

DRUCK MARKT

impressions 14

30. November 2009

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



worldwide published



Eine Vision wird Realität

Neu!

Ergänzend zum Heft: das PDF-Magazin im Internet.
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Stabilisierung, aber keine Trendwende
Prepress: Nächste Stufe der CtP-Automatisierung
Prepress & Druck: Perfektes Management der Supply Chain
Print: »One Touch« – eine Vision wird Realität
Termine, Bildung & Events

www.druckmarkt.com  www.druckmarkt-schweiz.ch 

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.





Inhalt:

- Markt & Zahlen**
- 04 Nachrichten
- 04 Heidelberg-Geschäftsjahr: Bestellungen weiter auf niedrigem Niveau
- 04 KBA: Quartalsgewinn, aber noch keine Trendwende
- 07 Nachhaltige Verpackungen aus Sicht der Verbraucher
- 08 Neschen trennt sich von Archivcentern
- 09 Forum Verlagsherstellung auf der Buchmesse
- Ökologie**
- 14 XXL-Mission für weniger Emission bei GieseKing
- 15 Nachrichten
- Prepress**
- 16 Brillanter, grüner, wärmer
- 17 Nachrichten
- 18 Nächste Stufe der CtP-Automatisierung
- 21 Kodak Flexcel NX Flexographic System
- 22 Perfektes Management der Supply Chain
- 25 Zeitungsmacher trafen sich in Düsseldorf
- Print & Finishing**
- 26 Wasserlos am Rhein
- 28 »One Touch« – eine Vision wird Realität
- 31 Maßanzug XXL für Lübecker Nachrichten
- 32 Mit moderaten Investitionen viel gewonnen
- 34 Erkenntnisse zum Hybriddruck
- 36 Ultra Wide Web Offset stellt erweiterte Anforderungen
- 37 In vier Stufen zum Hochleistungsdrucker
- 38 Nachrichten
- 39 Druckbild-Korrektur
- Termine, Bildung & Events**
- 40 Termine & Events
- 12 Impressum

Ein neues Kapitel in der Druckindustrie?

Seit Monaten schon verfestigt sich der Eindruck, dass in der Druckindustrie ein neues Kapitel aufgeschlagen wird. Ehemals eherne »Gesetze« gelten plötzlich nicht mehr, übliche Denkmuster werden über den Haufen geworfen und das Investitionsverhalten ist kaum noch abzuschätzen.

Tiefdruckereien werden geschlossen oder steigen aus dem Tiefdruck aus (wie SwissPrinter/Ringier) und investieren künftig statt dessen in Rollenoffset- und Bogenmaschinen. Rollenoffsetdruckereien wiederum schauen sehr genau auf die großformatigen Bogenmaschinen. Aus Fernost ist zu hören, der vor allem für Japan typische Markt der 16-Seiten-Rollendruckmaschinen sei so gut wie zusammengebrochen, da die Drucker auf schnelle Bogen-Großformatmaschinen wechseln. Und was macht der »normale Bogenoffsetdrucker«? Schielt unverhohlen auf Digitaldruckmaschinen.

Was also ist los in dieser Branche? Wieso kommt man auf einmal mit kleineren Maschinen aus? Denkt man in anderen Dimensionen und backt kleinere Brötchen, weil Auflagen schrumpfen und Kunden alles immer schneller haben möchten? Doch das wäre ja nun wirklich nichts Neues. Sollte dann etwa der Good-Enough-Virus über die Branche hergefallen sein, durch den die mühseligen Diskussionen um die Qualitäten des Tief-, Offset- und Digitaldrucks abrupt beendet sind? Nein, viel wahrscheinlicher ist, dass diese neue Phase ausschließlich mit wirtschaftlichen Erwägungen zu tun hat.

Und dass sich dies auf das Investitionsklima auswirkt, ist nahezu unausweichlich. Dennoch gibt es noch die eine oder andere Investition – auch im Bereich der Großanlagen wie im Zeitungsdruck. Noch vor einem Jahr schien die »One-Touch«-Vision von manroland für den fast mannlosen Zeitungsdruck weit entfernt. Heute ist sie bereits Realität. Ebenso wie KBA weitere »Cortina«-Modelle installiert. Dass also noch Bewegung im Markt ist, beweisen die Beiträge, die wir auf den folgenden Seiten zusammengetragen haben.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





Heidelberg-Geschäftsjahr 2009/2010

BESTELLUNGEN STABILISIEREN SICH AUF NIEDRIGEM NIVEAU

»Die Entwicklung innerhalb der Regionen ist sehr unterschiedlich. Asien sendet positive Signale. Das reicht allerdings nicht, um die Rückgänge in den übrigen Regionen vollständig zu kompensieren«, so Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Bei den Auftragseingängen sehen wir eine Bodenbildung, ohne jedoch im laufenden Geschäftsjahr von einer Erholung auszugehen. Erst wenn sich die gesamtwirtschaftliche Situation nachhaltig erholt, kann mit einer Steigerung der Produktionswerte und der Kapazitätsauslastung in der Druckindustrie gerechnet werden, was zu einer höheren Investitionsbereitschaft führen wird.«



Was der Heidelberg-Chef blumig umschreibt, sieht in nackten Zahlen erschreckend aus. Der Verlauf der Bestellungen in den ersten sechs Monaten des Heidelberg-Geschäftsjahrs 2009/10 (1. April bis 30. September) habe sich auf niedrigem Niveau stabilisiert, teilt der Druckmaschinenhersteller mit. In Summe liegen die Halbjahreswerte jedoch deutlich unter den vergleichbaren Vorjahreszahlen. Der Auftragseingang im 2. Quartal (1. Juli bis 30. September) entsprach mit 534 Mio. € in etwa dem Wert des 1. Quartals (550 Mio. €). Im Vergleich zum Vorjahr (1,872 Mrd. €) ging der Auftragseingang mit 1,084 Mrd. € deutlich zurück. Auch die Umsätze gingen im 2. Quartal mit 499 Mio. € gegenüber dem ersten Quartal (514 Mio. €) noch einmal zurück. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahrs liegen die Umsätze bei 1,013 Mrd. € und damit um 31% unter dem Vorjahr (1,461 Mrd. €). Das betriebliche Ergebnis nach zwei Quartalen: minus 128 Mio. € (Vorjahr: minus 45 Mio. €).

»Alle Maßnahmen, unsere Kosten um jährlich rund 400 Mio. € zu senken, befinden sich in der Umsetzung. Damit können wir die Ergebnisbelastungen aufgrund rückläufiger Umsätze teilweise kompensieren«, sagte Dirk Kaliebe, Finanzvorstand von Heidelberg. Durch Einspareffekte im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres geht er davon aus, das operative Ergebnis nahezu ausgeglichen zu halten. Zu den Einsparungen zählt auch der weitere Abbau von Stellen. Zum 30. September 2009 beschäftigte Heidelberg weltweit 18.201 Mitarbeiter – ein Rückgang um rund 2.400 Stellen seit Ende März 2008. Insgesamt sollen bis zum Ende des Geschäftsjahres 2010/11 weltweit 4.000 Stellen abgebaut werden.

Aufgrund der Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr sowie aktueller Konjunktur- und Marktprognosen geht Heidelberg nicht davon aus, dass es im Verlauf des aktuellen Geschäftsjahrs zu einer Steigerung des Investitionsniveaus in der Druckindustrie kommen wird. Das Auftrags- und Umsatzniveau wird sich nicht wesentlich erhöhen und damit unter den ursprünglichen Erwartungen liegen. Im Gesamtgeschäftsjahr wird der Umsatz von Heidelberg noch einmal deutlich unter dem Niveau des Geschäftsjahrs 2008/2009 liegen.

Inzwischen hat Heidelberg bekannt gegeben, dass man die Struktur des Unternehmens modifizieren wird. Dabei wird auch der Vorstand im Unternehmen neu besetzt (wir werden noch ausführlich berichten).

➤ www.heidelberg.com

Koenig & Bauer AG

QUARTALSGEWINN, ABER NOCH KEINE TRENDWENDE

Obwohl seit dem Frühsommer 2009 im exportintensiven Druckmaschinenbau eine Stabilisierung der Nachfrage auf niedrigem Niveau erkennbar ist, sieht die Koenig & Bauer AG noch keine Trendwende. Mit einem Minus von 32,1% auf 682,3 Mio. € sank der Auftragseingang bei KBA in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahr (1.005 Mio. €). Allerdings sei dies weniger stark als in der Branche insgesamt, die um 49% schrumpfte, so KBA. Das seit April verbesserte Auftragsvolumen bei Bogenoffsetmaschinen legte im Sommerquartal gegenüber der Vorperiode sogar leicht auf 149,4 Mio. € zu. Insgesamt wurden in diesem Segment von Januar bis Ende September Aufträge für 371,7 Mio. € gebucht, 24,0% weniger als 2008 (489,3 Mio. €). Demgegenüber lagen die Bestellungen bei Rotationsanlagen für Zeitungs- und Akzidenzbetriebe sowie bei Sondermaschinen mit insgesamt 310,6 Mio. € um 39,8% unter dem Vorjahresniveau. Einziger Lichtblick war der Bereich Banknotendruck.

Zum 30. September 2009 lag der Konzernumsatz nach Angaben von KBA mit 737,3 Mio. € (2008: 1.075,3 Mio. €) im Rahmen der Planung. Der Auftragsbestand im Konzern belief sich Ende September auf 446,5 Mio. € (2008: 721,6 Mio. €). Davon entfielen auf Rollen- und Sondermaschinen 287,3 Mio. € und auf Bogenmaschinen 159,2 Mio. €. Das im März eingeleitete Kostensenkungsprogramm hat nach KBA-Angaben in der Gruppe bis Ende September Einsparungen von mehr als 80 Mio. € erbracht. Zum 30. September ging die Mitarbeiterzahl im Konzern im Jahresvergleich um

908 auf 7.095 zurück. Bis Sommer 2010 wird die Belegschaft in der Gruppe auf unter 6.500 sinken. Die Ergebnisverbesserung führte im 3. Quartal erstmals seit einem Jahr wieder zu einem Gewinn vor Steuern von 9,6 Mio. €. Für den Berichtszeitraum von Januar bis September beläuft sich das Betriebsergebnis auf –31,1 Mio. € (2008 waren es noch +7,9 Mio. €). Der KBA-Vorstandsvorsitzende Helge Hansen bezifferte das Umsatzziel für KBA im Geschäftsjahr 2009 auf etwa 1,1 Mrd. €. »Auch bei ungünstigem Verlauf des vierten Quartals würde sich ein Verlust aus heutiger Sicht im niedrigen einstelligen Millionenbereich bewegen und wäre im Branchenvergleich immer noch ein guter Erfolg.«

➤ www.kba.com

KBA-Seitenhieb HERAUSFORDERUNGEN UNTERNEHMERISCH LÖSEN

»Bei KBA bemühen wir uns nach Kräften, die Herausforderungen des stark geschrumpften Marktes unternehmerisch zu bewältigen,« ap-



pelliert Helge Hansen, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, in seinem Editorial in der 35. Ausgabe des KBA Report an die Politik, den Wettbewerb nicht durch Staatshilfen zu gefährden. Damit würden Arbeitsplätze der Unternehmen riskiert, die auch in guten Zeiten nachhaltig gewirtschaftet und Rücklagen für schlechte Zeiten gebildet haben und zudem auf hohe Ausschüttungen oder teure Aktienrückkauf-Programme verzichteten.

➤ www.kba.com



manroland

ANHALTENDER AUFTRAGS- UND UMSATZRÜCKGANG



Nach Angaben von manroland-Vorstandschef Gerd Finkbeiner in einem Interview ist der Umsatz von manroland in den ersten neun Monaten 2009 um 32% auf 850 Mio. € gefallen. Als Konsequenz will das Unternehmen Medienberichten entsprechend weitere 400 Stellen streichen. Statt der geplanten 600 sollen nun bis Jahresbeginn 2010 etwa 1.000 Stellen wegfallen.

➤ www.manroland.com

Agfa

MEHRHEITSÜBERNAHME AN GANDI INNOVATIONS

Agfa plant eine Mehrheitsbeteiligung und wird Anteile am kanadischen Hersteller Gandhi Innovations kaufen. Gandhi Innovations stellt großformatige Inkjetdrucksysteme her. Das Portfolio des Anbieters sei gegensätzlich zu dem von Agfa selbst, heißt es aus Belgien. Daher sei die Übernahme eine perfekte Ergänzung. Das kanadische Unternehmen arbeitet seit Mai dieses Jahres unter Bedingungen, die bei uns einer Insolvenz entsprechen. Die Behörden müssen der Übernahme der Anteile durch Agfa daher noch zustimmen. Weitere Details sind noch nicht bekannt.

Gandhi Innovations wurde im Jahr 2001 gegründet und hat sich auf die Produktion von Inkjet-Druckern spezialisiert. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz im kanadischen Mississauga und beschäftigt weltweit 256 Mitarbeiter. Nach Angaben von Agfa erwirtschaftete Gandhi Innovations 2008 einen Umsatz von rund 85 Mio. €, 2009 hätte der Absatz jedoch unter der weltweiten Wirtschaftskrise gelitten.

➤ www.agfa.com

technotrans stabilisiert

TALSOHLE DER KRISE DURCHSCHRITTEN?

Nach drastischem Umsatzrückgang erwartet technotrans nun eine Stabilisierung. Im 3. Quartal 2009 wurde zwar nur ein Umsatz von 18,9 Mio. € erwirtschaftet, was einem Rückgang um 45,8% gegenüber dem Vorjahr (34,9 Mio. €) entspricht, das Unternehmen erwartet jedoch, dass damit die Talsohle der Krise durchschritten wurde. Insgesamt wurde in den ersten neun Monaten 2009 ein Umsatz von 62,6 Mio. € erzielt, ein Minus von 40,7% gegenüber dem Vorjahr (105,6 Mio. €).

technotrans realisiert als Serienausstatter den Großteil des Umsatzes mit den führenden Druckmaschinenherstellern weltweit. »Auf eine nachhaltige Erholung der Auftragsgänge warten wir bisher vergeblich«, sagt Henry Brickenkamp, Sprecher des Vorstandes der technotrans AG. »Für 2009 gehen wir deshalb unverändert von einem Umsatz in der Größenordnung von knapp 85 Millionen Euro aus. Das liegt am unteren Ende unserer ursprünglichen Szenarien für das laufende Geschäftsjahr.«

➤ www.technotrans.de

Nach Insolvenz

ACHILLES GRUPPE FÜHRT GERSCHER FORT

Nachdem das Aglasterhausener Siebdruck-Unternehmen Gerscher Ende September Insolvenz beantragt hatte, wurde nach einem Monat Verhandlungsarbeit die Übertragung des Betriebs an die Achilles-Gruppe unter Dach und Fach gebracht. »Mit dieser Erweiterung unserer Produktpalette und dem Zugewinn an Know-how bauen wir unser Leistungsspektrum weiter



aus« erklärt Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe.

Die Achilles Gruppe führt die Geschäfte von Gerscher fort, die 24 Arbeitsplätze bleiben erhalten. Die Entscheidung ist die konsequente Folge der seit Jahren bestehenden Zusammenarbeit. Gerscher firmiert ab sofort als Gerscher Siebdruck GmbH.

Die Werner Achilles GmbH & Co. KG erweitert damit die Produktionskapazitäten der Achilles Gruppe und sichert mit diesem Schritt zugleich wertvolle Kenntnisse und Erfahrungen in den Bereichen Siebdruck, Druckveredelung, Digitaldruck und Beschriftungen.

➤ www.achilles.de

Übernahme angestrebt

CANON SCHLUCKT DRUCKERHERSTELLER OCÉ

Canon will den Druckspezialisten Océ übernehmen. Wie verschiedene Medien berichten, hat das von der Océ-Spitze unterstützte Übernahmegebot einen Wert von rund 730 Mio. €. Inclusive aller Schulden werde die Transaktion mit 1,5 Mrd. € bewertet. Canon plane das mit Océ vereinbarte Übernahmeverfahren zwischen Januar und März 2010 abzuschließen.

»Wir glauben, dass wir durch die Fusion von Canon und Océ deutliche Zugewinne im Bereich Forschung und Entwicklung sowie bei Produktbreite und Marketing, erzielen werden«, wird Canon-Vorstand Tsuneji Uchida zitiert.

Für Canon ist das der bisher größte Zukauf. Damit erschließt sich der japanische Konzern einerseits eine neue Kundenbasis, andererseits auch einen neuen Markt durch die Erweiterung des Portfolios im High-speed-Inkjet- und Transaktionsdruck. Es sei unabdingbar, dass Canon seine technologische und wirtschaftliche Basis im Bereich professioneller Drucksysteme verbessere, da der Wettbewerb in diesem Bereich zunehme, erklärte Canon.

Océ wurde 1877 gegründet und beschäftigt weltweit knapp 23.000 Menschen. Das Unternehmen entwickelt vor allem industrielle Drucklösungen.

➤ www.canon.de

➤ www.oce.de

* wechselnde Testangebote

Jetzt testen:
www.drucktuchtest.de*

BIRKAN

Drucktuchtechnik GmbH
Blankets for Master Printers



Heidelberg

GUTE KUNDENRESONANZ BEIM OPEN HOUSE

Rund 1.400 Besucher zählte Heidelberg auf der Open House in Heidelberg, die sich über Technologien und Serviceleistungen informierten. »Potenziale nutzen. Vorsprung sichern.« war das Motto der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, die vom 8. bis 10. Oktober 2009 nach Heidelberg eingeladen hatte. Kunden und Interessenten nutzten die Gelegenheit, sich in Gesprächen Ideen zu holen, neue Geschäftsmöglichkeiten zu diskutieren und wirtschaftliche Produktionslösungen im Detail unter die Lupe zu nehmen. Etliche Projekte konnten angebahnt, weiterentwickelt sowie Aufträge abgeschlossen werden, zieht Heidelberg das Fazit.

Viele Kunden nahmen sich ausgiebig Zeit, um die Angebote des Systemservice, Saphira Verbrauchsmaterialien, Finanzierungsmöglichkeiten mit speziellen Sonderkonditionen, die Kurse der Print Media Academy und die Beratungsleistungen von Heidelberg Business Consulting näher kennen zu lernen. Darüber hinaus gab es interessante Maschinenvorführungen.

Weitere Open House-Veranstaltungen finden im Frühsommer 2010 statt.

➤ www.heidelberg.com

Innovationsnewsletter

MVD PRINT-PARTNER-NETZWERK STELLT PRINT.LOG VOR

Die im MVD Print-Partner-Netzwerk kooperierenden Druckereien treten mit ihren Kunden und Interessenten regelmäßig in den Dialog über aktuelle Innovationen aus Marketing, Kommunikation und Druckeinkauf. Als Element dieser Strategie entwickelte die Kooperation mit dem Innovationsnewsletter »print.log« ein gemeinsames Medium. »Der offensichtliche Vorteil des gemeinsamen, im Stil eines Kundenmagazins aufgemachten Newsletters besteht darin, dass durch die zentrale Redaktion der Zeitaufwand für den einzelnen Print-Partner auf ein Minimum reduziert wird und die Kosten einer qualitativ hochwertigen redaktionellen Arbeit auf die Teilnehmer umgelegt werden können«, so Lucas Franzot, Initiator des MVD-Verbundes. Die Zielgruppe von print.log sind die Geschäftsleitungsebene, sowie Entscheider aus Marketing und Einkauf aus Unternehmen und Werbeagenturen. Für die Zielgruppe relevante Fachthemen werden von namhaften Gastautoren als Fachaufsätze beigetragen. Individuelle Neuheiten aus dem Unternehmen oder Dienstleistungsspektrum des Print-Partners runden das Themenspektrum ab. print.log erscheint vier mal jährlich als jeweils für den Partner individualisierte Ausgabe.

➤ www.mvd-online.net

EskoArtwork und elementares NEUES SCHULUNGSZENTRUM IN STUTT GART

»Bleiben Sie mit Ihrem Wissen auf neustem Stand!« ist das Motto des neuen Schulungszentrums in Stuttgart, das im August von EskoArtwork eröffnet wurde. Zusätzliche Schulungsräume und verbesserte Infrastruktur waren ausschlaggebend für den Standort Stuttgart. Durch die Erweiterung des Schulungszentrums, werden neben den klassischen Schulungen wie die Grundschulungen für ArtPro, Pack-



Edge und ArtiosCAD nun auch Schulungen für DeskPack, WebCenter, Visualizer, Color-Management und andere EskoArtwork Produkte angeboten. Eine Partnerschaft zwischen EskoArtwork und der »elementa:res gmbh für medienkompetenz« im Bereich der Mitarbeiterqualifizierung rundet das Angebotspektrum ab. In den Trainingscentern der elementa:res GmbH werden auch Schulungen für die Produktionstools ArtPro und DeskPack angeboten. Dabei halten alle Seminare qualifizierte Mitarbeitern von EskoArtwork ab.

➤ www.elementares.de

➤ www.esko.com

Verpackung

ZWISCHEN UMWELT, GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT

Neben funktionalen Anforderungen an Verpackungen wie Produktschutz und Werbewirkung kommt aktuell eine dritte Dimension hinzu: Nachhaltigkeit. Hier hat es das Verpackungsmaterial Karton als nachwachsender Rohstoff leicht. Pro Carton, die Interessengemeinschaft der internationalen Karton- und Faltschachtelhersteller, informiert auf der neuen Sustainability-Website über die drei Säulen Um-



welt, Gesellschaft und Wirtschaft. Dabei geht es um Recycling, Kompostierung, nachhaltige Forstwirtschaft, CO₂-Fußabdruck, Energie- und Wasserverbrauch sowie ein Lebenszyklusdaten-Verzeichnis. Zudem wird dargelegt, wie wichtig Verpackung und Faltschachtel für den modernen Alltag sind. Schließlich setzt sich die Wirtschaftssäule mit der Wertschöpfungskette bei der Karton- und Faltschachtelherstellung auseinander.

➤ www.sustainability.procarton.com



ZEHN JAHRE WORLD LOGISTICS CENTER WIELOCH-WALLDORF

Vor zehn Jahren eröffnete Heidelberg das 350.000 m³ umfassende World Logistics Center in Wiesloch-Walldorf, dem weitere Zentren in den USA, Japan und Hongkong folgten, um die etwa 200.000 Heidelberg-Kunden rund um den Globus mit Serviceteilen und Verbrauchsmaterialien zu versorgen. Im Laufe der zehn Jahre wurden mehr als 2,5 Millionen Aufträge bearbeitet und 3,8 Millionen Packstücke mit einem Gewicht von 32.000 Tonnen versendet. Mehr als 200 Mitarbeiter betreuen die Auftrags-, Beschaffungs- und Versandabwicklung. In den Logistikzentren bearbeitet Heidelberg heute pro Arbeitstag bis zu 2.500 Aufträge. ➤ www.heidelberg.com

Pro Carton.Kongress

NACHHALTIGE VERPACKUNGEN AUS SICHT DER VERBRAUCHER

Erste Einblicke in die neue GfK-Studie zum Thema »Einstellung der Verbraucher zur Nachhaltigkeit von Verpackungen« gibt der 8. Pro Carton-Kongress am 25. und 26. November 2009 in Düsseldorf.

Vier von fünf Verbrauchern halten ökologische Kriterien im Zusammenhang mit der Verpackung eines Produkts für elementar



wichtig. Ebenso fordern 80% so wenig Verpackung wie möglich. Und 74% wünschen sich keine doppelte Verpackung sowie Materialien, die recyclebar sind. So die ersten Ergebnisse einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die das Thema des 8. Pro Carton-Kongresses »Markenwerte fördern durch nachhaltige Verpackungen« deutlich bestätigen. Zwischen dem 25. und 26. November 2009 diskutieren Entscheider aus der Food- und Non-Food-Industrie, Handel, Werbung und Design sowie der Verpackungsbranche im Congress Center Düsseldorf (CCD Süd) die Verkettung von Nachhaltigkeit, Kosteneffizienz, Kreativität und Werbewirkung.

Fünf Verbraucher-Gruppen

Thomas Bachl, Geschäftsführer der GfK, zeigt auf, welche Erfolgspotenziale das Zusammenwirken der Wertschöpfungskette für erfolgreiche und effiziente Verpackungen hat. In der Studie, die er vorstellt, wurden fünf verschiedene Verbrauchertypen ausge-

macht und beleuchtet, um ihre Einstellungen und Werte zu Corporate Responsibility zu analysieren. Aufklärung und Information kann viel bewirken, denn vielfach herrscht in dieser Hinsicht, so die GfK-Studie, noch Unsicherheit. Da immerhin ein Drittel der Verbraucher zur Orientierung Hinweise zur Nachhaltigkeit auf der Verpackung wünscht, besteht hier Nachholbedarf. Denn bisher werden Siegel, die sich primär mit der Verpackung beschäftigen, in Deutschland kaum verwendet, konstatiert Bachl und stellt zwei dieser Siegel, die grundsätzlich positiv beurteilt werden, in seiner Studie vor. Weitere Aspekte sind die Mehrpreisbereitschaft für umweltgerechte Verpackungen und Möglichkeiten zur Kommunikation nachhaltiger Verpackungen durch Umweltsiegel.

Interessante Ansätze sind aus der Betrachtung der fünf Gruppen im Rahmen der Segmentierung zu erwarten. So legen die »kritisch Konsumierenden« durchaus Wert auf Art und Nachhaltigkeit der Verpackung und plädieren überdurchschnittlich für recyclebare Verpackung, die so wenig wie möglich Plastik enthält. »Verantwortungsbewusst Engagierte«, so ein weiteres Beispiel, legen überdurchschnittlich viel Wert auf umweltrelevante Aspekte. Dies zeigt sich, so die GfK-Studie, auch bei der Wahl alternativer Verpackungen gleichen Inhalts. Die meisten Verbraucher, allen voran die beiden genannten Gruppen, greifen zu jenen Verpackungen, die in ihren Augen am umweltschonendsten sind, wobei sie in der Regel zur Kartonverpackung greifen. Die weiteren Käufertypen werden als »eigenverantwortliche Familienmenschen«, »fortschrittliche Macher« und »Ich-zentrierte Genießer« eingestuft.

➤ www.procarton.com

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 Colormangement 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



Konzentration auf das Hauptgeschäft

NESCHEN TRENT SICH VON SEINEN ARCHIVCENTERN

Die Neschen AG hat sich aus der Geschäftstätigkeit Archivcenter zurückgezogen. Sämtliche Aktivitäten auf diesem Gebiet gingen auf die GSK (Gesellschaft zur Sicherung von schriftlichem Kulturgut) mit Sitz in Brauweiler über.

Mit hohem Aufwand habe Neschen die Technik der industriellen Papierentsäuerung zur Marktreife gebracht und diesen Geschäftsbereich profitabel betrieben, heißt es in einer Meldung des Unternehmens. Die Tätigkeit der Archivcenter in Berlin und in Brauweiler bei Köln habe jedoch immer eine besondere Dienstleistung innerhalb der Unternehmens-Gruppe dargestellt. Diese Aktivitäten gehörten nicht zum Kerngeschäft, das sich auf die Herstellung und den Vertrieb von selbstklebenden und bedruckbaren Materialien fokussiert. Aufsichtsrat und Vorstand der Neschen AG ha-

ben daher entschieden, diesen Geschäftsbereich zu veräußern.

»Mit diesem Schritt konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen«, sagt Stefan Zinn, Vorstand bei der Neschen AG in Bückeberg. »Der Abschied von den Archivcentern fällt uns nicht leicht, da viel Engagement in ihnen steckt. Wir legen die Dienstleistungen der Entsäuerung in vertrauensvolle Hände, die verantwortungsvoll mit ihnen umgehen und sie weiter ausbauen werden.«

In den Archivcentern in Berlin und Brauweiler bei Köln werden Archivalien, die vom Zerfall bedroht sind, entsäuert und langfristig konserviert. Für diese Massenrestauration bestehen gute Entwicklungspotenziale, beispielsweise in der Erweiterung von gebundenem Archivgut. Um die Chancen sofort und richtig nutzen zu können, müssen diese Aktivitäten im Fokus des täglichen Handelns stehen. Auch muss eine hohe Investitionsbereitschaft in die Entwicklung neuer Techniken und Anlagen vorhanden sein. Die GSK ist nach Einschätzung von Neschen hierfür der richtige Investor.

➤ www.neschen.com



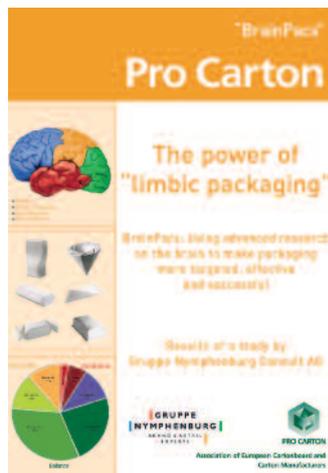
Stefan Zinn: Konzentration auf das Herstellen von Folien.



Werbewirkung

MIT DER VERPACKUNG GEFÜHLE SENSIBILISIEREN

Wie Produkte und Verpackungen in der Lage sind, die Sinne anzusprechen, zeigt die Einführung der Kaugummimarkte 5 Gum von Wrigley. Das Konzept setzt nicht länger nur auf Benefits wie Zahnpflege oder Frische, sondern auf den Lifestyle-Faktor der innovativen Marke, beschreibt die begleitende Werbeagentur BBDO den Auftritt. Zugeschnitten auf junge Erwachsene, die



etwas erleben wollen und bereit sind, dafür zu zahlen. Die Zielgruppe zu fokussieren und die Verpackung darauf zuzuschneiden, ist ein Ansatz, wie ihn der Neuromarketing-Experte Dr. Hans-Georg Häusel, Gruppe Nymphenburg Brand & Retail Experts, auf dem letzten Pro Carton Fachkongress vorstellte. Mit seinem weltweit anerkannten Modell weist Häusel nach, dass und wie die archaischen Gefühlsbereiche des limbischen Systems im Gehirn Entscheidungen und Verhalten der Verbraucher regulieren. Die zentralen Ergebnisse der Studie »Verpacken Sie limbisch!« sind in einer Broschüre zusammengefasst.

➤ www.procarton.de

Intergraf tagte in Wiesbaden DRUCKWEITERVERARBEITUNG GLÄNZT

Die Buchbindersektion des europäischen Dachverbandes der Druckindustrie, Intergraf, traf sich am 12. Oktober 2009 zur Jahrestagung beim Bundesverband Druck und Medien (bvdm) in Wiesbaden und beriet die aktuelle Lage.

Dr. Nora Lauterbach, Chef-Volkswirtin des bvdm, stellte dabei die wirtschaftliche Lage und Aussichten der deutschen Druckweiterverarbeiter vor. Die Entwicklung der Branche in Deutschland sei auch auf Europa übertragbar. Danach hat sich das Produktionsvolumen der Weiterverarbeitung alleine in Deutschland seit dem Jahr 2000 um 32% erhöht. Nach der aktuellen Umsatzsteuerstatistik erzielten die 1.013 Weiterverarbeitungsbetriebe im Jahr 2007 einen Umsatz von 1 Mrd. €.

Beatrice Klose, Generalsekretärin der Intergraf, Brüssel, stellte eine Studie der Europäischen Kommission zur Wettbewerbsfähigkeit der Druckindustrie in Europa und den von der Intergraf entworfenen Aktions-Plan vor. Die Teilnehmer waren sich einig, dass die Umweltfreundlichkeit des Mediums Print in der Öffentlichkeit stärker betont werden müsse. Internationale Standards haben strategische Bedeutung für die Prozesssteuerung und Qualitätskontrolle. Während in Vorstufe und Druck zahlreiche Normen vorliegen, gibt es bisher keine in der Weiterverarbeitung. Ein entsprechendes Normungsvorhaben ist im ISO-Komitee ISO TC 130 vorgeschlagen worden. Wenn dieses Normungsvorhaben realisiert wird, wird der bvdm seine erarbeiteten technischen Vorgaben einbringen.

➤ www.bvdm-online.de



Forum Verlagsherstellung zur Frankfurter Buchmesse

DIE BRANCHE BEWÄLTIGT EINEN »KULTURSCHOCK« UND GEHT NEUE WEGE: E-CONTENT UND VEREDELTE BÜCHER GEHEN HAND IN HAND

Ist das Buch der Zukunft noch ein Buch? Neue Formen von Verlagsprodukten, Workflows, Gestaltungstrends und Veredelung waren die Themen des Forums Verlagsherstellung auf der Frankfurter Buchmesse. Über 1.000 Zuhörer informierten sich beim Forum über neue Strategien und Prozesse von Medien- und Verlagsprodukten.

Das Forum Verlagsherstellung ist eine Veranstaltung der Frankfurter Buchmesse. Partnern sind: Bundesverband Druck und Medien, Akademie des Deutschen Buchhandels, Arbeitskreis Elektronisches Publizieren, Deutsche Fachpresse, Deutsches Institut Druck, Intergraf, Stiftung Buchkunst, Klopotek & Partner, Verlag Hermann Schmidt-Friderichs, Heinold, Spiller & Partner, buchbücher dd sowie die Hochschule für Grafik und Buchkunst, Leipzig.

Inhalte im Mittelpunkt

In zwölf Panels diskutierten über 60 Fachleute aus der Verlags- und Zulieferbranche und entwickelten Leitideen für die Zukunft. Fazit der Fo-

ren: Verlage sehen sich zunehmend als Inhalte-Vermittler und Multi-Channel-Publisher.

Ingrid Goldstein, Knowledge Architectures, London, sprach von einem »Kulturschock« für die Branche, der nun bewältigt werde: »Nicht mehr das Medium Buch steht im Mittelpunkt, sondern der Inhalt, der unterschiedlich aufbereitet wird.« Mike Röttgen, Leiter Publishing Solutions, arvato systems, plädierte daher für neue Herstellungsprozesse in den Verlagen. Dr. Frank Sambeth, Random House, sieht die heutigen Prozesse zu stark auf das gedruckte Endprodukt ausgerichtet. »Erst im Nachhinein werden Bücher e-Book-tauglich gemacht. Wir benötigen einen durchgängigen digitalen Prozess – vom Manuskript bis zu den verschiedenen Produkten.« Auch wenn 99% der Leser in Deutschland derzeit ein gedrucktes Buch bevorzugen und sich das e-Book hier im Vergleich zu den USA nur langsam verbreitet, rüsten sich die Verlage, strukturieren Daten, suchen nach neuen Geschäftsmodellen und diskutieren Anwendungen für i-Phone und e-Reader.

International produzieren

Ist World Wide Printing ein Erfolgsmodell? Lange Lieferzeiten, Transportrisiken, Qualitätscontrolling vor Ort sprechen dagegen. Dennoch scheint für einzelne Verlage und Produkte wie Kinderbücher das Produzieren im Ausland wettbewerbsnotwendig. Olaf Reiswig, (MairDu-mont) prognostiziert dazu: »Der überwiegende Anteil der Bücher wird künftig vor allem wegen der kurzen Wege weiter im Inland oder im europäischen Ausland produziert werden.«

Gestaltung und Ausstattung

Auch Gestaltungsthemen kamen zum Tragen. Die Gestaltung von Print und e-Books stellt neue Anforderungen an die Grafiker. e-Design ist ein Stichwort, aber auch internationale Trends in der Buchgestaltung. Neben asiatischen Stilelementen kommen mehr und mehr arabische Einflüsse zum Tragen, beobachtete Prof. Fons Hickmann, Hochschule der Künste, Berlin. Mit dem Trend zur Rationalisierung und Uni-

formierung der Verlagsprodukte sehen die Gestalter aber auch eine Gegenbewegung. Bücher heben sich im Marketingmix durch Ausstattung und Verarbeitung ab. Stoffe, aus dem die neuen Bücher sind, nannten die Foren des Deutschen Instituts Druck und der Stiftung Buchkunst, zum Beispiel mit den Preisträgern des Deutschen Institut Druck-Awards und der schönsten deutschen Bücher 2009. Uta Schneider, Stiftung Buchkunst, geht davon aus, dass gerade die jüngere Generation, die viel Zeit mit neuen Medien verbringen, eine Sehnsucht nach gut gemachten Büchern entwickeln werden.

Ein Argument dazu liefert auch das Neuromarketing – Dr. Andreas Meyer: »Über 75 Prozent der Kaufentscheidungen fallen am Point of Sale und unbewusst. Dementsprechend wichtiger werden Ausstattungsvarianten von Büchern, deren Haptik und Gestaltung.«

- www.bvdm-online.de
- www.forum-verlagsherstellung.de
- www.print-media-forum.de



HIFLEX
MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems



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



Für iPhone-Besitzer DRUCKEN MIT CANON- MULTIFUNKTIONSSYSTEMEN

Das Softwareprogramm »Easy-PhotoPrint for iPhone« (Canon iEPP) ist kostenlos per Download im iTunes App Store erhältlich. Die einfach zu bedienende Anwendung ermöglicht den kabellosen Fotodruck von einem iPhone oder iPod touch über die Canon-Multifunktionsysteme Pixma MP990, Pixma MP640 oder auch Pixma MP560.

➤ www.canon.de

Apple ÜBER 100.000 APPS IM APP-STORE

Anfang November 2009 haben Entwickler mehr als 100.000 Applikationen für den App-Store, dem weltweit größten Shop für Anwendungen, entwickelt. iPhone- und iPod touch-Anwender in 77 Ländern können aus einer Vielfalt an Apps aus 20 verschiedenen Kategorien wählen. Nutzer haben bisher weit über zwei Milliarden Programme heruntergeladen.

➤ www.apple.com

Altana DEUTLICHE BELEBUNG DES GESCHÄFTS

Der Spezialchemiekonzern Altana verzeichnete im 3. Quartal 2009 eine Erholung des Geschäfts. Die Umsatz- und Ergebnissteigerung reiche allerdings nicht aus, die schlechten Vorgaben des 1. Quartals zu kompensieren, so eine Meldung des Unternehmens. Insgesamt erzielte Altana in den ersten neun Monaten 2009 einen Umsatz von 872,2 Mio. € gegenüber dem Vorjahreszeitraum mit 1.067,5 Mio. €. Das entspricht einem Rückgang von 18%. Praktische alle Geschäftsbereiche hatten Rückgänge hinzunehmen. So auch Eckart Effect Pigments: der Umsatz von 207,2 Mio. € lag 26% unter dem Vorjahr.

➤ www.altana.com

Deutscher Werbemarkt ERST 2011 WIEDER WACHSTUM ERWARTET

Die Agenturgruppe ZenithOptimedia hat in ihrer aktuellen Studie die Prognose für den Werbemarkt in Deutschland nach unten korrigiert: So geht die Publicis-Tochter 2009 von einem Minus von 8,5% (bisher 6,2%) im Vergleich zum Vorjahr aus. Am stärksten würden hierzulande nach wie vor die Zeitschriften an rückläufigen Werbeinvestitionen (-18,2%) leiden. Im kommenden Jahr hat der deutsche Werbemarkt der Studie zufolge abermals mit -3,2% zu rechnen. Bisher ging ZenithOptimedia für 2010 von einem Anstieg der Werbeausgaben aus. Mit einem Plus sei erst wieder ab 2011 zu rechnen.

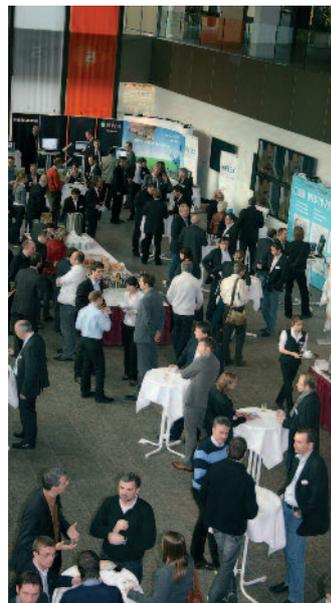
Auch beim weltweiten Werbemarkt wurde die Prognose nach unten korrigiert: So sollen die Werbeinvestitionen 2009 um -9,9% im Vergleich zum Vorjahr sinken. 2010 werde dann ein leichter Anstieg der um 0,5% erwartet.

Quelle: ➤ www.kress.de

7. Web-to-Print-Forum in Mainz

FÜR DEN KUNDEN DENKEN: WEB-TO-PRINT SCHAFFT NEUE MÄRKTE

Web-to-Print erschließt immer noch neue Kundenkreise. Dies ist ein Fazit des 7. Web-to-Print-Forums des bvdm und zipcon consulting, das Anfang November stattfand. »Das Alleinstellungsmerkmal von Web-to-Print-Anwendungen geht verloren. Allerdings ist noch keine Standard-Anwendung in Sicht und die Marktkonsolidierung noch nicht abgeschlossen«, resümierte Bernd Zipper, Moderator und Mitveranstalter die aktuellen Tendenzen. »Für den Kunden denken und ganzheitliche Lösungen entwickeln« lautete eine Empfehlung der Referenten, die an zwei Kongresstagen auf dem ZDF-Gelände den mehr als 200 Teilnehmern Technologien und Einsatzgebiete vorstell-



ten. Mit Web-to-Print lassen sich neue Zielgruppen und Druckkunden im Geschäft mit den Endkunden und auch den Geschäftskunden erschließen. Dies zeigten Beispiele wie »Titelhelden.de« der Deutschen Post AG und »printmaileasy«. Während mit dem Portal der Post Kunden auf Basis vordefinierter Vorlagen ihre eigene Zeitung oder Broschüre gestalten können, macht das Direct-Marketing-Portal »printmaileasy« Mailings ab Auflage 1 wirtschaftlich realisierbar.

Mike Röttgen, arvato systems, sieht im Web-to-Print-Markt noch gute Geschäftsansätze: »User generated content findet den Weg in das gedruckte Buch«. Gezeigte Beispiele dazu waren das Wikipedia-Buch

oder das Kochbuch auf Knopfdruck von RTL und der Druckerei Wolf, Ingelheim. Web-to-Print macht aber auch Marketing on Demand möglich. Dies bestätigte Dieter Hintze, CRT Medienproduktion. Sein Unternehmen entwickelte für die Lufthansa Servicecenter ein Kreationstool für verschiedene Werbemittel. Entscheidend für den Erfolg von Web-to-Print-Lösungen ist die richtige Kundenansprache, riet Marco Hauprich, Deutsche Post AG: »Kunden wollen Lösungen und keine technischen Details«. Wilhelm Soll, digital print, formulierte die Anforderung: einfach, geführt, vorbereitet, ohne Risiko, schnell und in ansprechender Qualität müssen Web-to-Print-Portale aufgebaut sein.

Für Einsteiger und Anwender bot das siebte Web-to-Print-Forum in zwei Workshops vertiefende Informationen. Die Annahme und das Management externer Daten, das automatisierte Verarbeitung der Eingangsdaten nach internen Standards, Font-, Farb- und Qualitätsmanagement waren ebenso Themen des siebten Web-to-Print Forums. Mit dem Indesign-Server von Adobe und dem Xpress-Server von Quark stellte das Forum neue Servertechnologien für das crossmediale Publizieren vor.

➤ www.bvdm-online.de

NEU!



cleverprinting®

KURZ & BÜNDIG & KNAPP & KURZ & BÜNDIG & KNAPP & KURZ & BÜNDIG

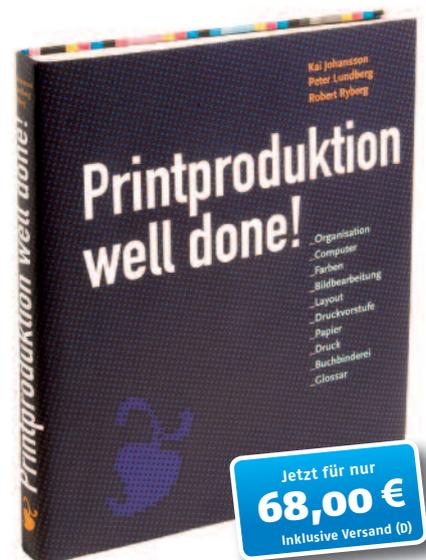
Die **Universitätsdruckerei H. Schmidt**, Mainz hat jetzt die EMAS-Validierung (EMAS = Eco-Management and Audit Scheme) erfolgreich abgeschlossen. • Seit Oktober 2009 ist die **Pasifik Trading** für den Vertrieb und Service der **manroland**-Produktpalette in der Türkei zuständig. • Die **Södra**-Tochter **Gapro** hat durch den Erwerb der dänischen **BE Profiler** und **Vima**, die einen gemeinsamen Jahresumsatz von 460 Mio. SEK erzielen, seine bisher größte Übernahme getätigt. • **ppi Media** ist das neueste Mitglied des **SAP Extended Business Program**. Der Hamburger Softwareentwickler ergänzt damit sein Dienstleistungsportfolio um Beratungs- und Serviceleistungen für SAP Advertising Sales for Media. • **Goss International** hat eine direkte Vertriebsorganisation für den Akzidenzdruckmarkt eingerichtet. Unter der Leitung von Frank Einzweiler, Gebietsverkaufsleiter von Goss International, soll die neue Struktur auf die bestehenden Kundenbeziehungen aufbauen und den Bekanntheitsgrad der Marke Goss stärken. • Die **Internationale Senefelder-Stiftung** veranstaltete im Oktober eine große Kunstauktion. Versteigert wurden 100 Lithografien des Senefelder-Preises 2008, erzielt wurden über 4.000 €, die für einen karikativen Zweck bereitgestellt wurden. • Den jüngsten Zahlen des Marktforschungsinstituts **IDC** zufolge ist der deutsche Druckermarkt im ersten Halbjahr um rund 9,1% geschrumpft – zwischen April und Juni lag der Einbruch sogar bei über 20%. **Kyocera** konnte sich nach eigenen Angaben von dieser Entwicklung zum Teil abkoppeln und hat in einem schwierigen Marktumfeld seine Marktanteile sogar ausbauen können. • Die **Disc Direct Computer Handels AG** ist seit 1. September 2009 als Partner der **Xerox GmbH**, Geschäftsbereich Papier & Zubehör, für den LFP-Bereich in Deutschland sowie Österreich zuständig. • Die deutschen Gesellschaften der **eltromat-Gruppe** sind seit Ende August 2009 unter einer Rechtsform zusammengefasst worden. Die neue **eltromat GmbH** hat rückwirkend zum 1. Januar 2009 alle Rechtsgeschäfte der **eltromat GmbH**, Zwenkau, der **eltromat GmbH**, Leo-

poldshöhe, und der **eltromat Taurus GmbH & Co. KG** übernommen. • **Georg Kohl**, einer der führenden deutschen Daten- und Dokumentendienstleister, und **Rhenus**, einer der größten Logistikdienstleister Europas, haben eine umfassende Partnerschaft beschlossen. **Georg Kohl** kann seinen Kunden dadurch nun auch Posteingangsbearbeitung, die physische Archivierung und Digitalisierung von Dokumenten, eine datenschutzgerechte Aktenvernichtung sowie Fulfillment-Leistungen anbieten. • **Prati** hat sein europäisches Vertriebsnetz durch die Unterzeichnung eines Distributionsvertrags mit der **Nilpeter GmbH** erweitert. Seit Oktober bietet **Nilpeter** Weiterverarbeitungsanlagen von **Prati** auf dem deutschen Markt an. • **Grycksbo Paper** unterstützt »The Library Project«, das Bücher und Bibliotheken an Schulen und Waisenhäuser in Entwicklungsländer spendet. • Unerwartet guten Besuch und überraschende Aufträge meldet **KBA** von der kürzlich zu Ende gegangenen **Polygraphinter** in Moskau. • **manroland EcoLogic** verfolgt das Ziel der umweltfreundlichen Druckproduktion. Mit dem Zertifikat »Emission geprüft« erfüllt die 7B-Großformatmaschine **Roland 900 XXL** die strengen Emissionskriterien der **Berufsgenossenschaft für Druck und Papier**. • Die **Ricoh Deutschland GmbH**, Hannover, und das Energieunternehmen **MVV Energie AG**, Mannheim, arbeiten künftig bei der Senkung des Energieverbrauchs und der Reduzierung der Energiekosten zusammen. Die Vertriebskooperation soll in Büros eine Verringerung der Energiekosten und eine umweltfreundliche Energieversorgung gewährleisten. •

www.cleverprinting.de – der Online-Shop für Grafik und PrePress: Fachbücher, Lern-DVDs, Equipment. **Umfangreiche Probekapitel zu allen Büchern gratis im PDF-Format, viele Stunden kostenlose Demo-Schulungsvideos.** Bestellungen ab 20,- Warenwert liefern wir portofrei, bis zu einem Bestellwert von 198,- Euro beliefern wir Sie bequem auf Rechnung (nur in D). Sie zahlen erst nach Erhalt der Ware.

Unser Buchtipps 2009:

Printproduktion well done! Auf über 400 durchgehend farbigen Seiten erklärt das Buch nahezu jeden Produktionsschritt in der Druckproduktion. Es eignet sich als Lehrbuch und als Nachschlagewerk. Grafikdesigner und Drucker finden hier Antworten auf nahezu alle Fragen zum Thema Print – zurecht ein Bestseller!



Printproduktion well done!

2. vollkommen überarbeitete, ergänzte Auflage
416 Seiten mit über 1.000 Abbildungen
Format 21 x 25 cm, Festeinband
Preis: **68,00 Euro**, Best-Nr: HS-731-5

www.cleverprinting.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

DRUCKMARKT
 Managementmagazin für Print und Publishing

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

Bücher online lesen
**GALILEO PRESS ANGEBOT
 BOOKSONLINE**

Das Thema e-Book bewegt die Medien. Spätestens seit dem Digitalisierungsprojekt Google Books genießt das Angebot elektronischer Bücher allgemeine Aufmerksamkeit. Auch Verlage werden aktiv: So bietet der Fachverlag Galileo Press auf seiner Website ab sofort elektronische Fassungen der gedruckten Bücher an. Mit dem Kauf eines Online-Buches (kein PDF) erwirbt ein Kunde das Recht, jederzeit und von jedem Rechner aus auf den Inhalt des Buches online zuzugreifen. In einem Online-Buch kann der Leser komfortabel suchen, nach Belieben navigieren, Notizen machen, Seiten gezielt ausdrucken und es mit anderen Online-Büchern zu einer eigenen Bibliothek zusammenfügen. Galileo Press bietet seine Bücher künftig in drei Varianten an: als gedrucktes Buch, als Online-Buch sowie beide im Paket zu einem ermäßigten Preis. Der Preis für das Online-Buch orientiert sich am Preis der Druckausgabe.

➤ www.galileo-press.de

Bündelung der Kompetenzen
**RICOH UND INFOTEC
 DEUTSCHLAND VERSCHMOLZEN**

Die Ricoh Deutschland GmbH und die Infotec Deutschland GmbH sind mit Wirkung zum 29. Oktober 2009 verschmolzen. Übernehmender Rechtsträger ist die Ricoh Deutschland GmbH. Bereits zum 1. August 2009 hat die Ricoh Deutschland GmbH das operative Geschäft der Infotec Deutschland GmbH übernommen. Standort der Hauptverwaltung ist weiterhin Hannover. Aktuell beschäftigt Ricoh Deutschland rund 2.000 Mitarbeiter, davon etwa 700 in Hannover. Vor der Verschmelzung hat Ricoh Deutschland rund 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Infotec gehört bereits seit der Integration des europäischen Geschäfts von Danka durch Ricoh 2007 zur weltweit agierenden Ricoh-Gruppe. Seitdem haben die beiden Unternehmen in Deutschland eng zusammengearbeitet, um Synergien zu nutzen.

➤ www.ricoh.de

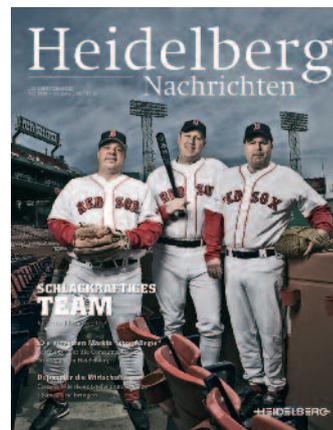
**HORIZON HAT DEN STANDORT GEWECHSELT**

Die Horizon GmbH wechselte zum 1. November 2009 ihren Standort nach Quickborn. Mit dem Umzug soll die Service-Qualität entscheidend verbessert werden – größer, schneller, besser. 3.000 m² Nutzfläche werden zur Verfügung stehen, allein 475 m² davon als Ausstellungsraum und 170 m² als technisches Trainingscenter. Auf dem Gelände wird außerdem ein europäisches Logistikzentrum für die Horizon-Ersatzteilversorgung entstehen. Dort werden zukünftig rund 10.000 Ersatzteile für europäische Kunden bereitliegen.

➤ www.horizon.de

Mediennutzung
**TNS EMNID STUDIE ZUM
 INFORMATIONSVERHALTEN 2.0**

Die Deutschen greifen immer noch am häufigsten zur Fernbedienung oder blättern in der Zeitung, um Nachrichten zu konsumieren. Laut einer Studie des Marktforschers TNS Emnid informieren sich 91% der Bundesbürger mit Internetanschluss via TV und Tageszeitung. 61% derjenigen, die sich im Web mit Nachrichten versorgen, wählen die Angebote klassischer Medienhäuser an, weil diese seriös und vertrauenswürdig seien. Etwa die Hälfte (49%) ist auch bereit, Geld dafür zu bezahlen.

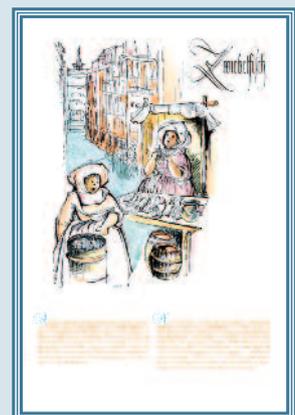
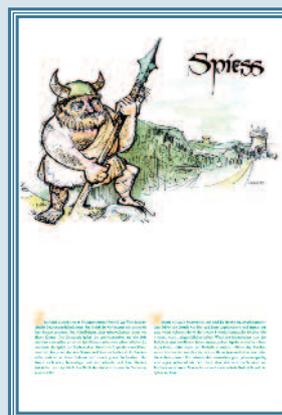
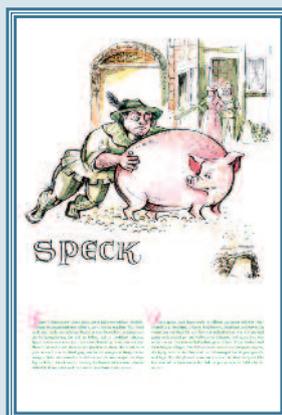
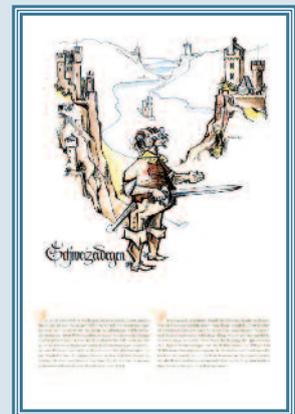
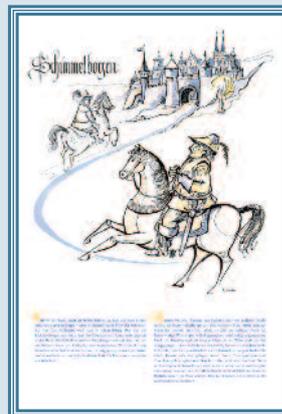
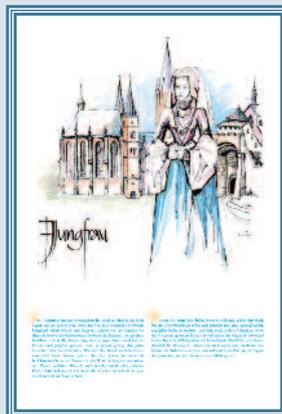
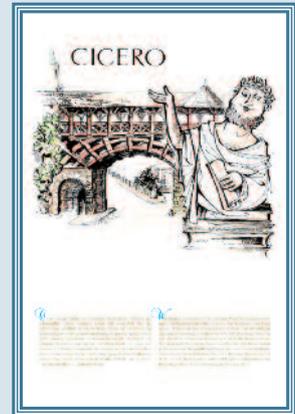
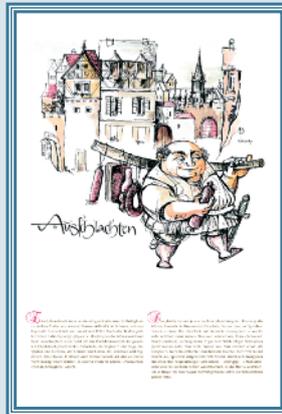
**Facettenreicher Druck**
**NEUE AUSGABE DER
 HEIDELBERG NACHRICHTEN**

Die Ausgabe 268 der Heidelberg Nachrichten ist ab sofort verfügbar. Titelstory ist das Geschäftsmodell der amerikanischen Kirkwood Printing, die mit ihren Speedmaster SM 102 und XL 105 große Mengen von Jobs bei enormen Geschwindigkeiten produziert. Ganz anders verfahren die Brüder Stéphane und Jean-Luc Pujol im französischen Médoc, die mit einer Speedmaster SM 52, einer alten SORZ und einem noch älteren Tiegel edle Etiketten für die Weine der Region drucken.

➤ www.heidelberg-news.com

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Der Zyklus enthält zwölf Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch. Die Zeichnungen stammen von Carl Fritz Nicolay, die Texte von Hans-Georg Wenke. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

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





XXL-Mission für weniger Emission bei Giesecking

manroland EcoLogic verfolgt konsequent das Ziel der umweltfreundlichen Druckproduktion. Mit dem »Emission geprüft«-Zertifikat ist es offiziell: Auch die Roland 900 XXL als 7B-Großformatmaschine erfüllt die strengen Emissionskriterien der Berufsgenossenschaft für Druck und Papier.

Kunden von manroland können sowohl ökologisch als auch ökonomisch produzieren. Mit dem »Emission geprüft«-Zertifikat der Roland 900 XXL durch die Berufsgenossenschaft für Druck und Papier (bgdp) dokumentiert manroland ein weiteres Mal das in der Unternehmensleitlinie der manroland AG fest verankerte Thema eines nachhaltigen Umweltschutzes. Bereits zur drupa 2008 hatten die Roland 200, Roland 500, Roland 700 und Roland 900 die Emissionszertifizierung der bgdp erhalten. Nun wurde gemeinsam mit der Bielefelder Druckerei Giesecking eine Roland 900 XXL im Format 7B zertifiziert. »Wir verfolgen die Strategie, früh in innovative Strategien zu investieren. Wovon vor allem die Kunden profitieren«, beschreibt Geschäftsführer Thomas Giesecking die Unternehmensausrichtung. Jetzt ist man auch bei der emissionsarmen Druckproduktion Vorreiter.

FINANZIERUNGSVORTEILE DURCH ZERTIFIKAT Was bedeutet die Emissionszertifizierung für die Praxis? Zum einen ist der Gesundheitsschutz des Bedieners mit der Roland 900 XXL bezeugt. Es ist unvermeidlich, beim Druck und in der Papierverarbeitung treten verschiedene Emissionen wie Lärm, Strahlung, Staub und Lösemitteldämpfe auf. Bei der Aufgabe, diese Belastungen in den Griff zu bekommen, nehmen hoch entwickelte, emissionsarme Maschinen eine Schlüsselstellung ein. Zum anderen können Printbuyer, die auf ökologischen Mehrwert setzen, von Druckereien wie Giesecking bedient werden. Das Emissionszertifikat hat einen weiteren ökonomischen Vorteil. Staatliche Investitionsförderungen durch Umweltprogramme, zum Beispiel der KfW Förderbank oder verschiedener Landesbanken, unterstützen in besonderem Maße die Investition in Maschinen, die »Emission geprüft« zertifiziert sind.

QUALITÄT AUS BIELEFELD: DRUCKEREI GIESECKING Auch die Druckerei Giesecking setzt auf den ökologischen Mehrwert bei hoher Druckqualität. Das Haus mit über 100-jähriger Tradition produziert überwiegend für nationale Kunden Verpackungen, Bücher, Literatur und Akzidenzen. Der Kundenstamm ist entsprechend vielfältig, von der Lebensmittelbranche bis zum Unterhaltungselektronikhersteller. Die PSO-zertifizierte Druckerei, 2006 mit dem Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie ausgezeichnet, hat in punkto umweltfreundliche Produktion bereits vorgelegt. »Auf der neuen Roland 900 XXL drucken wir alkoholfrei, zu 50 Prozent Verpackungen und Displays,

auf der älteren Maschine alkoholfrei«, erklärt Heidsiek. Die Kunden gehen diesen Weg gerne mit, da die Qualität stimmt. »Wir produzieren für viele Markenartikler, da müssen wir höchsten Ansprüchen an Farbverbundlichkeit genügen. Deshalb entwickeln wir stetig weiter. Gerade führen wir mit manroland neue Farbttests durch, auch mit printcom-Farben.« Während es dabei um die Feindosierung geht, wird das Wissen zum alkoholfreien Druck hoch dosiert verabreicht. Interne Information und Schulungen sind für Heidsiek enorm wichtig: »Bei Drucker, Vertrieb und Kunden muss man eine Sensibilität für das Thema alkoholfreier Druck erzeugen, Vorbehalte aus dem Weg räumen«. Giesecking-Mitarbeiter wurden deshalb von manroland instruiert, es fand eine externe Schulung in Hamburg und intern in Bielefeld statt.

DAS ZERTIFIKAT »EMISSION GEPRÜFT« Das Zertifikat »Emission geprüft« für Bogenoffsetmaschinen vergibt die Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung (bgdp), Wiesbaden. Sie verifiziert durch Messungen, dass folgende Emissionen deutlich unterhalb der zulässigen Grenzwerte beziehungsweise Empfehlungen innerhalb der einzelnen Länder Europas liegen: Waschmittel, Feuchtmittel, Lack- und Farbnebel, Puderstaub, Ozon, (bei UV-Maschinen), UV-Strahlung (bei UV-Maschinen), und Lärm. Die Prüfgrundlage bilden hierbei verschiedene EG-Richtlinien. Nach der Prüfung und der Feststellung der Werte der einzelnen Parameter folgt die entsprechende Prüfbescheinigung (Zertifikat), deren Gültigkeit auf fünf Jahre befristet ist.

- › www.giesecking.de
- › www.manroland.com



Gerhard Heidsiek (zweiter von links), Technischer Leiter, und Thomas Giesecking (zweiter von rechts), Geschäftsführer der Druckerei Giesecking, setzen auf die emissionszertifizierte Roland 900 XXL im Format 7B.





Kyocera Umweltpreis 100.000 € FÜR KLIMASCHUTZ- PROJEKTE

Mit einem Preisgeld von 100.000 € ist der 2007 ins Leben gerufene Kyocera-Umweltpreis eine der höchstdotierten Auszeichnungen im Umweltschutzbereich. Der Drucker- und Kopiererhersteller möchte mit der erneuten Stiftung neben der Unterstützung klimarelevanter Maßnahmen auch ein Zeichen für mutige Managemententscheidungen setzen. Und zwar nicht nur in Deutschland, sondern mit der zweiten Durchführung erstmals auch in Österreich. Zusammen mit seinen Partnern, dem Bundesverband



mittelständische Wirtschaft (BVMW), dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.), der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) sowie dem Internetportal kununu fordert Kyocera mittelständische Unternehmen in beiden Ländern dazu auf, innovative Umweltkonzepte bei der hochkarätig besetzten Jury unter Vorsitz von Prof. Dr. Klaus Töpfer einzureichen. Wichtigste Voraussetzung ist die eindeutige Klimarelevanz der Projekte. Teilnahmeberechtigt sind sowohl bereits abgeschlossene wie geplante Projekte. Entscheidend ist, dass sie eine nachhaltige Reduzierung des CO₂-Ausstoßes nachweisen können. Ende der Bewerbungsfrist ist der 31. März 2010.

➤ www.kyocera-umweltpreis.de

➤ www.kununu.com

Heidelberger Druckmaschinen AG NACHHALTIGKEITSBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2008/2009

Druckereien und deren Kunden fragen und handeln immer mehr nach ökologischer Ausrichtung. Dass ökonomisches Denken und ökologisches Drucken möglich sind, zeigt der Nachhaltigkeitsbericht 2008/2009 der Heidelberger Druckmaschinen AG. Der knapp dreißigseitige Bericht ist in die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales aufgeteilt und wird durch einen angegliederten Zahlenteil ergänzt.

Eine nachhaltige Druckproduktion umfasst die gesamte Prozesskette von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung. So beschreibt Heidelberg im Bereich Ökologie, wie der integrierte Workflow Prinect Energie und Makulatur einspart, dass der CtP-Belichter Suprasetter A52/A75 einen fünffach niedrigeren Stromverbrauch und fünfmal weniger Abwärme als vergleichbare Modelle habe und wie die Falzmaschine Stahlfolder KH 82 durch intelligente Rüstprozesse bis zu 2,5 Tonnen Papier pro Jahr einsparen könne.

Dabei dreht sich alles um Druckereien und deren Kunden. So werden die Sieger des auf der drupa 2008 ausgeschriebenen HEI ECO Printing Awards vorgestellt. Die Preise gingen nach Kanada und Japan. Insgesamt beteiligten sich über 50 Druckereien aus fünf Kontinenten. Breiten Raum nimmt das Portrait von zwei Druckereien aus Deutschland und Australien ein. Beide zeigen, dass Umweltschutz und wirtschaftlicher Erfolg möglich sind und sogar neue Kunden bringen.

Interessant für die Leser dürften auch die zwölf Schritte auf dem Weg zur grünen Druckerei sein. Diese umfassen Tipps zum Einsatz von Papier, Farbe und zum alkoholfreien Drucken und gehen bis hin zu Motivation der Mitarbeiter, Energie-Management und Finanzierung. Wie Druckereien den auftragsbezogenen CO₂-Fußabdruck auf Kundenwunsch berechnen können, zeigt das Interview zum Thema CO₂-Rechner des Bundesverbands Druck und Medien. ➤ www.heidelberg.com



Vorbildfunktion KLIMANEUTRALES DRUCKEN IN DEN USA

ClimatePartner begleitete bereits einige Unternehmen aus den USA auf Ihrem Weg zum klimabewussten Drucken. Die ökologische Vorzeigedruckerei Irwin Hodson Press aus Portland führt ein internes Umweltmanagementsystem, ist FSC-zertifiziert, fördert erneuerbare

Energien, engagiert sich in Umweltprojekten und druckt klimaneutral. Der Faltschachtelhersteller CD CartonDruck USA bietet seinen Kunden aus den Branchen Kosmetik, Süßwaren und Parfümerie klimaneutral produzierte Verpackungslösungen an. Als Vorbild gilt die Muttergesellschaft CD Carton-Druck aus Deutschland.

➤ www.climatepartner.com

druckbesser.de MEHR KLIMASCHUTZ IN DER BRANCHE

druckbesser.de veröffentlichte im September 2009 seinen »Umwelt-Druck-Report 2009/10«. Gemeinsam mit Umweltorganisationen und Verbänden ruft das Unternehmen zu mehr Umweltschutz in der Druckbranche auf. »Aufklärung für mehr Bewusstsein«, so lautet das Motto des Reports.

Die Druckbranche verbirgt ein sehr hohes Klimaschutzpotenzial: hohe Papierverbräuche, Energie, Chemikalien, Transporte und so weiter. druckbesser.de will mit dem Umwelt-Druck-Report 2009/10 auf den Umstand hinweisen, dass trotzdem erst 5% der Druckereien im deutschsprachigen Raum aktiven Umweltschutz betreiben und mit dem Report gleichermaßen Printbuyer besser aufklären.

Die im Report veröffentlichten Ergebnisse einer erstmalig durchgeführten Umfrage unter mehr als 2.300 Drucksacheneinkäufern zum Thema »ökologisch drucken« zeigt ein großes Paradoxum auf: Ein Großteil der befragten Printbuyer gaben an, mehr Geld für grüne Drucksachen ausgeben zu wollen, jedoch nur 10% hielten sich bereits optimal über das Thema informiert. 81% aller Befragten sind an umweltbewusst oder klimaneutral erzeugten Drucksachen interessiert.



Im 130 Seiten umfassenden Report finden sich außerdem 20 Portraits und Interviews von und mit Machern umweltbewusst agierender Druckereien, ein Druck-Umwelttest mit den 50 grünen Druckereien im deutschsprachigen Raum sowie Tipps und reichlich Hintergrundwissen.

➤ www.druckbesser.de



Brillanter, grüner, wärmer ...

Xerox fasst Farbkorrektur in Worte: Mit der Natural Language Colour-Technologie hat Xerox eine semantische Methode zur Farbkorrektur entwickelt.

Wissenschaftler aus dem Hause Xerox haben das Prinzip »Malen nach Zahlen« ganz neu umgesetzt und die Natural Language Colour-Technologie entwickelt. Diese übersetzt intuitive Farbbeschreibungen der Anwender – wie zum Beispiel ein »brillantes Gelb« – in mathematische Algorithmen. Korrekturwünsche wie ein »lebendigeres Blau« oder ein »wärmerer Hautton« lassen sich mit nur wenigen Klicks realisieren. Besonders Grafiker, Druckdienstleister oder Fotografen können die neue Methode bei ihrer täglichen Arbeit einsetzen. Aber auch Mitarbeiter, die Bilder ohne Expertenwissen bearbeiten, profitieren: Farbkorrekturen lassen sich intuitiv, schnell und einfach umsetzen, wodurch Produktivität und Effizienz der Anwender gesteigert werden. Die neue Technologie ist dann besonders hilfreich, wenn nur einzelne Bereiche eines Bildes farblich zu verändern sind. Eine zusätzliche Software ist nicht nötig.

Eine interaktive Testdemonstration auf www.xerox.com/open zeigt die Vorteile der neuen Natural Language Colour-Technologie. Anwender haben hier die Möglichkeit, die Methode zu testen und Bilder in verschiedenen Farbvarianten zu erstellen. »Xerox-Kunden können ihre Korrekturwünsche in Bildern ab sofort effektiv umsetzen, ohne über tiefes Expertenwissen zu verfügen«, erklärt Karen Braun, Farbwissenschaftlerin im Xerox Research Center in Webster, New York. »Wir haben das Verfahren entwickelt, um Farbänderungen intuitiv und auf Beschreibungen basierend zu realisieren. Dies hilft Anwendern, Korrekturen schnell und einfach selbst an ihrem Computer vorzunehmen.«

ÜBERSETZUNG VON KOMPLEXEN FARBATTRIBUTEN Die Farbspezialisten bei Xerox haben die Natural Language Colour-Technologie mit Hilfe spezieller Messinstrumente, den so genannten Kolo-

rimetern, erstellt. Auf Basis dieser Messungen wurden Zahlen mit spezifischen Attributen für hell oder dunkel, für Farbbezeichnungen oder für Ausdrucksstärke in Beziehung gesetzt.

Dieser Vorgang ist komplex, da Menschen Farben sehr unterschiedlich wahrnehmen.

Ein Beispiel: Wann ist blau blaugrün oder grünblau? Wo liegt der Unterschied? Das Team von Karen Braun hat mit Fokusgruppen die Beschreibung von Farben genauer analysiert. Schwerpunkt dieser Untersuchungen war es zu erfahren, wie Menschen verschiedene Farben und Schattierungen beschreiben und sprachlich unterscheiden. Überraschenderweise stellte das Team fest, dass die Teilnehmer der Fokusgruppen bei der Beschreibung von

Farben und deren Abstufungen ähnliche Begriffe wählen. »Wir haben tausende von Untersuchungen durchgeführt. Die umfassende Analyse hat uns dabei geholfen, eine Methode zu entwickeln, die mit nur 65 Wörtern über 50.000 mögliche Farbvariationen in einem Bild umsetzen kann«, erläutert Karen Braun weiter.

VERFÜGBARKEIT UND ENTWICKLUNG

DER TECHNOLOGIE Während Xerox-Wissenschaftler die Technologie weiterentwickeln, ist die erste Version des »Color by Words«-Feature bereits im neu vorgestellten Xerox Phaser 7500 Farbdrucker verfügbar. Künftig werden auch weitere Drucker und Lösungen von Xerox mit dem Natural Language Colour-Verfahren ausgestattet. Weiterentwicklungen der Technologie stellt Xerox nach und nach für interaktive Tests in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch zur Verfügung.

➤ www.xerox.com/open





Thermale Druckplattenproduktion

HEIDELBERG BAUT SUPRASETTER EINSTIEGSSEGMENT AUS

Die Heidelberger Druckmaschinen AG erweitert das Einstiegssegment für die thermale Druckplattenproduktion mit leistungsstärkeren Varianten für die Modelle Suprasetter A52 und Suprasetter A75. Den Suprasetter-Kunden im Klein- und Mittelformat steht mit der neuen Generation je nach Konfiguration eine bis zu 58% höhere Produktivität zur Verfügung. Interessenten können zwischen jeweils zwei Durchsatzgeschwindigkeiten wählen, wobei sich die Systeme bei Bedarf zu einem späteren Zeitpunkt auf den höheren Plattendurchsatz umrüsten lassen.

Der Suprasetter A52 verfügt über eine Durchsatzgeschwindigkeit von wahlweise 20 beziehungsweise 27 Platten pro Stunde und der Suprasetter A75



Heidelberg verpasst den Suprasetter Einstiegsmodellen eine höhere Produktivität und bietet Modelle in mehreren Geschwindigkeitsvarianten an.

von 17 beziehungsweise 22 Platten pro Stunde. Alle Modelle sind optional mit einem vollautomatischen Platteneinzug (ATL = Auto Top Loader) erhältlich und benötigen in dieser Konfiguration 2,6 Quadratmeter Stellfläche. Alle Modelle lassen sich vollständig in den Druckerei-Workflow Prinect integrieren. Ein umfassendes Systemservice-Paket gehört ebenfalls zum Lieferumfang.

SUPRASETTER EINSTIEGSMODELLE SCHONEN DIE UMWELT Mit einem Verbrauch von 0,7 Kilowatt pro Stunde benötigen die Suprasetter A52/A75 ungefähr fünf Mal weniger Strom und erzeugen gleichzeitig etwa fünf Mal weniger Abwärme als vergleichbare Modelle anderer Hersteller. Oft kann daher auf die Raumklimatisierung verzichtet werden, was in Kombination mit dem niedrigen Stromverbrauch zu einer Ersparnis von rund 2.700 € pro Jahr gegenüber Wettbewerbssystemen desselben Marktsegments führt und zusätzlich die Umwelt schont. Die Geräte zeigen sich weitgehend unempfindlich gegenüber Schwankungen der Luftfeuchtigkeit, die zwischen 30 und 70% liegen kann, so dass eine zusätzliche, energieaufwändige Luftbefeuchtungsanlage oft nicht erforderlich ist. Alle Suprasetter Modelle lassen sich neben konventionellen auch mit chemiefreien Druckplatten aus dem Heidelberg Verbrauchsmaterialien-Sortiment Saphira betreiben.

BEREITS ÜBER 3.000 SUPRASETTER SYSTEME INSTALLIERT Seit der Markteinführung der Suprasetter Technologie zur drupa 2004 hat Heidelberg weltweit bereits über 3.000 Systeme mit der selbstentwickelten Lasertechnologie installiert. www.heidelberg.com

Prooflösungen

PARTNERSCHAFT ZWISCHEN GMG UND MIMAKI

GMG, Entwickler und Anbieter von Farbmanagement- und Prooflösungen, und Mimaki Europe, Hersteller großformatiger Tintenstrahldrucker und Schneideplotter, haben eine strategische Partnerschaft bekannt gegeben, in der beide Unternehmen eine innovative Lösung für Verpackungsanwendungen anvisieren. Die gemeinsame Lösung, bestehend aus den UV-Inkjetdruckern der Serie UJF-605 von Mimaki, der Farbmanagement-Software GMG ColorServer 4.6 für automatische Farbkonvertierungen und GMG SmartProfiler für die Druckerkalibrierung und -profilierung, ermöglicht die digitale Produktion einheitlicher und genauer Farbergebnisse auf praktisch jedem Material. Die Lösung wird für Unternehmen aller Art, die in den Bereichen flexible Verpackungen, Verpackungen aus Verbundkartonagen oder Blechdruck tätig sind, angeboten. Dazu gehören Druckereien, Vorstufenbetriebe, Agenturen und Markenartikelhersteller. Zu den Kernapplikationen zählen farbverbindliches Digitalproofing auf den für die Produktion verwendeten Original-Bedruckstoffen mit Unterstützung von Weiß und Lack, die digitale Produktion farbgenauer Prototypen von Verpackungen sowie Kleinauflagen und Personalisierung als Ersatz für die zeitaufwändigen und teuren Drucke auf der Produktionsdruckmaschine.

► www.gmgcolor.com

► www.mimakieurope.com

CtP³ made in Germany

GRAFISCHE BEDRIJF GOES INVESTIERT IN VORSTUFE

Einige Druckereien sind trotz Wirtschaftskrise mit ihrem Angebot sehr gut positioniert, so auch das Unternehmen Grafische Bedrijf Goes (GBG) im Südwesten der Niederlande. Vor sechs Jahren wurde das Tagesgeschäft mit 4 Angestellten und von dem geschäftsführenden Gesellschafter Jan van Antwerpen bewältigt. In 2009, drei Jahre nachdem Sohn Chris van Antwerpen im Management tätig wurde, beschäftigt das Unternehmen 18 Mitarbeiter und zog in ein neues, beeindruckendes Gebäude im Industriepark von Goes. Im Jahr 2006 investierte GBG in das erste CtP System, eine manuelle Lösung die innerhalb der ersten sechs Monate auf einen Durchsatz von 30 Platten aufgerüstet wurde. Der kontinuierlich steigende Plattenbedarf, damit der Wunsch nach einer automatischen Plattenproduktion und die in 2008 von Fuji vorgestellte neue Platten-technologie waren der Auslöser für die erneute Investition in die Druckvorstufe. GBG arbeitet seit Jahren erfolgreich mit Alfaquest BV zusammen. Andre Beljaars, Geschäftsführer Alfaquest: »Das vollautomatische CtP-System DotLine CA55V1 in Verbindung mit der lowchem Photopolymerplatte ProV von Fuji. GBG ist von der vollautomatischen Lösung mit einem Durchsatz von 35 Platten/h begeistert, die zudem auch noch umweltfreundlicher und ressourcensparender arbeitet.« Die Geschäftsführung sieht sich für kommendes Wachstum durch die Aufrüstbarkeit auf bis zu 60 Platten/Stunde gerüstet.

► www.dot-line.de





Nächste Stufe der CtP-Automatisierung

Bei einem Wechsel der Plattenbelichtergeneration ist eine gesteigerte Produktivität eine natürliche Begleiterscheinung. Oft wird dabei auch eine höhere Automatisierung angestrebt. Doch obwohl Computer-to-Plate inzwischen als ausgereifte Technik gelten kann, stellt sich bei jeder Investitionserwägung aufs Neue die Frage der Belichtertechnologie – violett, thermisch oder Belichtung konventioneller UV-empfindlicher Platten. Eine Frage, die die Entscheider bei der L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG nach gründlicher Evaluierung mit der erneuten Wahl der thermischen Plattenbebilderung beantworteten. Schon im Dezember 2008 wurde ein Kodak Magnus VLF Quantum Plattenbelichter in der schnellen X-Geschwindigkeitsversion in Betrieb genommen. Das auf maximale Automatisierung getrimmte Großformat-CtP-System hat zwei Thermoplatenbelichter anderer Herkunft ersetzt.



Für Thomas Kosman, Leiter der Druckvorstufenabteilung, ist das Bebilderungsverfahren nach wie vor ein zentraler Aspekt. Hier hat die Kodak Squarespot Bebilderungstechnologie L.N. Schaffrath einen spürbaren Fortschritt gebracht.

Sie verwendet einen Laserenergiestreifen mit 10.000 dpi Auflösung, was viermal feiner ist als die Auflösung eines Bebilderungspixels. Zusammen mit einem konstant hohen Energieprofil sorgt dies dafür, dass scharfkantige Punkte auf die Druckplatten übertragen werden. Außerdem hat der Plattenbelichter ein dynamisches Autofokussystem, das selbst dann eine hochwertige Bebilderung sicherstellt, wenn der Abstand zwischen Laser und Plattenoberfläche variiert – zum Beispiel durch Schmutz oder Staub auf der Plattenrückseite. Dies verhindert unscharfe Stellen oder sonstige Störungen im Druckbild, die möglicherweise erst dann zutage treten, wenn gedruckt wird. Diese Merkmale fördern die Stabilität der Druckformherstellung.

Verlässliche CtP-Technologie für verlässlichen Zeitschriftendruck

Mit einer raumsparenden Architektur und einem nahtlosen Materialfluss kommt die großformatige CtP-Lösung den Anforderungen von L.N. Schaffrath entgegen – Anforderungen, die von den verschiedenen Druckmaschinentypen und -formaten mitbestimmt werden. Im Druckzentrum des Unternehmens läuft die Rollenoffsetproduktion auf einer 48-Seiten- und zwei

Die Investition in CtP ist heute nicht mehr gleichbedeutend mit dem Einstieg in ein grundlegend neues Produktionsverfahren. Vielmehr haben die meisten Unternehmen der Druckindustrie bereits die erste oder zweite Ersatzinvestition realisiert oder bereiten diese vor.



Markante Erscheinung: das Verwaltungsgebäude von L.N. Schaffrath DruckMedien auf dem weitläufigen Firmengelände in Geldern.



Der Kodak Magnus VLF Quantum Plattenbelichter wird vom automatischen Kodak Palettenlader (links) kontinuierlich mit Druckplatten versorgt.



Der Palettenlader führt dem Belichter die Druckplatten direkt von den Lieferpaletten zu. Auf einer Palette befinden sich 600 (0,3 mm Stärke) bzw. 300 (0,4 mm) Platten.

16-Seiten-Heatset-Rotationen. Dazu kommen im Bogenbereich zwei Fünffarbenmaschinen im 3B-Mittelformat. Selbstverständlich sind die drucktechnischen Ressourcen auf das Fertigungsprogramm abgestimmt, das von mehr als 150 Fachzeitschriftentiteln, davon etwa 20% mit wöchentlicher Erscheinungsweise, dominiert wird. Die thematische Vielfalt dieser Publikationen spiegelt sich in den Auflagen wider. So gibt es am einen Ende der Skala Fachmagazine mit einer gedruckten Auflage von gerade einmal 3.500 Exemplaren, während am anderen Ende, beim »Deutschen Ärzteblatt«, die 400.000er-Marke klar überschritten wird. Konsequenz für die Vorstufenabteilung: In der CtP-Produktion kann die Auslastung enorm schwanken – auch unter dem Einfluss der Zeitschriften-Erscheinungstermine. »Wir verarbeiten durchschnittlich 20.000 digitale Seiten pro Monat. Es gibt Tage, an denen wir hier über 800 druckfertige Platten herstellen, und manchmal sind es nur 150 Platten«, berichtet Thomas Kosman. »In der Regel sind wir zu Wochenbeginn in der Druckvorstufe sehr stark ausgelastet, in der Mitte schwankt es eher und zum Freitag zieht die Produktion wieder an.«

Durchgängige Automatisierung

Der bei L.N. Schaffrath installierte Kodak Magnus kann Platten in Formaten bis 1.296 x 2.083 mm bebildern. Die meisten Druckformen fallen indes im 8-Seiten-Formatbereich an. 42 Thermoplatten in dieser Größenkategorie für die Bogenoffset- und 16-Seiten-Rollenoffsetrotationen schafft die vollautomatisch betriebene CtP-Maschine laut Thomas Kosman pro Stunde.

Für den stetigen Plattennachschub sorgt ein automatischer Kodak Palettenlader, der die großformatigen Druckplatten von den Transportpaletten lädt, auf denen sie angeliefert werden. In drei Magazinsegmenten bietet der Palettenlader Platz für maximal sechs Paletten, auf denen sich jeweils bis zu 600 Thermoplatten befinden – einschließlich Zwischenpapier, das während des Ladevorgangs automatisch entfernt wird. Damit ist das System ausreichend dimensioniert, um alle im Haus verwendeten Formate unmittelbar von Paletten zu laden.

Das Gespann aus Palettenlader, Thermoplattenbelichter und nachgeschalteter Inline-Plattenverarbeitungslinie ermöglicht die vollautomatische CtP-Produktion ohne manuelle Eingriffe über mehrere Arbeitsschichten hinweg. Durch den hohen Automatisierungsgrad der

TRADITION MIT INNOVATION

Die L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG. DruckMedien ist in Geldern (Region Niederrhein), unmittelbar an der Grenze zu den Niederlanden, angesiedelt. Das Unternehmen mit heute rund 330 Beschäftigten geht auf eine im Jahr 1743 gegründete Druckerei zurück. Die Offsetproduktion ist nach Prozessstandard Offsetdruck (ISO 12647-2) zertifiziert. L.N. Schaffrath hilft Verlagen, sich auf ihr verlegerisches Kerngeschäft zu konzentrieren. Mit dieser Mission bedient das Unternehmen Fachverlage aus ganz Deutschland. Druck und Gesamtherstellung von Fachzeitschriften machen einen Anteil von etwa 85% am Umsatz von L.N. Schaffrath aus. Der Rest wird mit Akzidenzprodukten erwirtschaftet, die häufig in Sprachversionen herzustellen sind. Im Zeitschriftengeschäft gehören beratende und technische Unterstützung bei konzeptionellen Fragen genauso zum Kompetenzspektrum wie die komplette Druckweiterverarbeitung mit Kapazitäten für Sammelheftung und Klebebindung, die Zeitschriftendistribution und Abonnementverwaltung. Die Tochtergesellschaft L.N. Schaffrath Neue Medien ergänzt das Angebot um Nonprint-Medien und crossmediale Lösungen.

tionalisierungseffekt eingestellt, der eine Verkleinerung des Workflow- und Belichterteams von zehn auf sieben Kräfte und personelle Umsetzungen im Haus gestattete.

Abgesehen von dem System begeistert Thomas Kosman am Palettenlader ein Detail: die schonende Behandlung der Druckplatten. Weder beim Vereinzeln, noch beim Transport zum CtP-System wird die Plattenschicht von einer Maschinenkomponente berührt, was zur Sicherstellung einer gleich bleibend hohen Qualität der Druckformen beiträgt. Er weiß aus der Erfahrung mit einem anderen Automatisierungssystem wie sehr zum Beispiel Markierungen von Saugnapfen die Gleichmäßigkeit von Rasteronflächen beeinträchtigen können. Offensichtlich schafft die bei L.N. Schaffrath implementierte vollautomatische CTP-Produktion bestmögliche Voraussetzungen für den verlässlichen Zeitschriften- und Akzidenzdruck.

► www.schaffrath.de





FlightCheck NEUE VERSION 6.5 PRÜFT INDESIGN CS4 UND XPRESS 8

Markzware hat mit Version 6.5 ein Upgrade seiner Preflight-Software FlightCheck Professional für Macintosh herausgegeben. FlightCheck Professional 6.5 bietet vollständige Unterstützung für QuarkXPress 8 und Adobe Creative Suite 4. Die neue Version gestattet die Überprüfung von nativen Dokumentformaten sowie PDF-Dateien zur frühzeitigen Vermeidung kostspieliger Produktionsfehler. Die mittlerweile üblichen kleineren Auflagen und kürzeren Abwicklungszeiten erfordern eine bessere Qualitätskontrolle bei digitalen Druckdateien. Adobe PDF-, InDesign-, QuarkXPress- und andere Dateien enthalten mehrere Elementkategorien wie Schriftarten, Farben, Bilder, Dokumenteinstellungen und so weiter, die alle potenzielle Fehlerquellen bei der Druckausgabe sind. FlightCheck dient dabei zur Überprüfung sämtlicher Dokumentelemente in Dateien verschiedener Formate – insbesondere offener oder »nativer« Dateien wie aus QuarkXPress oder Adobe InDesign. Das Software-Upgrade FlightCheck Professional 6.5 für Macintosh steht bei Impressed zur Verfügung.

➤ www.impressed.de

Techkon SpectroJet SPECTROPHOTOMETER AUF RÄDERN

Die Techkon GmbH in Königstein stellte ein Scan-Messgerät vor, das automatisch Farbdichten und farbmimetrische Werte von Prozess- und Sonderfarben erfasst. SpectroJet ist für sämtliche Druckverfahren geeignet. Das kompakte Messgerät wird von Hand auf einem Druckbogen über die Farbfelder geführt. Führungsrollen an der Geräteunterseite garantieren einen sicheren Gerade-



auslauf. Während des Scans werden alle relevanten Messdaten simultan an den PC übertragen und dort übersichtlich dargestellt. SpectroJet ist mit einem hochauflösenden Spektroskop ausstattet, der über einen automatisch ein-schwenkbaren Polarisationsfilter verfügt, wie es die ISO-Normung vorgibt. Die Messdaten können in andere Softwareprogramme exportiert werden. In Verbindung mit der Windows-Software Techkon Expresso, werden alle relevanten Informationen angezeigt, die für den standardisierten Druck von Bedeutung sind. Die leicht zu bedienende Software verkürzt die Einrichtung am Beginn des Druckprozesses und gibt während des Auflagedrucks Regelempfehlungen um die Druckqualität konstant zu halten. Alle Messdaten können nach den anerkannten Standards wie zum Beispiel ISO 12647 oder Gracol G7 angezeigt und dokumentiert werden.

➤ www.techkon.com

PDFs bearbeiten PRÜFEN UND KORRIGIEREN MIT ENFOCUS PITSTOP 09

Ab sofort ist bei Impressed die Version 09 für die Enfocus PDF Preflight- und Editierungs-Werkzeuge PitStop Pro und PitStop Server verfügbar. Mit den neuesten Versionen der Lösungen für die Bearbeitung, Prüfung und Korrektur von PDF-Dateien hat sich Enfocus zum Ziel gesetzt, Effizienzsteigerungen für Druck- und Publishing-Umgebungen bei der Verarbeitung von PDF-Dateien zu erreichen. PitStop Pro 09 bietet zahlreiche PDF-Editierungswerkzeuge zum Bearbeiten von Text, Ändern von Farben und Verschieben, Drehen oder Skalieren von Objekten. Die überarbeitete Benutzeroberfläche von PitStop Pro 09 erleichtert die Individualisierung des Arbeitsbereichs. Viele neue Änderungsmöglichkeiten sind hinzugekommen – darunter das Aufbringen von Stempeln, Hinzufügen von Deckblättern, Umnummerieren der Seiten, Konvertieren von Farben und Korrigieren von PDF-Dateien aus Büroanwendungen wie Microsoft Office, die nicht für Produktionsumgebungen optimiert sind. Da PitStop Pro 09 uneingeschränkt mit Certified PDF 2 kompatibel ist, können die Preflight-Ergebnisse einer Datei direkt in die XMP-Metadaten aufgenommen werden. PitStop Server 09 ist ein weitverbreitetes Preflight- und Autokorrektur-Tool für automatisierte PDF-Workflows mit größerem Dateivolumen. Unter Einbindung des wegweisenden Preflight-Moduls von Enfocus prüft es sämtliche Aspekte von PDF-Dateien und erkennt die unterschiedlichsten Probleme, wie fehlende oder beschädigte Schriften, fehlerhafte Farben, Objekte ohne Beschnittzugabe. Zahlreiche gängige Fehler korrigiert PitStop Server 09 selbst.

➤ www.impressed.de

GMG und Barbieri Electronic NEUE FARBMANAGEMENT- LÖSUNGEN FÜR LFP

GMG, Anbieter von Farbmanagement-Lösungen, und Barbieri Electronic, Hersteller von Densitometern und Spektralfotometern, gaben eine strategische Partnerschaft bekannt mit dem Ziel, Farbmanagement-Lösungen für den Large Format Markt anzubieten. Die Zusammenarbeit schließt ein spezielles Vertriebsbundle ein, das aus GMG Colorserver, der Farbmanagement-Software für die automatische Farbraumtransformationen, und dem Spektralfotometer Spectro LFP RT von Barbieri besteht.

➤ www.gmgcolor.com

➤ www.barbierieletronic.com

Mac OS X Snow Leopard KOSTENLOSE VIDEO-TUTORIALS VON GALILEO-EXPERTEN

Galileo Design präsentiert kostenlose Video-Tutorials zum neuen Mac OS X 10.6 Snow Leopard. Zwei Mac-Experten und Galileo-Autoren beziehungsweise -Trainer haben sich das neue Mac OS X angeschaut und stellen die Neuheiten in 11 exklusiven Video-Tutorials vor. Thomas Kuhn zeigt, was sich an der Oberfläche und für die tägliche Arbeit verändert hat, während Kai



Surendorf einen intensiven Blick auch »unter die Haube« des Schneeleoparden wirft.

➤ <http://www.galileodesign.de/mac>



Kodak Flexcel NX Flexographic System

Die Reproservice Eurodigital GmbH hat kürzlich ein digitales Kodak Flexcel NX Flexographic System für die Flexoplattenproduktion in Betrieb genommen. Reproduktionen und digitale Druckformen für flexible Verpackungen bilden einen Produktionsschwerpunkt des in Ismaning bei München angesiedelten Druckvorstufen- und Druckform-Dienstleisters.

Das Unternehmen, eine Tochtergesellschaft der internationalen Matthews-Gruppe, fertigt Druckformen für den Flexo-, Buch- und Trockenoffsetdruck sowie druckfertige Daten für den Verpackungstiefdruck. Laut Geschäftsführer Peter Hamm werden 80% des Geschäftsvolumens im Flexodruckbereich generiert. »Wir sind spezialisiert auf das obere Qualitätssegment für den Druck flexibler Verpackungen mit 70er- bis 90er-Rastern«, erklärt er. Daraus resultieren Anforderungen, für die das Flexcel NX System wie gemacht sei. Es erreiche auch bei feinen Rastern einen höheren Tonwertumfang als herkömmliche Systeme, so Peter Hamm.

Selbst Rasterpunkte in 10 x 10 µm Größe stehen nach Angaben des Herstellers Kodak als druckende Elemente stabil auf der Flexoplatte. Dabei weisen die Rasterpunkte flache Plateaus mit einer exakt definierten druckenden Fläche auf – Voraussetzung für den Druck glatter



Für Geschäftsführer Peter Hamm ist das Flexcel NX System eine geeignete Lösung zur Steigerung der Qualität im Verpackungsflexodruck. Der Träger wird im Trendsetter NX mit der Kodak Squarespot-Technologie bebildert.

Farb- und Tonwertverläufe ohne Punktabriss in kritischen Lichtbereichen.

Was in der Theorie plausibel klingt, testete Reproservice Eurodigital zuerst mit von Kodak zur Verfügung gestellten druckfertigen Platten auf der Vorführmaschine eines Maschi-



nenherstellers. Für Peter Hamm und die Experten seines Hauses waren die Ergebnisse so ermutigend, dass im August das System installiert wurde. Es besteht aus dem Kodak-Belichter Trendsetter NX Mid, der den Flexcel NX Thermal Imaging Träger bebildert, sowie einem Lamina-

tor und den Flexoplatten. Das System ließ sich in die vorhandene digitale Produktionsumgebung integrieren, in der auch zwei herkömmliche CtP-Systeme für die Bebilderung von LAMS-Flexoplatten stehen.

Die schnelle Bebilderung, und die stabile Übertragung der Punkte auf die Flexoplatten sind Vorteile in der täglichen Praxis. Erfahrungen aus Testdruckproduktionen im 70er-Raster auf Aluminium, transparenten und opaken Kunststofffolien sowie Karton liegen bereits vor.

Mit Blick auf eine Produktion, bei der eine Laufmenge von annähernd 100.000 m gedruckt wurde, berichtet Peter Hamm von einer gleichbleibend hohen Qualität und einem stabilen Druckverhalten. »Die Ergebnisse zeigen in Richtung Offset- und Tiefdruckqualität«, führt er aus. »Denn darum geht es schließlich: Wir wollen mit diesem System ganz klar die Qualität steigern.«

➤ www.kodak.com





Perfektes Management der Supply Chain

Die Kooperation von C. Maurer und Star Publishing wurde mit dem CIP4-Innovationspreis ausgezeichnet

C. Maurer zählt zu den großen mittelständischen Druckunternehmen in Süddeutschland und kann auf Erfahrungen aus fünf Familiengenerationen zurückblicken. Innovationen aufzugreifen, wenn sie Verbesserungen für die Kunden bringen, ist seit über 150 Jahren Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Ebenso gehört der verantwortungsvolle Umgang der Umwelt zur Philosophie, weshalb sich C. Maurer als einer der ersten Mediendienstleister an der Klimainitiative der Druck und Medienverbände beteiligt. Das Unternehmen ist ISO zertifiziert und produziert im Digital- und Offsetdruck Kataloge, Zeitschriften, Bücher, Beipackzettel für die Pharmaindustrie, Jahresberichte und Bedienungsanleitungen. Zusätzlich gehören zum Serviceportfolio Leistungen wie Vorstufe, Lettershop, Weiterverarbeitung und Konfektionierung bis hin zur Versandlogistik.

Handbücher für einen Automobilhersteller

C. Maurer Druck und Verlag und die Produktionsagentur Star Publishing haben einen gemeinsamen Kunden im Automobilsektor, für den man Bedienungshandbücher fertigt.

Star Publishing ist eine international arbeitende Produktionsagentur und koordiniert pro Jahr mehrere tausend Druckaufträge für Automobilhersteller. Einer zählt zu den größten Firmen der Welt, dessen Autos für führende Technologie, hochwertige Ausstattung, Komfort und Luxus stehen. Die Handbücher der Fahrzeuge müssen dieselbe Qualität aufweisen, um den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden. Dazu wurde ein Service Level Agreement zwischen den Partnern (Automobilhersteller, Star Publishing, Drucker) vereinbart. Für die Einführung von JDF wurde speziell dieses Produktsegment gewählt, da es sich hier um ein standardisiertes Produkt handelt. Auf dieser Basis wollen die Partner Star Publishing und C. Maurer zukünftig alle Produktionen abwickeln.

JDF-Workflow übermittelt Druckdaten

Da sich die Produktion im Automobilbereich immer mehr am Endkunden orientiert, müssen dem entsprechend unterschiedliche Varianten der Handbücher je nach Fahrzeugtyp oder der Sprache des Kunden produziert werden. Daher geht die Entwicklung zu kleineren, genau auf die Absatzzahlen der Fahrzeuge abgestimmten Auflagen bei gleichzeitig hoher Frequenz an Druckaufträgen.

Der Mediendienstleister C. Maurer Druck und Verlag wurde mit dem CIP4-Innovationspreis in der Kategorie »Beste Umsetzung weltweit – Verbesserung der Effizienz und des Kundenservice« prämiert. Das Unternehmen wurde dabei für die Installation eines JDF-Workflows ausgezeichnet, der in Kooperation mit dem Medienhaus Star Publishing initiiert worden ist.



Drei Unternehmen sind beteiligt am Workflow, der aus der JDF-Implementierung resultiert: Der Mediendienstleister C. Maurer Druck und Verlag (orange), die Produktionsagentur Star Publishing (blau) und der Automobilhersteller (grau). Über JDF werden die Druckdaten von Star Publishing an C. Maurer geschickt und dort in das Hiflex MIS importiert.

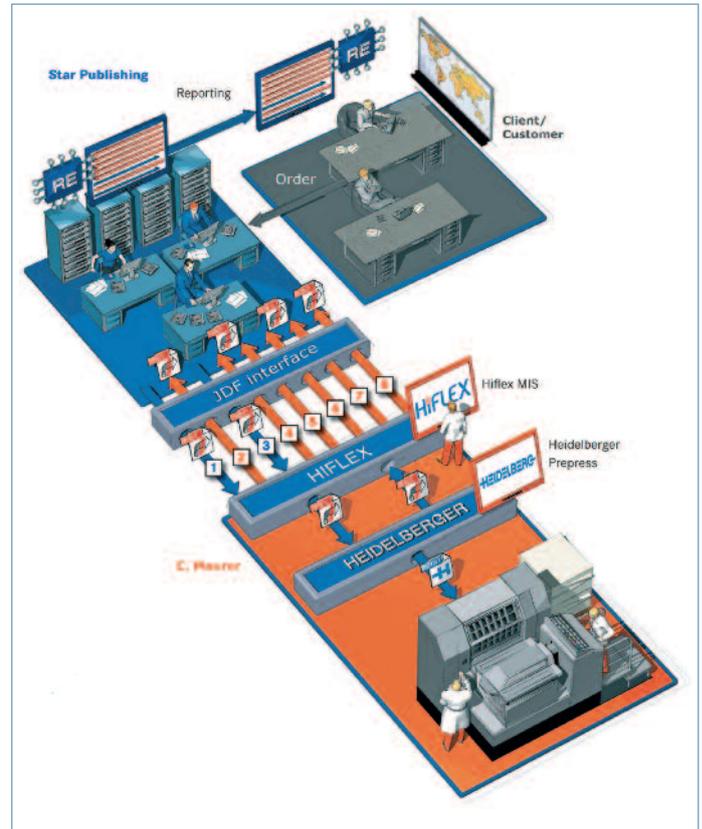
Hier kommt das Workflow-System »Sprint« der Produktionsagentur Star Publishing zum Einsatz. Der Automobilhersteller erzeugt Druckdaten, die automatisch von Sprint abgeholt und auf Drucktauglichkeit überprüft werden. Star Publishing koordiniert die Aufträge und leitet relevante Druckdaten samt Auftragsparameter via JDF zu C. Maurer. C. Maurer importiert diese Daten in das Hiflex MIS, bevor sie an das Heidelberger Vorstufensystem zur Verarbeitung weitergeleitet werden. Somit kann garantiert werden, dass alle Daten fehlerfrei vom Automobilhersteller über Star Publishing zur Druckerei C. Maurer gelangen.

»Die Industrie, die weitgehend als die mit der höchsten Prozessoptimierung angesehen wird, ist die Automobilindustrie.« erklärt Carl Otto Maurer, Geschäftsführer des Mediendienstleisters. »Mit Hilfe des JDF-Standards ist es uns nun gelungen, eine Verbindung in diese automati-

sierten Prozesse herzustellen und so ein wichtiger Bestandteil des Supply Chain Managements zu werden.« Auch Ramona Kaden, Geschäftsführerin der Produktionsagentur Star Publishing, zieht ein positives Fazit aus dem JDF-Workflow: »Durch JDF werden die Daten automatisch in das Hiflex MIS übernommen, es können mehr Aufträge in kürzerer Zeit verarbeitet werden, so dass die Durchlaufzeiten im Gesamtprozess stark reduziert werden.«

Funktionierendes Supply Chain Management

Das perfekt funktionierende Supply Chain Management stellt die Basis für die Montage der Fahrzeuge dar. Um hohe Lagerbestände beim Automobilhersteller zu vermeiden, werden alle notwendigen Komponenten kurzfristig bestellt und verarbeitet. Die Anforderungen an die Logistik sind enorm, da fehlende Teile zu



einem Stillstand in der Produktion führen würden. Dazu gehört auch das Handbuch, das bei C. Maurer gedruckt wird. Ohne dieses Handbuch, kann das Fahrzeug nicht an die Endkunden ausgeliefert werden.

JDF-Workflow bringt Vorteile

Der implementierte JDF-Workflow stellt eine optimale Lösung für alle drei beteiligten Unternehmen dar, die Kosten und die Lieferzeit zu senken und gleichzeitig die Qualität »Made in Germany« zu garantieren.

Fehler durch falsche Eingaben werden durch den Workflow unmöglich, da alle Daten über JDF an C. Maurer übermittelt werden. Der JDF-Workflow bringt Vorteile für alle beteiligten Partner:

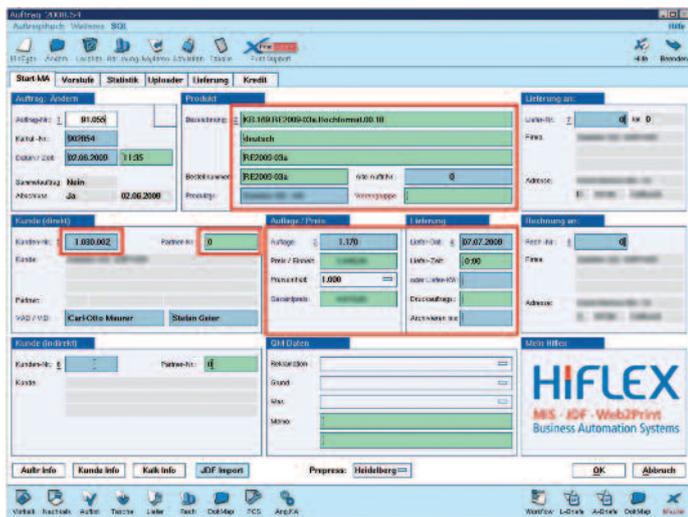
Bislang wurden die Druckaufträge per E-Mail an C. Maurer übermittelt und manuell ins System eingetragen. Dieser »Papier-Workflow« stieß jedoch auf Grund der steigenden Anzahl an Druckaufträgen bei Star Publishing (ca. 40%) an seine Grenzen, so dass die Einführung von JDF die einzige Möglichkeit war, den

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

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Über die Funktion »JDF Import« werden alle produktionsrelevanten Daten in das Hiflex Auftragsbuch importiert.

steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Für Star Publishing ermöglicht der JDF-Workflow die perfekte Kommunikation mit Druckereien und sorgt für eine erhebliche Zeit- und Kostenersparnis. Die Aufträge können zudem besser verfolgt werden, da der transparente Produktionsstatus bei C. Maurer eine permanente Einsicht zulässt und dem Autohersteller bessere Kontrolle und Sicherheit bietet. Kurze Lieferzeiten werden dabei immer wichtiger – was nur über JDF realisiert werden kann.

Auszeichnung durch die CIP4-Organisation

Für die Implementierung des JDF-Workflows mit der Produktionsagentur Star Publishing wurde C. Maurer von der CIP4-Organisation mit dem CIPPI Award als »Beste Umsetzung weltweit – Verbesserung der Effizienz und Kundenservice« ausgezeichnet.

- > www.maurer-online.de
- > www.hiflex.com



Überreichung des CIPPI-Awards für den 1. Platz in der Kategorie »Biggest improvement in quality production & customer responsiveness as a result of process automation« im Hause C. Maurer Druck und Verlag. Von rechts: Stefan Daun (CIP 4), Carl-Otto Maurer, Geschäftsführer (C. Maurer Druck und Verlag), Philip Glasbrenner, Projektleiter (Star Publishing), Ramona Kaden, Geschäftsführerin (Star Publishing), Andreas Kurz (Star Publishing) und Thomas Reichhart, Geschäftsführer (Hiflex).

**GMG SmartProfiler
FARBQUALITÄT FÜR LFP UND
DIGITALDRUCKER**

GMG gab bekannt, dass die anwenderfreundliche Lösung GMG SmartProfiler ab sofort verfügbar ist. Mit dem GMG SmartProfiler können Anwender auch ohne tiefer gehende Farbmanagement-Kenntnisse schnell selbst hochwertige Color-Server Profile erstellen. »Bislang war viel Farbknowhow nötig, um eine hohe Qualität zu erlangen. Der GMG SmartProfiler vereinfacht und beschleunigt den Ablauf deutlich, sodass wir nun problemlos unsere gesamte Produktion farbmanagen können«, sagt Bob Boileau, Geschäftsführer von Screen Print Dow, Wilmington, MA, USA. Die Kombination GMG SmartProfiler und GMG ColorServer eröffnet zum Beispiel den Anwendern von Digitaldruck- oder LFP-Systemen völlig neue Möglichkeiten, die Farbqualität und Farbstabilität ihrer Maschinen auf ein bisher nicht gekanntes Niveau zu bringen. Die hohen Investitionen in die Digitaldrucker und LFP-Ausgabegeräte werden dadurch gesichert und die Kundenzufriedenheit durch die bessere Druckqualität erhöht. In den stark wachsenden Marktsegmenten Digitaldruck und LFP wird immer öfter hohe Farbgenauigkeit, Wiederholbarkeit und farbliche Übereinstimmung mit Printmedien klassischer Druckverfahren wie Offset- oder Tiefdruck erwartet. Der hohe Automatisierungsgrad im Farbmanagement von GMG trägt dazu bei, Kosten zu senken, erhöht gleichzeitig die Produktivität und garantiert konsistente Farbergebnisse.

- > www.gmgcolor.com

**FachPack 2009
FACHPACK 2009 FÜR DVS
ERFOLGREICH**

Die DVS System Software GmbH & Co. KG aus Iserlohn konnte mehrere neue Software Module vorstellen. Größter Publikumsmagnet war packedia. packedia ist eine digitale Enzyklopädie für die Verpackungsentwicklung und richtet sich zum einen an alle die mit der Entwicklung und Herstellung von Verpackungen beschäftigt sind und zum anderen an jene, die mehr über Verpackungen erfahren möchten. Die



Enzyklopädie soll über bereits verbreitete Verpackungslösungen- und Konzepte informieren und als Ideengeber für eigene Entwicklungen dienen. In erster Linie handelt es sich um Kataloge, die einen Überblick über übliche Konstruktionsarten verschaffen sollen. Diese Kataloge sind zum Teil an bestehende Kataloge der Verbände (ECMA, FEFCO) angelehnt. Diese Kataloge können heruntergeladen und auf beliebig vielen Rechnern kostenfrei installiert werden. In Zukunft sollen zusätzlich Fachartikel auf der packedia Seite erscheinen und auch ein Fachwörterbuch ist in Arbeit. Als verwandtes Produkt erhält man bei DVS unter anderem das Modul dvspack2010, das den digitalen Katalogcharakter von packedia weiterführt und eine umfangreiche, interaktive Designbibliothek bietet.

- > www.dvspack4web.de
- > www.packedia.de



Verbesserte Zeitungsproduktion JOBREPORT VON PPI MEIDA BEI LIPPISCHE ZEITUNGSVERLAG

Eine verbesserte Zeitungsproduktion auf Basis operativer Daten – mit diesem Ziel beauftragt der Lippische Zeitungsverlag Giesdorf das Softwareunternehmen ppi Media, eine Tochter der manroland AG, zur Installation des Reporting- und Analysesystems jobreport. Das ppi-Statistiksystem sammelt nach beendeter Produktion die operativen Daten aus den in Detmold eingesetz-



ten Publishing-Modulen PlanPag (Produktionsplanung) und AdPag (Anzeigenseitenumbruch) und speichert sie langfristig in einer Datenbank. Abfragen zur Erfassung von lang-, mittel- oder kurzfristigen Produktionsdaten sowie Daten zur Auslastung der Systeme können standardisiert oder individuell definiert durchgeführt werden. Die automatisch generierten Berichte können beispielsweise in Diagrammen oder Tabellen über SAP Business-Objects visualisiert werden. Mit der Ablösung der täglichen manuellen Auswertung der Zeitung hinsichtlich Anzeigen, Kollektive und Textanteile wird Arbeitskraft für vertriebsorientierte Projekte frei.

➤ www.ppimedia.de

Fujifilm »Zeitungs-Kongress«

ZEITUNGSMACHER TRAFEN SICH IN DÜSSELDORF

Rund 40 Vertreter deutschsprachiger Zeitungsdruckhäuser besuchten am 18. und 19. September 2009 den »Fujifilm Zeitungskongress«, zu dem der Hersteller in die Europazentrale nach Düsseldorf eingeladen hatte, und nutzten den Event für den Erfahrungsaustausch über aktuelle Herstellungspraktiken. Die Techniker aus Produktion und Vorstufe informierten sich an den beiden Tagen über die aktuellen Trends in der Zeitungsproduktion. Auf der Agenda standen neben den aktuellen Druckplattentechnologien wie der chemiearmen Fujifilm Brillia HD PRO-VN auch das Thema Prozessoptimierung bei Belichtern und Prozessoren des Fujifilm-Partners Krause-Biagosch.



Für Diskussionsstoff sorgte vor allem der Vortrag von Ifra-Director Manfred Werfel der sich kritisch mit den künftigen Anforderungen und Entwicklungen in Verlagen und Zeitungsdruckhäusern auseinandersetzte. Dabei mahnte er mutigere Layouts, mehr Magazin-Charakter der Zeitung und nicht zuletzt das Überdenken der Formate an, um neue Lesergruppen zu erschließen oder zu behalten. Strategische Tendenzen erkannte Manfred Werfel in der Konzentration der Verlage auf das reine Verlagsgeschäft – einhergehend mit einem möglichen Outsourcing der Druckdienstleistungen oder verlagsübergreifende Kooperationen. Gleichzeitig müssten sich Zeitungsprodukte künftig stärker differenzieren und das Produktspektrum größer werden. Eine wichtige Rolle könnten hier Semi-Commercial-Technologien samt Veredelungen in der Zeitungsrotation und im Versandraum spielen. Generell resümierte Manfred Werfel, dass aufgrund dieser Trends die Komplexität der Zeitungsproduktion weiter zunehme. ➤ www.fujifilm.de

NELA Plattenlogistik FÜNF AUFTRÄGE IM ERSTEN HALBJAHR

Die Brüder Neumeister GmbH konnte im ersten Halbjahr fünf Aufträge über Plattenautomatisierungsanlagen abschließen. Die Installationen in Mannheim, Magdeburg, Regensburg, Konstanz und Straubing werden insgesamt zehn Nela VCPevolution Registerstanz- und Abkantmaschinen umfassen sowie kundenspezifische Förder- und Sortiereinrichtungen für Druckplatten bis hin



zur direkten Anbindung an die Druckmaschine bieten. Für die fünf neuen Installationen werden Sortieranlagen geliefert, in denen die Platten bereits in der richtigen Reihenfolge beziehungsweise Ausrichtung (Kopf oder Fuss nach oben) abgelegt werden. Auf Bildschirmen können die Drucker jeweils auf einen Blick erfassen, welche Druckjobs komplett sind und in welchen Fächern sie abgelegt wurden. So zum Beispiel bei der R. Weeke GmbH & Co. KG in Barleben, wo die belichteten Druckplatten genau in der richtigen Reihenfolge und zum richtigen Zeitpunkt bereitgestellt werden. Diesen Job übernehmen die NELA PlateFlow Software als Interface zur Druckmaschinensteuerung, ein NELA Sortierstapler mit 36 Fächern, sowie der neue NELA Platereorganizer, der bis zu 50 belichtete, gestanzte und gebogene Druckplatten gleichzeitig zwischenschuffert und sortiergenau wieder ausgibt.

➤ www.nela.de



Wasserlos am Rhein

Offizieller Start der KBA Cortina bei M. DuMont Schauberg in Köln

Insgesamt 28 Mio. € wurden in die innovative Rotation von Koenig & Bauer, die neue Plattenherstellung (Kodak, Marks-3zet, Nela), die Versandraumanbindung (Ferag) und in die dazugehörige Bau- und Haustechnik investiert. Christian DuMont Schütte, Vorstand der Mediengruppe M. DuMont Schauberg: »Das ist eine beträchtliche Summe in einer Zeit, in der es vielen Zeitungen nicht so gut geht.« Prof. Alfred Neven DuMont zum aktuellen Wirtschaftsgeschehen: »Das ist ein schöner und wichtiger Tag. Aber auch ein Tag der Nachdenklichkeit in einer Lage, in der auch die Verlage froh sein müssen, wenn sie das Jahr nicht mit roten Zahlen abschließen.«

Seit 176 Jahren Drucktechnik aus Würzburg

Auf die einzigartig lange Partnerschaft zwischen M. DuMont Schauberg und der Koenig & Bauer AG ging Christoph Müller, KBA-Vertriebsvorstand für Rollendruckmaschinen, in seiner Dankesrede ein. »Inbetriebnahmen neuer Rotationsmaschinen ziehen sich wie ein roter Faden durch die Geschichte beider Traditionsunternehmen. Wir sind stolz darauf, dass wir mit M. Du-

Mont Schauberg eines der ältesten Medienhäuser in Deutschland seit 176 Jahren zu unseren Kunden zählen dürfen. Die erste Schnellpresse erwarb Josef DuMont bereits 1833 von Koenig & Bauer, nur 16 Jahre nach der Gründung der fränkischen Druckmaschinenfabrik. Viele weitere folgten und waren wie die KBA Cortina von heute jeweils neuester Stand der Zeitungsdrucktechnik.«

Print nicht selbst kaputt reden

Auch die aktuelle Diskussion um die Zukunft der gedruckten Zeitung sparte Christoph Müller nicht aus: »Zeitungen und Zeitschriften spüren das veränderte Medienverhalten der jüngeren Generation und das negative Wirtschaftswachstum bei Anzeigen und Auflagen. Aussagen wie »Die Zukunft der Zeitung ist online« oder »Keine Investitionen mehr in Heavy Metal« mancher Medienpropheten, leider auch aus der Verlagsbranche selbst, verkennen aber oft, dass bei den meisten Zeitungsverlagen nach wie vor über 90% der Umsätze und Gewinne über das Printprodukt erwirtschaftet werden. Man muss sich deshalb fragen, ob Repräsentanten einer Branche, die immer wieder öffentlich Zweifel an der Zukunft ihres Kernprodukts äußern und ihr Heil nur in der Kostensenkung, der Ausdünnung von Redak-

Dies ist eine »Investition in die Zukunft der Zeitung«, erklärte Prof. Alfred Neven DuMont, Verleger und Herausgeber des »Kölner Stadt-Anzeiger«, bei der Inbetriebnahme der wasserlos und umweltfreundlich produzierenden KBA Cortina Anfang Juni im Verlagshaus M. DuMont Schauberg an der Amsterdamer Straße in Köln.





Am Modell der dreifachbreiten KBA Cortina 6/2 für den »Kölner Stadt-Anzeiger«, den »Express« und die »Kölnische Rundschau« (v.l.n.r.): KBA-Vertriebsvorstand Christoph Müller; Verleger und Herausgeber Prof. Alfred Neven DuMont; Christian DuMont Schütte, Vorstand der MDS-Mediengruppe, und der langjährige Verleger Dieter Schütte. Im Bild darunter der offizielle Start für den wasserlosen Zeitungsdruck in Köln.



tionen und im Verzicht auf Investitionen in moderne Technik sehen, nicht selbst aktiv zum eigenen Niedergang beitragen.« M. DuMont Schauberg sei eine rühmliche Ausnahme, so Christoph Müller weiter: »Hier wird neben zukunftsweiser Technik auch in das Printmedium Zeitung investiert. Während andere Zeitungen verkaufen oder die Ressourcen im Printbereich immer weiter herunterfahren, baut M. DuMont Schauberg seine Marktstellung in der deutschen Zeitungslandschaft systematisch aus, ohne die elektronischen Medien Fernsehen, Hörfunk und Internet zu vernachlässigen. Zu dieser unternehmerischen Strategie kann ich Ihnen nur gratulieren.« Neben den eigenen Blättern »Kölner Stadtanzeiger«, »Kölnische Rundschau« und »Express« hatte DuMont Schauberg schon kurz nach der deutschen Vereinigung die »Mitteldeutsche Zeitung« in Halle übernommen. Später folgten die Mehrheitsübernahme der »Frankfurter Rundschau«, die Beteiligung an der israelischen Haaretz-Gruppe und erst vor wenigen Monaten die Übernahme der »Berliner Zeitung«, des »Berliner Kurier« und der »Hamburger Morgenpost« von der Mecom-Gruppe.

Druck-Jumbo im Kompakt-Format

Mit 1.890 mm maximaler Papierbahnbreite ist die unter anderem mit Plattenwechsel-Automaten ausgestattete Cortina 6/2 in der Höhe ein sehr kompakter Jumbo. Pro Stunde können bis zu 80.000 vierfarbige Zeitungen mit bis zu 48 Seiten im Berliner Format beziehungsweise 96 Seiten im Tabloid-Format produziert werden.

Die CTP-Vorstufe von Kodak (im Bild unten im Vordergrund) befindet sich mit dem Leitstand (dahinter) und den Drucktürmen der KBA Cortina (ganz hinten) auf einer Bedienebene. Kurze Wege und Übersichtlichkeit sind ein erhebliches Plus der neuen und kompakten Zeitungstechnik, die immer mehr Ansehen genießt.

Inzwischen wurden bei Koenig & Bauer 16 wasserlos druckende Cortina-Rotationen bestellt. Mit der Anlage bei M. DuMont Schauberg in Köln ging die 13. Anlage in Produktion. Der jüngste Cortina-Auftrag kam vom Zeitungshaus Rheinische Post in Düsseldorf.

➤ www.kba.com



Über das große Interesse an der wasserlosen Zeitungstechnik und den erfolgreichen Start seiner neuen KBA Cortina 6/2 freut sich Richard Zöllner, der langjährige Leiter der Zeitungstechnik bei MDS (vorne r.). Er hat mit seiner Mannschaft nicht zum ersten Mal eine neue Offsetrolle von KBA erfolgreich in Betrieb genommen.





»One Touch« – eine Vision wird Realität

manroland und Anwender ziehen nach einem Jahr eine Zwischenbilanz mit der autoprint-Baureihe

Die »Osnabrücker Zeitung« und die »Freie Presse« in Chemnitz setzen auf den automatisierten Plattenwechsel APL, das Mittelbayerische Druckzentrum in Regensburg, der »Mannheimer Morgen« und die »Times of India« folgen. Noch vor Jahresende wird die erste Vollautomatisierung mit APL logistics in Magdeburg an den Start gehen. Entsprechend groß ist das Interesse an der Technik, zumal sie nicht mehr nur theoretisch diskutiert wird. Ein zweitägiges »Businessforum Zeitung« führte im neuen Druckzentrum Osnabrück Ende September Zeitungsexperten aus verschiedenen Ländern zusammen.



Hermann Elstermann, Verleger der »Neuen Osnabrücker Zeitung« berichtete bei diesem Anlass, dass das Traditionshaus 20 Mio. € in Drucktechnik, Versandzentrum und Umwelttechnik investiert habe, um das Medienhaus für die Anforderungen der Zeit fit zu machen. An anderer Stelle hatte Elstermann bereits betont, dass Tageszeitungen immer wieder eine hohe Glaubwürdigkeit bescheinigt wird, höher als elektronischen Medien. »Hohe redaktionelle Qualität gehört ebenso zur Zu-

kunftssicherung wie unsere Investitionen in neue Druck- und Versandtechnik, weil sie unseren Marktaktivitäten entspricht. Die gedruckte Zeitung ist dank der neu aufgestellten Druckkapazitäten ein noch besseres Informationsmedium, was sie für die Zukunft stärkt.«

Mit der Colorman autoprint samt Automatic Plate Loading (APL) konnte das Druckzentrum auf eine der früher drei Maschinen verzichten, die Andruckzeiten nach hinten verschieben, neue Lohndruckaufträge gewinnen und das Personal reduzieren. Die erste 32-Seiten-4c-Sektion der Maschine mit nur 5,70m hohen Drucktürmen war im September 2008 geliefert worden, die zweite druckt seit April 2009.

APL zeigt hohe Zuverlässigkeit

»Bereits nach vier Wochen war klar, dass APL mit hoher Zuverlässigkeit arbeitet«, berichtete Jens Masur,



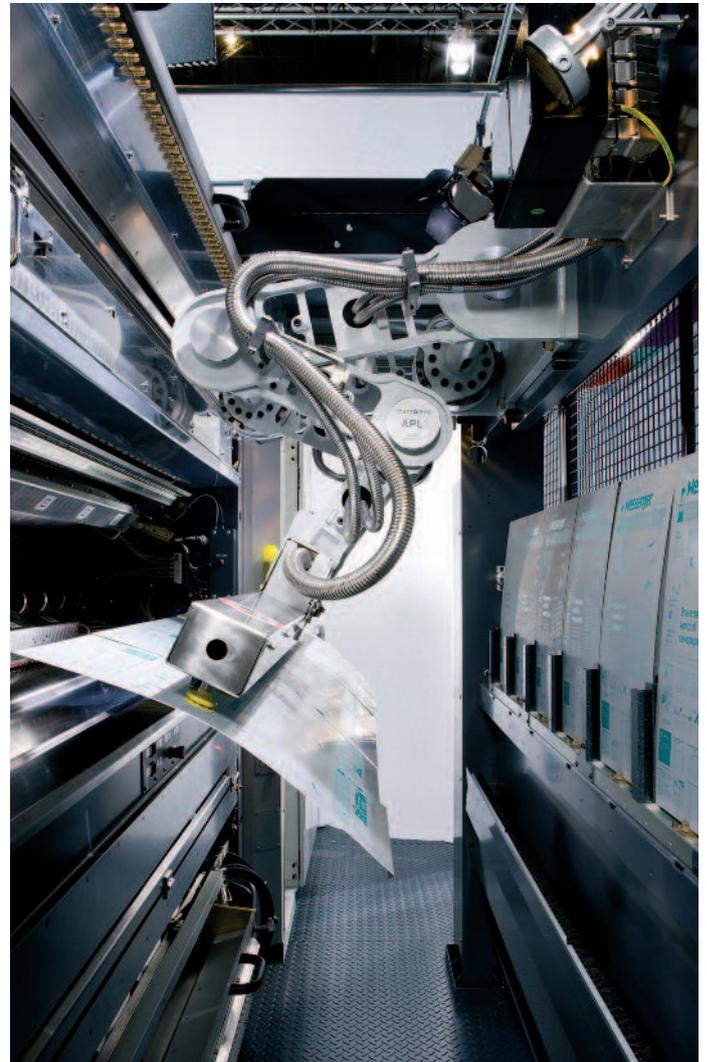
Betriebsleiter beim Druckzentrum Osnabrück. Die Mitarbeiter mussten sich jedoch erst an die fehlerfreie Bestückung der Druckplatten-Kassetten gewöhnen. In Osnabrück werden die Druckplatten manuell in die Kassetten einsortiert und auf Rollwagen zu den Druckstellen transportiert.

Vor einem Jahr eines der meistbeachteten Themen im Zeitungssektor, inzwischen Schritt für Schritt in die Praxis umgesetzt: die One-Touch-Vision von manroland – die Zeitung auf Knopfdruck. Inzwischen wurden autoprint-Drucksysteme in Betrieb genommen, weiterführende Praxiserkenntnisse gewonnen und Automatisierungslösungen weiter entwickelt.





Das manroland-APL-System, das an der COLORMAN in Osnabrück im Einsatz ist, reduziert den Plattenwechsel auf drei Minuten.



Volles Rüsten in nur 5 Minuten

Für eine vollfarbige 32- oder 48-Seiten-Produktion dauert das Druckplatten-Einsortieren etwa 10 Minuten. Die Zeit für den vollautomatischen Plattenwechsel durch die Roboterarme mit Ausgabe der ausgedruckten Platten gab Masur mit 3,5 Minuten an, der gesamte Rüstvorgang ohne Umfangwechsel dauert 5 Minuten. Bei 13 Titeln mit Auflagen zwischen 4.200 und 36.000 Exemplaren pro Nacht summiert sich das zu einem mehr als deutlichen Zeitvorteil. Pro Tag werden 850 bis 900 Platten verarbeitet, im letzten halben Jahr, seit beide Sektionen voll produzieren, waren es rund 180.000. »Insgesamt war das eine tolle Zusammenarbeit mit manroland«, resümierte Jens Masur, der auch die Tatsache hervorhob, dass von der Vertragsunterzeichnung für die erste Colorman autoprint bis zur vollen Produktion weniger als zwei Jahre benötigt wurden.

Weitere Schritte in Richtung One Touch

One Touch – die Vision beinhaltet die Automatisierung der Zeitungsproduktion mit den autoprint-Bau-reihen: über eine Exemplarkostenre-

duzierung unter Berücksichtigung der gesamten Prozesskette in der Druckerei hin zur Produktionseffizienz.

Der Automatisierungsansatz der autoprint-Baureihen beruht einerseits auf dem APL-Plattenwechsel mit Roboterarm und dem automatischen Plattentransport vom CtP-System zum Druckturm. Andererseits wird die Zeitungsmaschine durch Inline-Regelungen für Farbdichte, Register für Schnitt und Farbe, Bahnspannung und Temperatur gesteuert. Alle Funktionen sind in einem Workflow und einem Leitstand integriert.

Peter Kuisle, Leiter Vertrieb Rollendrucksysteme manroland, erläuterte das One-Touch-Konzept und informierte über bevorstehende nächste Schritte in der Automatisierung. Verschiedene Colorman autoprint-Installationen in Deutschland und in Übersee gehen einen Schritt weiter als in Osnabrück.

Die erste Vollautomatisierung mit APL logistics wird noch vor Jahresende produzieren. Dort werden die Druckplattenkassetten auf Förderschienen automatisch zu den Druckstellen transportiert, unterstützt durch entsprechenden Software-Module im Workflow. »One Touch lebt von der Entwicklung weiterer Bausteine,« betonte Kuisle.

Mannloser Plattenwechsel

APL hat sich in der Praxis bewährt. Nun setzen die ersten Kunden auf APL logistics, einen zentralen Teil des One-Touch-Konzepts. APL logistics ist eine workflow-integrierte, automatisierte Plattenlogistik, die in der höchsten Ausbaustufe vollkommen mannlose Plattenwechsel ermöglicht. APL logistics sorgt für den Transport und die Übergabe der Druckplatten von der CtP-Anlage an den Plattenroboter. Die Plattenspeicher können vom Bediener oder von einem Roboter im schallgeschützten Raum oder am Platesetter beladen werden. Das Einbringen in die Beladeposition erfolgt vollautomatisch

via Schienentransportsystem. APL logistics berücksichtigt gleichermaßen Rüstzeitreduktion, Ergonomie und für den Drucker ein belastungsfreies Arbeiten. Der gesamte Umrüstprozess wird in den printnet-Workflow integriert.

APL logistics mit printnet OM

Um das Potenzial einer automatisierten Drucklösung wie autoprint gänzlich zu erschließen, haben manroland und das Tochterunternehmen ppi Media die printnet-Module APL sequence und die Ausgabesteuerung printnet OM entwickelt. Bei printnet OM handelt es sich um ein



Die Drucktürme der Colorman autoprint sind mit 5,70 m Höhe deutlich niedriger als es die der vorherigen Zeitungsmaschine in Osnabrück waren.

Ausgabemanagementsystem, das XML- und weitere Standardformate integriert. Auf Grundlage einer automatisch erzeugten Workflow-Beschreibung steuert printnet OM alle Vorstufensysteme und generiert einen hoch automatisierten Druckvorstufen-Workflow, der bei Bedarf ohne Bediener ablaufen kann.

Eine Rundumautomatisierung von der Planung bis zum Druck wird möglich. printnet OM automatisiert die Arbeitsprozesse Belichtung, Produktionsüberwachung sowie Proof und stimmt sie auf die APL-Anforderungen ab. Für eine effektive Zeitungsherstellung gibt es einen klaren Verantwortungsübergang im Vorstufenprozess zwischen Verlag und Druckzentrum. printnet OM im Verlag liefert per Proof inhaltlich freigegebene Druckformen an das Druckzentrum. Dort erfolgt mit APL sequence eine automatisierte CtP-Ausgabesteuerung gemäß Andruckreihenfolge. Die richtige Reihenfolge für den automatischen Plattenladeprozess ist gewährleistet.

Die Vorteile von printnet OM liegen in der Integration von Prozessen über Produktionsstandorte hinweg, in flexiblen Produktionsprozessen und optimierter Kapazitätsauslastung. Daneben nennt manroland die Reduzierung der Produktionskosten und des Personaleinsatzes und gesteigerte Transparenz.

autoprint-Kunde Mittelbayerisches Druckzentrum

Das Mittelbayerische Druckzentrum in Regensburg, setzt den Druckvorstufen-Workflow mit printnet OM bereits bei seinem Colorman XXL autoprint-Drucksystem ein, auf der das Unternehmen künftig bis zu 72-seitige Produkte drucken wird (Papierbahnbreite 1.890 mm, Zylinderumfang 940 mm und maximale Geschwindigkeit von 45.000 Umdrehungen pro Stunde).

APL nur für die Colorman?

Natürlich kommen bei den neuen Techniken Fragen auf, beispielsweise ob APL auch für andere manroland-Modelle kommen werde und ob es nachrüstbar sei. Peter Kuisle dazu: »Wir werden auch die Geoman oder die Regioman als autoprint anbieten«. Ebenso seien Nachrüstungen im Einzelfall denkbar, weil APL auf PPL aufsetzt.

➤ www.manroland.com

➤ www.neue-oz.de

Ferag VERSTÄRKT ENGAGEMENT AUF DEM INDISCHEN MARKT

Ferag gelang 2009 bei der »Times of India« mit der Installation der ersten zwei Einstecktrommeln der Durchbruch auf dem indischen Markt. Zur Sicherung einer optimalen Inbetriebnahme und der Betreuung nach dem Verkauf bietet Ferag Indien ihren Kunden vor Ort Trainingsprogramme und zusätzliche Dienstleistungen an, um die Attraktivität der Tageszeitungen zu



steigern. Der Herausgeber der Tageszeitung »The Hindu«, Kasturi & Sons Ltd., stattete anfang des Jahres den Standort Bangalore mit Versandraumtechnik von Ferag aus. Am neuen Standort in Coimbatore helfen zwei Förder- und Verpackungslinien, die Weiterverarbeitung des Unternehmens zu automatisieren (Bild). Zwei Universaltransporteure fördern die Zeitungen von der Rotation im 2:1-Modus an je einen MultiStack Paketausleger. Die Verlagsgruppe Ananda Bazar Publishers (ABP Pvt. Ltd.) hat außerhalb von Kalkutta ein neues Druckzentrum errichtet und Ferag mit der Lieferung der gesamten Versandraumtechnik beauftragt.

➤ www.ferag.com

North Wales Newspapers Ltd. NWN MEDIA MIT EASYSERT IM BEILAGENGESCHÄFT

NWN Media produziert mit der neuen EasySert von Ferag. Die Einstecklinie ging in diesem Sommer am Standort Deeside, UK, in Betrieb. Für das inhabergeführte Unternehmen bedeutet die Investition den Schritt in das professionelle Beilagengeschäft.

Als Ferag auf der Ifra-Expo 2008 EasySert als Weltpremiere präsentierte, weckte das neuartige Ein-



steckkonzept das Interesse von Huw Jones, Operations Director bei NWN: »Nach einer näheren Betrachtung der EasySert-Technik war klar, dass uns diese Lösung ganz neue Möglichkeiten im Markt eröffnen würde. Neben den unterschiedlichsten Beilagen mit dem kleinsten Format A6 können wir jetzt auch Werbezusätze wie CDs und DVDs verarbeiten«. Die EasySert-Linie bei NWN Media ist gut in das bestehende Ferag-System integriert, wobei die eingesteckten Produkte direkt an den MultiStack-Sektor übergeben werden. Die Linie erlaubt via Anleger JetFeeder das Einstecken von drei Produkten in einem Durchlauf. Für das Vorsammeln kommt das modular konzipierte RollStream zum Einsatz. Grundsätzlich ist EasySert auf bis zu 40 Anlegestationen ausbaubar.

➤ www.ferag.com





Maßanzug XXL für Lübecker Nachrichten

Männer sind klüger als Frauen, die Welt ist eine Scheibe und die Colorman XXL nur etwas für die größten Druckhäuser. Da bedarf es Aufklärung. Eine Colorman XXL ist auch bei niedrigeren Auflagen die richtige Zeitungsdruckmaschine, wenn sie in die Produktionsstruktur passt – wie beim Druckhaus Lübeck.

Die Lübecker Nachrichten stehen für 127 Jahre journalistische Tradition und erscheinen von Dienstag bis Sonntag in einer Auflage von 105.000 Exemplaren mit acht Regionalausgaben. 2007 entschieden sich die Hansestädter, eine Colorman durch eine Colorman XXL von manroland zu ersetzen. Die Colorman XXL steht mit weltweit über 1.300 installierten Farbstellen für Effizienz und Qualität. Auch für die Produktionsstruktur in Lübeck ist die XXL passend, explizit bei relativ geringer Auflagenhöhe. Das Ziel des Verlags erläutert der technische Leiter Peter Demmer: »Wir wollten hohe Druckqualität effizient zu einem erheblich niedrigeren Stückpreis produzieren. Mit der Drucktechnik, der Automatisierung und der printnet-Vernetzung erfüllt die Colorman XXL unsere Anforderungen bestens.« Die Herausforderung war dabei, das neue Drucksystem, eine Parterremaschine, in die Halle des bestehenden Papierlagers einzubringen. Der Architekt ließ das Dach anheben, die Rotation wurde »wie mit einem Schuhlöffel eingepasst, ohne den gewohnt guten Bedienkomfort zu beeinträchtigen«, so manroland-Projektleiter Gerhard Bartl. Im September 2008 wurde mit der Installation der Colorman XXL begonnen.



Die Colorman XXL.



AUROload von manroland kann Rollen bis zu einem Durchmesser von 1.500 Millimeter verarbeiten.

Eine Woche vor Weihnachten, am 18. Dezember 2008, produzierte die neue Rotation erstmals Zeitungen, live in Produktion ging die Maschine am 28. Januar 2009 mit Vorprodukten. Am Montag, 16. Februar 2009, war der große Tag: Die Gesamtproduktion der Lübecker Nachrichten wurde auf die neue Maschine verlagert. Mit dem ganzen Ablauf zeigt sich manroland-Projektleiter Bartl hochzufrieden: »Der Kunde und wir hatten uns hervorragend auf das Projekt vorbereitet, so konnten wir einen reibungslosen Installationsprozess gewährleisten. Und die Maschine war früher produktionsbereit als geplant.«

GUT VERNETZT: DIE COLORMAN XXL IN LÜBECK Die Colorman XXL soll bei den Lübecker Nachrichten die wirtschaftliche und zukunftsgerichtete Produktion sichern. Bei einem Zylinderumfang von 1.020 Millimeter und einer Papierbreite von maximal 2.100 Millimeter produziert die Colorman XXL mit maximal 45.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde. Die Lübecker Anlage ist ausgestattet mit zwei Achter-Drucktürmen jeweils mit zwei übereinander angeordneten H-Druckeinheiten im neun-Zylinder-System für Gummi-Stahl-Druck. Für optimale Logistik sorgt das vollautomatische Rollenwechselsystem AUROload mit zwei Papierrollentransportanlagen. Gut vernetzt für die optimale Produktion ist das Druckhaus Lübeck. Seit Jahren arbeitet man hochzufrieden mit der Ausgabesteuerung printnet OM von ppi Media.

INSTALLATIONSBEGLEITENDE SCHULUNGEN Wichtiger Teil der erfolgreichen Lübecker Inbetriebnahme war ein Schulungspaket, dessen Trainings zeitnah zur Maschineninstallation abgehalten wurden. Die Schulungen fanden in Augsburg an Komponenten im Werk sowie im Print Technology Center statt. Neben der dortigen Leitstandschulung ging es auch nach Nürnberg zum Antriebs- und Automatisierungsspezialisten Baumüller, um dessen neueste Technologie kennenzulernen. Abgerundet wurde die Einarbeitung durch Anleitung von den manroland-Praktikern vor Ort, die für die Lübecker Nachrichten so manchen Tipp aus ihrer langjährigen Inbetriebnahmetätigkeit auf Lager hatten.

- › www.ln-luebeck.de
- › www.manroland.com





Mit moderater Investition viel gewonnen

Produktion stabilisiert, Makulatur reduziert, Kosten gesenkt: Das OÖN Druckzentrum rüstete seine Zeitungsoffsetrotation auf Baldwin LithoSpray World-Sprühfeuchtsysteme auf

Der Zwang zum Sparen bringt es mit sich, dass über Investitionen vielfachgar nicht erst nachgedacht wird. Eine zielgerichtete Modernisierung der bestehenden Produktionstechnik kann dabei durchaus sinnvoll sein – nicht zuletzt aus Gesichtspunkten der Kostenersparnis. Dies belegt das Beispiel des OÖN Druckzentrums, das die Baldwin Sprühfeuchtsysteme seiner Zeitungsoffsetrotation auf die modernere Version LithoSpray World aufgerüstet hat. Für eine überschaubare Investition sicherte sich das Unternehmen ein ganzes Bündel von Vorteilen.

Druckzentrum im Wortsinn

Bei der OÖN Druckzentrum GmbH & Co. KG laufen innerhalb der Wimmer-Mediengruppe alle Fäden im Zeitungs- und Coldset-Druck zusammen. Die in Pasching, einem Vorort von Linz, angesiedelte Druckerei wurde in den Jahren 2002/2003 »auf der grünen Wiese« errichtet. An sechs Tagen der Woche wird im Dreischichtbetrieb rund um die Uhr produziert. Die komplette Druckproduktion läuft auf einer 64-seitigen KBA Commander-Rotation mit vier Neun-Zylinder-Satellitentürmen, vier Rollenwechslern und zwei Falzappara-

ten. Mit einer Papierbahnbreite von 1.200 mm und einem Zylinderumfang von 900 mm ist sie für die Produktion im leicht verkleinerten Berliner Format ausgelegt. Die bis zu 45.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde schnelle Coldset-Rollenoffsetrotation war schon seit ihrer Installation mit dem Baldwin LithoSpray Optima-System ausgerüstet. Baldwin-Technik ist außerdem für die Gummituchreinigung zuständig.



Wie OÖN-Geschäftsführer Dipl.-Ing. Friedrich Falkner erläutert, erzielt das Druckzentrum etwa 80% seines

Umsatzes mit Verlagsprodukten der Wimmer-Mediengruppe und die restlichen 20% mit Lohndruckaufträgen (Wochen- und Monatszeitungen, Zeitungsbeilagen, etc.). Bedeutendste Titel im Produktionsprogramm sind die verlags-eigene Tageszeitung »Oberösterreichische Nachrichten«, die an sechs Tagen mit einer Auflage von 135.000 und (zum Wochenende) 160.000 Exemplaren gedruckt wird, sowie die »Tips«. Dabei handelt es sich um die meistgelesene Wochenzeitung Oberösterreichs, deren Gesamtauflage 700.000 Exemplare beträgt. Alles in allem erreicht die Rotation einen jährlichen Ausstoß von rund 210 Mio. Zeitungsexemplaren. Außerdem werden im Ver-

Kosteneinsparungspotenziale aufzuspüren und auszuschöpfen gehört zu den ständigen Aufgabenstellungen von Zeitungsdruckern. Was der Steigerung von Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit dient, gewinnt angesichts der gegenwärtigen Konjunktur- und Marktlage noch weiter an Dringlichkeit.





Die neuen Baldwin LithoSpray World-Sprühbalken sorgen für einen gleichmäßigeren Feuchtwasserfluss und ein optimiertes Sprühmuster, so dass auch mit einer knapperen Feuchtwasserführung produziert werden kann.

Die aufgerüsteten Sprühfeuchtsysteme werden über die bestehende, in die Leitstände integrierte Steuerung, kontrolliert.



sandbereich 190 Mio. Beilagen pro Jahr eingesteckt. Auf diese Zahlen ist Friedrich Falkner stolz, verhehlt aber nicht, dass die Wirtschaftskrise ihre Spuren hinterlässt. Für dieses Jahr, so der Geschäftsführer, sei mit einem Rückgang des Produktionsvolumens um 7% zu rechnen.

Gerade jetzt: Modernisierung der Sprühfeuchttechnik sinnvoll

Trotzdem hat sich das Unternehmen zur Aufrüstung der Sprühfeuchtsysteme auf die neue Baldwin Litho Spray World-Generation entschlossen. »Unsere Druckmaschine ist inzwischen sechs Jahre alt und wir planen, sie noch weitere zehn Jahre zu nutzen«, so Friedrich Falkner. »Bei den Sprühbalken war nach dieser Zeit eine gewisse Abnutzung festzustellen. Der Feuchtprozess wurde instabiler und diese Entwicklung schlug auf den Makulaturanfall durch. Außerdem stieg der Wartungsbedarf spürbar an. Damit standen wir vor der Alternative, entwe-

der eine Generalüberholung des Systems anzugehen oder die bisherigen 32 Sprühbalken durch modernere zu ersetzen. Nach einer Wirtschaftlichkeitsberechnung haben wir uns für die zweite Option und die Aufrüstung auf LithoSpray World entschieden.«

Aufgrund der Budgetplanung des OÖN Druckzentrums wurde das Projekt in drei Abschnitten verwirklicht. Zunächst erfolgte im Februar 2009 eine Testinstallation in einem Druckturm. Im Wesentlichen handelte es sich dabei um den Austausch von acht Sprühbalken, da LithoSpray World zur bestehenden Steuerung sowie den vorhandenen Rohren, Schlauchleitungen und der Verkabelung des bisherigen Systems kompatibel war. Ein Baldwin-Techniker führte die Aufrüstung innerhalb eines Tages durch.

»Wir haben nach der Aufrüstung des ersten Turms eine eklatante Verbesserung gegenüber den übrigen Türmen festgestellt, so dass die weitere Aufrüstung schnell beschlossene Sache war«, berichtet der Geschäftsführer. Nach der erfolgreichen Testphase war im April der zweite Turm der Rotation an der Reihe. Dieses Mal kümmerten sich hauseigene Techniker, die bei dem ersten Montageinsatz von dem Baldwin-Spezialisten instruiert worden waren, um alle erforderlichen Arbeiten. Mitte

Juli 2009 folgten schließlich die Drucktürme drei und vier.

Generationswechsel mit Folgen

Die Vorteile des LithoSpray World-Systems liegen in verbesserten Ventilen, die einen gleichmäßigeren Feuchtwasserfluss, ein optimiertes Sprühmuster und eine höhere Langzeitstabilität bieten. In der Düsen-schiene jedes Sprühbalkens sitzen acht Düsen – jeweils zwei sind einer Druckplatte zugeordnet. Der Sprüh-fächer überlappt an den Randzonen leicht. So erhält schon die erste Walze des Feuchtwerks ein gleichmäßiges Angebot an Feuchtwasser, das beim OÖN Druckzentrum 2% bis 2,5% Hydrofix-Zusatz enthält und auf etwa 12°C temperiert ist. Zur Aufrechterhaltung einer reibungslosen Funktion während des Auflagendrucks trägt die Ausstattung der Sprühbalken mit Constant C bei, was das Verstopfen einzelner Sprühdüsen durch Papierstaub, Farbe oder Schmutzpartikel verhindert. »Wir verstehen die Modernisierung unserer Sprühfeuchtsysteme als Absicherung der bestehenden Investition Druckmaschine. Durch die stabilere Feuchtung und die höhere Zuverlässigkeit konnten wir die Makulatur um 0,3% auf jetzt deutlich

unter 3% reduzieren«, erläutert Dipl.-Ing. Friedrich Falkner. »Das hört sich nicht viel an, bedeutet bei unserem hohen Produktionsvolumens jedoch eine spürbare Kostenreduktion.«

Außerdem schafft die verbesserte Feuchtung mit Baldwin LithoSpray World die Voraussetzung für einen Schritt, den man für den Herbst auf die Agenda gesetzt hat: den Übergang vom Druck mit der Rasterweite 40/cm auf 48/cm. Die besser regulierbare Feuchtung kann da nur von Vorteil sein.

➤ www.baldwintech.com





Erkenntnisse zum Hybriddruck

Ausgiebiger Feldversuch bei Kathimerini in Athen

Mit der Investition in eine doppeltbreite KBA Colora mit Trockner und Heatset-Ausstattung hat das Zeitungsdruckhaus Kathimerini S.A. in Athen die Weichen für Semicommercials beziehungsweise für akzidenzähnliche Produkte gestellt. Die Maschine in Athen war nicht die erste Colora mit Heatset-Ausstattung. Neu ist aber, dass Kathimerini die Maschine nicht nur für den Coldset- oder den Heatsetdruck, sondern konsequent auch für beide Verfahren im Zusammenlauf, also den so genannten Hybriddruck einsetzt.

Ausgelegt auf eine Leistung von 75.000 Exemplaren in Doppelproduktion und konfiguriert mit einem Zylinderumfang von 1.000 mm (Cut-off: 500 mm), kann die auf hohe Flexibilität getrimmte Achterturmrotation in Parterre-Aufstellung mit verschiebbaren Trichtern und elektromotorisch verstellbaren Zugwalzen variable Papierrollenbreiten von 1.080 mm bis 1.460 mm bedrucken. Im Broadsheet-Format können 64 Seiten produziert werden, davon 48 vierfarbig und 16 zweifarbig. 16 Seiten können alternativ auch durch den Trockner laufen, separat ausgelegt oder bei Hybrid-Produktion in das Coldset-Produkt eingemischt werden. Bei Tabloid-Produktion ver-

doppelt sich die maximale Seitenkapazität entsprechend auf 128 Seiten, wobei die Seitenbreite 250 mm beträgt und die Seitenhöhe von 270 bis 365 mm variabel ist.

Schon früher war Kathimerini Vorreiter bei neuen Produktvarianten, wie der Heatset-Produktion auf KBA-Zeitungsmaschinen oder der falzgeklebten Tageszeitung. Neben eigenen Verlagserzeugnissen, wie der gleichnamigen Tageszeitung »Kathimerini« mit bis zu 230.000 Exemplaren Auflage, werden auf der neuen Colora-Anlage zahlreiche Lohnaufträge produziert.

Hybrid-Produktionen erfordern Kompetenz

Unter Hybrid-Produktion versteht man das Zusammenführen einer oder mehrerer Coldset-Bahnen mit einer durch den Trockner laufenden Heatset-Bahn über einen gemeinsamen Falztrichter. Dabei werden häufig höherwertige Papiere, beispielsweise LWC, für den Titel oder bestimmte Sektionen und normales Zeitungspapier für den Rest eingesetzt. Es entsteht ein für den normalen Zeitungsleser ungewöhnliches Produkt in puncto Optik und Haptik. Welche Herausforderungen ergeben sich aber daraus für den Drucker?

Die größte Herausforderung besteht darin, unterschiedliche Materialien

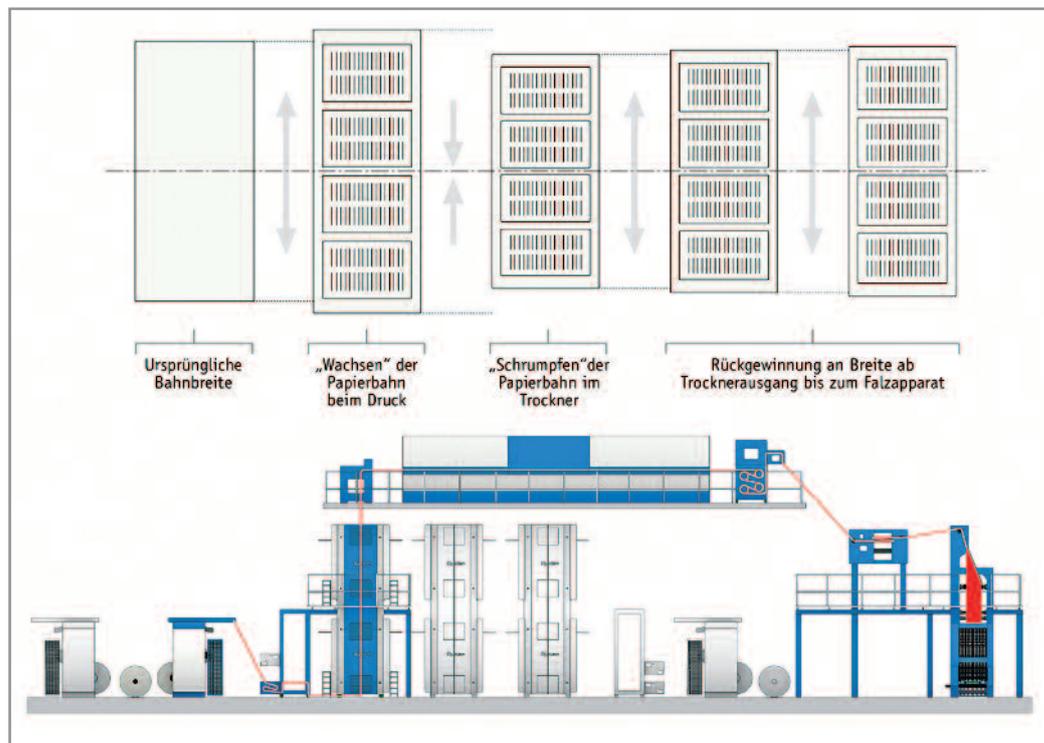
In einem ausgiebigen Feldversuch auf einer Coldset-/Heatset-KBA-Colora konnten wertvolle Erkenntnisse zum Semicommercial- und Hybriddruck gewonnen werden, die es in dieser Breite und Tiefe bisher noch nicht gab. Daraus können verfahrenstechnische Optimierungen für die im Zeitungsmarkt im Trend liegenden Hybrid-Produktionsverfahren abgeleitet werden.

Von Marc Decker





Schematische Darstellung des Bahnlaufes durch die Maschine. Darstellung (oben) zeigt Wachsen und Schrumpfen der Bahn in den einzelnen Maschinensektionen.



und Produktionsverfahren in einem gemeinsamen Prozess zu beherrschen. So erfährt klassisches Zeitungspapier während des Druckvorganges im Coldset durch die Aufnahme von Wasser eine Dehnung in der Breite, auch Fanout-Effekt genannt. Dieser Effekt verhält sich bei allen Coldset-Bahnen identisch, soweit durchgehend das gleiche Papier eingesetzt wird. Das heißt jede Bahn beziehungsweise jede Zeitungssektion »wächst« im gleichen Maße.

Produziert man nun im Hybrid-Modus und fährt zum Beispiel mit einem aufgebesserten Zeitungspapier oder einem LWC-Papier durch den Trockner, widerfährt dieser Bahn nicht nur ein mehr oder weniger großer Fanout vor dem Trockner, sondern durch die Hitzeeinwirkung gleich im Anschluss eine Schrumpfung (siehe Schema). Das Ergebnis sind dann Bahnen, die unterschiedlich breit in den Falz laufen und diesen als Gesamtprodukt wieder verlassen. Nicht selten blitzt der Innenteil im Verhältnis zum Heatset-Cover gewachsen. Das Wachsen oder Schrumpfen ist grundsätzlich physikalisch bedingt und in der Stärke der Auswirkung von der jeweiligen Papiersorte abhängig (siehe Tabelle).

FAN-OUT/FAN-IN		
Papiersorte	Fan-Out	Fan-In
Zeitungspapier	sehr stark	sehr stark
SC-Papier	stark	stark
LWC-Papier	mäßig	mäßig

Darstellung der Papiersorten und ihre Neigung zum Wachsen vor dem Trockner (Fan-Out) und Schrumpfen im Trockner (Fan-In).

Im reinen Akzidenzbetrieb kennt man das Schrumpfungsverhalten auch. Hier sind aber immer gleich wirkende Parameter zu berücksichtigen, das heißt jede Bahn besteht aus identischem Papier und identischen Farben. Die minimale Veränderung des Produkts durch den Bahnschrumpfungsprozess wird durch den 3-seitigen Beschnitt in der Weiterverarbeitung dann völlig unsichtbar.

Erfolgreiche Versuchsreihen

Der Ansatz des KBA-Versuchsteams und der Druckermansschaft von Ka-

thimerini war, diesem physikalisch bedingten Schrumpfungsprozess mit verschiedenen Maßnahmen entgegen zu wirken und die Ergebnisse sauber zu dokumentieren. Einerseits natürlich über den primären Einflussfaktor Trocknungstemperatur. Hier konnte man aber schnell feststellen, dass die Trocknungstemperatur den Schrumpfungsprozess nicht entscheidend beeinflusst. Ausschlaggebend sind vielmehr die Bahntemperatur und die Gleichgewichtsfeuchte des Papiers. Zunächst wurde der Einfluss der Rückbefeuchtung nach dem Trocknungsprozess untersucht. Ziel war, das Schrumpfen durch die Rückbefeuchtung zu kompensieren, ohne das Produkt mit der aufgetragenen Wassermenge in seiner Qualität negativ zu beeinflussen. Dabei konnten weit reichende Erkenntnisse hinsichtlich Wassermenge, Dauer der Rückbefeuchtung, Einfluss auf die Oberflächenspannung des Papiers und Wasseraufnahmefähigkeit der unterschiedlichen Papiersorten ge-

wonnen werden. Interessant war die Beobachtung, dass die erkennbare Schrumpfung auf dem Auslageband abhängig vom Papier erst nach längerer Lagerzeit zurückgeführt wurde.

Ein weiterer Ansatz war, das Papier mechanisch über eine spezielle Breitstreckwalze nach dem Trocknungsprozess wieder zu dehnen. Hier konnten sehr gute Ergebnisse erzielt werden. Darüber hinaus kann die Breitstreckwalze dazu genutzt werden, die Spielräume der Bahnspannung, speziell im Bereich zwischen Kühlwalze und Trichtereinlauf, zu erweitern. Weiter konnte man erfolgreich lästige Falten aus dem Papier ziehen und zudem einen gleichmäßigeren Silikonantrag erreichen. Die optische und haptische Wirkung am Produkt blieben im Kreuzleger und letztlich beim Leser nicht lange unbeachtet.

➤ www.kba-print.de





Ultra Wide Web Offset stellt erweiterte Anforderungen

In der Rotationsabnahme als Schnittstelle zwischen Druck und Weiterverarbeitung sind effiziente Prozesse entscheidend. Dafür werden vollautomatisierte Anlagen benötigt, die Abläufe beschleunigen und optimieren, kurze Wege garantieren und Einsparungen realisieren. Das gilt besonders für den aufkommenden Ultra Wide Web Offset.

Kein System in der Rotationsabnahme gleicht dem anderen. Deshalb ist Beratung durch Fachleute gefragt – von der Planungsphase über die Installation bis zur Inbetriebnahme. »Drei Schwerpunkte gilt es dabei zu beachten«, erklärt Pierre Horath, Marketingleiter Rotationsabnahme bei Müller Martini. »Erstens eine genaue Ausarbeitung des Gesamtkonzepts, zweitens eine hohe Produktionssicherheit und drittens einen entsprechenden Automatisierungsgrad.«

Der zuverlässig-schonende Transport von Printprodukten hat beim Ultra Wide Web Offset (UWWO) angesichts der großen Papiermengen erste Priorität. Wichtige Kriterien sind zudem die Zugänglichkeit sowohl zur Rotation als auch zu den Rotationsabnahme-Systemen sowie ein optimaler Papierfluss. Mit dem flurfreien, die Bodenfläche freilas-

senden Transporteurs Newsveyor von Müller Martini wird die flexible Platzierung der Rotationsabnahme-Systeme erleichtert. Er eignet sich für sehr enge Platzverhältnisse und zur Überbrückung großer Distanzen – beispielsweise zwischen verschiedenen Gebäuden oder Etagen. »Wegen der wesentlich größeren Papiermenge fällt beim UWWO gegenüber herkömmlichen Bahnbreiten ein dickerer Schuppenstrom an«, gibt Pierre Horath zu bedenken. »Der Newsveyor übernimmt das Papier ungetaktet und kann bis zu drei Schuppenströme gemeinsam abnehmen. Das ermöglicht eine größere Anzahl Exemplare pro Laufmeter.«

DREI LAGERVARIANTEN Als Anbieter in der Weiterverarbeitung legt Müller Martini nach eigenen Angaben besonders großen Wert auf die optimale Zwischenlagerung der Druckbogen. Nur so werde sichergestellt, dass die



Das flurfreie Transportsystem Newsveyor bietet Layoutflexibilität und gute Zugänglichkeit für eine optimale Logistik mit großen Papiermengen.

Das horizontale Stangenbildungsprinzip (Abbildung rechts) liefert perfekte Stangen – auch bei höchster Produktionsleistung.



Produkte in der Weiterverarbeitung prozesssicher und zuverlässig gefertigt werden. Nach den Worten von Heinz Gerber, Verkaufsleiter bei Müller Martini, kommen drei mögliche Lagervarianten in Frage: »Rollen, Stangen und Pakete. Sie decken jeweils unterschiedliche Anforderungen ab. Rollen- und Stangenlagerung bietet sich für Halbfertigprodukte an, Paketbildung dagegen eher für die Abnahme von Fertigprodukten.« Werden die Produkte in-house weiterverarbeitet, ist ein Rollensystem hoher Speicherkapazität und großer Beschickungsautonomie von Vorteil. Wird die Weiterverarbeitung dagegen extern vergeben, eignen sich Stangen besser. Sie kommen außerdem zum Einsatz, wenn Produkte mit einem breiten Formatspektrum anfallen oder eine Lagerung über einen längeren Zeitraum notwendig ist.

ROTATIONSABNAHMEN IM ANSCHLUSS an XXL-Druckmaschinen müssen verschieden hoch automatisiert sein – sowohl in Bezug auf eine schnelle Bereitstellung der Systeme als auch zur Optimierung der Produktion mittels eines Leitsystems und zur Senkung der Produktionskosten. »Obwohl beim UWWO die produzierten Seitenzahlen steigen, werden die Auflagen – entsprechend dem allgemeinen Trend – eher zurückgehen«, sagt Pierre Horath. »Deshalb müssen wir auf immer kürzere Durchlaufzeiten reagieren. Das erfordert sehr kurze Einricht- und Umrüstzeiten bei den Maschinen der Rotationsabnahme.«

› www.mullermartini.com





In vier Stufen zum Hochleistungsdrucker

Je besser der Bediener, desto leistungsfähiger die Technologie. Deshalb setzen Druckereien verstärkt auf die Weiterbildung ihrer Druckmannschaft. manroland bietet dazu ein neues Schulungskonzept im Rollenoffset, das die crossmediale Blended-Learning-Methode nutzt.

Der Geist ist willig, die Umsetzung schwierig: Die Weiterbildung des Bedienpersonals an Rollenoffsetmaschinen stößt zuweilen an Grenzen. Schulungsmaschinen stehen nicht zur Verfügung, Produktionsabläufe müssten unterbrochen werden. printservices bietet eine neue Lösung: das crossmediale Blended-Learning-Konzept. Carsten Stölting, Leiter des Print Technology Center und der Technischen Dokumentation in Augsburg, erläutert, was dahinter steckt: »Das Blended-Learning-Konzept ist ein vierstufiges Schulungskonzept, das e-Learning-Kurse und Präsenztrainings an realen Komponenten oder am Druckmaschinensimulator mit einem virtuellen Klassenzimmer kombiniert. Neben der Simulatorentechnologie ist der didaktische Rahmen ein Novum in der Druckbranche.« Schnell lernen und sich lange erinnern: Ohne Anstrengung geht nichts, aber die zielgruppenadäquate Seminaregestaltung bringt die Teilnehmer ihrem Ziel näher. Auch solche, die schon lange ihre Ausbildung beendet haben, finden sich schnell zurecht. Denn alle Trainingseinheiten leben von ihrem Praxisbezug durch den Mix aus Übungen, Selbsterfahrung, Anschauung und Gemeinschaftserleben.

CROSSMEDIAL: DAS BLENDED-LEARNING-KONZEPT Blended Learning ist ein integriertes Lernkonzept, das die Möglichkeiten der Vernetzung über Internet oder Intranet in Verbindung mit klassischen Lernmethoden und -medien nutzt. Es ermöglicht lernen, kommunizieren und informieren, losgelöst von Ort und Zeit in Kombination mit Erfahrungsaustausch und persönlichen Begegnungen im Präsenztraining, erklärt die Fachliteratur.

Bei manroland funktioniert es so: Die e-Lesson vermittelt Basiswissen. Zur Vorbereitung der praktischen Schulung erhalten die Teilnehmer die ersten Trainingsinhalte als e-Lesson, zum Beispiel zur Bedienung der Maschine, zur Wartung oder zum elektrischen Aufbau. Die Aufgaben bearbeitet der Teil-



Praktisches Rollenoffsettraining findet am Drucksimulator, am Leitstand und an Druckwerkkomponenten statt.

nehmer selbstständig am PC und sendet sie vor dem Training an den Trainer. Das Präsenztraining an realen Komponenten und am Drucksimulator folgt. Für die unterschiedlichen Zielgruppen existieren zwei Simulatoren. Der Leitstands-Simulator ist ein Originalleitstand für die druck- und prozessbezogene Ausbildung, der zweite Drucksimulator dient der Ausbildung des Fachpersonals für die Elektronik. Ausgeführt werden alle Schritte, die an einer realen Maschine erforderlich sind – jedoch mit der Sicherheit, dass am Simulator gefahrlos getestet werden kann.

Eine Woche nach dem Training erhält der Teilnehmer erneut Seminarunterlagen. Im virtuellen Klassenraum können die Teilnehmer in Intensivtrainings ihr Wissen vertiefen und auffrischen, Erfahrungen austauschen und diskutieren. Auch hier steht der manroland-Trainer zur Verfügung.

➤ www.manroland.com



STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Die **Compañía Editorial Ultra**, eines der größten Druckunternehmen in Mexiko, hat bei **Q.I. Press Controls** mRC-Kameras für die Regelung des Farb- und Schnittregisters ihrer **KBA Comet** Maschine geordert. • Das Druckhaus **Galicia Editorial S.L.** in La Coruña, Spanien, wird die galizische Tageszeitung **La Voz de Galicia** in Zukunft auf einer **manroland** Colorman drucken. Die Maschine wird für den automatischen Plattenwechsel (APL) vorbereitet. • Neben einem Sammelhefter **Supra** investiert **Aller Tryk A/S** in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen auch in ein **PrintRoll**-System von **Müller Martini** mit 400 Rollenständer. Damit sollen ab kommendem Herbst die Wochenzeitschriften in noch kürzeren Zeitfenstern produziert werden. • **Lehtisepät OY** in Kuopio (Finnland), hat auf der Ifra Expo 2009 einen **Ferag** StreamFold bestellt. Die Dreifalzzlinie wird ab Januar 2010 für die Herstellung von zwei im Eigenverlag erscheinenden Gratiszeitungen sowie anderer Titel zum Einsatz kommen. •



**Zeller+Gmelin
NEUE FARBSERIEN FÜR DEN UV-FLEXO- UND UV-OFFSETDRUCK**

Der Druckfarbenhersteller Zeller+Gmelin hat zwei migrationsarme Farbserien für den UV-Flexo- und den UV-Offsetdruck entwickelt. Uvalux U40 und U41 heißen die Farbserien für den UV-Offsetdruck. Uvalux U40 ist nach Herstellerangaben auf hohe Maschinengeschwindigkeiten beim Endlosdruck im UV-Offsetverfahren ausgelegt. Die Serie Uvalux U41 ist eine UV-Offsetfarbe für Primärverpackungen im Lebensmittelbereich, mit der auf Papier und Folie gedruckt werden kann. Neu für den UV-Flexodruck sind die Druckfarben Uvaflex Y71 und Y77 für beispielsweise das Bedrucken von flexiblen Verpackungen und Etiketten. Uvaflex Y77 hat der Hersteller auf ein breites Einsatzspektrum ausgelegt. Zeller+Gmelin nennt Etiketten, In-Mould-Labels, Faltschachteln und flexible Verpackungen als Anwendungen. In Tests eignete sich die Druckfarbe für Maschinengeschwindigkeiten von bis zu 200 Metern in der Minute.

➤ www.zeller-gmelin.de

**CIPPI-Award
CLOÎTRE IMPRIMEURS UND EMIRATES PRINTING PRESS**

Mit Cloître Imprimeurs (Frankreich) und Emirates Printing Press (Dubai) wurden zwei Müller Martini-Kunden mit dem »2009 CIP4 International Print Production Innovation Award« für die hohe Automatisierung ihrer Produktionsprozesse ausgezeichnet. Beide Betrieben setzen das Workflow-System Connex von Müller Martini ein. Die Cloître Imprimeurs, die den CIPPI-Award für die »Beste Automatisierung der Prozesse in Europa« bekam, investierte in einen Primera C130. Der Sammelhefter von Müller Martini ist wie die neue Achtfarben-Druckmaschine von Komori über das Connex in den JDF-Workflow integriert. Emirates Printing Press, ausgezeichnet für die »Beste Automatisierung der Prozesse in aufstrebenden Märkten«, setzt als erster Betrieb in der Golfregion Connex ein. Das System dient als Bindeglied zum Management-Informationssystem (MIS), das die Vorstufe, die Druckmaschinen sowie den Klebender Corona C15 und den Sammelhefter PrimaPlus Tandem Amrys von Müller Martini verbindet.

➤ www.mullermartini.com

**Portucel Soporcel Gruppe
ZWEITE 16-NUTZEN KLEIN-FORMATLINIE**

Anfang 2008 hatte der portugiesische Papier- und Zellstoffhersteller Portucel Soporcel einen Vertrag über zwei Kleinformatlinien von E.C.H. Will und Pemco für seine Papierfabrik in Setúbal, Portugal, unterzeichnet. Die 8-Nutzen Kleinformatlinie für die flexible Produktion unterschiedlichster Produkte und die 16-Nutzen Kleinformatlinie für eine höchst mögliche Tonnage



gingen im August 2009 in Produktion. Die zweite Hochleistungsanlage wird aus einem Kleinformatschneider des Typs SLK 470 von E.C.H. Will, zwei Pemco Hochgeschwindigkeitsverpackungslinien, modernster Etikettier- und Umreifungstechnologie sowie zwei W+D-Langhammer Hochgeschwindigkeitspalettierern bestehen.

➤ www.will.kpl.net
➤ www.portucelsoporcel.com

**Kodak-Technologie für Acierta
ZWEI VERSAMARK VL2000 DRUCKSYSTEME INSTALLIERT**

Acierta Transpromo & Billing Solutions, ein aus Meydis und Mailgráfi-ca gebildetes Unternehmen mit Sitz in Daganzo de Arriba bei Madrid, hat zwei Kodak Versamark VL2000 Drucksysteme installiert und damit seine Produktionskapazität im TransPromo-Bereich ausgebaut. Benjamin Caro, Hauptgeschäftsführer von Acierta (im Bild links neben Manuel Cortizo, Sales Director



Kodak IPS Iberia), erklärt: »Wir wollen bei Unternehmen ein neues Verständnis von Rechnungsdokumenten bewirken. Mit dem TransPromo-Druck lassen sich Kontoauszüge und Rechnungen in hocheffektive Kommunikations- und Marketinginstrumente verwandeln«. Das Versamark VL2000 Drucksystem bietet einen Ausstoß von rund 315 Mio. A4-Seiten pro Jahr und eine hohe Druckauflösung. Außerdem kann es in einem Turm die Vorder- und Rückseite der Papierbahn bedrucken.

➤ www.kodak.com

**MB Bäuerle
HOCHLEISTUNGS-KUVERTIER-SYSTEM AUTOSET XT**

Mit dem Kuvertiersystems autoSET XT ist die Dokumentenverarbeitung mit einer Maximalleistung von mehr als 22.000 Kuvertierungen pro Stunde möglich. Modulare Zuführsysteme, einfache Bedienung,

intelligente Maschinensteuerung sowie das breite Spektrum der Materialien, die verarbeitet werden können, sind nach Herstellerangaben die charakteristischen Merkmale des Systems. In einem kombinier-

ten System ist die Verarbeitung von Einzelblättern oder Endlosformularen möglich. Verschiedene Kamerasysteme für alle üblichen Lesungen wie OMR, Barcode oder Datamatrix sind einsetzbar. Für Beilagen kön-



nen, abhängig von deren Beschaffenheit, Saug-, Friktions- oder Rotationsanleger eingesetzt werden.

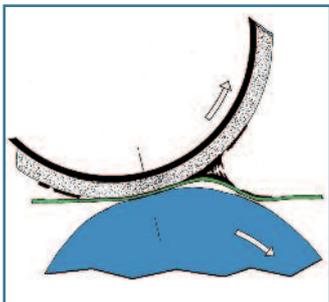
➤ www.mb-bauerle.de



Druckbild-Korrektur

Dünne Folien werden beim Bedrucken in Rollenoffsetmaschinen gedehnt und verhalten sich wie ein gespanntes Gummiband. Um eine korrekte Druckbildlänge zu erreichen, hat Müller Martini StretchCorrect entwickelt, wodurch bei der Alprinta V auch bei Materialien mit unterschiedlicher Elastizität die richtige Druckbildlänge erzielt werden.

Der Offsetdruck hat viele Vorteile, die speziell bei kleinen und mittleren Auflagehöhen zur Geltung kommen: kurze Vorlaufzeit in der Plattenherstellung, geringe Plattenkosten, hohe Standardisierung des Druckprozesses. Im Gegensatz zu den heute im Verpackungsdruck dominierenden Druckverfahren Tief- und Flexodruck haben die Druckfarben im Offsetverfahren einen wesentlich höheren Tack-Wert, was zu höheren Kräften beim Farbabriss im Druckspalt führt. Die Farbe versucht, die Bahn am Gummituch hochzuziehen (siehe links). Verantwortlich für diesen Effekt ist die Zügigkeit (Tack) der Offsetdruckfarbe. Um diesem Effekt entgegenzuwirken, muss in Rollenoffset-Druckmaschinen mit Bahnspannung gefahren werden.



UNGEWÜNSCHTE ELASTISCHE DEHNUNG Sehr dünne Folien werden im Rollenoffset gedehnt und verhalten sich wie ein gespanntes Gummiband. Wird auf die gedehnte Folie gedruckt, wird das Druckbild im gespannten Zustand in der richtigen Druckbildlänge gedruckt. Außerhalb der Maschine ist das Druckbild auf dem nicht mehr gedehnten Produkt zu kurz – die Folie hat sich auf seine Ursprungslänge verkürzt und somit auch das Druckbild. Für die meisten Produkte ist es jedoch zwingend erforderlich, dass die Druckbildlänge exakt der Vorgabe entspricht. Durch das neue Funktionspaket StretchCorrect kann mit der Rollenoffset-Druckmaschine Alprinta V auch bei Materialien mit stark unterschiedlicher Elastizität mit nur einem Formatsatz für verschiedenste Produkte die richtige Druckbildlänge erzielt werden.



Dank StretchCorrect kann mit der Alprinta V auch bei Materialien mit stark unterschiedlicher Elastizität mit nur einem Formatsatz für verschiedenste Produkte die richtige Druckbildlänge erzielt werden.

Während bei herkömmlichen Offsetdruckmaschinen die durch Zahnräder angetriebenen Gegendruck-, Gummituch- und Plattenzylinder immer mit der gleichen Umfangsgeschwindigkeit laufen, werden die Gummituch- und Plattenzylinder bei der Alprinta V über einen zusätzlichen Servoantrieb ohne Wechsel- oder Formaträder angetrieben. So kann die Druckbildlänge verändert werden.

Neben der Druckbild-Längenänderung kann auch eine Druckbild-Breitenänderung einzelner Werke erforderlich werden. Durch unterschiedliche Vorzüge in einer Druckmaschine, resultierend aus unterschiedlichen Farbführungen einzelner Werke oder unterschiedlichen Umschlingungen von Zugwalzen, kann die Materialbahn partiell unterschiedlich gedehnt werden. StretchCorrect erlaubt es, Abweichungen zu korrigieren.

› www.mullermartini.com



STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Auf der diesjährigen PacPrint erwarb **Mail Marketing Works** aus Sydney den 2.500. **Polar** Schnellschneider in »down-under«. • Das irakische Bildungsministerium in Bagdad hat eine **Goss** M-600 Druckmaschine für die Herstellung von Schulbüchern in Auftrag gegeben. Mit dieser Rotation wurde zum dritten Mal seit 2004 eine neue Goss Rollenoffsetdruckmaschine in den Irak verkauft. • Die **Printwell** Group, mit 800 Mitarbeitern einer der größten Verpackungsdrucker auf den Philippinen mit Sitz in Manila, bestellt bei **Heidelberg** eine Speedmaster XL 75 Sechsfarben mit verlängerter Auslage und UV-Ausstattung, die ab März 2010 produzieren soll. • Die thailändische **Thung Hua Sinn**-Gruppe orderte bei **manroland** eine Sechsfarben Roland 200 Hochstapelausleger und eine Fünffarben Roland 200 für die Etikettenproduktion. • Zum kommenden Jahreswechsel wird bei **Beyaert Sioen Printing** im belgischen Waregem eine Super-Großformatmaschine der Baureihe **KBA** Rapida 205 installiert. Mit der Fünffarbenmaschine steigt das bereits im Jahr 1882 gegründete Druckunternehmen als erstes in Belgien in den Druck im XXXLplus-Format 151 x 205 cm ein. •



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
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, Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	www.viscom-messe.de
2012			
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de

Geballtes Fachwissen: Jeden Monat, 36 x pro Jahr

Wer wissen will, was wichtig ist, hat mehrfach monatlich die Gelegenheit, sich über den Markt zu informieren. Druckmarkt erscheint 6 x im Jahr in Deutschland und 6 x in der Schweiz. Zudem gibt es »Druckmarkt impressions« 12 x jährlich als PDF-Magazin im Internet sowie die »Druckmarkt COLLECTION« in Kooperation mit value. Sind, alles zusammen gerechnet, 36 Ausgaben, in denen Sie Informationen höchster Qualität und Güte erhalten.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

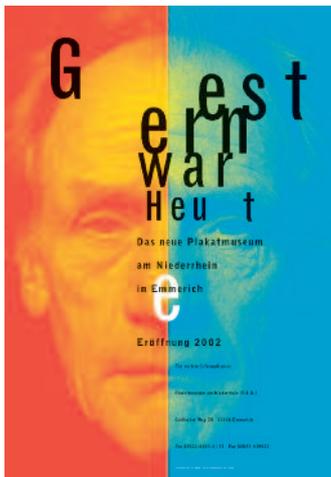
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.de



AEP Formate

PLAKATKUNST VON MARTIN MÜLLER

Plakatbotschaften zeigt die AEP Akademie für Elektronisches Publizieren, Art & Design GmbH in Hamburg-Ottensen 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 werden 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

INK ACADEMY SCHULUNGEN 2009/2010		
Info-Veranstaltung: Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	15. 12.	D-Kempton
UV-Farben im Verpackungsdruck	09. 12.	D-München
	26. 01.	D-Celle
	28. 01.	CH-Egerkingen
Das ausführliche Schulungsprogramm: ➤ www.ink-academy.de		

FOGRA-VERANSTALTUNGEN HERBST 2009	
Grundlagen der Druckweiterverarbeitung	07. - 08. 12.
Farbsicherer Workflow mit PDF/X und FograCert PDF/X	09. - 10. 12.
Die Veranstaltungen finden in München statt.	
➤ www.fogra.org	

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:

- 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

2. Halbjahr 2009 MANROLAND-PRAXISSEMINARE ROLLENOFFSET

manroland hat für Rollenoffsetdrucker ein Paket mit aktuellen Seminartemen geschnürt. Neben dem praktischen Training an realen Maschinenkomponenten stehen Profis aus der grafischen Industrie Rede und Antwort. Interessenten können sich einen Platz bei folgendem Seminar im neuen manroland Print Technology Center in Augsburg sichern: Einflussgrößen der Qualitätssicherung im Heatset-Rollenoffset am 1. und 2. Dezember. Die Veranstaltungen kostet 975 € zzgl. MwSt.

➤ www.manroland.com

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



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

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. Heidelberg 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