

DRUCK  MARKT

5. Januar 2011

impressions 24

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



worldwide published



Elefantenhochzeit in der Papierbranche: UPM kauft Myllykoski

Alle 14 Tage!

Ab 2011 ergänzend zum
Heft: das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt: Die digitale Gesellschaft lässt auf sich warten
Print & Finishing: Neue Druckmaschinen in der Praxis
Verpackung: Neues für Packaging-Spezialisten
Papier: Provokant, kreativ, informativ
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011

Titelbild: UPM

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt-schweiz.ch 



DIE Schlaumacher

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder doch auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir doch schon längst für Sie erledigt!

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

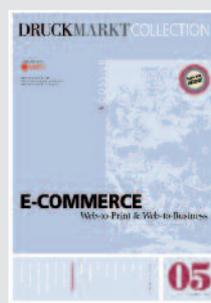
Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln »Druckmarkt« und »Value« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



White Paper
Buchherstellung
Fakten, Zahlen und Analysen zur digitalen Bücherherstellung.
August 2009.
20 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Transpromo
Transaktion und Transpromo sind neue Schlagworte. Der Investitionskompass erläutert.
November 2009.
32 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Dossier
E-Commerce
Web-to-Print, Web-to-Business und Cloud-Computing werden an praktischen Beispielen erläutert.
Oktober 2010.
28 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Digitaldruck
Farbe und Schwarzweiß: erläuternde Artikel, zehn Seiten Marktübersichten plus Glossar.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit
value



Digitale Avantgarde und Außenseiter

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 UPM erwirbt Myllykoski und Rhein Papier
- 08 Nachrichten
- 10 Die digitale Gesellschaft lässt auf sich warten

Print & Finishing

- 12 Praxispremiere in Wolgast
- 14 Nachrichten
- 16 Neues für Verpackungsspezialisten
- 19 XL 105 für rotatives Stanzen
- 20 Erste Speedmaster XL 145 mit Doppellack
- 21 Mit printadvice Nachhaltigkeitskonzept umgesetzt

Papier

- 22 Provokant, kreativ, informativ
- 24 Nachrichten

Termine, Bildung & Events

- 26 Terminkalender
- 27 Nachrichten
- 28 8. HP Digital Production Forum
- 29 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 30 digi:media 2011

- 32 Business to Business



So lange ist Weihnachten noch nicht vorbei. Es war schön – und gar nicht so digital, wie man es den einschlägigen IT-Medien vor dem Fest entnehmen konnte. Zwar kam unsere Wunsch-Musik via Airport und über das iPhone gesteuert vom Server, aber alles andere war dann doch ziemlich analog: die Kerzen und Geschenke zum Beispiel, die Gans, die Runde

›Mensch-ärgere-dich-nicht!‹ und auch die Flasche Rotwein war, wenn ich mich recht erinnere, wenig digital. Kirchenglocken werden in unserem Dorf noch analog betrieben, selbst der Wirt steht leibhaftig hinter der Theke und der Nachbar kam persönlich und nicht via Video-Konferenz vorbei.

Jetzt frage ich mich natürlich, ob ich der Gesellschaft damit in irgendeiner Form geschadet habe. Denn noch kurz vor Weihnachten war ich mächtig stolz, dass ich laut D21-Studie (siehe Seite 10) zur digitalen Avantgarde der Bevölkerung gehöre! Weil ich einen Computer besitze, mich im Internet bewegen kann und täglich zehn Stunden vor dem Computer verbringe. Bin ich für die Gesellschaft dadurch mehr wert als meine 84-jährige Mutter, die keine e-Mails schreibt und auch nicht online shoppen geht? Sie ist digitale Außenseiterin (!) – und wird es noch nicht einmal wissen, weil sie nicht im Internet surft. Sie will es auch gar nicht! Sollte ich ihr nun das Internet nahe legen, weil es in der Studie heißt: »Kompetenzen und Wissensstand um die digitale Welt sind besorgniserregend«. Ja für wen denn? Vielleicht wollen die 28% so genannten digitalen Außenseiter nichts damit zu tun haben. Darauf lässt zumindest das durchschnittliche Alter von 65 Jahren schließen.

Was nützen also Studien dieser Art? Sie haben den Vorteil, dass sie die interessengetriebenen Studien von Online-Aktivist*innen relativieren, die in jedem Klick und jedem Mitglied von Facebook alles Analoge ins Grab schicken wollen. Es ist also mehr als sinnvoll, dass es solche Studien gibt, auch wenn die Interpretation der Ergebnisse etwas sachlicher ausfallen könnte.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur Druckmarkt

Impressum »Druckmarkt« und »Druckmarkt Schweiz« sind unabhängige Fachzeitschriften für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheinen je 6 mal pro Jahr. »Druckmarkt impressions« wird gemeinsam von den beiden Magazinen publiziert und erscheint mindestens 20 mal jährlich als PDF-Magazin, das ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. »Druckmarkt« erscheint im arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. Alle Angaben in den 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, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50. **Redaktionsbüro Schweiz:** Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77. www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt-schweiz.ch
© by Druckmarkt 2011



Der Druckmaschinenbau ist gefragter Fertigungspartner für viele Branchen: diese Entwicklung hat sich 2010 verstärkt. Unternehmen aus verschiedenen Branchen setzen dabei auf die manroland-Kompetenz an den Standorten Augsburg, Offenbach und Plauen. Hatte der Druckmaschinenbau am wirtschaftlichen Aufschwung bisher eher unterdurchschnittlich teil, profitiert die Fremdfertigung mit 10% Auftragssteigerung durchaus davon. manroland bietet Fertigungsleistungen in Gießerei (hier die Gießerei in Offenbach) und Modellbau, Teile- und Komplettfertigung. Besonders schätzen die Kunden die Präzision und das Auffangen von Produktionsspitzen.



Mit Hang Tags, Anhängereitketten in Premium-Qualität, bietet Chesapeake Deutschland Kunden ein weiteres Modul rund um die Produkt-Verpackung. Das Besondere: In einem Arbeitsgang können bis zu drei mit Wunsch-Design bedruckte und Veredelung verarbeitete Etiketten aus Karton in High End Packaging-Technologie mit einem Faden nach Wahl verbunden werden. Möglich sind bei der Kordel unterschiedliche Farben und Stärken. Das Angebot richtet sich an Unternehmen, die zusätzlich zur Kartonverpackung eine weitere auffällige Werbe- oder Informationsfläche suchen. Hang Tag und Verpackung können dabei auf Wunsch genau aufeinander abgestimmt werden. Chesapeake Deutschland zählt zu den führenden deutschen Faltschachtelherstellern.



Beim weltweit größten Wettbewerb für Meeres- und Unterwasserfotografie »Epson Red Sea« konnten sich auch zwei deutsche Fotografen durchsetzen: Marc Hillesheim, der für zahlreiche Modemarken arbeitet, hat den ersten Platz in der Kategorie »Fashion & Nudity« belegt. »Medusa« nennt der Fotograf das Siegerfoto (oben). Der Wiesbadener Unterwasserfotograf Tobias Friedrich gewann in den Kategorien »Mayor of Eilat's Prize« und »Fish of the Year« jeweils den ersten Platz. Der Epson Red Sea Wettbewerb fand bereits das sechste Jahr in Folge in Eliat, Israel, statt. Im November wurden die Gewinner gekürt und erhielten ein Preisgeld von insgesamt 80.000 US-\$.



OFS Group

PRODUCTION PRINTING VON RICOH NEU IM VERTRIEB

Die OFS Group, Pfaffnau, baut die Partnerschaft mit Ricoh Schweiz massiv aus und wird ab 2011 den Bereich Production Printing neu im Vertriebsprogramm führen. Ab dem 1. Quartal 2011 wird auch das neue Digitaldrucksystem Pro C901S Graphic Arts Edition im Demoraum bei der OFS Group in Pfaffnau zu bewundern sein. »Die Möglichkeiten sind immens. Der variable und schnelle Hochqualitätsdruck mit integriertem Colormanagement und die Offenheit zur JDF/JMF-Vernetzung stehen dabei besonders im Vordergrund«, sagt Daniel Müller, Geschäftsführer der OFS Group. »Ricoh Schweiz und die OFS Group freuen sich auf den Ausbau der Partnerschaft. Der Bereich Production Printing von Ricoh wird damit in der Schweiz nochmals weiter gestärkt.«

➤ www.ofsgroup.ch

Den Teilnehmern des Arbeitsausschusses im Verband der Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter e.V. (VskE) bot sich Anfang Oktober die Gelegenheit, das Arbeitstreffen auf Einladung der Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG sowohl mit einem Besuch des Produktionsstandortes in Eisingen als auch mit der Teilnahme am ersten Etikettenseminar zu verbinden, das der Druckfarbenspezialist am 7. und 8. Oktober 2010 in Stuttgart veranstaltete. Im Vorfeld informierten sich 15 Mitglieder des VskE-Gremiums über das Unternehmen und besichtigten bei einem Firmenrundgang die Stationen der Druckfarbenproduktion.

DRUCKMARKT
impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Jetzt alle 14 Tage mit Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie sind laut bvdM-Konjunkturtelegramm im Dezember 2010 wieder auf den Wert Null gesunken. 19% der Befragten sind mit der Geschäftslage zufrieden, 19% sind unzufrieden, 62% sehen keine Veränderung gegenüber dem Vormonat. Nachfrage- und Produktionsentwicklung im Vormonat haben leicht verschlechterte, aber weiter positive Salden. Die Entwicklung



der Auftragsbestände wird ebenfalls noch positiv beurteilt, wenn auch den vierten Monat in Folge mit sinkenden Werten.

Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung des verarbeitenden Gewerbes hat sich auf 29% erhöht.

Etwas 36% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilung der Auslandsaufträge hat sich um 3% auf -15% verschlechtert.

Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima hat sich auf -1% abgekühlt. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft im nächsten Quartal bleiben den zweiten Monat in Folge mit -3% negativ.

Im nächsten Halbjahr: Die Geschäftserwartungen haben sich um 10% auf -1% verschlechtert. Im gleichen Vorjahresmonat lagen sie allerdings bei -13%.

Im Dezember erwarteten 14% eine verbesserte, 15% eine verschlechterte Geschäftslage, 71% erwarten keine Änderungen.

► www.bvdm-online.de



TERRY KAWASHIMA ist seit dem 1. Dezember 2010 Geschäftsführer von OKI Systems Deutschland. Der 49-jährige Manager war bisher General Manager der Marketing Division im globalen Headquarter der OKI Data Corporation in Tokyo.



JAWDATT MAWASSII verstärkt seit dem 1. Dezember 2010 als Executive Vice President Business Development das Team des RIP-Software-Spezialisten ColorGate Digital Output Solutions GmbH. Er war zuletzt Vice President Sales bei GMG.



PETER MILLER wurde von EskoArtwork zum Senior Manager Brand Owners ernannt. Damit reagiert EskoArtwork auf die steigende Nachfrage seitens führender Markenartikler nach intelligenten Verpackungsprozessen und Verpackungslösungen.



LOTHAR MICHAEL, bei der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) zuständig für Lehrkräfte und Schulen der Branche, wurde vor kurzem von der HDD für seine 40-jährige Treue im Unternehmen geehrt.



KARL SAUERESSIG feierte kürzlich sein 40-jähriges Jubiläum bei Heidelberg. Seit Anfang 2009 ist Karl Saueressig Leiter der Region West in Langenfeld bei Düsseldorf, hatte aber seit Beginn der 1970er Jahre auch internationale Führungsaufgaben inne.



CHRISTIAN SACRÉ wurde am 1. Oktober 2010 zum Regional Sales Manager Xeiikon Deutschland ernannt. Damit stärkt Xeiikon Deutschland den Vertrieb seines Digitaldruckportfolios in Nord- und Mitteldeutschland in den Postleitzahlenbereichen 0 bis 6.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Ab Januar 2011:
Alle 14 Tage!

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin »DRUCKMARKT impressions«. Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

»DRUCKMARKT impressions« ist kein Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von »DRUCKMARKT« erscheint und eine moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht »DRUCKMARKT impressions« zu einem lebendigen Medium, das die Berichterstattung des »DRUCKMARKT« aktuell ergänzt.

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



UPM erwirbt Myllykoski und Rhein Papier

Bereits im September gab es Gerüchte, nach denen sich UPM mit dem ebenfalls finnischen Papierkonzern Myllykoski in Gesprächen über eine mögliche Übernahme der Aktivitäten der Gruppe in Finnland, Deutschland und den USA befindet. Am 21. Dezember 2010 meldete UPM, dass man Myllykoski sowie Rhein Papier übernehmen werde.

Von Klaus-Peter Nicolay

Der Unternehmenswert der erworbenen Gesellschaften beläuft sich nach Angaben von UPM auf etwa 900 Mio. €. Die Transaktion unterliegt den üblichen Closing-Bedingungen, unter anderem der Zustimmung der Aufsichtsbehörden. Myllykoski soll weiterhin unabhängig operieren, bis die Transaktion abgeschlossen ist. Dies soll während des zweiten Quartals 2011 erfolgen.

Zum Myllykoski-Konzern und der Rhein Papier GmbH gehören sieben Werke zur Herstellung von Publikationspapieren in Deutschland (zum Beispiel MD in Plattling und Albrück), Finnland und den Vereinigten Staaten. Die Produktionskapazität beläuft sich auf insgesamt 2,8 Mio. Tonnen (t) Papier pro Jahr. Zudem besitzt Myllykoski Anteile am finnischen Energiekonzern Pohjolan Voima Oy, die einen geschätzten Wert von 70 Mio. € haben. Durch die Transaktion werden sich die bilanzierten Vermögenswerte der UPM Group um ungefähr 1,6 Mrd. € erhöhen.

Der Umsatz von Myllykoski war 2009 mit 1,2 Mrd. € um 17,6% unter den Vorjahresumsatz gefallen und verursachte einen Verlust von rund 68 Mio. €. Schwierig war zudem, dass sich Myllykoski auf den Markt für Zeitungspapier spezialisiert hatte, in dem seit einiger Zeit die Nachfrage tendenziell sinkt. Der Verkauf der Papierproduktion ist dennoch pikant. Denn vom Papierhersteller Myllykoski wird nicht viel übrig bleiben, da mit der Übernahme durch UPM keine Papierfabriken im Myllykoski-Besitz verbleiben. Myllykoski hatte in den vergangenen Jahren ohnehin schon einige Male die Kapazitäten seiner Werke reduziert und verschiedene Zusammenlegungen vorgenommen. Derzeit beschäftigt das Unternehmen noch 2.600 Mitarbeiter.



Jussi Pesonen, President & CEO von UPM, ist überzeugt, mit der Transaktion mittelfristig die Profitabilität von UPM zu verbessern. »Zusammenschlüsse und eine Rationalisierung der Produktion sind für die Zukunft des gesamten Industriezweigs in Europa notwendig. Dies bedeutet einerseits die Schließung unprofitabler Produktionskapazitäten, andererseits aber auch Investitionen zur Steigerung der Kosteneffizienz«, so Jussi Pesonen.

GRÖSSTER PAPIERHERSTELLER ENTSTEHT Mit dem Zusammenschluss von UPM und Myllykoski entsteht rein rechnerisch der weltweit größte Papierhersteller. Allerdings wird sich zeigen, ob diese Kalkulation Bestand hat. Denn erstens ist derzeit nicht abzusehen, mit welcher gemeinsamen Kapazität



* Grafische Papiere und Karton mit Relevanz in Mitteleuropa.

UPM nach der Fusion ins Rennen gehen will und zweitens gibt es seit September Gerüchte über eine (zumindest) Zusammenarbeit von Stora Enso, Holmen und Norske Skog. Die Zusammenarbeit würde sich auf den Markt der Zeitungspapier konzentrieren. Allerdings sind diese Spekulationen bisher dementiert worden.

LASSEN SICH PREISERHÖHUNGEN DURCHSETZEN? Indessen zeigen sich Verlage und Verlagsdruckereien, die größten Abnehmer von Publikationspapieren, im Vorfeld der Verhandlungen für die anstehenden Jahresabschlüsse irritiert. Schließlich hat UPM mit der Übernahme von Myllykoski seine Verhandlungsposition gestärkt. Dazu kommt, nachdem die Preise für Zeitungspapier seit Jahresbeginn 2010 um etwa 20% gefallen sind, dass die Papierhersteller nunmehr die Preise ebenfalls um 20% erhöhen wollen. Deshalb wollen die Verlage keine Jahresabschlüsse, sondern Verträge mit kürzerer Laufzeit vereinbaren. Ob sich Preiserhöhungen dadurch verhindern lassen, ist indes fraglich.

Was jedoch aus Sicht der Papierindustrie zwingend notwendig erscheint, ist für die Verlage ein weiterer Schlag ins Kontor, da bei sinkender Nachfrage ihrer Produkte die Kosten für Druckfilzmittel und Verbrauchsmaterialien im nächsten Jahr weiter steigen werden. So betrachtet, ist für beide Parteien die Schmerzgrenze erreicht.

➤ www.upm.com

➤ www.myllykoski.com



“Die RICOH SCHWEIZ AG bietet jedem Kunden die optimale Lösung im Production Printing – dafür stehe ich mit meinem Namen.”

Stefan Ammann
Chief Executive Officer
RICOH SCHWEIZ AG


Ricoh
Production
Printing



Gemeinsame Ziele verhelfen uns allen zum Erfolg

RICOH kümmert sich um Ihre gesamte Druckumgebung,
damit Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

Moving Ideas Forward.

RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
Tel. 0844 360 360
Mail info@ricoh.ch
Web www.ricoh.ch

RICOH

Office Solutions Production Printing Managed Document Services



NürnbergMesse wächst MIT RÜCKENWIND INS JAHR 2011

Die NürnbergMesse, unter anderem Veranstalter der Mailing-Tage, verzeichnete 2010 einen Umsatz- und Gewinnsprung: »Gegenüber dem Jahr 2008 steigt der Umsatz um 30 Prozent auf über 200 Millionen Euro, der Gewinn liegt mit über sieben Millionen Euro ebenfalls auf Rekordniveau«, so Geschäftsführer Bernd A. Diederichs.

Zusammenschluss

MITSUBISHI HITEC PAPER EUROPE ETABLIERT

Die Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld GmbH und Mitsubishi HiTec Paper Flensburg GmbH, Hersteller von Kommunikationspapieren und Joint Ventures von Mitsubishi Paper Mills Ltd. und Mitsubishi Corporation in Japan, wurden Mitte Oktober zusammengeschlossen. Die neue Gesellschaft firmiert unter Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH.

Possehl

GESCHÄFTSBETRIEB VON BÖWE ÜBERNOMMEN

Die Lübecker Possehl-Gruppe hat den Geschäftsbetrieb der Augsburg-Böwe Systec AG samt Vertriebsnetz übernommen. Böwe schien im Sommer bereits gerettet, als der Schweizer Investor Axentum einen Vertrag unterzeichnete, ihn aber zurückzog. Böwe wird künftig unter Böwe Systec GmbH innerhalb des Possehl-Konzerns geführt.

22. VDZ White Paper

DER ZEITSCHRIFTENMARKT DEUTSCHLAND IN ZAHLEN

Mit der 3. Auflage des White Paper »Der Zeitschriftenmarkt Deutschland in Zahlen« gibt der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger einen aktualisierten Überblick zum Zeitschriftenmarkt heraus. Das White Paper kann als 125-seitige Präsentation beim VDZ bestellt werden.
➤ www.vdz.de

Interessenausgleich vereinbart MANROLAND SETZT RESTRUKTURIERUNG UM

Geschäftsleitung und Gesamtbetriebsrat der manroland AG haben einen Interessenausgleich und Sozialplan über den Abbau von rund 500 Arbeitsplätzen an den Standorten Augsburg, Offenbach und Plauen bis Ende 2012 und den Transfer von weiteren 300 Arbeitnehmern in das am 1. Januar 2011 gegründete Geschäftsfeld manroland Industrieservice erarbeitet. Der Interessenausgleich regelt den im September angekündigten Stellenabbau ebenso wie die Personalversetzung zwischen den Standorten. Er umfasst unter anderem Angebote zur Aufhebung von Arbeitsverhältnissen und für Versetzungen an einen anderen Standort sowie umfangreiche Qualifizierungsmaßnahmen. Zudem wird für betroffene Mitarbeiter eine Transfergesellschaft gegründet. Der geplante Stellenabbau von rund 500 Stellen betrifft Funktionen in der Verwaltung und in den Produktionsbereichen. So soll sich die Zahl der Mitarbeiter weltweit bis Ende 2012 auf etwa 6.000 reduzieren.
➤ www.manroland.de

Ricoh wird Druckdienstleister

RICOH FÜHRT GESCHÄFTSBETRIEB VON GEORG KOHL WEITER

Die Ricoh Deutschland GmbH hat am 16. Dezember 2010 den Kaufvertrag für die operativen Bestandteile der seit 29. September 2010 im Insolvenzverfahren befindlichen Georg Kohl GmbH in Brackenheim unterzeichnet. Darüber hinaus übernimmt Ricoh Deutschland einen Teil der für Vertrieb, Kundenbetreuung und Produktion zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Standort Brackenheim bleibt bestehen. Hier führt Ricoh Deutschland seit dem 1. Januar 2011 den operativen Geschäftsbetrieb fort. Dazu gehören unter anderem die Kundenbetreuung, die Produktion und die Abwicklung von Kundenaufträgen. Mit den Leistungen von Georg Kohl baut Ricoh Deutschland sein Angebotspektrum für Outsourcing-Dienstleistungen in den Bereichen Print Management, Output Management und Dialogmarketing strategisch weiter aus.

»Wir wissen, dass Ricoh Deutschland die bestehenden Partnerschaften mit Kunden und Lieferanten zum Vorteil aller Parteien erfolgreich weiterführen wird. Besonders freue ich mich, dass rund 200 Arbeitsplätze in Brackenheim erhalten bleiben«, sagt der Insolvenzverwalter Dr. Tibor Braun. »Ricoh bietet seinen Kunden seit vielen Jahren verschiedene Outsourcing-Dienstleistungen. Mit den Kompetenzen von Georg Kohl setzen wir für den Geschäftsbereich Outsourcing ein deutliches Zeichen in Richtung Wachstum«, betont Uwe Jungk, Chief Executive Officer von Ricoh Deutschland.

Georg Kohl gehört in Deutschland zu den führenden Anbietern medienneutraler Kommunikationslösungen. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Kunden, Schnelligkeit und eine nachhaltige Innovationskraft zeichnen das Traditionsunternehmen und die Marke Georg Kohl aus. »Die Stärken von Georg Kohl und Ricoh passen daher sehr gut zusammen. Gemeinsam mit der InfoPrint Solutions Company, einem Tochterunternehmen des Ricoh-Konzerns, werden wir unseren Kunden in Zukunft noch umfassendere Outsourcing-Dienstleistungen anbieten können. Auch der Standort Brackenheim wird von dem internationalen Verbund der europäischen Ricoh-Gruppe profitieren«, so Jungk weiter.

➤ www.ricoh.de



Johler Norddruck

ZWEITE INSOLVENZ IN KNAPP DREI JAHREN

Bei Johler-Norddruck bangen 100 Mitarbeiter erneut um ihren Job, nachdem die Geschäftsführung am 27. Dezember 2010 beim Amtsgericht Neumünster Insolvenz angemeldet hat. Es ist bereits die zweite innerhalb von knapp drei Jahren. Der norddeutsche Rollenoffset-Betrieb war der letzte noch aktive Unternehmensbestandteil der einstigen Arquana. Der Bocholter Druckerei-Unternehmer Franz-Hermann Enk hatte die Vorgängerunternehmen Johler Druck und Nord Offset zum 1. September 2008 aus der Arquana-Konkursmasse übernommen und mit der Sanierung begonnen.

Die damalige Übernahme des Unternehmens war umstritten, als das Land Schleswig-Holstein den Neustart von Johler-Norddruck mit Investitionszuschüssen in einer Größenordnung von geschätzten zehn Millionen förderte. Von nutzlosen Subventionen und Wettbewerbsverzerrung war damals die Rede. Michael Dömer von der Rollenoffset-Organisation EWA warf dem Land die Verschwendung von Steuergeldern vor: »Die Erfahrung lehrt, dass ein derart subventionierter Betrieb auf lange Sicht nicht zu retten ist.«



DER **Evaluator**

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um irgendwann auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon längst für Sie erledigt!

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



Investitionskompass
Digitaldruck
Farbe und Schwarzweiß:
erläuternde Artikel und
umfangreiche Marktüber-
sichten.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
plus Versandkosten

Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION
in Kooperation
mit
value

Jede einzelne Ausgabe der »Druckmarkt COLLECTION« hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln die Fachmagazine »Druckmarkt« und »Value« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Edelmann Gruppe kauft zu DRUCKEREI ESCHBAUMER WIRD ÜBERNOMMEN

Die Heidenheimer Edelmann Gruppe hat die Lindauer Druckerei Eschbaumer GmbH zum 1. Januar 2011 mehrheitlich übernommen. Der Hersteller von Verpackungslösungen aus Karton baut dadurch seine Rolle im Systemgeschäft und im Bereich der Packungsbeilagen aus. Eschbaumer steuert nach Angaben des Unternehmens etwa 16 Mio. € Umsatz zum Gruppenumsatz bei. Die Lindauer Druckerei ist im Geschäftsfeld »Sicherheitsrelevante Drucksachen« aufgestellt, im Bereich Pharma-Packungsbeilagen und Outserts etabliert und verzeichnet seit Jahren wachsende Zahlen. Durch eine Reihe spezieller Maschinen sind anspruchsvolle und hochwertige Beilagen ebenso möglich wie Sonderlösungen.

Das Volumen des Edelmann-Angebots an Packungsbeilagen wird mit dem neuen Standort auf 22 Mio. € anwachsen. Der Gesamtumsatz der Edelmann Gruppe mit Standorten in Deutschland (Carl Edelmann, Braun Pharmadruck, Artur Theis, Wesche und Wepack), Frankreich, Mexiko, China und Polen wird 2010 bei voraussichtlich rund 190 Mio. € liegen. Über 40% davon werden an den internationalen Standorten erzielt. Weltweit produziert das Unternehmen etwa 3,6 Milliarden Verpackungen und Packungsbeilagen.

➤ www.edelmann.de

Größtes Druckunternehmen in der Region entsteht

RAIFFEISENDRUCKEREI ÜBERTRÄGT PRINT AUF GÖRRES-DRUCKEREI

Die Neuwieder Raiffeisendruckerei GmbH wird sich zukünftig ganz auf ihr Geschäftsfeld Kartensysteme konzentrieren. Der Aufsichtsrat der Raiffeisendruckerei hat beschlossen, Printleistungen zukünftig nicht mehr als Kernkompetenz zu verfolgen und sich vom klassischen Akzidenzdruck zu trennen. Dieser Geschäftsbereich soll bis zum 1. April 2011 auf die Görres-Druckerei und Verlag GmbH, Koblenz, übertragen werden. »Durch den Zusammenschluss der Printleistungen der beiden Traditionsunternehmen wird ein leistungsstarkes Druckunternehmen entstehen. Wir erhalten Arbeitsplätze und sichern den Standort Neuwied«, hebt Dr. Manfred Biehal, Vorsitzender der Geschäftsführung der Raiffeisendruckerei hervor.



Im Bild (v.l.n.r.): Klaus Morsch, Vorsitzender des Betriebsrates, Raiffeisendruckerei, Dr. Manfred Biehal, Vorsitzender der Geschäftsführung, Raiffeisendruckerei, Jürgen Schirra, Geschäftsführer, Görres-Druckerei, und Arnd Spitzlei, Geschäftsführer, Görres-Druckerei.

tern entstehen. Der Deutsche Genossenschafts-Verlag eG (DG Verlag), Wiesbaden, wird mit der zukünftigen Görres-Druckerei einen Kooperationsvertrag für Druckleistungen für fünf Jahre schließen.

»Die neue Görres-Druckerei wird das größte und leistungsfähigste Druckunternehmen in der Region sein. Das vereinte Know-how und Qualitätsverständnis sowie eine marktgerechte Preisstruktur werden unsere Kunden überzeugen«, ist sich Jürgen Schirra, Geschäftsführer der Görres-Druckerei, sicher. Die Görres-Druckerei wird die Maschinen der Raiffeisendruckerei übernehmen und auch am Standort in Neuwied produzieren.

➤ www.raiffeisendruckerei.de

Technische Richtlinien FREMDPRODUKTE IN ZEIT- SCHRIFTEN UND AKZIDENZEN

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) hat in Abstimmung mit dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Berlin, die Technischen Richtlinien »Fremdprodukte in Zeitschriften und Akzidenzen« aktualisiert. Dazu zählen Beilagen, Beihefter und Beikleber wie Postkarten und Warenproben.

Über eine neue Website (siehe unten) können die Richtlinien abgerufen werden. Sie sind Grundlage für eine engere Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Werbeagenturen, Druckereien, Warenprobenherstellern sowie den verarbeitenden Betrieben. Die Richtlinien sind allgemeingültige Standards und deshalb als Orientierungshilfe für die Produktion zu verstehen. In die Website wurden auch die Richtlinien zur »Klassifizierung von Beiprodukten« integriert.

Für eine kostengünstige Produktion müssen Fremd- und Beiprodukte schnell und problemlos über Weiterverarbeitungsmaschinen in Druckprodukte integriert werden. Auch zur Verarbeitung, Verpackung und Anlieferung von Beilagen, Beiheftern und Beiklebern bietet die Website des bvdm Informationen. In einem Downloadbereich können zu den unterschiedlichen Produktarten und ihre Verarbeitung erklärende Abbildungen abgerufen werden.

➤ www.bvdm-online.de/fremdprodukte

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Im Zuge eines Management-Buy-Out wurde mit Wirkung zum 1. November 2010 ein Gesellschafterwechsel bei der **CW Niemeyer Druck GmbH** in Hameln vollzogen. Das Unternehmen wird als eigenständiges Unternehmen geführt. • **SDL**, Anbieter von Lösungen für Global Information Management, erweitert sein Technologiepartner-Netzwerk um die **Contentserv GmbH**, die webbasierte Softwarelösungen zur Steuerung und Umsetzung von Abläufen in der Medien- und Printdatenpflege entwickelt. • **Presstek Deutschland** hat die **Anton Rädler GmbH** aus Landsberg im Oktober 2010 zum Händler für die Presstek DI-Druckmaschinen in Bayern ernannt. • **Atlantic Zeiser** hat sein Distributorennetzwerk im Segment des industriellen Digitaldrucks in Osteuropa, Benelux, Südeuropa und Skandinavien ausgebaut. • Ein Jahr nach Brand wurde die Geschäftsstelle des **vdm Niedersachsen** in der Bödekerstraße 10 in Hannover Anfang November 2010 wiedereröffnet. • Die **Mayr-Melnhof** Gruppe verzeichnet einen deutlichen Ergebnisanstieg im 3. Quartal 2010. Der Kartonhersteller konnte nach eignen Angaben den positiven Geschäftsverlauf der Vorquartale fortsetzen.

GWA PRODUCTION AWARD 2011



JETZT EINREICHEN!

Nur wer einreicht, kann gewinnen!

Die Einreichung zum GWA Production Award 2011 läuft bis zum 14. Januar.

Drei neue Kategorien erwarten Sie in diesem Jahr. Alle Informationen dazu, die Teilnahmebedingungen und das Profil finden Sie unter:

www.gwa.de > Awards und Events

Wir freuen uns auf Ihre Einreichung und einen spannenden Wettbewerb.

Veranstalter: GWA-Service mbH
Friedensstraße 11 · 60311 Frankfurt/Main
Telefonnummer 069.256 008-0



Die digitale Gesellschaft lässt auf sich warten

Knapp zwei Drittel der Bevölkerung sind noch nicht in der digitalen Alltagswelt angekommen

37% der deutschen Bevölkerung sind in der digitalen Welt angekommen. Das Wachstum von 9% bei den »Trendnutzern« hat diese Entwicklung ermöglicht. Allerdings ist die große Mehrheit der Bevölkerung nicht Teil der digitalen Gesellschaft. 63% sind nur wenig souverän im Umgang mit der digitalen Technik und ihren Medien. Dies ist die zentrale Aussage der Initiative-D21-Studie, für die TNS Infratest insgesamt 1.001 telefonische Interviews durchgeführt hat.

Der sinkende Anteil der »digitalen Außenseiter« von 35% auf 28% ist im ersten Moment erfreulich, heißt es in der Studie, doch der Blick auf das Kompetenz- und Nutzungsprofil dieser Gruppe zeige, dass sie den Anschluss an die digitale Welt immer weiter verlieren.

Wie der digitale Graben inzwischen verläuft, lässt sich anhand der Entwicklung der Nutzergruppen im Vergleich zum Vorjahr deutlich ablesen:

DIGITALE AUSSENSEITER sind gemeinsam mit den Gelegenheitsnutzern die größte und gleichzeitig mit einem Durchschnittsalter von 64,9 Jahren die älteste Gruppe. Auch wenn ihr Anteil im Vergleich zum Vorjahr um 7% sank, haben sie nun ein noch geringeres Potenzial und

noch eingeschränktere Nutzungsmuster als im Vorjahr. Auch Kompetenzen und Wissensstand um die digitale Welt sind gering. So können nur 12% einen Brief am Computer schreiben und selbst unter Begriffen wie e-Mail oder Homepage können sich nur die wenigsten etwas vorstellen.

GELEGENHEITSNUTZER Nahezu unverändert ist der Anteil der Gelegenheitsnutzer. Die digitalen Möglichkeiten werden von dieser Gruppe nur spärlich genutzt. In der Regel verfügen sie aber über einen Computer und einen Drucker im eigenen Haushalt und haben Basiskompetenzen in Internetrecherche und Textverarbeitung. Bei der Nutzungsvielfalt beschränken sich die Gelegenheitsnutzer allerdings meist nur auf e-Mail, Internetsuche und Textverarbeitung.

BERUFSNUTZER haben im Vergleich zu den Gelegenheitsnutzern eine deutlich bessere digitale Infrastruktur am Arbeitsplatz. In Sachen Kompetenzen übertreffen die Berufsnutzer die vorherigen Gruppen deutlich. Nahezu 80% der Berufsnutzer verbringen aus beruflichen Gründen zwei oder mehr Stunden vor dem Computer. Die Nutzungsvielfalt beschränkt sich dabei hauptsächlich auf Anwendungen wie e-Mail, Textverarbeitung und Internetrecherche.

Die Initiative D21 veröffentlichte Anfang Dezember 2010 die zweite Ausgabe der Studie »Die digitale Gesellschaft – sechs Nutzertypen im Vergleich« und aktualisierte damit den Statusbericht der deutschen Gesellschaft auf dem Weg in die digitale Welt. Die Entwicklung sei zwar erfreulich, aber dennoch entwicklungsfähig, heißt es in der Studie.



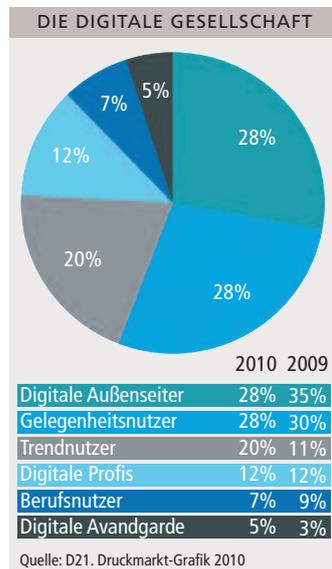
Die große Mehrheit der Bevölkerung Deutschlands ist laut der zweiten Studie der Initiative D21 nicht Teil der digitalen Gesellschaft. 63% sind nur wenig souverän im Umgang mit der digitalen Technik und ihren Medien.

TRENDNUTZER haben mit 9% das größte Wachstum aller Gruppen im Vergleich zum Vorjahr. Sie sind privat mit digitaler Technik ausgestattet und verfügen über einen Internetzugang. Zudem ist mit 57% der Trend zur mobilen Internetnutzung gerade bei dieser Gruppe stark ausgeprägt. Mit wenigen Ausnahmen verfügen Trendnutzer über umfassende Kompetenzen über die digitale Welt. Insgesamt gehen die Trendnutzer spielerisch und ohne große Ängste an digitale Themen heran. **DIGITALE PROFIS** verfügen sowohl zu Hause als auch im Büro über eine hervorragende digitale Infrastruktur. Darüber hinaus haben sie umfang-

ÜBER DIE INITIATIVE D21

D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft und umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.

› www.initiatived21.de



reiche Kompetenzen und professionelle Fähigkeiten. Über beinahe alle Fachbegriffe verfügen sie über eine sehr klare Vorstellung. Entsprechend werden sie gerne um Rat in Sachen digitaler Technik gebeten. Die Zeit vor dem Computer verbringen sie eher rational als mit Unterhaltung. **DIGITALE AVANTGARDE** Ein kleiner aber wachsender Teil der Bevölkerung zählt zur digitalen Avantgarde. Sie verfügt über die beste digitale Infrastruktur aller Gruppen. Auffallend hoch ist darüber hinaus die mobile und geschäftliche Internetnutzung. Ihre hohe Kompetenz in der digitalen Technik haben sie sich durch die beinahe zehn Stunden, die sie im Durchschnitt täglich vor dem Computer verbringen, angeeignet.

Die Studie »Digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich« steht zum kostenfreien Herunterladen zur Verfügung:

- › www.digitale-gesellschaft.info
- › www.tns-infratest.com/presse

iPad-Magazinverkäufe in den USA sinken

ERNÜCHTERUNG AN DER FRONT DER DIGITAL-ZEITSCHRIFTEN?

Wie das Online-Medium Meedia (www.meedia.de) berichtet, hat die amerikanische Auflagenkontrolle Audit Bureau of Circulations (ABC) Zahlen über die Verkäufe von iPad-Ausgaben von Zeitschriften veröffentlicht. Diese sind für die Verlage mehr als ernüchternd, da die Verkaufszahlen bei allen iPad-Versionen von Print-Magazinen wie »Wired«, »GQ« oder »Vanity Fair« deutlich sinken.

DAS US-MAGAZIN »WIRED« war im Juni 2010 einer der ersten Titel mit einer aufwändigen iPad-Ausgabe. Die erste Nummer auf Apples Tablet-Computer mit der Titelgeschichte zum Animationsfilm »Toy Story 3« soll sich über 100.000 mal auf dem iPad verkauft haben. Die folgenden »Wired«-Ausgaben verkauften sich den ABC-Zahlen zufolge dann im Durchschnitt nur noch 31.000 mal – mit sinkender Tendenz. Im Oktober setzte »Wired« nur noch 22.000 Exemplare auf dem iPad ab.

Ähnlich nüchtern fällt auch die Bilanz anderer im Condé-Nast-Verlag erscheinenden Magazine auf dem iPad aus. »Vanity Fair« soll im Schnitt 10.500 Exemplare für das iPad verkauft haben, wobei die November-Ausgabe nur noch von 8.700 Nutzern runtergeladen worden sein soll. Die iPad-Verkäufe von »Glamour« sanken um 20% im Oktober und nochmals um 20% auf 2.775 im November. »GQ« verkaufte im November 11.000 Exemplare auf dem iPad. Von Mai bis Oktober konnte das Männermagazin immerhin noch durchschnittlich 13.000 iPad-Exemplare verkaufen. »Men's Health« verkaufte im Durchschnitt 2.800 iPad-Ausgaben im Frühjahr. Im September und Oktober waren es jeweils nur 2.000 Exemplare. Viele andere Magazine, wie »The New Yorker«, »Esquire« und »People« melden ihre iPad-Verkäufe erst gar nicht an die Auflagenkontrolle.

DAS ONLINE-MAGAZIN »MASHABLE« hat die Zahlen ebenfalls analysiert und nennt einige Gründe für die Rückgänge. So sei der Preis der iPad-Ausgaben in vielen Fällen zu hoch. Außerdem seien die Ausgaben zu groß, brauchten zu lange, um zu laden, und belegten zu viel Platz auf dem iPad. Die Magazine seien im Gewühl des App-Stores zwischen all den Spielen und Gratis-Apps zu schwer zu finden und schließlich hätten die Verlage das Innovationstempo gedrosselt. Die meisten Ausgaben enthielten die gleichen Gimmicks und Techniken wie zu Beginn.

Dass die iPad-Verkäufe weiter sinken, müsse nicht so bleiben, spekuliert das Magazin: Wenn Apple den Magazinen ein eigenes Digital-Kiosk einrichte und die Verlage ein hohes Innovationstempo beibehielten, gebe es Hoffnung. Zudem wird erwartet, dass Magazin-Abos in Kürze via App-Store abgeschlossen werden können und mit einer verbesserten Version des iPad in diesem Jahr könnten die Magazinverkäufe wieder steigen.

Vielleicht ist das iPad aber doch nicht das beste Medium, um eine Zeitschrift zu lesen?



Praxispremiere in Wolgast

Hoffmann-Druck GmbH in Wolgast setzt auf KBA Rapida 75E

Das 1839 gegründete und seit 1898 im Besitz der heutigen Inhabersfamilie befindliche Unternehmen ist in einer Region ansässig, in der es kaum grafische Betriebe gibt. Hoffmann-Druck ist entsprechend gut ausgestattet mit Kleinformat-Druckmaschinen (Ein- und Vierfarben), Schneide-, Falz- und Zusammentragmaschinen, Klebebinder, Geräten zum Stanzen, Bohren, Eckenrunden, Einschweißen und zur Kalenderfertigung sowie einer moderne Druckvorstufe, deren Mitarbeiter auch Design- und Agenturleistungen erbringen. Das Equipment ist in der Regel nicht älter als drei bis vier Jahre. Nur Hardcover-Produktionen, großformatige Stanzungen und Oberflächenveredelungen (Kaschierungen oder UV-Lackierungen) erfolgen bei Partnern in Berlin oder Rostock.

Da zum größten Teil Schön- und Widerdruckaufträge produziert werden, hatte das Unternehmen schon bisher eine Vierfarben-Wendemaschine eingesetzt. Es lag also nahe, wieder eine Halbformatmaschine mit Bogenwendung zu bestellen. Das fünfte Farbwerk erlaubt zusätzlich den Einsatz von Schmuckfarben in einem Bogenlauf. Bisher war dafür ein erneuter Druckgang erforderlich. Da Oberflächenveredelungen

ebenfalls immer häufiger angefragt werden, war die Integration eines Lackturmes naheliegend.

Kompakte Bauweise überzeugt

Nach Marktrecherchen kamen drei Maschinenhersteller in die engere Auswahl, als »Raumwunder« machte angesichts der engen Gegebenheiten die Rapida 75E das Rennen. Ihre kompakte Bauweise überzeugte Geschäftsführer Sebastian Ruge und seinen Schwager Karsten Lange, der die kaufmännische Leitung innehat. Daneben waren Automatisierungseinrichtungen wie Plattenwechsel (auch halbautomatischer Lackformwechsel), Formatverstellung, Diagonalregister – einfach alles, was die Rüstzeiten verkürzt – die Druckleistung von 15.000 Bg/h im Schön- und im Wendebetrieb sowie die optional auf 0,8 mm erweiterte Bedruckstoff-Stärke entscheidend. Bei der Vorgängermaschine war jeder Jobwechsel noch mit viel Handarbeit verbunden. Bei kleinen Plakatauflagen mit 50 oder 100 Exemplaren kommen die kurzen Rüstzeiten der Rapida 75E voll zum Tragen. In Stoßzeiten produziert das 25-Mann-Unternehmen auch schon mal im Dreischichtbetrieb: Druckprodukte für den Tourismus in der Ferienregion Mecklenburg-Vorpommern, für die regionale Wirtschaft,

Im Oktober nahm bei Hoffmann-Druck in Wolgast im äußersten Nordosten der Bundesrepublik die erste Rapida 75E in Deutschland die Produktion auf. Die weitgehend automatisierte und gegenüber der Vorgänger-Baureihe schnellere Halbformat-Generation von KBA feierte auf der IpeX ihre Premiere.



Hoffmann-Druck liegt in Sichtweite der markanten Klappbrücke über den Peenestrom auf der Insel Usedom.

Text und Bilder: KBA



Die Bogenwendung nach dem zweiten Druckwerk und der Lackturm am Ende machen die Rapida 75E-Fünffarbenmaschine bei Hoffmann-Druck zu einem flexiblen Produktionsmittel.



Zehn Tage nach Montagestart produzierte die Rapida 75E den ersten Kundenauftrag.

Verlage und einige größere Kunden aus Schleswig-Holstein, Nordrhein-Westfalen, Berlin und Sachsen bestimmen das Auftragspektrum.

Start für Inline-Lackiertechnik

Die Rapida 75E ist nicht die erste KBA-Druckmaschine im Unternehmen. Bereits Emil Hoffmann, der Großvater von Sebastian Ruge, hatte nach dem Zweiten Weltkrieg mit einer A1-Maschine von Koenig & Bauer gedruckt. Aber mit der Neuen ist erstmals auch die Lackiertechnik ins Unternehmen eingezogen.

Gestartet wird mit Schutzlack für die schnelle Weiterverarbeitung und vollflächigen Glanzlackierungen. Später sollen Spotlack und Drip-Off-Effekte hinzukommen.

Durch das florierende Tourismus-Geschäft an der Ostsee-Küste und viele kleinere Auftraggeber konnte Hoff-

mann-Druck die Finanz- und Wirtschaftskrise der vergangenen Monate gut umschiffen. Kurzarbeit war kein Thema. Allerdings ist der harte Wettbewerb durch Online-Druckportale auch am Rande Deutschlands spürbar. Viele Kunden, die eine intensive Beratung schätzen, lassen aber weiter bei den Hoffmännern drucken oder sind nach anderen Experimenten zu ihnen zurückgekehrt. Zur Inbetriebnahme der KBA Rapida 75E hatte Hoffmann-Druck alle beteiligten Unternehmen und Lieferanten eingeladen. Für das Ereignis wurde die etwa 900 m² große Produktionshalle renoviert und mit einem neuen Fußboden versehen. In Verbindung mit dem modernen Maschinenpark präsentierte sich das Unternehmen von der besten Seite.

Im März 2011 wird Hoffmann-Druck die nördlichste Station der aktuellen KBA-Roadshow »Route 75« sein.

- » www.hoffmandruck-gmbh.de
- » www.route75.de
- » www.kba.com



Zur Inbetriebnahme der ersten Rapida 75E in Deutschland übergab KBA-Vertriebsleiter Michael Grieger (l.) eine historische Koenig & Bauer-Aktie an die Geschäftsleitung von Hoffmann-Druck mit v.l.n.r. Antje Lange, Sibille Ruge, Sebastian Ruge und Karsten Lange.

W&W Gruppe

EIGENPRODUKTION MIT DER FORMSTANZE NAGEL DFC (DIGITAL-FLEXO-CUT)

1999 aus dem Zusammenschluss der Traditionsunternehmen Wüstenrot und Württembergische entstanden, verbindet der börsennotierte Konzern mit Sitz in Stuttgart BausparBank und Versicherung als gleich starke Säulen. Mit sechs Millionen Kunden und 6.000 Außendienst-Partnern hat sich die W&W-Gruppe als größter unabhängiger und kundenstärkster Finanzdienstleister Baden-Württembergs etabliert. Als zentraler Dienstleister des Konzerns übernimmt die W&W Service GmbH den Druckservice, der am Standort Ludwigsburg untergebracht ist.

Den Bereich der Weiterverarbeitung hat die W&W Service GmbH um die Nagel Formstanze DFC (Digital-Flexo-Cut) erweitert. So können diverse Anwendungen auch in kleinen Auflagen oder sogar personalisiert flexibler und kostengünstiger produziert werden. Stanzaufträge müssen nicht mehr außer Haus gegeben werden, sondern können nach Bedarf in Eigenproduktion hergestellt werden.

Die Stanzform wird basierend auf einer Datei erstellt, die frei von der W&W Service GmbH erarbeitet werden kann. Generell können alle erdenklichen Formen gestanzt werden, sodass der Form des Endproduktes keine Grenzen gesetzt sind. Stanzen, Perforieren, Prägen, Rillen,

Etiketten-Anstanzen; selbst innerhalb der jeweiligen Anwendungen der DFC sind Variationen möglich. Das wurde bisher nur von teuren Großanlagen geboten. Die Formate sind völlig frei wählbar (170 x 90 mm bis 500 x 350 mm) und auch im zu verarbeitenden Material ist die DFC sehr flexibel – eine Verarbeitung von Papier und Karton bis zu 450 g/m² und PE-Materialien ist möglich. Dank der kurzen Einrichtzeit lohnen sich auch kleine und häufig wechselnde Auflagen. Trotzdem sind die Jobs aufgrund einer Geschwindigkeit von bis zu 2.300 Stück/h (Standard DIN A4) schnell erledigt. Der Druck kann Digital oder Offset erfolgen, was zusätzliche Flexibilität schafft.

Das Prinzip der Formstanzung basiert auf einem hochwertigem Magnetzyliner und metallischen Stanzblechen. Ein Stanzblech kann abhängig vom zu bearbeitenden Material für bis zu 500.000 Anwendungen eingesetzt werden und ist trotzdem weit unter den Preiskategorien der Stanzformen größerer Maschinen zu finden.

»Die einfache Bedienung ermöglicht eine einfache Bearbeitung spezieller Aufträge in variierenden Auflagen«, bestätigt der Bediener der DFC, Herr Steinebronn. Die DFC kann selbst von wechselndem Personal bedient werden, da die Bedienung der DFC schnell erlernbar ist. Mit dem Nagel-Vertragshändler Wilhelm Leo's Nachfolger GmbH steht dem Druckservice der W&W Service GmbH ein kompetenter Ansprechpartner für die Beratung und Betreuung sowie für technische Serviceleistungen zur Seite.

- » www.ww-service-gmbh.de
- » www.ernstnagel.de



Sven Strohner von W. Leo's Nachf. und Walter Binder von W&W Service vor dem neuen System.



**News Limited, Australien
PARTNERSCHAFT MIT KBA
FORTGESETZT**

Der australische Medienkonzern News Limited bestellte kürzlich für den Druckstandort Darwin eine einfachbreite Achterturmrotation im Gummi-Gummi-Druckverfahren von Koenig & Bauer. Ab Ende 2011 wird die dritte Comet bei News Limited die Northern Territory News drucken.

➤ www.kba.com

**Xerox Lösung Mobile Print
OHNE KABEL ODER USB-
SCHNITTSTELLE**

Mit Mobile Print von Xerox ist es möglich, unabhängig vom Standort Dokumente, e-Mails oder Präsentationen vom Smartphone und anderen mobilen Endgeräten zu drucken. Mit zwei Treibern, dem Xerox Mobile Express und dem Global Print Driver, ist eine unkomplizierte Handhabung aller Druckaufträge möglich.

**Linoprint kooperiert
LACKIERTE VERPACKUNGEN
HOCHWERTIG BEDRUCKEN**

Linoprint, ein Geschäftsfeld der Heidelberger Druckmaschinen AG, und Weilburger Graphics kooperieren. Die Drop-on-demand Inkjet-Drucksysteme von Linoprint drucken an beliebiger Stelle direkt auf die lackierte Oberfläche. Dazu hat Linoprint die Tinten speziell auf das Bedrucken der gemeinsam entwickelten Lacke abgestimmt.

**Epson AcuLaser C3900N
LEISTUNG, FLEXIBILITÄT UND
NIEDRIGE BETRIEBSKOSTEN**

Epson baut sein Angebot an Farblaserdruckern aus: Die AcuLaser C3900N-Serie drucken in Farbe und Schwarzweiß bis zu 30 Seiten pro Minute und enthalten PCL6- und PS3-Emulationen sowie einen integrierten Netzwerkanschluss. Ergiebige Tonerkassetten und Doppelpacks für Schwarz sollen die Kosten pro Seite minimieren.

Horizon

**NEUE 2 KG-PUR-BEUTELPRESSE-
VORSCHMELZEINHEIT**

In Verbindung mit dem Q-JET-Düsensystem bietet Horizon ab sofort eine neue PUR-Vorschmelzeinheit für 2-kg-Gebinde an. Dabei wird deutlich weniger Klebstoff aufgeschmolzen als bei 20-kg-Gebinden. Durch die geringere Klebstoffmenge, die thermisch belastet wird, lässt sich der Klebstoff speziell im Bereich der Klein- und Kleinst-Auflagen effizient verarbeiten. Mit Pressstempel, einer beschichteten



Schmelzplatte und einem beheizten Schlauch übernimmt die Vorschmelzeinheit komplett die Versorgung der Düse mit PUR-Klebstoff. Die eigentliche Dosierung der Klebstoffmenge und deren Auftrag auf den Buchblock erfolgen direkt im Düsenkopf.

➤ www.horizon.de

**Roland 700 HiPrint
MEHGRÖ DRUCKT UMWELT-
FREUNDLICH IM 3B-FORMAT**

Ende September feierte die Mehgro Werbung GmbH die Einweihung einer neuen Druckhalle, in der eine neue Roland 700 HiPrint mit fünf Druckwerken und einem Inlinelackierwerk sowie Weiterverarbeitungsanlagen Platz finden. Mit diesen Investitionen machte Mehgro in puncto Ökologie einen Schritt nach vorn. Strom-, Wasser-, Wärme- und Kälteversorgung sind in einem ganzheitlichen, ressour-



cesparenden Energiekonzept integriert. Mit der Roland 700 HiPrint im 3B-Format, lassen sich jetzt auch Papiere mit höheren Grammaturen sowie starke Kartonagen verarbeiten. Dieses Geschäftsfeld will Mehgro weiter ausbauen. Besonders Kunden mit hohen Auflagen interessiert die schnelle Weiterverarbeitung mit den verschiedenen Stanzmöglichkeiten, entweder inline nach dem letzten Druckgang in der Roland 700 HiPrint oder offline nach dem Heft- oder Falzprozess.

➤ www.manroland.com

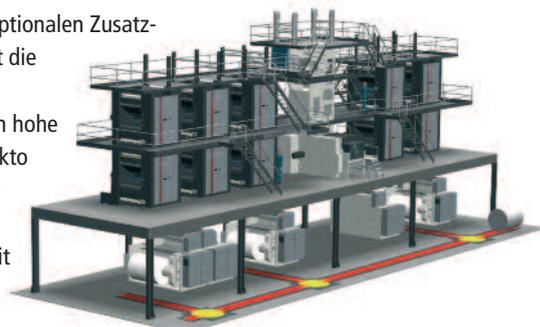
Goss International

**NEUE UNIVERSAL-DRUCKMASCHINE
FÜR HÖHERE DRUCKLEISTUNG**

Goss hat eine neue einfachbreite Variante der Universal-Modellreihe vorgestellt, die eine höhere Produktivität und moderne Funktionen für den Zeitungs- und Semicommercial-Druck bieten soll. Die Druckeinheiten der Universal 2x1-Rotation sind mit Gummitchspannvorrichtungen ausgestattet, die in Hochleistungsakzidenzdruckmaschinen zum Einsatz kommen. Daher kann die Universal mit einfachem Zylinderumfang eine höhere Leistung erzielen, da herkömmliche Gummitcher für die besonders schmalen Gummitchspannkanäle (Microgap-Technologie) verwendet werden können. Das neue Maschinenmodell ist in Abschnittlängen von 530 mm bis 630 mm und in Bahnbreiten von 840 mm bis 1.000 mm lieferbar. Neben der großen Auswahl an Konfigurationen und optionalen Zusatzaggregaten bietet die Maschine nach Herstellerangaben hohe Flexibilität in puncto Bahnführung und Falzvarianten, unter anderem mit einer Viertel-falzoption zur

Herstellung zusätzlicher Formate. Die wellenlose Konstruktion mit einem Motor je Druckeinheit vereinfacht die Bedienung und Konfiguration der für eine Leistung von 75.000 Exemplaren in der Stunde ausgelegten Universal 2x1 und erlaubt die Integration von Automatisierungsfunktionen. Hierzu zählen das automatische Einziehen der Papierbahn, Synchronisierung der Drucktürme und des Schwertfalzes, Einstellung des Anpressdrucks sowie Farb- und Registervoreinstellung auf der Grundlage von CIP3, CIP4/JDF-Dateien. Zudem sichern Ferndiagnosefunktionen rund um die Uhr die technische Unterstützung durch Goss.

➤ www.gossinternational.com





Océ JetStream 1500 T-SYSTEMS ERFÜLLT BUNTE KUNDENWÜNSCHE

T-Systems geht den Schritt zum farbigen Transaktionsdruck und hat dafür zwei Océ JetStream 1500 installiert. Mit den Hochleistungs-Twin-Systemen produziert der CRM-Dienstleister mehrere Millionen Rechnungen, Versicherungsunterlagen und Standardbriefe im Monat und nutzt dabei die Vorteile des Digital-Inkjet-Drucks.

Die T-Systems-Tochter MDocS (Managed Document Services) ist Anbieter von Komplettlösungen rund um das Dokumenten-Management und Vorreiter des farbigen Massentransaktionsdrucks. Am Standort Weingarten unterhält das Unternehmen eines der größten Print- und Archivierungszentren Europas mit einem Output von fünf Millionen Seiten und 1,5 Millionen Aussendungen pro Tag.

Die Océ JetStream 1500, die bis zu 100 Meter oder 1.350 DIN-A4-Seiten pro Minute produzieren kann, wird hauptsächlich für den Druck von Rechnungen, Versicherungsdokumenten und Kontoauszügen eingesetzt. »Wir können unsere Kunden künftig vom Schwarzweißdruck in den hochvolumigen Farbdruck migrieren und damit Kommunikationstechnologien wie Transpromo zur Geschäftsunterstützung anbieten«, erklärt Peter Dehm, Prokurist bei T-Systems MDocS in Weingarten und verantwortlich für den Bereich Strategie.

➤ www.oce.de

Herma RECYCLING VON SILIKONISIERTEM UNTERLAGENPAPIER

Als erster Haftmaterial-Hersteller führt Herma nicht mehr benötigtes silikonisiertes Unterlagenpapier einem Recyclingprozess zu und animiert seine Kunden, ebenfalls daran mitzuwirken. Das Unternehmen aus Filderstadt arbeitet dazu eng mit Cycle4green zusammen, das 2009 ein spezielles Verfahren entwickelt hat, um das Silikon abzuschneiden. Der österreichische Papierhersteller Lenzing stellt daraus unter anderem Fein- und Spezialpapiere her.

»Wir kommen damit dem ›Cradle to Cradle‹-Prinzip schon recht nahe, also einem mehr oder weniger ge-



schlossenen Stoffkreislauf«, betont Herma-Geschäftsführer Dr. Thomas Baumgärtner. Das bislang vorherr-

schende Recycling bei Papier oder Kunststoff sei oftmals eigentlich eher ein ›Down-Cycling«, da die neuen Produkte meist von deutlich minderer Qualität seien als das Ausgangsmaterial. Für silikonisierte Papiere habe es bislang überhaupt keine Wiederaufbereitung gegeben. Pro Jahr führt Herma nun etwa 100 Tonnen silikonisiertes Papier dem echten Recycling-Prozess wieder zu. In ganz Europa fallen nach Angaben von Cycle4green 250.000 Tonnen Abfall an silikonisiertem Papier an. Cycle4green holt das Material ab einer Mindestmenge von fünf Tonnen europaweit ab.

Canon PLATTFORM ZUR SCAN- UND DRUCKPROZESSSTEUERUNG

uniFlow ist eine von NT-ware entwickelte Software-Plattform für die Kontrolle und Verwaltung sämtlicher Scan-, Kopier- und Druckvorgänge mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche auf einer einzigen Plattform. Es wurde entwickelt, um das Potenzial der Multifunktionsgeräte (MFP) auszuschöpfen. uniFlow lässt sich auf Canon-Systemen und Geräten anderer Hersteller einsetzen. Durch den modularen Aufbau kann das System genau auf die Anforderungen eines Unternehmens konfiguriert werden.

Durch die Kontrolle der Prozesse auf dem MFP erlaubt uniFlow dem IT-Administrator die Verwaltung eines Systems mit nur einem Satz Benutzeraccounts und einer Datenbank. Der User interagiert nahtlos mit dem Multifunktionsgerät und kann auf sämtliche Funktionen zugreifen, ohne die Bedienung einer neuen Oberfläche erlernen oder sich bei Verwendung einer neuen Funktion erneut authentifizieren zu müssen.

Druckaufträge können nach zuvor festgelegten Einstellungen gesteuert werden. So wird beispielsweise ein fünfseitiges Schwarzweiß-Dokument auf dem am nächsten gelegenen Multifunktionsystem gedruckt, während ein gebundenes 100-Seiten-Dokument für eine kosteneffektivere Lösung an die Hausdruckerei geleitet würde.

➤ www.canon.ch

Ferag MIT STREAMFOLD ZU LUKRATIVEN AUFTRÄGEN

Der Versandraum von Schibsted Trykk im Druckzentrum Nydalen (Oslo) gehört zu den eindrucklichsten Anlagen im ganzen skandinavischen Raum. Angesichts der sechs Hochleistungseinstecksysteme der MSD-Klasse scheint die jüngste Investition in eine Dreifalzzlinie StreamFold wenig spektakulär. Umso bedeutungsvoller ist die Neuan-schaffung aus Sicht des Mehrwerts, den Schibsted Trykk erzielt.



Im August startete die erste Dreifalzzproduktion mit einer 400.000er- und einer 20.000er-Auflage, beides zweiwöchentlich erscheinende Gratiszeitungen. Inzwischen wurden weitere Aufträge hinzugewonnen, unter ihnen eine wiederkehrende 1.000.000-Auflage sowie ein Produkt mit 380.000 Exemplaren. StreamFold ist in die bestehenden Systemstrukturen integriert. Die Matrix-Weiche ermöglicht die Beschickung über alle sieben Auslagen der Druckmaschinen, wobei eine MultiDisc-Abwickelstation als dynamisches Interface zwischen dem Weichenkomplex und der Dreifalzzlinie dient.

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die in Emden ansässige Firma **Nordplakat** weitete mit dem neuen **HP Scitex TJ8300** ihre Angebote im Bereich des personalisierten Breitformatdrucks auf PVC aus. • Bei **Bilnet Matbaacilik** in Istanbul, einem der führenden türkischen Druckunternehmen für hochwertige Bücher und Akzidenzprodukte, sind seit Juli 2010 im Abstand von jeweils vier Wochen drei **KBA Rapida**-Bogenmaschinen im Mittel- und Großformat in dort noch nicht alltäglicher Konfiguration in Produktion gegangen. Die drei hoch automatisierten KBA Rapida sind Teil eines 40 Millionen Euro umfassenden Investitionspaketes. • Der Zeitungsdrucker **Union Druckerei Weimar GmbH** in Nohra, Thüringen, ist die erste Druckerei Deutschlands, die das verbesserte Registerregelungssystem von **QuadTech** mit Fan-Out-Regelung installiert hat, um den Papierverzug während der Fertigung zu vermeiden. • Die **Nuceria Adesivi Group**, ein italienisches Verpackungsunternehmen, hat die Qualitätskontrolle seiner Etiketten mit der Installation des Kontroll- und Weiterverarbeitungssystems **Jupiter TC280** von **Prati** optimiert.



Neues für Verpackungsspezialisten

Bobst eröffnet Verpackungsspezialisten neue Märkte mit einer ergänzten Produktpalette

Die Masterflex-HD ist eine Lösung für den Flexodruck auf Well- und Vollpappe. Dank der Integration ausgefeilter Kontrolltechniken und präziser, automatischer Registerstellungen ermöglicht die Maschine den Einsatz feiner Rasterwalzen und Klischees. Im Ergebnis können Markenhersteller ihre Verpackungslösungen von Voll- auf Wellpappe umstellen. Dabei profitieren sie sowohl vom reduzierten Gewicht der Verpackungen als auch von der kostengünstigeren Fertigung. Darüber hinaus eröffnet die Masterflex-HD neue Perspektiven beim Bedrucken brauner Schachteln. Das verdankt sie einem neu entwickelten System in Verbindung mit Fx-Colors, das eine neue Technologie zur Farbtrennung nutzt und auf Recycling-Papieren glänzende Bilder druckt.

Sylvain Rebet, Leiter Verkauf und Marketing für Druckmaschinen, Flachbettstanzen und Prägefolien-druckmaschinen von Bobst: »Heute setzen viele Kunden ihre Masterflex-Druckmaschinen bei Aufträgen ein, die früher im Offset auf Vollpappen gedruckt oder kaschiert wurden.« Dabei spielt eine weitere Systementwicklung eine Schlüsselrolle. Das »Start & Go-System« liest Druckmarken auf dem Bogen, stellt das

Farbregister jedes Druckwerks anhand dieser Informationen automatisch ein und sorgt während der Produktion dafür, dass diese Einstellungen gehalten werden. Es passt die Drucklängen, Klischeeschragstellungen und sowohl die Quer- als auch die Längsregister automatisch an. Beim Einstellen der Druckmaschine sind nur noch wenige Bogen erforderlich und die Maschine hält das Druckregister über die gesamte Auftragslänge. Die Maschine verarbeitet flexibel alle gängigen Wellpappenarten und kaschierten Materialien bis zu einer Stärke von 9 mm. Die Masterflex-HD kann mit dem neuen Bobst iQ300-Qualitätskontrollsystem ausgestattet werden, das jeden einzelnen Bogen mittels Kameras überprüft. Alle Bogen, die nicht den von Kunden individuell definierbaren Qualitätskriterien entsprechen, werden ausgeschleust – egal, ob es sich dabei um Fehler im Druck oder fehlerhafte Bogenoberflächen handelt.

Die während der Competence'10 gezeigte Masterflex-HD war mit dem neuen automatischen Bogen-einleger Loader-ML ausgestattet. Beim Loader-ML handelt es sich um einen Beschicker mit Einzelbogenabnahme, der mittels Schuppenstrombildung einen kontinuierlichen Bogentransport sicherstellt. Neben Mikro- bis Doppel-Doppelwellpappe

Anlässlich der Open House-Veranstaltung Competence'10 Mitte September in Lausanne stellte Bobst einige Neuheiten für den Verpackungsmarkt vor. Neben der Flexodruckmaschine Masterflex HD waren die Flachbettstanze Expert-cut 1.6 und die Masterfoil 106 weitere Highlights.



Die Expertcut 1.6 ist eine neue Wellpappen-Flachbettstanze für das mittlere Leistungssegment und für Produktionsgeschwindigkeiten bis zu 6.000 Bogen pro Stunde ausgelegt.

und kaschierter Wellpappe wird auch Vollpappe ohne Beschädigung zum Einleger transportiert.

Expertcut

Daneben stellte Bobst mit der Expertcut 1.6 eine neue Wellpappen-Flachbettstanze für das mittlere Leistungssegment vor. Die Expertcut 1.6 ist für Produktionsgeschwindigkeiten bis zu 6.000 Bogen pro Stunde ausgelegt. Auftragswechsel sind binnen weniger als acht Minuten möglich, was die hohe Produktivität der Maschine unterstützt. Zudem zeichnet sie sich durch geringen Platzbedarf aus.

Die Expertcut 1.6 verfügt über einen neuen Tiegel, der eine höhere Produktivität und eine bessere Kontrolle über den Stanzprozess sicherstellt. Dank weiterer Innovationen im Einleger, in der Ausbrechstation und in der Auslage arbeitet die Stanze noch zuverlässiger, was ihre Produktivität weiter erhöht. Zudem reduzieren vulkanisierte Kettenführungen und die verbesserte Isolierung die Geräuschentwicklung. Bedient wird die Maschine über einen farbigen Tastbildschirm mit »Smart Setting«, der eine bessere Kontrolle über den Stanzprozess ermöglicht. Mit zwei Optionen passt sich die Standardmaschine flexibel an individuelle Anforderungen von Kunden

an. So lässt sich die ohnehin schon hohe Präzision der Expertcut mit dem »Accuracy Pack« noch weiter steigern. Diese Option umfasst unter anderem das Registersystem Power Register, das alle Bogen in ein perfekt zum Druck ausgerichtetes Stanzregister bringt – was insbesondere bei der Verarbeitung kaschierter Wellpappen und Vollpappen nützlich ist. Das »Accuracy Pack« beinhaltet zudem das seitliche Gebläse am Einleger und ein Greiferöffnungssystem in der Ausbrechstation. Mit dem »Productivity Pack« inklusive Bremsbürste, Hebevorrichtung in der Auslage, Einführung ohne Unterbrechung und einer Pakethöhe von 300 mm lässt sich die Produktionsleistung der Maschine auf bis zu 6.000 Bogen pro Stunde steigern.

Masterfoil

Bislang nicht gekannte Präzision und Qualität bei gleichzeitig hoher Produktivität bietet nach Angaben von Bobst die Masterfoil 106 PR im Prägefoliendruck. Bei einer Leistung bis 8.000 Bogen pro Stunde weist die Maschine mehrere Innovationen auf. Zu den wichtigsten Neuerungen zählen allem voran das neue Foil Touch Tiegel-Konzept, das intelligente Anlegersystem Smart Feeder, das dynamische Registersystem Power



Mit der Flexodruckmaschine Masterflex-HD setzt Bobst einen neuen Standard in Sachen Qualität und Produktivität im Highend-Flexodruck auf Well- und Vollpappe.

Register II, das automatische Folienabwickelsystem Easy Foil und das ergonomische Maschinen-Layout. Highlight der Maschine ist das sogenannte Foil Touch System. Hinter dem Namen verbirgt sich der neu gestaltete Tiegel und hier genauer die Bewegung des Untertiegels, die selbst bei höchster Produktionsleistung 50% längere Kontaktzeiten zwischen Folie und Bogen ermöglicht. Das wiederum erlaubt ausgezeichnete Ergebnisse bei allen Arten des Folienauftrags, seien es nun einfache oder mit Reliefprägung kombinierte, großflächige oder sehr feine Prägungen. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal der Masterfoil 106 PR ist, dass das Abprägen von Folien schon ab 13 mm von der Bogenvorderkante möglich ist.

Der Smart Feeder sorgt nach Angaben des Herstellers für einen perfekten Einzug der Bogen (Papier, Karton oder Mikrowelle) in Formaten bis

1.060 x 760 mm. Die Maschine verarbeitet leichte Papiere ab 70 g/m², Kartons bis 2.000 g/m² und Wellpappe bis 2 mm Stärke. Durch die Bogenvorausrichtung in Kombination mit Power Register II reduziert der Smart Feeder die Zahl der Stopper laut Bobst im Vergleich zu herkömmlichen Bogenanlegersystemen um bis zu 70%. Gleichzeitig garantiert das System ein perfektes Register zwischen Druck und Folie. Power Register II misst die Positionen der Druckbilder mit Hochleistungskameras und korrigiert die Bogen anschließend automatisch während der Bewegung. Das heißt, ohne Anhalten der Bogen und ohne mechanische Anschläge. So unterstützen Smart Feeder und Power Register Präzision und Produktivität im Prägefoliendruck.

► www.bobstgroup.com





**KBA Rapida 75
LEISTUNGSPAKET STÄRKT
WACHSTUM UND SERVICE**

Die KBA Rapida 75 im Halbformat 53 x 75 cm überzeugt auch in Südafrika bei Collage Litho Quality Printers in Johannesburg. Dort produziert seit einigen Monaten eine Fünffarbenmaschine ein breites Spektrum hochwertiger Drucksachen für den nationalen Markt mit Schwerpunkten Johannesburg, Kapstadt und Durban.

**OKI erweitert Executive Series
FARB-LED-MULTIFUNKTIONS-
DRUCKER OKI ES5461MFP**

OKI Printing Solutions bietet mit dem Farb-LED-Multifunktionsgerät (MFP) ES5461MFP ein neues Modell für seine optimierte Executive Series. Das ES-MFP wartet mit umfangreichen Features für Drucken, Scannen, Kopieren und Faxen auf. Duplex-Ausstattung mit Dokumenteneinzug inklusive Wendeeinheit gehören zum Standard.

**Planatol Gruppe
MIT NEUEM AUFTRITT IM
INTERNET**

Ende November ging der neue Internetauftritt der Planatol-Gruppe in deutscher Sprache online. Die Seite informiert über die vier Bereiche der Unternehmensgruppe: Klebstoffe, Falzklebesysteme, Klebeschnüre, Beschichtung und Klebebindegeräte sowie lösemittelfreie Klebebänder und -filme.
 > www.planatol.de

**Toppan Leefung Printing, China
CHINESISCHE MAGAZINE SIND
BALD ROTOMAN-PRODUKTE**

Für hochwertige Druckprodukte benötigt man Druckmaschinen, die wirtschaftlich und flexibel arbeiten. Toppan wählte daher eine Rotoman, um Chinas Hochglanzmagazine zu produzieren. Die Leistung des manroland-Teams sowie die Empfehlungen von mehreren Druckpartnern überzeugten die Verantwortlichen bei Toppan.

**HP
COLOR LASERJET ENTERPRISE
MODELLE**

Für die neue HP Color LaserJet Enterprise CP5520 Serie sind selbst hochvolumige Aufträge einfach und problemlos zu erledigen: Mit einer monatlichen Spitzenleistung von bis zu 120.000 Seiten drucken die drei Geräte der Serie von der Postkarte bis zum Poster alle Größen und Formate. Dank Instant-On-Technologie verringert sich der Energieverbrauch der neuen Enterprise LaserJets um bis zu 50% – womit sich die Modelle die Energy-Star Zertifizierung verdient haben. Trotzdem dauert es nur knapp zehn Sekunden bis im Stromsparmodus der erste Ausdruck im Schacht liegt. Mit einem empfohlenen Druckvolumen von 2.500 bis 10.000 Seiten monatlich und einer maximalen Papierkapazität von 2.350 Seiten garantiert die neue HP LaserJet Serie einen reibungslosen Arbeitsablauf. Automatischer Duplex-Druck und die HP Advanced Auto Media Sensing Technologie, die die jeweilige Mediengröße und Papierart ohne Voreinstellung erkennt, sind weitere Modell-Highlights. Alle Modelle drucken bis zu 30 Seiten pro Minuten schwarzweiß oder in Farbe.

> www.hp.com

**Ricoh bringt neue Farbsysteme
AFICIO MP C4501 UND AFICIO
MP C5501**

Produktivität, Effizienz und einen verbesserten Workflow bringen die neuen Farbdrucksysteme Aficio MP C4501 und Aficio MP C5501 für mittelgroße Arbeitsgruppen und erfüllen hohe Sicherheitsstandards. Der geringe Stromverbrauch, schnelle Aufwärmzeiten und die Möglichkeit, im energiesparenden ECO-Mode zu drucken, sorgen für einen umweltfreundlichen Betrieb. Die multifunktionalen Systeme



zeichnen sich nach Angaben des Herstellers darüber hinaus durch praktische Funktionen wie Scan-to-USB und einen doppelseitigen Scanmodus aus. Bei einem monatlichen Volumen von bis zu 50.000 Seiten drucken sie 45 beziehungsweise 55 Seiten pro Minute in Schwarzweiß und Farbe, verarbeiten Grammaturen bis 300 g/m² und eignen sich für das Drucken von dicken Materialien.
 > www.ricoh.de

**Flint Group
NYLOFLEX AUTOMATED PLATE
PROCESSOR**

Die Verarbeitung von Flexodruckplatten ist derzeit noch weit von effizienten Lösungen zur Automatisierung entfernt, obwohl diese bei anderen Druckverfahren, wie Offset- und Tiefdruck fest etabliert sind. Mit der Einführung des nyloflex Automated Plate Processors (APP) im ersten Quartal 2011 bietet Flint Group Flexographic Products erstmals eine vollautomatische Produktionslinie für Flexodruckplatten.



Der nyloflex APP verbindet einen Rundbürstenwascher, einen Trockner mit acht Schubladen, eine Einheit zur Nachbelichtung und Lichtnachbehandlung (UV-A/UV-C) und eine Ausgabereinheit mit acht Schubladen. Insgesamt können bis zu 120 Platten/320 m² pro Tag mit einem maximalen Plattenformat von 1.320 mm x 2.032 mm (FV Format) und einer Plattenstärke von 0,7 mm bis 7,0 mm verarbeitet werden.
 > www.flintgrp.com

**Pitney Bowes
NEUE GENERATION DER
INTELLIJET-DRUCKSYSTEME**

Pitney Bowes bietet das Drucksystem IntelliJet 30 nun mit einer optionalen Druckgeschwindigkeit von 183 Metern pro Minute und einem neuen 20,5-Zoll-Webformat an. Damit ermöglicht das System eine bis zu 300% höhere Produktivität. Das Drucksystem war das erste System, das eine nahtlose Integration von Druck- und Weiterverarbeitungsprozessen bot. Dadurch können große Mengen an Transaktionsdo-



kumenten hergestellt, die Arbeitsabläufe rationalisiert und der Wert der Kundenkommunikation maßgeblich gesteigert werden. Pitney Bowes und HP arbeiten seit dem Start der Produktserie im Jahr 2009 zusammen. Das IntelliJet Drucksystem von Pitney Bowes druckt 100% variable Daten bei einer Geschwindigkeit von bis zu 183 Metern pro Minute mit einer Breite von 20,5 oder 30 Zoll und einer Farbqualität von 1.200 x 600 dpi.
 > www.pitneybowes.de



InkZone

DIGITALE FARBZONEN- STEUERUNG

Seit fast zehn Jahren ist mit InkZone eine von Druckmaschinenherstellern unabhängige Lösung für den Farbmess- und Regelvorgang auf dem Markt und an Tausenden Bogenoffsetmaschinen in aller Welt installiert.

2010 hat der Schweizer Systementwickler Digital Information InkZone auch zur Vernetzung mit Illustrationsrollen-Offsetsystemen verschiedener Hersteller freigegeben. InkZone läuft an Maschinen von KBA, Heidelberg, Goss, Harris, manroland, Müller-Martini, Drent Goebel, Sanden, Komori, Mitsubishi etc. Im Laufe des Jahres 2011 soll die Kompatibilität mit fast allen Herstellern sichergestellt werden, wie dies im Bogenbereich bereits der Fall ist. Im Rollenoffsetdruck ermöglicht der preisgünstige Farbzonens-Pre-Set mit InkZone Einsparungen bei der Papiermakulatur. Ergebnis sind Amortisationszeiten von wenigen Monaten und eine bessere Ökobilanz. Durch den Einsatz handelsüblicher Scan-Spektralphotometer lässt sich das Einhalten von Farbnormen (ISO-Standard, SWOP, etc.) überwachen und die Farbführung der Druckmaschine online steuern. Die von InkZone gemessenen Werte sowie die ausgeführten Korrekturen in der Farbführung werden für den Qualitätsnachweis protokolliert.

➤ www.digiinfo.com

Neues von Heidelberg für die Etikettenproduktion

SPEEDMASTER XL 105 FÜR ROTATIVES STANZEN IN DER DRUCKMASCHINE

Heidelberg hat das Produktportfolio um eine Lösung für die Etikettenproduktion erweitert. Die neue Speedmaster XL 105-DD wurde Kunden Ende Oktober 2010 anlässlich der Print Media Center (PMC) Label Days in Wiesloch-Walldorf vorgestellt. »DD« steht dabei für Die-Cutting. Das optimale Einsatzfeld der Speedmaster XL 105-DD liegt in der Etikettenproduktion und vorzugsweise in der Verarbeitung von Folienmaterialien.

Heidelberg bietet mit den Bogenstanzen Varimatrix und Dymatrix bereits zwei Lösungen für das Stanzen. Beide



Die Speedmaster XL 105-DD arbeitet nach dem Prinzip der Rotationsstanze und wurde speziell für die Verarbeitung von Inmould-Etiketten entwickelt.

Lösungen sind auf die Verpackungsproduktion ausgelegt und arbeiten nach dem Prinzip der Flachstanzen. Die Speedmaster XL 105-DD hingegen arbeitet nach dem Prinzip der Rotationsstanze und wurde speziell nach den Kundenanforderungen für die Verarbeitung von Inmould-Etiketten entwickelt. Diese Etiketten werden heute üblicherweise auf Flachbett- oder Durchdruckstanzen verarbeitet. Beide Verfahren arbeiten mit Einschränkungen, da Flachbettstanzen nur die Verarbeitung von Einzelbogen zulassen und Durchdruckstanzen lediglich bis zu einer Etikettengröße von bis zu 400 mm einsetzbar sind.

Die Speedmaster XL 105-DD wird in rund 15 Minuten eingerichtet. Ein separates Zurichten ist aufgrund der



hohen Genauigkeit der Zylinder und Stanzform nicht erforderlich. Bei einer Flachbettstanze werden bis zu fünf Stunden für das erstmalige Einrichten benötigt.

Bei den Produktionsgeschwindigkeiten bietet die neue Maschine nach Angaben von Heidelberg ebenfalls Vorteile gegenüber den bis heute gängigen Verfahren: Während Flachbett-Stanzen durch den Bogentransport eine Produktionsgeschwindigkeit von 4.000 bis 6.000 Bg/h erreichen, ist mit der XL 105-DD eine Geschwindigkeit von bis zu 10.000 Bg/h möglich.

Die Maschine verfügt über zwei Werke, ist mit dem Pre-Set Plus Anleger ausgestattet und verfügt über ein Folienpaket für Anleger, Stanzwerk und Ausleger, um kritische Kunststoffmaterialien problemlos verarbeiten zu können. Der Stanzplattenwechsel erfolgt teilautomatisiert, wobei der Spannvorgang manuell vorgenommen wird und die Maschinenpositionierung sowie die Funktion der Andrückwalze automatisiert erfolgen.

Um die gestanzten Bogen sicher in die Auslage zu transportieren, kommen Saugsegmentscheiben, Bogenleitbleche und die dynamische Bogenbremse der XL105-Wendetechnologie zum Einsatz.

➤ www.heidelberg.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Die führende britische Farbbuchdruckerei **Butler Tanner & Dennis** hat mit dem ersten Kauf einer Großformatdruckmaschine der **Heidelberger Druckmaschinen AG** in Großbritannien eine bedeutende Investition bekannt gegeben. • Weil das Beilagenvolumen in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist, investiert **Nr1 Trykk** im norwegischen Lillestrøm in ein neues **Müller Martini** Zeitungs-Einstecksystem NewsLiner A sowie in einen zweiten NewsStitch und NewsTrim III für Heften und Schneiden. • Die in der ägyptischen Hauptstadt Kairo ansässige Druckerei **Police Press** hat eine **Goss** Community geordert, mit der das Unternehmen das Ertragspotenzial im Lohndruck von Büchern und Tabloidzeitungen maximieren will. • **Hammer Packaging** in Rochester, New York, hat die erste Speedmaster CX 102 der **Heidelberger** Druckmaschinen AG in Nordamerika gekauft. • Die Druckerei **JCB-GAM** aus Wavre, Belgien, hat vor Kurzem eine Sechsfarben Roland 700 DirectDrive mit Lackwerk in Betrieb genommen. Nun ist auch die zweite Maschine von **manroland** installiert und läuft auf Hochtouren: eine Achtfarben Roland 700 DirectDrive.



Weltweit erste Speedmaster XL 145 mit Doppellack

Bei der Verpackungsdruckerei Karl Knauer KG im badischen Biberach produziert seit Anfang 2010 die weltweit erste Sechsfarben-Speedmaster XL 145 mit Doppellack und voll integrierter Materiallogistik der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Maschine ist Bestandteil der größten Investition der Unternehmensgeschichte in Höhe von zehn Millionen Euro.

»Wir wollen damit noch stärker schlanke Fertigungstechniken umsetzen und so den Erhalt unserer marktführenden Position sichern«, bestätigt der Produktionsleiter Gerhard Kammerer. Die Maschine mit der offiziellen Bezeichnung »Speedmaster XL 145-6+LYYL« hat sechs Offsetdruckwerke, zwei Lackwerke, zwei Trockenwerke sowie einen verlängerten Ausleger mit Dry-Star-Combination-/UV-Technik, der verschiedene Kombinationen von wasserlöslichen Lacken und UV-Primer-Anwendungen ermöglicht. Mit einer Höhe von vier Metern und über 40 Metern Länge steht diese Maschine für modernste Verpackungs- und Veredelungstechnik.

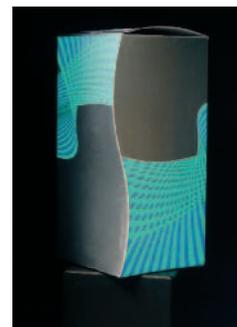
Vor Vertragsunterzeichnung stellte das Team von Karl Knauer fünfzehn Anforderungen an die Druckmaschine für einen direkten Vergleich mit anderen Maschinenfabrikaten. »Jeder im Team – egal ob Geschäftsleitung oder Schichtführer – hatte bei der Entscheidung das gleiche Mitspracherecht. Das Ergebnis von elf zu vier war letzten Endes ein überzeugender Ausspruch des Vertrauens in die Speedmaster«, bestätigt Kammerer. Ein ausschlaggebender Punkt war die Fähigkeit der Maschine, auch kleine Auflagen wirtschaftlich zu drucken.

Die neue Speedmaster XL 145 ist mit Prinect Press Center und Prinect Inpress Control ausgestattet: Diese Lösung ermöglicht die einfache Steuerung aller Jobparameter vom Anlegen über das Drucken, Lackieren, Trocknen bis hin zum Auslegen und übernimmt die Register- und Farbgelung. Karl Knauer

hatte als Ziel ausgegeben, dass die neue Speedmaster Verpackungsaufträge nach 250 Rüstbogen produzieren sollte – was bei durchschnittlichen Auflagenhöhen von 7.000 Bogen eine erhebliche Zeit- und Materialersparnis bedeutet. »Wir führen immer noch Optimierungstests durch, um die Effizienz der Maschine weiter zu steigern, aber schon jetzt sehen wir eine 30-prozentige Verbesserung der Kapazität gegenüber der Vorgängermaschine, die wir für kurze Zeit parallel betrieben hatten«, erläutert Kammerer.

Die Karl Knauer KG ist ein Verpackungs- und Veredelungsspezialist, der mit seiner 430-köpfigen Belegschaft der größte Arbeitgeber der Region Biberach ist. Die 1938 von Karl Knauer gegründete Firma befindet sich auch heute noch im Familienbesitz und wird in wenigen Jahren auf die dritte Generation übergehen. 1961 war die Firma, die seit jeher als Faltschachteldruckerei aufgestellt gewesen ist, eine der ersten, die den Offsetdruck einführt. Heute verteilt sich die Produktion auf Verpackungen und Werbemittel, vor allem Schreibtisch- und Schreibwarenartikel, für den europäischen Markt. Das dritte Standbein sind maßgeschneiderte Premium-Präsentverpackungen, ein Segment, in dem Karl Knauer marktführend ist und sich auf den hochwertigen Wein- und Spirituosenhandel spezialisiert hat.

Angesichts dieses vielfältigen Produktportfolios und einer anspruchsvollen Markenstammkundschaft sind laufende Investitionen sehr wichtig. So war Karl Knauer der erste Verpackungsdrucker, der eine Speedmaster CD 102 mit fünf Farben und zwei Lackwerken in Betrieb nahm. Ebenfalls installierte die Firma als Erster die spätere Speedmaster XL 105, auch mit zwei Lackwerken. Das Unternehmen zählt zu den Konzeptkunden von Heidelberg, die sich regelmäßig treffen, um Meinungen über die Marktlage und die sich daraus ergebenden Anforderungen an neue Techniken auszutauschen.



Das innovative Produkt »HiLight«, das sich noch in der Prototypphase befindet, ist eine Faltschachtel mit einem gedruckten Leuchtdisplay an mehreren Seiten, das mehrfarbige Licht- oder Animationseffekte wie Blinken oder Auf- und Abblenden erzeugt.



Bei der Karl Knauer KG im badischen Biberach produziert seit Anfang 2010 die weltweit erste Sechsfarben-Speedmaster XL 145 mit Doppellack und Volllogistik.

- › www.karlnkauer.de
- › www.heidelberg.com



Mit printadvice einzigartiges Nachhaltigkeitskonzept umgesetzt

Model Kramp in Hanau weihte im Oktober eine der modernsten Druckereien für Faltschachteln in Europa ein. Ein neuartiges Konzept zur Energierückgewinnung und umfassendes Prozess-Know-how wurden im Neubau umgesetzt. Dort druckt nun ein leistungsstarker Maschinenpark von manroland.

Model Kramp-Geschäftsführerin Elisabeth Model und ihre Mitarbeiter haben ihr Ziel erreicht: Der Druckereineubau von Model Kramp in Hanau erfüllt höchste Standards beim Klimaschutz und Arbeitsumfeld. Hier werden jetzt Faltschachteln für das Premiumsegment der Kosmetikindustrie produziert. Das Druckhaus entspricht ganz der Innovationsstrategie von Model, wie manroland-Vorstand Dr. Markus Rall in seinem Grußwort zur Einweihung betonte. Der Mensch, Kunde wie Mitarbeiter, ist Fixpunkt im Konzept von Model Kramp, das in seiner Gesamtheit und Komplexität beeindruckt. In enger Abstimmung mit den printadvice-Experten von manroland, zuständig für Beratung von der Gebäudeplanung bis zur Prozessoptimierung, wurden die Gewerke Technik, Elektronik, Heizung, Klima und Druckluft koordiniert.

GLANZLICHTER DES NEUBAUS Die Anbindung der Maschinen an Brauchwasser, Osmosewasser, Druckluft und Energie erfolgt über die Hallendecke. Die Führung zu den einzelnen Verbrauchern ist in geordneten Schienensystemen montiert. Auf Bodenzuleitungen wurde verzichtet, was eine größtmögliche Flexibilität bei Veränderungen des Maschinenlayouts bietet. Im Sinne von Lean Management hat man auf möglichst kurze Prozesswege in der Produktion geachtet. Die Ablauforganisation wurde durch das Zusammenführen des Fertigwarenlagers mit der Produktion optimiert. Der verbesserte Warenfluss erfüllt alle Anforderungen einer modernen Logistik.

Für die qualitativ hochwertige Produktion mit Papier und Karton sind konstante Werte bei Raumklima, Temperatur und Feuchtigkeit wichtig. Klimatisierungsgeräte auf dem Dach der Produktionshalle garantieren im Rahmen eines Gebäudeleitsystems ein gleichmäßiges Klima für die Mitarbeiter und die Produktion.

Im Rahmen integrierter Managementsysteme sind die Belange der Umwelt und Hygiene dokumentiert. Die Konzeption erfolgte im Einklang mit den Anforderungen aus diesen Bereichen. Das Druckhaus wird somit hohen ökonomischen, ökologischen und ästhetischen Ansprüchen gerecht. Beispielsweise ist im neuen Kundencenter der Präsentationsraum mit modernster Lichttechnik ausgestattet. Designvarianten lassen sich unter frei wählbaren Illuminationsbedingungen simulieren. Model Kramp kann in der Folge optimale Lösungen zur Umsetzung der Kundenwünsche erarbeiten.

Heute produzieren bei Model Kramp in Hanau vier Roland 700, die alle im UV-Betrieb fahren. Star des Maschinenparks ist die neue Roland 700 HiPrint. Wolfgang Kern, Werkleiter bei Model Kramp: »Die Kunden von Model Kramp haben einen hohen Qualitätsanspruch, den jede der jährlich bei uns produzierten Faltschachteln erfüllen muss, gerade im Premiumsegment der Kosmetikindustrie. Dafür haben wir die spezifische Konfiguration der Roland 700 HiPrint gewählt und können sagen, wir liegen damit absolut richtig.«

➤ www.manroland.com



Model Kramp-Geschäftsführerin Elisabeth Model mit Dr. Markus Rall, manroland-Vorstand für Bogenmaschinen (links), und Christian Baumann, Geschäftsführer Heinrich Baumann Grafisches Centrum, bei der Einweihung im September.



Wolfgang Kern (links), Werkleiter bei Model Kramp, und sein kunftiger Nachfolger Bernhard Roth im technischen Gespräch.



Edelste Parfümverpackungen im Ausstellungsraum von Model Kramp.



Provokant, kreativ, informativ

Zweites Scheufelen-Symposium: Referate von Profis, Ausstellung, Kreativ-Wettbewerb und ein Blick hinter die Kulissen der Papierherstellung.

»Nachwuchsförderung ist eine hohe Maxime, die sich Scheufelen setzt. Ohne qualifizierten Nachwuchs hat diese traditionelle und außergewöhnliche Branche nur wenig Zukunftschancen. Deshalb übernimmt Scheufelen Verantwortung und beteiligt sich mit unterschiedlichen Maßnahmen an der Ausbildung und Förderung des Nachwuchses«, fasste Dr. Michael Spallart, bis Ende 2010 CEO der Papierfabrik Scheufelen, die Motivation des Papierherstellers für das Symposium zusammen. Ausbildung und Weiterentwicklung des Nachwuchses zähle neben Ökonomie und Ökologie zur Nachhaltigkeit des Unternehmens. Ziel des Symposiums war zudem, Inspirationen zur Verwendung von Papier und Gestaltungstipps zu geben sowie Hintergrundwissen zur Herstellung, Qualität und Vermarktung von Papier zu vermitteln.

Papier selbst ist eine Botschaft

Seit über 30 Jahren befasst sich der Gründer und Mitinhaber von Schaffner & Conzelmann designersfactory in Basel, Jean Jacques Schaffner, mit interdisziplinären Konzepten zur Vermittlung von Botschaften und Markenimages. Mit seinen »Sieben

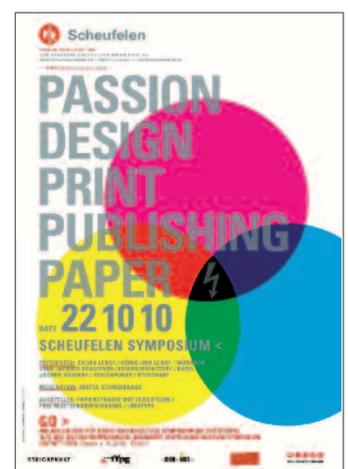
Geboten eines Kommunikationsgestalters« klärte er nicht nur darüber auf, wodurch sich ein Gestalter von einem Künstler unterscheidet, sondern räumte radikal mit praxisfernen Vorstellungen von Design und Kommunikation auf.



Schaffner öffnete die Augen, als er sich zu den »Beziehungskisten« und verschiedenen Interessen von Kunden, Designern, Händlern und Herstellern äußerte. Er forderte die Designer auf, Papierberatung als Teil der gesamten Kreativdienstleistung zu sehen und die Koordination zwischen allen Beteiligten zu übernehmen. Dies sei auch deshalb wichtig, weil in vielen Unternehmen die Tendenz zunehme, durch weltweite Ausschreibungen (Global Purchasing) die Kreativen weitgehend aus dem Produktionsprozess auszuschließen.

Aus seiner Sicht sind Unternehmen wie Menschen, die nach Uniqueness und Einzigartigkeit streben und dies kommunizieren wollen. Praxisnahe Beispiele vermittelten den Teilnehmern, warum Papier immer auch eine Botschaft ist – sinnlich, erleb- und fühlbar. In einem Exkurs wurden die Zuhörer auch in die Welt der Fotografie, Druckvorstufe und Produktion entführt. Schaffners Credo: »Papier ist keine Hardware, sondern

Über 250 Teilnehmer, Experten und kreativer Nachwuchs aus der Papier-, Druck- und Designbranche, kamen zum Symposium der Papierfabrik Scheufelen im Oktober nach Lenningen. Ein facettenreiches Programm rund um die Faszination von Design, Druck, Produktion und edlem Papier erwartete die Gäste.





Zweites Scheufelen Symposium (v.l.n.r.): Jochen Rädeler, Geschäftsführer Strichpunkt, Agentur für visuelle Kommunikation, Stuttgart; Dr. Michael Spallart, bis Ende 2010 CEO der Papierfabrik Scheufelen; davor Irmgard Glanz, Leitung Marketing und Kommunikation Papierfabrik Scheufelen, und Sylvia Lerch, Geschäftsführerin König & Lerch oHG, München; Jean Jacques Schaffner, Schaffner & Conzelmann designersfactory, Basel; Moderatorin Britta Schweinhage; Udo Sanne, Geschäftsführer, SANshine Communications, Stuttgart. Irmgard Glanz kündigte an, dass Scheufelen auch im kommenden Jahr ein vergleichbares Symposium mit neuen Themen realisieren will.

immer Teil der gesamten Kommunikation«.

Woran Produktionen scheitern können

»Jenseits von Gut und Böse – über die Tücken im Produktionsalltag«, referierte Sylvia Lerch, Geschäftsführerin der Material- und Produktionsagentur König & Lerch in München. Mit anschaulichem Bildmaterial zeigte sie auf, woran Produktionen scheitern können, wenn nicht die einzelnen Bereiche sorgsam geplant und abgestimmt sind. Häufig liege die Ursache, warum etwas schief gehen könne, im Zeitmangel. Beispielsweise lege bei erhöhtem Farbauftrag und zu wenig Zeit für das Trocknen die Farbe ab, die Farbe verschmiert nicht nur in der Fläche, sondern auch an Schnittkanten. Bei Drucklackierungen sei die Gefahr des Zusammenklebens (Blocken) gegeben. Passierungenaugigkeiten als Folge von unterschiedlich temperiertem Papier, nicht vorhersehbare Reaktionen im Materialmix, Unachtsamkeiten bei der Verarbeitung und Veredelung – eine Bandbreite von Fehlerquellen, die es zu vermeiden gilt.



»Gutes braucht Zeit, zum Nachdenken, zum Ausprobieren und für Nachbesserungen – und stabile Beziehungen zu beteiligten Geschäftspartnern«, rät Lerch, um mit einem gemeinsamem Erfahrungsschatz professionelle Ergebnisse zu erlangen.

»Gutes Design braucht keine Werbung«

Der Geschäftsführer der Stuttgarter Designagentur Strichpunkt, Jochen Rädeler, provozierte bewusst mit seinen 20 Thesen zum Thema »Gutes Design braucht keine Werbung«.



Aus seiner Sicht hat sich die klassische Werbung stark verändert. Waren bis vor wenigen Jahren die Aussagen noch glaubwürdig und nachvollziehbar, überbiete sich die Werbebranche heute durch Entertainment, Übertreibung oder gar Schwindelei. Werbung müsse aber authentisch und ehrlich sein.

»Good Design Kills Advertising« stützt er beispielsweise auf Veröffentlichungen aus der »Typologie der Wünsche«. Demzufolge wurde die wertorientierte Kaufentscheidung in unterschiedlichen Branchen wie etwa HiFi, Mode und Auto vom Design getragen, nicht aber von der

Marke. Ein günstiges Produkt wird durch anspruchsvolles Verpackungsdesign zum Edelprodukt.

»Good Design Creates Appreciation«. Umgekehrt sei es manchmal auch die Aufgabe eines Designers, durch Reduktion den Auftrag des Kunden professionell zu erfüllen. An der Verpackung für Produkte mit stilisiert dargestellten Inhalten von Würth, erläuterte er »Good Design Is Simple«.

An bekannten Logos zeigte Rädeler deren Bedeutung, Assoziationen von Form und Farbe und damit die Wertekommunikation. Das Logo von Mercedes, der Stern, verdeutlichte den Teilnehmern, was passiert, wenn

unachtsam in durchdachte Logokonzepte eingegriffen wird. Hier wurde unendlich viel Budget »verbrannt«, bevor die Einsicht »back to the roots« gegriffen hat.

»Good Design Is Not Reasonable«. Vorstellungswelten und Lebensgefühle herrschen vor. Gute Kommunikation vermittelt nicht nur Vernunft, sondern auch Emotionen und Spaß. Das bedeute permanente Höchstleistung, um adäquat kommunizieren zu können.

Rädeler gab den Nachwuchskreativen auf den Weg, Verantwortung zu übernehmen. Denn für ihn ist Design nicht nur ein Job, sondern eine Haltung und Lebenseinstellung.



Neben Papiermustern von Scheufelen, lagen unzählige Beispiele hochwertiger Druckproduktionen von Kunden auf – teils mit aufwändiger Verarbeitung und Veredelung wie Kalender, Geschäftsberichte, Broschüren, Direct Mails, Folder und Bücher – zum Durchblättern, Anfassen und Begutachten.

Und vor allem, so Rädeler, ist »gutes Design ohne gute Idee nichts«.

➤ www.scheufelen.com





»Hilf mit!«

PAPIERE UNTERSTÜTZEN DEN WWF

Seit März dieses Jahres ist Papyrus Mitglied im GFTN des WWF. Diese Zusammenarbeit erhält nun noch eine ganz neue Dimension durch zwei Papierprodukte, die Papyrus anbietet und die vom WWF unterstützt werden. Die Qualitäten »Hilf mit!« sind im Karton zu 500 Blatt à 80 g/m² im DIN A4 Format erhältlich. Es gibt eine Ausführung als FSC-zertifiziertes Papier (Äffchen) und eine Ausführung aus 100% Recyclingpapier (Tigerbaby) in 90er Weiße. Die Papiere eignen sich als Druckerpapier für Inkjet, Laser, Kopie und Fax.

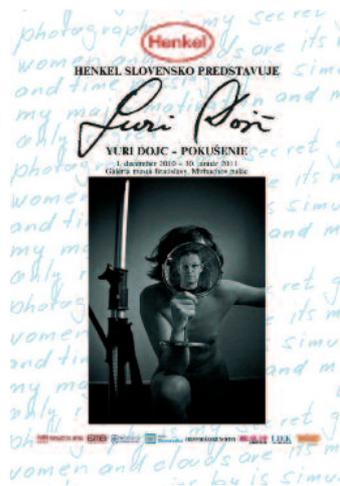
Von jeder verkauften Packung erhält der WWF einen festgelegten Betrag, um damit die wertvolle Arbeit des WWF zu unterstützen. »Durch die Zusammenarbeit mit Papyrus und dem Hilf mit! Papier wird es jedem ganz einfach möglich gemacht, einen praktischen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Darüber hinaus unterstützt uns Papyrus auch noch finanziell: durch den Verkauf von jedem einzelnen Papierkarton fließt ein nennenswerter Beitrag direkt in unsere Naturschutzarbeit!«, so Annette Herr vom WWF.

Papyrus ist der Vertriebspartner für diese beiden Papierqualitäten, die genau den Forderungen nach Umweltschutz entsprechen, die vom WWF festgelegt wurden. Denn nur FSC-zertifizierte Papiere sowie Qualitäten mit dem Blauen Engel sind nach Ansicht des WWF glaubwürdig zertifiziert.



Bekenntnis zur Kunst, Teil eines TECCO SPONSORT KÜNSTLER UND FOTOGRAFEN YURI DOJC

Tecco, Papierpionier und Premiumpartner für Foto-, Fine Art- und Proofing-Medien, bekennt sich auch weiterhin zur Kunst. Auf der Ausstellung »Yuri Dojc – Pokusenie« (1. Dezember 2010 bis 31. Januar 2011, Galeria mesta, Bratislava) zeigt der Künstler seine Werke, gedruckt auf feinste Teccopapiere. Mit 26 verschiedenen Fotopapieren bietet Tecco das ideale Papier für jede Art von Motiv. Zahlreiche



Papiere erhielten bereits die Zertifizierung von Wilhelm Research. Indikator für langjährige stabile Fotoqualität, wie Künstler sie für ihre gedruckten Werke benötigen.

Die »Henry Wilhelm Certification«, steht für Stabilität und Haltbarkeit von bis zu 70 Jahren und ist von hoher Bedeutung für den Nordamerikanischen Markt, ähnlich der Fogra-Zertifizierungen in Europa.

Yuri Dojc (geboren 1946 in Humenné, Slowakei) ist einer der berühmtesten Fotografen Kanadas. Er ist bekannt für seine gewagten, dramatischen kommerziellen Arbeiten, seine skurrilen »AmericanDreams«-Serien und seine einfühlsamen Schwarzweiß »personal studies«.

➤ www.yuridojc.com

➤ www.tecco.de

Carta Elegia Und Carta Solida NATÜRLICHE LEINWAND FÜR KOSMETISCHE KUNSTWERKE

M-real Consumer Packaging, Anbieter hochwertiger Verpackungskarton-Qualitäten, zeigte auf der Luxe Pack 2010 (5. bis 25. Oktober) die speziell für Kosmetikverpackungen entwickelten Produkte Carta Elegia und Carta Solida. Zusätzlich stellte M-real Speciality Papers neben den hochglänzenden Papieren und Kartons aus dem Chromolux Sortiment das neue, zweifach gestrichene Etikettenpapier Zanlabel gloss vor.



Zanlabel gloss eignet sich besonders gut zur Hochgeschwindigkeits-etikettierung und zeichnet sich durch ausgezeichnete Bedruckbarkeit und Veredelungsergebnisse aus. Carta Elegia und Carta Solida sind nachhaltige und leichtgewichtige Kartonqualitäten, die Kosteneffizienz mit exzellenten Oberflächeneigenschaften kombinieren und das bei gleicher Kartonsteifigkeit wie bei schwereren Sorten. So vereinen sich in den hochwertigen Frischfaserkartonqualitäten Carta Elegia und Carta Solida Tradition und Innovation mit einem sehr hohen Maß an Umweltverträglichkeit. Leichtgewichtiger Karton verbessert die Gewinnmarge, spart Kosten über die gesamte Wertschöpfungskette und kommuniziert gleichzeitig Nachhaltigkeitsaspekte.

➤ www.m-real.com

Papier Union CROMÁTICO BESTELLEN UND IPADS GEWINNEN

Wer bis zum 28. Januar 2011 Cromático bei der Papier Union bestellt, nimmt automatisch an der wöchentlichen Auslosung eines iPads 16 GB mit WLAN teil. Cromático gilt als eines der innovativsten Transparent-Sortimente – mit hoher, ebenmäßiger Transparenz und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Seine sehr leuchtenden Farben decken ein Spektrum von natürlichem Weiß



(Cromático TransWhite mit sechs Flächengewichten) über leuchtendes Gelb oder Rot bis zu tiefem Schwarz ab.

Interessant ist auch die Range der Cromático-Briefhüllen: zusätzlich zu den Format-Klassikern DIN Lang, Quadro und C5 in allen Farben bietet sie jetzt DIN C6- und C4-Umschläge sowie ein quadratisches Überformat 22 x 22 cm in Extrawhite. Mit Verpackungsgrößen von 100 Bogen/Ries und überwiegend 50 Briefhüllen/Pack ist das Sortiment besonders anwenderfreundlich und kann selbst bei kleineren Projekten effizient eingesetzt werden.

➤ www.papierunion.de/cromatico



Deutsche Papier

EXKLUSIVER »HELLO-EVENT« IN AUGSBURG

Die Marke »Hello« ist seit zwölf Jahren eines der führenden holzfrei gestrichenen Papiere auf dem europäischen Markt. Heute werden mehr als 20.000 Kunden in 16 Ländern beliefert. In Deutschland ist die PaperlinX-Tochter Deutsche Papier der exklusive »Hello-Partner«. In Österreich ist die Deutsche Papier Schwesterfirma PaperNet der einzige Lieferant dieses Papiers. Anlässlich dieser Erfolgsgeschichte



luden Sappi, PaperlinX, Deutsche Papier und PaperNet Ende Oktober ihre Mitarbeiter zu einem exklusiven »Hello-Event« nach Augsburg ein. Mehr als 100 Gäste folgten gespannt den Rednern, darunter auch Markus Gillioen, Vizepräsident PaperlinX Europa und Flavio Froehli, Verkaufsdirektor Commercial Print von Sappi, welche die erfolgreiche und bedeutende Partnerschaft zwischen PaperlinX und Sappi sowie Zukunftsvisionen für die PaperlinX-Marke aufzeigten. Im Kunden-Forum gaben Experten, die seit mehreren Jahren »Hello« erfolgreich einsetzen, Antworten zu Fragen rund um das Thema Druck, der richtigen Papierwahl und den Gründen, weshalb sie sich für den Einsatz von »Hello« entschieden haben. Abschluss des Tages war ein Abendessen im MAN-Museum in Augsburg.

➤ www.deutsche-papier.de

M-real Zanders

REISE ZU DEN PAPIERKULTUREN DER WELT FORTGESETZT

Ägypten ist die zweite Station des mehrstufigen Mailings von M-real Zanders für Kreative, Drucker, Papierverarbeiter und Marketing-Entscheider.

Die Serie spannt den Bogen zwischen den großen Kulturen dieser Welt mit der Papierkultur des Unternehmens. Und so befasst sich jedes Mailing thematisch mit einem speziellen Land und wird auf einem jeweils anderen Feinpapier aus dem



umfangreichen Sortiment des Werks Reflex umgesetzt. Nachdem Japan auf Zanders T2000 gedruckt wurde, beschäftigt sich Ägypten mit Papieren für die Geschäftskommunikation aus dem Sortiment Zanders Zeta. Mit einer Vielzahl an Flächengewichten, Farbtönen und Oberflächen sowie passenden Briefumschlägen ist Zanders Zeta eines der umfangreichsten Programme seiner Art für Geschäftsausstattungen. Ägypten präsentiert kreative und außergewöhnliche Möglichkeiten der Briefbogengestaltung und soll im digitalen Zeitalter dazu anregen, dem Medium Papier wieder mehr Beachtung zu schenken.

➤ www.zanders.com

Studien zum Stapelstauchwiderstand

HOHE STABILITÄT VON WELLPAPPKARTONS MIT KEMIART-KRAFTLINERN VON M-REAL

Aktuelle unabhängige Studien, die im Auftrag von M-real Consumer Packaging durchgeführt wurden, bestätigten, dass leichtere Kraftliner aus Primärfasern bei Wellpappkartons einen besseren Stapelstauchwiderstand erzielen als die schwereren WLC-Qualitäten oder Testliner, die recycelte Fasern enthalten. Bei Wellpappenverpackungen lassen sich mit den stabileren und leichteren Kraftlinern sowohl Kosten einsparen als auch Nachhaltigkeitsvorteile erzielen.

Bei den von einem externen Forschungsinstitut durchgeführten Tests wurden Wellpappen-Trays miteinander verglichen, die sich lediglich in ihrem White Top Kraftliner unterschieden. Hierbei wurden Trays mit dem gestrichenen Kemiart White Top Kraftliner von M-real im Vergleich mit Trays getestet, bei denen WLC oder gestrichene White Top Testliner eingesetzt werden. In ihrem Flächengewicht lagen die Deckenpapiere zwischen 160 und 210 g/m².

Die Ergebnisse zeigten, dass Wellpappen-Trays mit Kraftlinern aus Primärfasern bei gleichem Flächengewicht einen höheren Stapelstauchwiderstand aufwiesen als Trays mit Linern aus recycelten Fasern. Bei den Trays mit einem um 11 bis 12% leichteren Kraftliner lagen die BCT-Werte 18 bis 32% über denen aus recycelten Qualitäten.

In weiteren Stapelstauchwiderstandsprüfungen wurde die Stapelfestigkeit von Primärfaserfaltkartons mit der von Faltpapier mit einem Wellpappen-Tray beziehungsweise mit Wellpappen-Tray und -Deckel verglichen. Hier zeigten die Ergebnisse, dass sich die Festig-

keit des Stapels bei Verwendung eines Trays um 10% und der Stapelstauchwiderstand bei Einsatz von Tray und Deckel um weitere 10% erhöhte. So lassen sich Kosteneinsparungen erzielen, wenn für Primärfaserkartons ein Material mit geringerem Gewicht spezifiziert wird. Wellpappen-Trays können zudem die Stabilität der Ladung beim Transport und Handling erhöhen. Risto Auero, VP Sales, Linerboards & Speciality Papers von M-real, erklärt: »Ein höherer Stauchwiderstand gewährleistet einen besseren Schutz für das Verkaufsprodukt und minimiert die Ausschussmengen und Reinigungskosten in der Einzelhandelskette. Durch die Verwendung von Trays oder anderen regalgerechten Transportverpackungen aus Wellpappenmaterialien lassen sich zudem erhebliche Kostensparnisse erzielen, da die logistische Effizienz im Produkthandling und in der Regalbestückung gesteigert wird. Ein höherer Wiedererkennungswert vom Transport über die Lagerung bis hin zum Verkauf ist ein weiterer Vorteil.«



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2011			
17. 01. 2011	IRD, IRD-Forum Schweiz	Küsnacht	 www.ird-online.de
21. 01. - 04. 02. 2011	33. druckforum	Stuttgart	 www.verband-druck-bw.de
29. 01. - 01. 02. 2011	paperworld, The World of Office and Stationery	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.com
14. 02. - 17. 02. 2011	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 http://innovationdays.hunkeler.ch
02. 03. - 03. 03. 2011	easyfairs, Verpackung Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
10. 03. - 11. 03. 2011	IRD, Jahrestagung	Salzburg	 www.ird-online.de
22. 03. - 26. 03. 2011	Graphispag, Messe für die grafische Industrie	Barcelona	 www.messe-barcelona.de
07. 04. 2011	Fogra-Symposium, Forum Smart-Card-Produktion	München	 www.fogra.org
07. 04. - 09. 04. 2011	digimedia Fachmesse für Publishing & Digital Printing	Düsseldorf	 www.digimedia.de
19. 05. - 21. 05. 2011	TYPO Berlin, 16. Internationale Designkonferenz	Berlin	 www.tytoberlin.de
23. 05. - 24. 05. 2011	Fogra-Symposium, Digital trifft Offset	München	 www.fogra.org
24. 05. - 27. 05. 2011	Fespa Digital 2011	Hamburg	 www.fespa.com/digital/
08. 06. - 09. 06. 2011	Mailingtage	Nürnberg	 www.mailingtage.de
28. 06. - 30. 06. 2011	LOPE-C, Large-area Organic & Printed Electronics	Frankfurt	 www.lope-c.com
28. 06. - 30. 06. 2011	Zellcheming, Expo 2011	Wiesbaden	 www.zellcheming-expo.de
23. 08. - 25. 08. 2011	SwissEMEX, Fachmesse für Marketing und Kommunikation	Zürich	 www.suisse-emex.ch
14. 09. - 16. 09. 2011	PostPrint, Fachmesse für Vorstufe, Druck & Weiterverarbeitung	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
28. 09. - 01. 10. 2011	Labelexpo, Europe 2011	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
10. 10. - 12. 10. 2011	Ifra Expo 2011, Messe der Zeitungsindustrie	Wien	 www.ifra.com
12. 10. - 15. 10. 2011	17. Druck + Form	Sinsheim	 www.messe-sinsheim.de
12. 10. - 16. 10. 2011	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 10. - 15. 10. 2011	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 www-viscom-messe.com
08. 11. - 09. 11. 2011	Fogra-Symposium, Verpackung	München	 www.fogra.org
08. 11. - 10. 11. 2011	ICE Europe, International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
2012			
02. 02. - 03. 02. 2012	Fogra-Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Barcelona	 www.ifra.com



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Speiß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebelfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay. 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, info@arcusdesigns.de





Neuer Masterstudiengang PRINTMEDIEN, TECHNOLOGIE UND MANAGEMENT

Die Fakultät 05 der Hochschule München bietet ab dem Sommersemester 2011 den neuen Master »Printmedien, Technologie und Management« an. Der Studiengang richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von Bachelorstudiengängen aus dem Bereich der Druck- und Medientechnik und dem Wirtschaftsingenieurwesen, aber auch Quereinsteiger aus verwandten Studienbereichen sind willkommen.



Das neu formierte Professorenteam des Studienbereichs Druck- und Medientechnik an der Hochschule München.

Wie der Name schon verrät, wird der Master vor allem Schwerpunkte in den Bereichen der Technologien in der Druck- und Medienindustrie setzen sowie auf branchenrelevante Inhalte aus dem Bereich Management fokussieren. Wie im früheren Diplomstudiengang und im bestehenden Bachelor setzt auch der Master die Zusammenarbeit mit der Industrie und einer stark praxisorientierten Themenstellung fort. Der Studienbereich Druck- und Medientechnik an der Hochschule München umfasst mittlerweile neun Professuren, die die aktuellen Anforderungen der Druck- und Medienindustrie abbilden. Bis 15. Januar 2011 haben interessierte Studenten noch die Möglichkeit, sich auf einen der Studienplätze zu bewerben.

➤ www.printmedien-master.de

KBA auf dem Druckforum QUALITÄTSMANAGEMENT IN BOGENOFFSET

Die Standardisierung und Dokumentation der Druckqualität ist seit Jahren ein Thema. Ohne ausgeklügelte Mess- und Regeltechnik geht an hoch automatisierten Bogenoffsetmaschinen kaum noch etwas. KBA nimmt sich zum Druckforum 2011 speziell diesem Thema an. Unter dem Titel »Qualitätsmanagement in Bogenoffset: Messen und regeln – online oder inline« diskutieren Fachleute des Druckmaschinenherstellers sowie von System Brunner am 28. Januar im Stuttgarter Haus der Wirtschaft den Stand der Technik und Visionen rund um die Regelung der Druckqualität. Klaus Schmidt, Direktor Marketing der KBA-Gruppe, wird in das Thema einführen und den Abend moderieren. Dr.-Ing. Steven Flemming, bei KBA im Bereich Forschung und Entwicklung tätig, erläutert die am Markt verfügbaren Regelsysteme von der Online-Technik mit KBA DensiTronic über DensiTronic professional (Dichte- und Farbmesssystem mit dynamischer Farbregelung) oder DensiTronic PDF (Vergleich der Druckbogen mit Original-PDF) bis hin zu den Inline-Systemen KBA QualiTronic, QualiTronic Color Control und QualiTronic professional (Inline-Bogeninspektion und Farbmessung). Peter Sonntag, Systemberater und Projektleiter von System Brunner, referiert über Farbregelung mit der Priorität auf Graubalance/Farbbalance mit QualiTronic Color Control und Instrument Flight.

➤ www.kba.com

➤ www.verband-druck-bw.de

Heidelberg beim Druckforum INNOVATIONEN UND POTENZIALE

Bei der traditionellen Samstagsveranstaltung am 22. Januar 2011 wird die Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) ab 10.00 Uhr die Potenziale beim Thema Wendetechnologie vorstellen. Kaum eine Innovation hat die Produktivität im Druck so grundlegend verändert wie diese Technologie: Die Durchlaufzeiten verkürzen sich um bis zu 50%, der Personalbedarf reduziert sich und



die Herstellkosten sinken entsprechend. Möglich wird dies durch das präzise Zusammenspiel maßgeblicher Innovationen – von der registergenaue Bogenübergabe über die farbabweisenden Zylinderummantelungen bis hin zum berührungsfreien Bogentransport in die Auslage.

Bei einer Podiumsdiskussion stehen Innovationen, Potenziale und Trends der Wendetechnologie im Mittelpunkt. Betrachtet werden neben der Technologie vor allem die Wirtschaftlichkeit und die Potenziale beim Kunden.

Am Mittwoch, den 26. Januar 2011, wird die Heidelberg Postpress Deutschland GmbH gemeinsam mit Polar über Prozessoptimierungen in der Weiterverarbeitung referieren. Dort werden nicht nur Beratungsansätze zur Logistik- und Prozessoptimierung, die eine deutliche Effizienzsteigerung mit geringem Investitionsaufwand ermöglichen, sondern auch Trends und Entwicklungen in der Weiterverarbeitung aufgezeigt.

➤ www.heidelberg.com

Höhere Preise? – Mehr bieten! EVENT IM STUDIENGANG DRUCK- UND MEDIEN- TECHNIK

Um das brandheiße Thema der Preispolitik in der Druck- und Medienbranche ging es am Abend des 12. November im Studiengang Druck- und Medientechnik an der Hochschule München. Bereits zum zweiten Mal luden der FDI (Fachverband Führungskräfte der Druckindustrie) und der MDMI (Münchener Druck- und Medieningenieure e. V.) zum gemeinsamen Vortragsabend ein.



Der Abend stand unter dem Motto »Höhere Preise? – Mehr bieten!«. Nach einer kurzen Begrüßung durch den Studiengangsleiter Prof. Dr. Klaus Kreulich und die Vorsitzende des FDI, Doris Mohrbach, referierte Josua Fett. In seinem Vortrag kam Fett auf die Preispolitik in der Branche zu sprechen, zeigte verschiedene Kundentypen auf und gab den Zuhörern Tipps im richtigen Umgang mit ihren Partnern. Der Geschäftsführer der »Provalue Consultants« zeigte dabei auf, wie man erschafft, die größtenteils austauschbaren Produkte in der Druckindustrie und die damit verbundenen Gefahren mit neuen Prozessen so auszustatten, dass dem Kunden Mehrwerte entstehen. Dabei verdeutlichte Fett, wie dringend nötig es ist, seine Ohren und Augen immer ganz beim Kunden zu haben, um dessen Wertesystem zu entschlüsseln. So ist es einem Dienstleister möglich, eine neue Wertschätzung für seine Produkte und Leistungen zu generieren.



8. HP Digital Production Forum

»Digital.Druck.Finishing.« lautet das Motto der Fachveranstaltung, zu der HP mit dem Finishing-Partner FKS Hamburg vom 26. bis 28. Januar 2011 zum Sächsischen Institut für die Druckindustrie (SID) nach Leipzig einlädt. Die Veranstaltung umfasst das 8. HP Digital Production Forum sowie Tage der offenen Tür »Digital.Druck.Finishing.«.

Angesprochen sind in erster Linie Druckdienstleister und Marketing-Entscheider, die in den digitalen Farboffsetdruck einsteigen oder ihre Digitaldruck-Dienstleistungen ausbauen möchten beziehungsweise eine alternative effizientere Produktionsmethode zum Offsetdruck suchen. Unterstützt wird die Veranstaltung vom Fachverband digicom, der Interessengemeinschaft Digitaldruck e. V.

DIGITAL.DRUCK.FINISHING. An den Tagen der offenen Tür können sich die Besucher über die Vorteile von durchgängigen End-to-End-Digitaldrucklösungen und die Effizienz typischer Digitaldruckproduktionen von der Entstehung bis zum Finishing unter Einsatz der neuen HP Indigo 3550 Digital Press und den aktuellen Top-Maschinen von FKS Hamburg informieren. Gezeigt werden unterschiedliche Lösungen aus den Bereichen Broschürenfertigen, Sammelheften, Falzen, Schneiden, Klebebinden und Lackieren. Die Anbieter von Digitaldrucksystemen und Finishing-Maschinen HP und FKS Hamburg werden typische Digitaldruckproduktionen in praxisnahen Demonstrationen on-demand vorführen. Die Besucher können sich von dem Nutzen und den Synergieeffekten, die sich durch die perfekt auf den Digitaldruck abgestimmte Weiterverarbeitung ergeben, persönlich überzeugen, zum Beispiel größere Effizienz bei der Produktion oder neue, wertsteigernde Digitaldruckanwendungen.

Zum ersten Mal seit ihrer Einführung im Mai 2010 wird die neue HP Indigo 3550 Digital Press auf einem Event live in Deutschland gezeigt. Das Digitaldrucksystem basiert auf der bekannten Flüssigfarbentechnologie HP ElectroInk und bietet mit ihrer umfangreichen, hochwertigen Ausstattung ein außergewöhnliches Preis-Leistungsverhältnis für den Einstieg in das professionelle Digitaldruckgeschäft. Die HP Indigo 3550 Digital Press besticht vor allem durch ihre robuste Bauweise und beeindruckende Zuverlässigkeit, niedrige Kosten für An-

schaftung und Betrieb sowie herausragende Offsetqualität. Mit der Farbgenauigkeit und -konsistenz von HP Indigo bietet sie unter anderem den Druck von bis zu fünf Farben und somit die Verarbeitung echter Schmuck- und Markenfarben sowie feine Linienzeichnungen dank HP Adaptive Half-Toning.

8. HP DIGITAL PRODUCTION FORUM Im 8. HP Digital Production Forum, das im Rahmen des Open House Events veranstaltet wird, geht es vornehmlich um die Erschließung neuer Geschäftsmöglichkeiten. Denn ein zentrales Anliegen von HP ist die partnerschaftliche Kooperation mit seinen Kunden mit dem Ziel, sie beim Ausbau ihrer Geschäftstätigkeiten und der Nutzung neuer Geschäftschancen zu unterstützen. Die HP Open-House-Veranstaltungen und das HP Digital-Production-Forum vermitteln hierfür nützliche Informationen und bieten für jeden Einsteiger sowie Digitaldruck-Profi wertvolle Unterstützung. Hochkarätige Referenten sprechen über wichtige Branchenthemen wie Produktionseffizienz, Wirtschaftlichkeit und Geschäftsfelder des Digitaldrucks. Wertvolle Tipps und Grundlagen für Zukunfts-Strategien gibt es beispielsweise im Themenblock »Potenziale von eBusiness«. Hier dreht sich alles um eine wirkungsvolle Geschäftskommunikation und mehr Druckvolumen durch eBusiness. Ferner wird aufgezeigt, wie durch Anpassung der Unternehmensorganisation die Kundenakquise mit eBusiness erfolgreich umgesetzt wird. Für die Teilnahme am 8. HP Digital Production Forum ist eine Anmeldung erforderlich.

➤ www.hp.com/de/dp-forum

Heidelberg Azubi auf Platz eins DIHK ZEICHNET BESTE NATIONALE AUSZUBIS AUS

In Anwesenheit der Bundesministerin für Arbeit und Soziales, Ursula von der Leyen, ehrte der Deutschen Industrie- und Handelskammertage (DIHK) in Berlin die besten Auszubildenden in Deutschland im Jahr 2010. Dabei ging Patrick Thome (22) von der Heidelberger Druckmaschinen AG als Bundessieger im Fachbereich »Drucker« hervor. Damit erhielt nach 2007 auf der erst zum fünften Mal überhaupt statt-



Patrick Thome, Bundessieger 2010 der DIHK im Fachbereich »Drucker«, mit Hans Heinrich Driftmann, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) bei dem Festakt am 13. Dezember in Berlin.

findenden Veranstaltung bereits der zweite Auszubildende von Heidelberg die begehrte Auszeichnung. Vor mehr als 1.000 Gästen im Berliner Maritim Hotel wurden Auszubildende in weit über 200 Berufen ausgezeichnet, die in ihrem Ausbildungsberuf den besten Abschluss in Deutschland erzielt haben. Alle haben ihre Prüfung mit »sehr gut« bestanden. Als die besten Prüfungsabsolventen Deutschlands 2010 in ihrem Beruf haben sie nicht nur hervorragende Chancen auf einen glänzenden Start ins Berufsleben, sie zeigen auch anderen Jugendlichen positive Perspektiven auf. In Deutschland wurden im vergangenen Jahr rund 3.700 junge Menschen zum Drucker ausgebildet.

➤ www.dihk.de

➤ www.heidelberg.com



»digi-Trends« startet in 2011 TECHNIK- UND MARKTTRENDS IM DIGITALDRUCK

digicom – die Interessengemeinschaft Digitaldruck – und die Verbände Druck und Medien stärken gemeinsam den Know-how-Transfer im Digitaldruck. Mit digi-Trends, einer neuen bundesweiten Veranstaltungsserie zu den Markt- und Technikthemen im Digitaldruck, sollen Digitaldruckanwender und interessierte Unternehmen künftig in regelmäßigen regionalen Veranstaltungen vor Ort über die neuen Trends und Potenziale der Technologie informiert werden.

Den Startschuss der Veranstaltungsreihe macht digi-Trends am 23. Februar 2011, in Kooperation mit dem Verband Druck + Medien Nordrhein-Westfalen in Lünen. Experten aus Verbänden, Beratungsunternehmen sowie führende Maschinenhersteller loten Marktchancen und Einsatzmöglichkeiten für Digitaldruckbetriebe aus.

Die Themen der Auftaktveranstaltung lauten: Variabler Datendruck – Vermarktung, Datenverarbeitung, Produkte. Der Maschinenhersteller Horizon legt den Schwerpunkt auf die Weiterverarbeitung von Digitaldrucken. Xerox wirft einen Blick in die Zukunft unter dem Motto »Twitter, Facebook & Co. – Drucken wir in fünf Jahren noch?«. Im Vortrag von HP Indigo wird es um den Massenmarkt der Zukunft gehen. Das Credo des Maschinenherstellers lautet: »Digitaldruck wird Mainstream!«

➤ www.bvdm-online.de

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
21. 01. - 23. 01.	TGM, Handsatz – Die Regeln der Typografie begreifen	München
22. 01.	TGM, Microsoft Word für Gestalter	München
24. 01. - 29. 01.	Heidelberg PMA, Intensivseminar für Unternehmensnachfolger	Heidelberg
25. 01. - 28. 01.	Heidelberg PMA, Print Buyer University	Heidelberg
27. 01. - 28. 01.	Ink Academy, Mit Strategie zum Ziel	Perasdorf
27. 01. - 28. 01.	TGM, Kreativitätstechniken probieren	Immenstadt
29. 01. - 30. 01.	TGM, Das Einmaleins der Typografie	München
03. 02.	Heidelberg PMA, Neukundengewinnung	Heidelberg
03. 02.	IRD, Professionelles Auftragsmanagement in der Umsetzung, Folgeseminar	Wien
05. 02.	TGM, Interaction und Interface Design Flow	München
06. 02.	TGM, FontLab »Part Zwei« – Schriften beißen nicht	München
08. 02. - 09. 02.	Heidelberg PMA, Aufträge richtig kalkulieren	Heidelberg
16. 02. - 17. 02.	Heidelberg PMA, Vorstufen-Know-how einfach erklärt	Heidelberg
17. 02.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Berlin
18. 02. - 19. 02.	TGM, Bildsprachen	Pforzheim
18. 02. - 20. 02.	TGM, Handbuchbinden – Vom Rohbogen zur Buchform	München
19. 02. - 20. 02.	TGM, Farbe, Typografie und Gestaltung	München
21. 02. - 22. 02.	Fogra, Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck	München
22. 02.	Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg
22. 02.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Karlsruhe
23. 02.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
24. 02.	IRD, Professionelles Auftragsmanagement in der Umsetzung	Heidelberg
24. 02.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
25. 02.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
27. 02.	TGM, TEX	München
15. 03.	Ink Academy, Druckerzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	Celle
17. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Marketing für Druckereien	Heidelberg
19. 03. - 30. 03.	TGM, Photoshop CS4 »Part Eins«	München
22. 03. - 25. 03.	Fogra, Fehler an Druckerzeugnissen	München
23. 03. - 24. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Vertriebsmanagement	Heidelberg
27. 03.	TGM, Excel auch für Gestalter	München
29. 03.	Ink Academy, Druckverfahren	Celle
30. 03.	Ink Academy, Druckfarbe	Celle
30. 03.	Ink Academy, Zusammenspiel der Offsetdruckfarbe auf Papier und Karton	Celle
30. 03. - 31. 03.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
31. 03.	Heidelberg PMA, Welt der Printmedien	Heidelberg
31. 03.	Ink Academy, Druckvorstufe	Celle
01. 04.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO (ISO 12647)	München
02. 04. - 03. 04.	TGM, Mikro- und Makrotypografie mit InDesign CS4	Berlin
06. 04. - 07. 04.	Fogra, CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
08. 04. - 09. 04.	TGM, Bildsprachen	Berlin
09. 04. - 10. 04.	TGM, Druckproduktion heute	München
12. 04.	Heidelberg PMA, Erfolgreich am Telefon akquirieren	Heidelberg

Alle Veranstaltungen sind gebührenpflichtig. Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:
 ➤ www.tgm-online.de ➤ www.print-media-academy.de ➤ www.fogra.org ➤ www.ink-academy.de



digi:media 2011

Umfangreiches Programm: Über 14 Kongresse, Workshops & Co.

Über 14 Kongresse, Workshops, Conferences, Awards, Netzwerktreffen, Themenparks und Sonderschauen hat die digi:media bis jetzt zu bieten. Möglich wurde dieses umfangreiche Veranstaltungsprogramm nur dank des weitreichenden Netzwerkes strategischer Partnerschaften, die die Messe Düsseldorf mit relevanten Branchenverbänden, Verlagen und Brancheninitiativen abgeschlossen hat. »Die konzeptionelle – und damit frühzeitige – Einbindung der Besucherzielgruppen in die digi:media war uns besonders wichtig«, unterstreicht Ralph Scholz, Account Manager der Messe Düsseldorf, diesen strategischen Ansatz. »Dadurch können wir unseren Ausstellern auch garantieren, dass ihre Kunden auf die Messe kommen. Das wiederum hat die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit der digi:media bei der Zulieferindustrie verstärkt.«

Media Mundo: 3. Kongress für nachhaltige Medienproduktion

Der Fachverband Medienproduktionsorganisierter organisiert am 7. und 8. April in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und zahlreichen Partnern und NGOs aus der Industrie den 3. Media Mundo Kongress für nachhaltige Medienproduktion. Die einzelnen

Themenschwerpunkte des einhalbtägigen Kongresses sind:

- Media Mundo – vom Klimaschutz zur Nachhaltigkeit: Darlegung des neuen Media Mundo-Handlungsrahmens mit den sechs Dimensionen der Nachhaltigkeit auf Basis der GRI-Richtlinien.
- Energie und Energieeffizienz: Energie als wichtiger Einflussfaktor der nachhaltigen Medienproduktion
- Water Footprint: Weiterentwicklung von der Forstzertifizierung zum Water Footprint
- Klimaschutz: Internationale Entwicklung des Carbon Management

Weitere Aspekte, die behandelt werden, sind Papier (Media Mundo Papierempfehlung), Nachhaltiger Einkauf (Green Procurement), konzeptionelle Gedankenlosigkeit im Dialogmarketing. Das detaillierte Programm ist auf der Media-Mundo-Homepage zu finden.

Medienproduktion und Markenkommunikation

Der GWA Gesamtverband Kommunikationsagenturen e. V. veranstaltet am 7. April 2011 auf der digi:media seine GWA Fachtagung Medienproduktion und die Verleihung des GWA Production Award.

Die Besucher der digi:media 2011 erwartet ein breit gefächertes fachliches Programm. Unabhängig ob Druckdienstleister, Werbe- oder Kreativagentur, Adressvermarkter oder Marketer – jede Besucherzielgruppe findet ihre Veranstaltung auf der digi:media-Premiere vom 7. bis 9. April 2011 in Düsseldorf.





Die Fachtagung folgt mit Impulsvorträgen, Workshops und Standbesuchen ausgewählter Aussteller der Zielsetzung, den Nutzen der crossmedialen Medienproduktion für die Markenkommunikation darzustellen und Anregungen zu liefern, wie man die Medienproduktion innoviert. Am Abend des 7. April wird zum 7. Mal der GWA Production Award verliehen und die besten Medienproduktionen (analog und digital) prämiert. Erstmals werden auch Innovationskonzepte prämiert sowie die Herstellungseffizienz und Nachhaltigkeit von Medienproduktionen bewertet.

kressköpfe live zur digi:media

Am Nachmittag des 7. April treffen sich die »kressköpfe« im Rahmen der in der Medienwirtschaft renommierten Veranstaltung »kressköpfe live«, das Personenverzeichnis von kress.de, einem Fachinformations-Angebote für Medien, Werbung und Marketing im Internet. Im Rahmen der digi:media präsentieren Strategen innovative crossmediale Konzepte und Modelle in einem exklusiven Format. Hier erhält die sonst vor allem digital vernetzte Community die Gelegenheit, sich im Rahmen einer Fachmesse auszutauschen.

»Making und Showing Apps«

Das digi:media-Fachprogramm startet schon am 6. April unter dem Motto »Showing Apps«. Dabei tragen die Veranstalter vor allem der boomenden Sparte der Tablet-PCs Rechnung. Nach jüngsten Zahlen dürften bis Ende des Jahres 2010 mehr Tablet-PCs verkauft worden sein als Netbooks. Die Tatsache, dass Tablet-PCs »den Verlagen die Möglichkeit bieten, all das zu publizieren, wofür in der gedruckten Fassung kein Platz ist oder sich zu wenig Leser fänden«, so Meinolf Ellers, Geschäftsführer der dpa-Infocom, machen sie zu einem der zentralen Themen bei »Showing Apps«. Unter dem Motto »Beyond iPad« zeigen Hersteller, dass das iPad zwar Branchenprimus ist, mittlerweile aber starke Konkurrenz besitzt. Wie die Inhalte auf Smartphone und Tablet-PC kommen, zeigt die Show in zahlreichen Sessions unter dem Motto »Making Apps – Learning from the Experts«. In halbstündigen Slots zu den Bereichen Workflow, Distribution und Marketing demonstrieren App-Experten ihre Lösungen. Parallel dazu präsentieren sich die Entwickler mit ihren Apps speziell für die Publishingindustrie im Rahmen der Sonderschau »Showing Apps«. Ein »Best-of-Show«-Award, in dem der Hersteller mit der besten

Messe-App ausgezeichnet wird, sowie ein Workshop »Making Apps – Programmieren für iPad&Co« komplettierten das Angebot.

Erster Solutions Day des Forum Corporate Publishing

Im Zeichen erfolgreicher Kundenkommunikation steht der Solutions Day des Forum Corporate Publishing e. V. am 8. April 2011. Anhand von crossmedialen Fallbeispielen werden die Faktoren für erfolgreiches Corporate Publishing benannt und die verschiedenen Arten der Effizienzmessung vorgestellt. »Dass Corporate Publishing-Medien bei Kunden gut ankommen, wissen wir, jedoch sind die Arten der Wirkungsmessung sehr unterschiedlich, Vergleiche sind kaum möglich. Auf dem Solutions Day möchten wir dieses Thema aufgreifen und Lösungen für eine Effizienzmessung zur Diskussion stellen,« erklärt Michael Höflich, Geschäftsführer des Forum Corporate Publishing.

Printhouse Talk

Seit April 2008 findet in unregelmäßigen Abständen der Printhouse Talk in der Akademie Druck + Medien NRW statt. Das Printhouse ist das neue Trainings- und Beratungszentrum

des Verbandes Druck + Medien NRW. Ziel ist es, Druckunternehmer im digitalen Umfeld zu begleiten. Der Printhouse Talk beschäftigt sich mit Themen rund um den Digitaldruck, Web2Print sowie neue Entwicklungen wie iPhone, iPad, QR-Codes und Augmented-Reality. Daran knüpft auch der Printhouse Talk zur digi:media 2011 an.

Infect 2011

Die Infect, Konferenz für Social Media und virales Marketing, findet am 7. April ganztags im speziell errichteten Conference Center in der digi:media-Halle statt. Die Infect, die von Wunderknaben Kommunikation GmbH veranstaltet wird, hat bei ihrer dritten Auflage mit über 260 Besuchern, 16 Stunden Programm und 29 Referenten alle Erwartungen übertroffen. Ergänzt wird das Fachprogramm durch Netzwerktreffen verschiedener Xing-Gruppen. Auch der Arbeitskreis E-Publishing des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger wird sich 2011 während der digi:media in Düsseldorf treffen.

- www.digimedia.de
- www.mediamundo.info
- www.gwa.de
- www.vdmnrw.de
- www.infect-now.de





DESIGN & TYPOGRAFIE

→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WWW.TYPE.XYZ.CH
TYPEDESIGN & FONTDEVELOPMENT
PRESENTS:

LACRIMA
SERIF, SENZA & *Italic*

TYPEDESIGN LESSON 2.2

Leading refers to the amount of added vertical spacing between lines of type. In consumer-oriented word processing software, this concept is usually referred to as "line spacing". Leading may sometimes be confused with tracking, which refers to the horizontal spacing between letters or characters.

The word comes from lead strips that were put between set lines. When type was set by hand in printing presses, slugs or strips of lead (reglets) of appropriate thicknesses were inserted between lines of type to add vertical space.

<https://en.wikipedia.org/wiki/leading>

Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

DIGITALDRUCK

CLEVER
DIGITAL DRUCKEN

32x46.de

Druckbogen für Druckprofis

Ab sofort mit UV-Lack! www.32x46.de

DRUCKEREIBEDARF

www.ceruttibern.ch

Längs-/Querleimung
in Rotationen

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschließen
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Block-
leimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENCKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 50

www.spyderlink.ch
webbasierte Zeiterfassung

TECHKON

Alle Farben perfekt im Griff ...

- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
Wiesbadener Straße 27 • D-61462 Königstein
Telefon 06174-92 44 50 • Fax 06174-92 44 99
info@techkon.com • <http://www.techkon.com>

DRUCKEREIBEDARF

www.ceruttibern.ch

EL-KO

Hydraulische
Farbzuführsysteme

Klarsicht- und
Karton-Einsteck-Taschen
selbstklebend

...ab Lager...schnell...zuverlässig...
...und zu attraktiven Preisen!

Fragen Sie an!
Thomas Seifert
Produkte + Know-how
Robert-Bosch-Straße 9
73278 Schlierbach
Telefon 07021 / 92 12 20
Telefax 07021 / 92 12 22

DRUCKFORMEN

So stehen Sie
glänzend da ...

... mit Lackplatten für
partielle Lackierungen.
Günstig und schnell von

LUERSSSEN
GRAFISCHE VERTRIEBS GMBH

Gutenbergring 21a
22848 Norderstedt
Tel. +49 40/53 43 62 - 0

lackformdienst@luerssengraf.de

DRUCKFARBEN

EPPL
Druckfarben GmbH

Hünikerstrasse 2
8442 Hettlingen
Tel. 052 316 17 33 Fax 052 316 25 61

DRUCKDIENSTLEISTUNGEN

RELIEFDRUCK
Nettopreise für Agenturen u. Druckereien
Superpreise für Großabnehmer
Briefbögen Lasersafe
Reliefmaschinen - Reliefpuder

• **PRESTIGE PRINT** •
Zeppelinstr. 10, 63110 Rodgau/Frankfurt
Fon 0 61 06/88 68 40, Fax 88 68 42
www.reliefdruck.de
info@reliefdruck.de

**HEISSFOLIENPRÄGUNG
WASSERZEICHEN
BLINDENSCHRIFT
STAHLSTICH**

DRUCKMASCHINEN

www.ceruttibern.ch

Rollenoffset-
Rotationen

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Hertstrasse 23
CH-8304 Wallisellen

Lettershop
Laserprint
Fulfillment

Telefon 043 233 44 44
Telefax 043 233 44 45

www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

MAILINGPRODUKTION

EZCO
switzerland

Elco AG
Wildschachen
5201 Brugg
T 056 462 80 00
F 056 462 80 80
www.myelco.ch

Balsfulland
Elektronik GmbH
Kameratechnik für
Lettershops & Weiterverarbeiter

Asamisser Allee 4 • 33818 Leopoldshöhe
Tel: 05202/9233-123 • Fax: 05202/9233-122
www.balsfulland.de • info@balsfulland.de



WEITERBILDUNG



Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
CH-8008 Zürich
Telefon +41 1 380 53 00

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“



Fordern Sie
unser
„know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com



JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENECKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 50



FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION

Schär Druckverarbeitung AG
Bernstrasse 281 • 4852 Rothrist
Tel. 062 785 10 30 • Fax 062 785 10 33
info@druckverarbeitung.ch
www.druckverarbeitung.ch



binderhaus
BINDMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND GIPFSTDRUCK

**PUR-Klebebinder
mit Schlitzdüse:**
Fotobücher,
Digitaldruck und
gestrichenes Papier
sicher binden.

Binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstrasse 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711-35845-45 · Fax 0711-35845-46
e-mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

binderhaus

WEITERVERARBEITUNG

www.mkwmbh.de

- **Zusammentragen**
- **Heften · Falzen**
- **Schneiden**
- **Kopf- & Fußbeschnitt**
- **Zwischenschnitte**
- **Kalenderstanzen**

MKW Graphische
Maschinen

Am Weiher · D-56766 Ulmen

Tel. +49 (0)2676 93050 · Fax 930510 · www.mkwmbh.de

VERSCHIEDENES

Vipasa
Vino Pasta Salsa

**WEIN UND PASTA –
MEHR NICHT!**

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

VERSCHIEDENES

SCHMUCK

BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

VERSCHIEDENES

Gütesiegel

DRUCKMARKT
wurde vom Verband Schweizer
Presse mit dem Gütesiegel
Q-Publikation ausgezeichnet.

Stefi Talman Schuhe, Taschen und Accessoires

Oberdorfstrasse 13, 8001 Zürich +41 44 252 81 10 www.stefitalman.ch

NEWS

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

HANDGEMACHTE
SCHOKOLADE, KONFEKT,
PRALINEN & MEHR

**Genuss
K
FABRIK**

MOSELPROMENADE
D-56812 COCHEM
0160 - 98 96 72 40
WWW.DIE-GENUSSFABRIK.COM

Quark Publishing System®

Mehr Freiheit und Unabhängigkeit für Ihre tägliche Arbeit

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

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

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

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

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



Quark