egerkingen

Das ausführliche Schulungsprogramm: ➤ www.ink-academy.de

FOGRA-VERANSTALTUNGEN IM HERBST 2009

Prozesskontrolle im Offsetdruck	02. - 03. 11.
Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck	04. - 05. 11.
Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	09. 11.
Fehler an Druckerzeugnissen	18. - 21. 11.
Grundlagen der Drucktechnik – kompakt	23. - 24. 11.
Farbmanagement für Experten	25. 11.
Grundlagen der Druckweiterverarbeitung	07. - 08. 12.
Farbsicherer Workflow mit PDF/X und FograCert PDF/X	09. - 10. 12.

Alle Veranstaltungen finden in München statt.

➤ www.fogra.org

IRD-SEMINARE HERBST 2009

Professionelles Auftragsmanagement	18. 11.	D-Hanau
Führungskräfte in der Verantwortung	05. 11.	D-Hanau
Die richtige Strategie weist den Weg zum Erfolg	19. 11.	CH-Bern
Verkauf hat mit Persönlichkeit zu tun	10. 11.	CH-Bern
Was wollen Ihre Kunden?	10. 11.	CH-Bern
Produktsicherheit: Nur das richtige Konzept führt zur optimalen Lösung	24. 11.	A-Wien
NTT = Nicht Technisches Training	12. 11.	D-Hanau
IRD-Unternehmerforum Differenzierung/NFC	17. - 18. 11.	D-Offenburg
	25. 11.	A-Wien
	17. 11.	D-Hamburg

Das ausführliche Seminarprogramm: ➤ www.ird-online.de



ICE Europe 2009 INTERNATIONAL CONVERTING EXHIBITION

Vom 24. bis 26. November 2009 findet im Münchener M,O,C, wieder die ICE Europe, Fachmesse für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie statt. Mit 319 Ausstellern aus 19 Ländern ist die Veranstaltung dieses Jahr größer als je zuvor. Was die Ausstellungsfläche betrifft, hat die Messe um gut 30% gegenüber der Vorveranstaltung zugelegt: Mit 8.000 m² Nettogröße sind nun alle vier Hallen des Münchener M,O,C, vollständig belegt. Besucher der Fachmesse für die Verarbeitung und Veredelung von bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffen erwartet ein breites Angebot an

neuen Maschinen und innovativen Systemen. Das Messeprofil umfasst Materialien, Produkte und Dienstleistungen zur Vorbehandlung, Beschichtung/Kaschierung, Trocknung/Härtung, Schneide- und Wickeltechnik sowie zur Konfektionierung. Kontroll-, Mess- und Prüfgeräte, Maschinenzubehör, Lohnbeschichten, Software, Consulting und Abfallbeseitigung runden die Produktauswahl ab. Die Eintrittskarte für die gesamte Messedauer kostet 40,00 €.

➤ www.ice-x.de

2. Halbjahr 2009 MANROLAND-PRAXISSEMINARE ROLLENOFFSET

manroland hat für Rollenoffsetdrucker und -experten ein Paket mit vielfältigen, aktuellen Seminarthemen geschnürt. Neben dem praktischen Training an realen Maschinenkomponenten stehen erfahrene Profis aus der grafischen Industrie Rede und Antwort. Interessenten können sich einen Platz bei folgenden Herbstseminaren im neuen manroland Print Technology Center in Augsburg sichern:

Colormanagement und Proofing am 3. und 4. November, Wirtschaftlichkeitssteigerung mit Pecom im Heatset-Rollenoffset am 12. und 13. November, Interaktion von Papier, Farbe und Feuchtmittel im Heatset-

Rollenoffset am 25. und 26. November und Einflussgrößen der Qualitätssicherung im Heatset-Rollenoffset am 1. und 2. Dezember. Alle Veranstaltungen finden im manroland Print Technology Center, Augsburg, statt und kosten jeweils 975 € zzgl. MwSt

➤ www.manroland.com

Europas Leitmesse für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie



Lösungen. Know-how. Innovationen.

- MATERIALIEN • VORBEHANDLUNG
- BESCHICHTUNG & KASCHIERUNG
- TROCKNUNG / HÄRTUNG
- KONTROLL-, MESS- UND PRÜFGERÄTE
- MASCHINENZUBEHÖR • SCHNEIDE-/WICKELTECHNIK
- KONFEKTIONIERUNG • SOFTWARE • FABRIKMANAGEMENT
- LOHNBESCHICHTEN/-SCHNEIDEN • CONSULTING



ICE International Converting Exhibition – hier trifft sich die Branche

24. - 26. November 2009 • M,O,C, München

DRUCKMARKT impressions 13 • 29. Oktober 2009 • 41

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an: Mack Brooks Exhibitions Ltd. Tel: +44 (0)1727 814 410 • E-Mail: info@ice-x.de • www.ice-x.de



Webinar-Reihe

KODAK MARKETMOVER MSP LÖSUNGEN

Eine Reihe kostenloser monatlicher Webinare bietet Druckdienstleistern grundlegende Erkenntnisse und Informationen über den Wandel ihrer Unternehmen zu Marketingdienstleistern. Die im Rahmen des Kodak Marketmover Business Development Services-Programms angebotene Webinar-Reihe unterstützt die Unternehmen bei diesem Vorhaben durch die Beleuchtung des Themas in einem größeren Zusammenhang. Experten von Kodak werden Möglichkeiten aufzeigen, wie Druckdienstleister ihren Kunden einen effektiven Mehrwert bieten, Marktanteile gewinnen sowie in letzter Konsequenz eine handfeste Investitionsrendite der Marketingmaßnahmen erzielen können. Die auf der Fachmesse Print 09 angekündigten Kodak Marketmover MSP Webinare finden an folgenden Tagen (jeweils von 19.00 bis 20.00 Uhr) in englischer Sprache statt:

- 19. November 2009: Neue Marketingdienstleistungen verkaufen und davon profitieren,
- 17. Dezember 2009: Umsatzsteigerung mit Kodak's Web-to-Print-Lösungen,
- 20. Januar 2010: Datenmanagement und Sicherheit: streng geheim!
- 24. Februar 2010: Database Marketing: Informationen in Gewinn bringende Resultate verwandeln.

➤ www.kodak.com

Hubertus Wessler Technikum

SEMINARE SOLLEN MIT »DRUCK ZUM AUFSCHWUNG« FÜHREN

Der Einsatz und die richtige Anwendung moderner betriebswirtschaftlicher Instrumente bestimmt mehr denn je über den Erfolg von Druckereien. Mit diesen Anforderungen ist die Hubertus Wessler GmbH vertraut und bietet aus der Branche entsprechende Seminare für die unterschiedlichsten Themenbereiche an. Die buw consulting GmbH ist ein Beratungsunternehmen der Customer Care Branche und stellt drei Trainer zur Verfügung. Teilnehmer lernen am **11. November 2009** im Seminar »**Vertrieb unter betriebswirtschaftlicher Betrachtung**« die grundlegenden Kennzahlen einer ziel- und erfolgsorientierten Unternehmens-Steuerung kennen und erarbeiten gemeinsam mit Florian Werner, B.A. Betriebswirt und Consultant für buw management consult, ein pragmatisches »Orientierungs-System«, mit dessen Hilfe sich vertriebliche Entscheidungen aus betriebswirtschaftlicher Perspektive zielgenauer treffen lassen.

Am **26. November 2009** erhalten die Teilnehmern von Andreas Ritter aus dem Hause Hubertus Wessler, Spezialist für Prozessstandards, in »**PressPerfect – unabhängige Farbzonensteuerung**« einen Einblick in die Softwareversionen »PressPerfect Light, Standard und Premium« mit denen sich die Farbzonen für annähernd alle Druckmaschinen effizient steuern lassen.

➤ www.wessler.com

»Licht und Farbe« LIEBLINGSMOTIVEN DES KÜNSTLERS OSKAR KOLLER

»Licht und Farbe« titelte die Ausstellung mit den Lieblingsmotiven des Künstlers Oskar Koller, die am 6. September zu Ende ging. 3000 Gäste besuchten seit Anfang Juli die seit langem größte Einzelausstellung des Künstlers. manroland unterstützte die Veranstaltung und

lud die Liebhaber von Aquarell und Acryl ein, sich die Werke in der Toskanischen Säulenhalle des Augsburger Zeughauses anzuschauen. Neben manroland trugen die Stadt Augsburg, die Regio Augsburg Tourismus, die Oskar Koller Stiftung sowie die Kunstbetrieb Oskar Koller GmbH die Ausstellung. Unterstützt von der Augsburger Allgemeinen und der Kunstschule Palette.



1. Mediale in Hamburg

VDM NORD UND AEP AKADEMIE ALS AUSSTELLER

Über 300 angehende Mediengestalter sowie Berufsschullehrer besuchten die 1. Mediale auf dem Uni Campus in Hamburg, einen bundesweiten Medien-Kongress, um sich über technologische Innovationen und berufliche Qualifizierungsmöglichkeiten in der Branche zu informieren. Der VDM Nord sowie die Tochtergesellschaft AEP Akademie für Elektronisches Publizieren un-



terstützten die Veranstaltung mit Fachvorträgen und präsentierten aktuelle Ausbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten. Das Themenspektrum des Kongresses reichte vom Prozess-Standard Offset über neuronales Marketing bis zu Fragen des Webcontrollings. Die 1. Mediale Hamburg wurde vom »Medienforum der Medienschule Hamburg e.V.« veranstaltet. Organisation und Durchführung fanden in Zusammenarbeit mit Auszubildenden der H20 Berufsschule statt, die den Beruf des Veranstaltungskaufmannes erlernen.



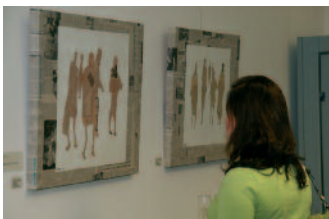
DruckRäume

VERNISAGE DES KÜNSTLERS HANNES RIEBL IN ISMANING

Rund 100 Gäste durfte der Cluster Druck und Printmedien am 19. Oktober 2009 bei der Vernissage des Künstlers und Unternehmers Hannes Riebl begrüßen. Karl-Georg Nickel, Clustersprecher und Hauptgeschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern, hob in seiner Eröffnungsrede die vielfältigen künstlerischen Möglichkeiten des Siebdruckes hervor und bekräf-



Clustersprecher Karl-Georg Nickel und Künstler Hannes Riebl



tigte die Notwendigkeit und Freude von Kunst in der heutigen Zeit. Hannes Riebl dankte den anwesenden Gästen und legte diesen seine Gedanken zur aktuellen gesellschaftlichen Entwicklung in seiner Rede dar, die er mit dem Anspruch an die Kunst verband. Unter den geladenen Gästen waren zahlreiche Vertreter aus Kunst und Kultur sowie Repräsentanten aus der Druck- und Medienbranche, die sich ein Bild von den Werken des Künstlers machten. Bei den ausgestellten Werken handelt es sich um eine Symbiose aus Druck und Malerei. »DruckRäume – Malerei und Druckgrafik« ist daher auch der Titel der bis Ende des Jahres stattfindenden Ausstellung im Zentrum für Druck und Medien.

Internationale Kalenderschau KALENDERSCHAU UND KODAK FOTOKALENDERPREIS 2010

Für die Wettbewerbe um den Preis der Internationalen Kalenderschau 2010 und den Kodak Fotokalenderpreis 2010 werden die kreativsten Kalender der Welt gesucht. Kalendermacher aus dem In- und Ausland können bis 11. Dezember 2009 ihre Kalender beim Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg einreichen. Veranstaltet werden die Wettbewerbe von dem Graphischen Klub Stuttgart e.V., der Kodak GmbH Stuttgart, dem Wirtschaftsministerium und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg. Alle eingereichten Kalender werden vom 22. Januar bis 14. Februar 2010 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg präsentiert. Verlage können zudem ihre Kalender in der Sonderschau »Kaufkalender 2010« während der Stuttgarter Buchwochen präsentieren. Fotokalender nehmen automatisch zusätzlich auch am Wettbewerb um den Internationalen Kodak Fotokalenderpreis teil. Der Internationale Fotokalenderpreis ist in die Kategorien »Innovative fotografische Realisation« und »Schwarz-weiß-Fotografie« unterteilt. Eine Fachjury bewertet in den beiden Kategorien die Fotografie als Gestaltungsmittel eines Kalenders und kann für einen der ausgezeichneten Kalender zusätzlich als besondere Auszeichnung den »No.1 Preis der Kodak Fotokalender Jury 2010« für die bemerkenswerteste fotografische Gesamtleistung vergeben. Die Eröffnung der 60. Internationalen Kalenderschau und die Preisverleihung finden am 21. Januar 2010 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg statt.

› www.wm.baden-wuerttemberg.de

› www.graphischer-klub-stuttgart.de

Medien-Fortbildungsverordnung

NEUE WEITERBILDUNGSKONZEPTION FÜR DIE MEDIENWIRTSCHAFT

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung hat Ende August die neue Verordnung über die Prüfung zu den anerkannten Fortbildungsabschlüssen in der Medienwirtschaft (Medien-Fortbildungsverordnung) erlassen. Die neue Weiterbildungsrichtlinie regelt die Prüfungen für Industriemeister der Fachrichtung Printmedien und Medienfachwirte der Fachrichtungen Print und Digital.

In dem neuen Konzept, an dem die Sachverständigen der Verbandsorganisation wesentlich beteiligt waren, sind die beiden Weiterbildungsprofile Industriemeister und Medienfachwirt inhaltlich aufeinander abgestimmt. Der überwiegende Teil der Prüfungsanforderungen ist identisch formuliert, da im mittleren Management das Planen, Steuern, Durchführen und Kontrollieren von Medienproduktionen auf Basis gleicher betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Zusammenhänge basiert.

Die wesentlichen Unterschiede ergeben sich im Bereich der technischen Kompetenzen. Die Prüfungsanforderungen für Industriemeister der Fachrichtung Printmedien und für Medienfachwirte der Fachrichtung Print sind im Bereich des Qualifikationsschwerpunktes »Printmedienproduktion« identisch, unterscheiden sich aber in dem Vertiefungsschwerpunkt Produktionsprozesse, der sich für Industriemeister auf »Druck- und Druckweiterverarbeitungsprozesse« und für Medienfachwirt auf »Druckvorstufenprozesse« bezieht. Das weitere Fortbildungsprofil, das in der Verordnung integriert ist, der Medienfachwirt Digital, unterscheidet sich insbesondere in den Qualifikationsschwerpunkten »Digitalmedienproduktion« und »Digitalmedienprozesse«. Facharbeiter, die sich weiterbilden wollen, können sich nun für drei klar abgegrenzte Weiterbildungsprofile entscheiden: Industriemeister Digitalmedien, Medienfachwirt Print und Medienfachwirt Digital. Durch die Schwerpunktbildung in den Produktionsprozessen, ist der Industriemeister mehr geeignet für Facharbeiter aus dem Druck und der Druckweiterverarbeitung, der Medienfachwirt mehr für Mediengestalter, wobei hier noch die Wahl zwischen Druckvorstufen- und Digitalmedienprozessen besteht.

Allerdings kann man als Facharbeiter, unabhängig vom Ausbildungsberuf, zwischen den drei Profilen entscheiden. Letztlich ist die Entscheidung davon abhängig, von welchem Profil man sich auf dem Arbeitsmarkt die größten Chancen verspricht. Die beteiligten Verbände haben die Profile auf die Anforderungen der technischen und kaufmännischen Führungsebene in Unternehmen der Medienindustrie abgestimmt.

Bildungsmaßnahmen zur Vorbereitung auf die Prüfung führen die Druck- und Medienverbände in Kooperation mit den Industrie- und Handelskammern durch. Derzeit erstellt eine Arbeitsgruppe des DIHK den neuen Rahmenplan für Vorbereitungslehrgänge. Die Gesamtzeit der Weiterbildungsmaßnahme umfasst 840 Unterrichtseinheiten.

› www.bvdm-online.de





Symposium Unternehmensberichte VIERTES SYMPOSIUM STIESS AUF REGES INTERESSE

Rund 140 Teilnehmer informierten sich Mitte September in Frankfurt über die neuesten Entwicklungen im Bereich der Geschäftsberichte. Initiiert wurde die Veranstaltung vom Fachverband Medienproduktions e.V. (f:mp.) in Kooperation mit NETWØRK Lösungen für Logistik und Produktion von Printmedien GmbH.

Im Fokus der Diskussion standen die Besonderheiten der Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen, die mit einem Unternehmensbericht erreicht werden sollen. Die Informationsbedürfnisse von Analysten, Privatanlegern und NGOs unter Beachtung der strengen gesetzlichen Auflagen in einem Bericht zu vereinen, ist eine der Hauptherausforderung, denen es sich während der Berichtsproduktion zu stellen gilt. Die sich verändernde Rolle der Geschäftsberichte im Rahmen der Gesamtkommunikation bildete den zweiten Schwerpunkt. Dieses Thema wurde ebenso kontrovers diskutiert wie der Sinn oder Unsinn der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Im Jahr der Finanzkrise stand außerdem auch die effiziente Berichtsproduktion im Interesse der Teilnehmer. Der Geschäftsbericht gilt als wichtigste Publikation vieler Unternehmen, die mit besonderer Aufmerksamkeit und besonderem Aufwand produziert werden.

MEDIENPRODUKTIONSPREIS FÜR UNTERNEHMENSBERICHTE Erstmals wurde im Rahmen der Abendveranstaltung der »Medienproduktionspreis für Unternehmensberichte« des f:mp. verliehen. Dabei fiel die Wahl nicht leicht, denn alle vorliegenden Geschäftsberichte beruhten auf einer hohen technischen Qualität. Am meisten beeindruckte die Jury schließlich der Unternehmensbericht der Zumtobel AG aus Dornbirn in Österreich. Der Anbieter ganzheitlicher Lichtgestaltung blieb auch in der Berichtgestaltung dem Thema Licht treu. Bei der Produktion sind Leuchtfarben zum Einsatz gekommen, so dass der Unternehmensbericht vor allem im Dunklen direkt ins Auge fällt. Auch der Schubert, der das kleine Kunstwerk schützt, beginnt im Dunkeln zu leuchten. Diese innovative Idee überzeugte die Jury und die Besucher des Symposiums gleichermaßen. Verantwortlich für die Produktion war der konzerneigene Medienproduktions Lorenz Meyer-Kaupp.

ZUFRIEDENE TEILNEHMER Die Mehrzahl der Teilnehmer zeigte sich mit dem Symposium zufrieden. »Natürlich gab es auch kritische Stimmen und die nehmen wir sehr ernst«, so Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. »Eine kontinuierliche Qualitätsverbesserung kann anders nicht erreicht werden. Dank der Erfahrungen der Vergangenheit ist das Symposium Unternehmensberichte zu einer allgemein beachteten Veranstaltung gewachsen – und zur einzigen in Deutschland, die den gesamten Prozess der Geschäftsberichtsproduktion von der Konzeption bis hin zur technischen Umsetzung beleuchtet.«

› www.f-mp.de

› www.symposium-unternehmensberichte.de



druckforum 2010

DREI WOCHEN VORTRAGSMARATHON IN STUTT GART

Vom 22. Januar bis 12. Februar 2010 findet zum 32. Mal das Druckforum des Verbandes Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. im Haus der Wirtschaft in Stuttgart statt. Hersteller, Entscheidungsträger und Anwender haben die Möglichkeit, ihre Erfahrungen an den Vortragsveranstaltungen auszutauschen. Die Eröffnungsveranstaltung findet am 22. Januar 2010, 18:00 Uhr, statt und wird vom Verband Druck und Medien und der tbd (Technische Beratung Druck, Medien und Papierverarbeitung GmbH) durchgeführt.

Parallel zum Druckforum findet vom 22. Januar bis 14. Februar die 60. Kalenderschau ebenfalls im Haus der Wirtschaft statt. Veranstalter sind der Graphische Klub Stuttgart e. V., das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, die Kodak AG und der Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V.. Die Urkunden und Preise für die prämierten Kalender werden anlässlich der Eröffnungsveranstaltung der Kalenderschau am 21. Januar verliehen.

VERANSTALTUNGEN BEIM DRUCKFORUM 2010

23. 01.	Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
25. 01.	Hewlett-Packard GmbH Indigo Digital Presses
26. 01.	GMG GmbH & Co. KG
27. 01.	MBO Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG
28. 01.	Papierfabrik Scheufelen GmbH + Co. KG
29. 01.	Koenig und Bauer AG
30. 01.	MHM Holding GmbH
03. 02.	CGS GmbH
04. 02.	Müller Martini GmbH; ATS-Tanner GmbH
05. 02.	Adobe Systems GmbH
06. 02.	manroland AG
09. 02.	POLAR-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG; KAMA GmbH
10. 02.	Oki Systems (Deutschland) GmbH
11. 02.	that's it SOLUTIONS Liedermann

› www.druckforum.de



Museum für Druckkunst Leipzig

AUSSTELLUNG »DIE KUNST DES LICHTDRUCKS«

Zur zweiten Auflage des Leipziger Lichtdruck-Symposiums 2009 waren fünf namhafte Leipziger Künstler in die Lichtdruck-Werkstatt eingeladen (Jörg Bock-Dahmen, Patrick Fauck, Milena Popova, Susanne Werdin und Christiane Werner). Die Ergebnisse des Workshops und weitere aktuelle Werke der fünf Künstler präsentiert die Ausstellung »Die Kunst des Lichtdrucks« vom 22. November 2009 bis 24. Januar 2010. Ergänzend werden die bisher nicht gezeigten Werke des 1. Leipziger Lichtdruck-Symposiums aus dem Jahr 2007 ausgestellt. Einen Einblick gewährt die Ausstellung zudem in die Technik des Lichtdrucks, dessen Qualität bisher unübertroffen geblieben ist. Von den Pionieren der Fotografie ab Mitte des 19. Jahrhunderts entwickelt, wurde der



Die Drucke entstehen an historischen Druckmaschinen in der Leipziger Lichtdruckwerkstatt.

Lichtdruck hauptsächlich für Faksimiles genutzt, die den ganzen Reichtum ihres Originals besitzen und von diesen kaum zu unterscheiden sind. Die Fülle an Halbtonwerten und die feine Farbauflösung kennzeichnen das Handwerk des Lichtdrucks, das heute nur noch in Leipzig und Kyoto gepflegt wird. Jeden Sonntag um 12.00 Uhr (außer am 27. Dezember) findet eine öffentliche Führung durch die Ausstellung und die Lichtdruck-Werkstatt statt. Die Ausstellung ist eine Kooperation des Museums für Druckkunst mit dem Bund Bildender Künstler Leipzig e.V. und dem Lichtdruck-Kunst Leipzig e.V.

➤ www.druckkunst-museum.de

Kodak

5. KONFERENZ DER GRAPHIC USERS ASSOCIATION

Druckdienstleister aus ganz Europa kamen zur fünften europäischen Konferenz der Graphic Users Association (GUA), die vom 30. September bis zum 3. Oktober 2009 in der ungarischen Hauptstadt Budapest stattfand. An der von Kodak gesponserten und vom GUA-Vorstand durchgeführten Veranstaltung nahmen mehr als 250 Kunden aus rund 120 Unternehmen teil. Bei der diesjährigen Konferenz standen Themen auf der Tagesordnung, die Druckbetriebe helfen sollen, ihre betrieblichen Abläufe zu rationalisieren und Gewinnspannen zu steigern. Die diesjährige GUA-Konferenz war in vier thematische Teilbereiche gegliedert:

- Aktuelle Technologie – aktuelle Informationen über Digitaldruck-, Workflow- und CTP-Lösungen, die Kodak vor Kurzem auf den Markt gebracht hat,
- Künftige Technologie – neue Kodak Technologieentwicklungen, die während des kommenden Jahres im Markt eingeführt werden,
- F&E-Roundtable – persönliche Gesprächs- und Diskussionsrunden mit Kodak's F&E-Management für den Know-how-Austausch und als Beitrag zur Weiterentwicklung von Kodak Lösungen und
- Geschäftsperspektiven – Hilfestellung für Unternehmen zur Beurteilung ihrer betrieblichen Leistung; Beratung hinsichtlich der Erschließung neuer Märkte; und Fallstudien, die Kodak-Kunden und externe Redner vorstellten.

➤ www.mygua.org

➤ www.kodak.com

UPGRADE GmbH

ERFOLGREICHES AUSBILDUNGSSOFORTPROGRAMM

Jugendliche nutzen ihre Chance im Sofortprogramm der Stadt Hamburg. Zwölf von 15 Jugendliche, die im Februar 2008 eine trägergestützte Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print bei der UpGrade GmbH begannen, haben nicht nur den ersten Teil ihrer Ausbildung erfolgreich absolviert, sondern setzen ihre Ausbildung bereits in Unternehmen aus der Medienbranche



fort. »Ziel des Projektes war, die Auszubildenden bis spätestens 31. Juli 2009 von der Ausbildung bei UpGrade Gesellschaft für Medien, Beratung, Training mbH in Fachbetriebe überzuleiten, wo sie ihre Ausbildung beenden werden. Nicole Göpfert, Koordinatorin des Projektes: »Die Unternehmen erhalten Auszubildende mit guten Vorkenntnissen. Sie kennen sich bereits in den Grafikprogrammen aus, haben Praktika absolviert und besuchen die Berufsschule.« Neben einer fundierten Ausbildung von Februar 2008 bis Juli 2009, begleiten die Mitarbeiter von UpGrade die Jugendlichen auch weiterhin in den Betrieben und stehen allen Beteiligten mit Rat und Tat zur Seite bis zum Ende der Ausbildung 2011. Alle Teilnehmer sind motivierte Jugendliche mit niedrigen Schulabschlüssen, Migrationshintergründen oder aus sozialen Brennpunkten.

➤ www.upgradegmbh.de

immer
frisch!

Das neue Format für Fachinformationen: FACHWISSEN PUR.

Mit der »Druckmarkt COLLECTION« wächst zurzeit eine Sammlung ausgewählter Themen aus den Bereichen Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.

In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln »DRUCKMARKT« und »VALUE« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Die ersten Ausgaben stehen bereit oder sind in Vorbereitung. Bis zum Jahresende werden die hier abgebildeten Ausgaben (und je nach Aktualität weitere) in loser Reihenfolge erscheinen und sind als Einzel Exemplare im Internet zu bestellen.

www.druckmarkt.com
www.value-communication.com
www.druckmarkt-schweiz.ch

Hier finden Sie stets aktualisierte Informationen und Leseproben zur Fachthemen-Reihe.

- Management
- Kommunikation
- Marketing & Werbung
- Design & Typografie
- IT & Computing
- Digital Imaging
- Medienproduktion
- Prepress
- Digitaldruck
- Print
- Finishing
- Verpackung
- Papier
- Farbe
- Geschichte
- Glossar