

# DRUCK MARKT

11. Mai 2011

# impressions 31

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



worldwide published



## Marketing – oder: Über die Märkte, die wir bearbeiten

**Alle 14 Tage!**

Ergänzend zum Heft: das  
PDF-Magazin Druckmarkt  
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Märkte: Converting-Industrie im Aufwind  
Premedia & Prepress: Bewegung bei Software und CtP  
Digitaldruck-Finishing: Perfekt ab Auflage 1  
Print & Finishing: Pharma-Spezialist mit Rapida 75E  
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com) 

[www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch) 

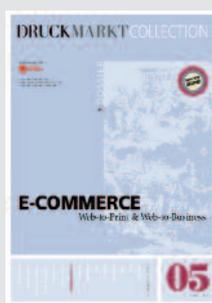


# DIE Schlaumacher

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 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«, »Value-Journal« und die »Grafische Revue« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Dossier  
**E-Commerce**  
Web-to-Print, Web-to-Business und Cloud Computing werden an Praxis-Beispielen erläutert.  
Oktober 2010.  
28 Seiten, A4.  
19,90 € / 24.90 CHF.  
Zu bestellen im Internet.

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



Investitionskompass  
**Digitaldruck**  
Farbe und Schwarzweiß: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.  
Oktober 2010.  
36 Seiten, A4.  
19,90 € / 24.90 CHF.  
Zu bestellen im Internet.



Dossier  
**Print Szenario 2011**  
Die Kommunikation im Umbruch. Die Chancen und Stärken von Druck und Werbung.  
März 2011  
28 Seiten, A4  
19,90 € / 24.90 CHF.  
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass  
**Drucker und MFPs**  
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu A3-Druckern und Multifunktionssystemen.  
April 2011  
28 Seiten, A4, davon  
8 Seiten Übersichten.  
19,90 € / 24.90 CHF.  
Zu bestellen im Internet.

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit  
Value-Journal und Grafische Revue



# Markenimage statt Preiskampf

## Inhalt

### Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 07 Converting-Industrie im Aufwind
- 10 Über die Märkte, die wir bearbeiten

### Premedia & Prepress

- 14 4.000 Suprasetter lief vom Band
- 15 Nachrichten
- 16 Software mit flexiblem Abonnement-Model

### Print & Finishing

- 19 Fotobuch-Pionier Albumprinter
- 20 Nachrichten
- 21 Größte Inline-Plattenproduktion in Asien fertig gestellt
- 22 Océ Production Printing Summit
- 23 Weitere Lithoman für Mohn media
- 24 Perfekt ab Auflage 1
- 26 Pharma-Spezialist mit KBA Rapida 75E
- 28 Master-Prägefolientag bei Bobst
- 30 Zeitungen zum Frühstück
- 32 Kolorcraft installiert erste Inca Onset 40

### Termine, Bildung & Events

- 34 Terminkalender
- 35 Nachrichten und Terminankündigungen
- 40 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 41 Business to Business

»Druckereien können in Zukunft nur gewinnen, wenn sie aufhören, gegeneinander anzutreten«, wird Christoph Scheufeld von der designverign GmbH in Düsseldorf zitiert, der beim Wirtschaftsausschuss des bvdM zum Thema »Marketing in der Druckindustrie« referierte. Isoliert betrachtet ist diese Aussage höchst merkwürdig. Denn gegen wen sonst als gegen eine Druckerei soll eine Druckerei beim Wettbewerb um Druckaufträge antreten?

Wenn damit jedoch gemeint ist, dass sich eine Druckerei nicht in ruinöse Preiskämpfe begeben, sondern durch andere Qualitäten punkten soll, kommt man der Wahrheit schon ein Stück näher. Denn in dem von starkem Preiswettbewerb und strukturellen Veränderungen gekennzeichneten Käufermarkt »Druckprodukte« kann eine »Marke« als Alleinstellungsmerkmal die Chance bieten, den Preisgefechten entgegenzutreten. Daher empfiehlt sich auch für eine Druckerei, eine Marke aufzubauen und ein Markenimage zu schaffen, mit dem sich Kunden identifizieren können.

Das lässt sich leicht sagen, ist allerdings nicht ganz so einfach umzusetzen. Schließlich gehört dazu ein Marketing-Konzept, das die Zielgruppen definiert, den Produkt-, Preis- und Distributions-Mix berücksichtigt, die richtige Mischung aus Kommunikation, Werbung und Public Relations findet und nicht zuletzt durch Verkaufsförderung dem Verkauf die Akquise erleichtert. Mit einer derart klaren Marketingstrategie und der konsequenten Umsetzung lässt sich die Zukunftsfähigkeit von Druckereien verbessern.

Dabei hilft das jetzt erschienene »Marketing-Glossar« des Druckmarkts (siehe Seite 11), das nicht das so-und-so-vielte Marketing-Buch ist, sondern als Nachschlagewerk die wesentlichen Bereiche des Marketings knapp, präzise und prägnant erläutert und damit zum täglichen Marketing-Begleiter wird.



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](http://www.druckmarkt.com), [www.druckmarkt.de](http://www.druckmarkt.de), [www.druckmarkt.ch](http://www.druckmarkt.ch)  
 © by Druckmarkt 2011



Zufrieden zeigt sich Heidelberg über den Verlauf der wichtigsten Fachmesse in diesem Jahr, der Print China. Nahezu 150.000 Besucher hauptsächlich aus China, aber auch aus Singapur, Südkorea, Indien und Taiwan informierten sich auf der Messe vom 9. bis zum 13. April in Dongguan, Provinz Guangdong. »Die Print China hat sich für uns neben der drupa in Düsseldorf zur global wichtigsten Fachmesse entwickelt«, bestätigt Heidelberg-Chef Bernhard Schreier. Weltweit ist China der Markt mit den höchsten Zuwächsen in der Druckindustrie und für Heidelberg mittlerweile der größte Einzelmarkt. Allein von der Speedmaster CX 102 standen nach Messe-Ende über 40 Maschinen mit über 200 Druckwerken in den Auftragsbüchern. Weitere Aufträge wurden über alle Formatklassen abgeschlossen, so auch über eine Großformatmaschine Speedmaster XL 162. Zudem wurden etliche CtP-Belichter und zahlreiche Maschinen für die Weiterverarbeitung verkauft.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

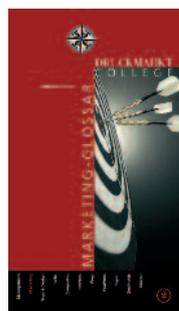


Ritter Sport, Schokoladenhersteller aus Waldenbuch, hat Elanders Printpack als Lieferant des Jahres 2010 geehrt. Mitte April überreichte Hajo Brand von Ritter Sport Elanders-Geschäftsführer Peter Sommer (links) die Urkunde. Ritter Sport vergibt diese Auszeichnung als Anerkennung für hohe Kundenzufriedenheit.



Soeben ist das »Marketing-Glossar des Druckmarkts« erschienen. Es beschäftigt sich mit den Märkten, den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht alleine

K-Flow, Softwareschmiede aus dem westfälischen Bunde, stattet gemeinsam mit seinen Partnern b.comp, Graph-X und ROG die »Höhere Graphische Bundes-, Lehr- und Versuchsanstalt Wien« aus. Zielsetzung ist es, die praxisgerechte Ausbildung zu unterstützen. Im Rahmen der »print fair 2011« wurden Schulungs-Lizenzen für »K-Flow SMARTb«, »b.comp-TruPageServer« und »ROG handshake« überreicht. [www.graphische.at](http://www.graphische.at) [www.kflow.de](http://www.kflow.de)



theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das »Marketing-Glossar« an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt und täglicher Begleiter sein sollte.



Gleich am ersten Tag der Print China konnte KBA-China einen Großauftrag verkünden. Die zur Hengshun-Gruppe gehörende Jiangsu Henghua Media Co., Ltd. bestellte beim Druckmaschinenhersteller zwei 16-Seiten-Akzidenzmaschinen und vier Bogenoffsetmaschinen im zweistelligen Euro-Millionenbereich.



Unter dem Motto »Weisheit, Weitblick, Erfolg« hat sich manroland auf der Print China 2011 mit ihrem breit gefächerten Angebot als Experte für die Lösung von Fragen ihrer Kunden rund um den Druck positioniert. Im Bereich Bogenoffset wurden mehr als 300 Druck- und Lackwerke verkauft, so dass manroland seine Position auf dem Markt für hochwertige Verpackungs- und Druckprodukte stärken konnte. Der Großformatdruck war schon 2010 sehr erfolgreich: Mehr als 40 Anlagen in verschiedenen Formaten und Konfigurationen wurden verkauft. Nun wurden auf der Messe drei neue Verträge über Großformatmaschinen unterzeichnet.



Zur Erschließung neuer Geschäftsfelder präsentiert Heidelberg die selbstentwickelte Lasertechnologie auf der Fachmesse Laser World of Photonics 2011 in München. Die Lasermodule werden bereits seit 2004 in den Heidelberg-CtP-Systemen eingesetzt. Bisher wurden über 8.000 Module installiert.

## LOPE-C in Frankfurt

### GEDRUCKTE ELEKTRONIK FÜR DAS AUTO DER ZUKUNFT

Die organische und gedruckte Elektronik ist auf dem Weg in breite Massenmärkte. Kostengünstig von der Rolle gedruckte integrierte Systeme gestalten die Elektronik in Konsumgütern und Industriesteuerungen äußerst kompakt und energieeffizient. Im Auto ermöglichen sie eine neue multifunktionale Ergonomie und elegante Cockpit-Designs mit eingebetteten Displays und Touch-Sensoren. Oder hauch-



Die Schreiner PrinTronics in Ober-schleißheim bei München demonstrierte 2008 im Porsche Cayenne ihre Kompetenz im elektronischen Funktionsdruck. Das Innere des Showcars wurde großflächig mit gedruckten, blau leuchtenden Elektrolumineszenzfolien ausgestattet. Ein exklusives Raumerlebnis ambienter Lichteffekte.

dünne OLED-Rücklichter – direkt auf die Karosserie geklebt. Die LOPE-C 2011 – Large-area, Organic & Printed Electronics Convention, veranstaltet von OE-A und organisiert von der Mesago Messe Frankfurt GmbH – widmet sich vom 28. bis 30. Juni in Frankfurt auch dem Zukunftsthema Automobilelektronik. Die Elektronik wird beim »Auto der Zukunft« eine Hauptrolle spielen. Mit neuen Beleuchtungssystemen, Sitzen aus smarten Textilien und Solarzellen sowie mit Informationssystemen, die das Fahrzeug-Interieur verändern und Fahrer wie Fahrzeug interaktiv mit der Verkehrsumgebung vernetzen.

➤ [www.lope-c.com](http://www.lope-c.com)



## KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie bleiben im April im Saldo mit +2% positiv. Die Nachfrageentwicklung wird weiter positiv beurteilt, die Produktionsentwicklung weist aber wieder einen Negativwert auf. Die Entwicklung der Auftragsbestände im Vormonat hat sich auf null verschlechtert. Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie vergrößerte sich um 5% auf nun 42%.



Ungefähr 36% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen der Auslandsaufträge haben sich leicht um 3% auf -6% verbessert.

**Im nächsten Quartal:** Das Geschäftsklima ist durch die Verschlechterung der Geschäftserwartungen mit +1% wieder kühler geworden. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft im nächsten Quartal liegen nahezu unverändert bei 1% der Antwortsalden. Starke Impulse werden nicht erwartet.

**Im nächsten Halbjahr:** Die Geschäftserwartungen haben sich nach zwei Monaten mit positiven Erwartungen wieder auf 0% der Antwortsalden eingetrübt, das heißt 16% erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 16% eine Verschlechterung, 68% erwarten keine Veränderung. Im Vorjahresmonat lagen die Erwartungen bei -5%.

➤ [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)



Die Chromos AG erweiterte mit ERICH ROTTARIS ihre Geschäftsleitung. Rottaris leitet den Unternehmensbereich ›Verpackungsmaterial‹, der sich auf den Bereich flexible Verpackungen spezialisiert hat und 2011 personell weiter ausgebaut werden soll.



Am 3. April 2011 feierte HELMUT SCHARNHORST, Seniorchef der SR-Druck Scharnhorst & Reincke in Stuhr bei Bremen seinen 80. Geburtstag. Im November dieses Jahres feiert das Unternehmen sein 85-jähriges Bestehen.



Die Saxoprint GmbH, eine der großen Online-Druckereien, hat KLAUS SAUER als zusätzlichen Gesellschafter-Geschäftsführer gewonnen. Er kommt von Unitedprint, wo er als geschäftsführender Direktor an der erfolgreichen Unternehmensentwicklung mitwirkte.



Bei Kyocera stand am 1. April ein Führungswechsel an: YOSHIAKI ONISHI wurde neuer Präsident von Kyocera Mita Europe. Sein Vorgänger Takashi Kuki kehrte nach Japan zurück, um dort die Position des Senior General Managers im Vertrieb einzunehmen.



Mit Wirkung zum 1. April 2011 holt die Thieme GmbH & Co. KG ARMIN GERLAND als neuen Leiter Technik und Vertrieb für den Geschäftsbereich Drucksysteme ins Unternehmen. Der Maschinenbau-Ingenieur übernimmt diese Aufgabe von Peter Geiger.



UWE HEROLD wird ab dem 1. Juli 2011 die Leitung der IT der Heidelberger Druckmaschinen AG übernehmen. Der Diplom-Ingenieur bekleidet seit über zehn Jahren Führungspositionen in internationalen IT-Organisationen unterschiedlicher Branchen.

## ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

# DRUCKMARKT impressions

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



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 gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von ›DRUCKMARKT‹ erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des ›DRUCKMARKT‹ aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

Wissen, wo es lang geht ...

**DRUCKMARKT**  
macht Entscheider entscheidungssicher.



### GMG

#### DEUTLICHE UMSATZ-STEIGERUNG IM JAHR 2010

GMG, Entwickler und Anbieter von Farbmanagement-Softwarelösungen, teilte mit, dass das Jahr 2010 eine deutliche Umsatzsteigerung von 30% gegenüber dem Vorjahr gebracht hat. Die höchsten Zuwächse wurden in der für GMG größten Einzelregion DACH und in Ozeanien erzielt. Gut entwickelt hätten sich auch die GMG-Töchter.

### Gruner + Jahr

#### VERKAUF VON PRINOVIS-ANTEILEN?

Der Hamburger Verlag Gruner + Jahr, zieht sich möglicherweise bald aus dem Druckgeschäft zurück: Einem Bericht des »Hamburger Abendblatt« zufolge will der Verlag seinen Anteil von 37,45% an dem Tiefdruck-Joint-Venture Prinovis verkaufen. An Prinovis sind zudem Arvato (37,45%) und die Axel Springer AG (25,1%) beteiligt.

### Kosten reduzieren

#### MAIL-FINISHING-PLATTFORM DER NÄCHSTEN GENERATION

Pitney Bowes kooperiert seit Kurzem mit Sitma Machinery S.p.A. Ziel ist es, eine Mail-Finishing-Plattform der nächsten Generation zu entwickeln, mit der hochwertige Kundenkommunikation zu einem niedrigeren Stückpreis erstellt werden kann beziehungsweise Kunden helfen soll, die Kosten für Versand- und Druckaufgaben zu reduzieren.

### Tamedia und Edipresse

#### DIE FUSION ERFOLGT BEREITS DIESES JAHR

Der Zürcher Medienkonzern Tamedia will Edipresse schneller übernehmen als ursprünglich geplant. Man sei übereingekommen, das Schweizer Geschäft statt zum Januar 2013 bereits in den kommenden Monaten zusammenzuführen. Grund sei die erfolgreiche erste Phase des Integrationsprozesses.

### Papierfabrik Scheufelen

#### ERNEUTER EIGENTÜMERWECHSEL

Am 1. Januar 2009 kaufte das finnische Unternehmen Powerflute die Papierfabrik Scheufelen. Jetzt steht ein weiterer Eigentümerwechsel an: Powerflute veräußert die Papierfabrik in Lenningen für 38,5 Mio. € an das niederländische Unternehmen Paper Excellence BV. Das Unternehmen betreibt Papier- sowie Zellstoffwerke und ist eine Tochterfirma der PT Sinar Mas Group, die von Indonesien aus operiert und zu der die Asia Pulp and Paper Company gehört. Paper Excellence hat erst im vergangenen Jahr Zellstofffabriken in Frankreich und Kanada gekauft. So soll die Abhängigkeit Scheufelens vom Rohstoffmarkt reduziert werden. Grund für den Verkauf war laut Powerflute die angespannte Situation auf den Zellstoffmärkten. Unklar ist noch, ob das bisherige Management bleibt. Erst zum Jahreswechsel hatte Michael Spallart das Unternehmen verlassen. Ihm folgte Kim Jokipii als CEO, der Scheufelen nach der Übernahme durch Powerflute verlassen hatte.

### Vorläufige Zahlen von Heidelberg

## RÜCKKEHR IN DIE GEWINNZONE UND GESCHÄFTSBELEBUNG

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im Geschäftsjahr 2010/11 (1. April 2010 bis 31. März 2011) Auftragseingang und Umsatz gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Das operative Ergebnis verbesserte sich deutlich und kehrte nach zwei Verlustjahren in die Gewinnzone zurück. Damit hat Heidelberg die eigenen Prognosen erfüllt.



Der vorläufige Auftragseingang lag mit 2,757 Mrd. € rund 16% über dem Vorjahr mit 2,371 Mrd. €. Der vorläufige Umsatz der Gruppe stieg um rund 14% auf 2,629 Mrd. € (Vorjahr: 2,306 Mrd. €). Das vorläu-

fige Ergebnis stieg zum Geschäftsjahresende auf 4 Mio. € (Vorjahr: minus 130 Mio. €).

Die massiv gestiegenen Finanzierungskosten sowie Aufwendungen durch die Neustrukturierung der Kapitalstruktur von Heidelberg belasteten das Finanzergebnis wie erwartet. Für das Ergebnis nach Steuern wird daher ein Wert von rund minus 130 Mio. € erwartet.

»Heidelberg ist auf den Wachstumspfad zurückgekehrt. Und durch die Kooperation mit Ricoh werden wir unsere Marktstellung im Offsetdruck durch innovative Produkte im Digitaldruck ergänzen«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Die Erfolge zeigen, dass Heidelberg auf dem richtigen Weg ist, um langfristig erfolgreich zu sein.«

Zum 31. März 2011 waren weltweit 15.828 Mitarbeiter bei Heidelberg beschäftigt (Vorjahr: 16.496 Mitarbeiter).

Die Veröffentlichung der endgültigen Zahlen ist für den 16. Juni 2011 vorgesehen.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

### 3M Deutschland GmbH

#### 60 JAHRE IN DEUTSCHLAND UND UMSATZREKORD

Am 20. April 2011 feierte die 3M Deutschland GmbH ihr 60-jähriges Bestehen. Die Niederlassung in Neuss ist die zweitgrößte des amerikanischen Multi-Technologiekonzerns. An 14 deutschen Standorten arbeiten rund 4.800 Menschen. Im Geschäftsjahr 2010 wurde erstmals in der 60-jährigen Geschichte ein Umsatz von über zwei 2,0 Mrd. € erreicht. Für das laufende Jahr rechnet 3M mit einem weiteren Wachstum von fünf bis sechs Prozent. 3M setzt weltweit 27 Mrd. US-Dollar um, hat Niederlassungen in mehr als 65 Ländern und beschäftigt etwa 80.000 Menschen. 3M hält 26.000 Patente und bietet 50.000 Produkte an: von Kleb- und Füllstoffen über Nanotechnologie und Medizin bis hin zu Produkten und Materialien für die Druckindustrie. Ziel von 3M ist es, 40% des Umsatzes mit Produkten zu generieren, die weniger als fünf Jahre auf dem Markt sind. Schon heute ist jeder 11. Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung tätig.

➤ [www.3m.de](http://www.3m.de)



## Edelmann Graphics

### NACH 1995 DIE ZWEITE INSOLVENZ

Es sieht für den Druckmaschinenhersteller Edelmann Graphics in Beerfelden nicht gut aus. Die Geschäftsführung des Unternehmens hat beim Amtsgericht Darmstadt Insolvenzantrag gestellt. Dies geht aus einem Bericht des regionalen Nachrichtenportals »Echo Online« hervor. So hat einmal mehr ein Insolvenzverwalter das Sagen. Nach Dirk Pfeil, der den Druckmaschinenbauer von 1995 bis 2003 in der Insolvenz weitergeführt und dann an Mitarbeiter und Management verkaufte, ist es nun Rechtsanwalt Markus Ernestus, der nach einer Lösung suchen muss. Hoffnungen, das Aus zu verhindern, macht er allerdings nicht. Derzeit wird nicht produziert und die noch verbliebenen 77 Mitarbeiter warten auf ausstehende Löhne.

Zum Zeitpunkt der ersten Insolvenz gehörte der 1953 von Ernst Edelmann gegründete Maschinenbauer zum US-Unternehmen Didde. 2003 hatten die gut 100 Mitarbeiter die Anteile der Firma übernommen und konnten Erfolge melden, nachdem man sich vom Endlosformulardruck abgewendet und Maschinen für den Verpackungsdruck und Etiketten zugewendet hatte. Wie der gesamte Maschinenbau hatte auch Edelmann von 2008 bis 2010 erhebliche Absatzeinbußen zu verkraften, die nun zum möglichen Aus führten.

International Converting Exhibition ICE Europe 2011 vom 8. bis 10. November

## CONVERTING-INDUSTRIE PRÄSENTIERT SICH AUF DEM MÜNCHNER MESSEGELÄNDE

Ein gutes halbes Jahr, bevor die ICE Europe vom 8. bis 10. November 2011 auf dem Gelände der Neuen Messe München ihre Tore öffnet, sieht alles danach aus, dass die internationale Leitmesse für die Converting-Industrie an den Erfolg der vergangenen Veranstaltung anknüpfen kann. 320 Aussteller aus 20 Ländern haben ihre Standfläche gebucht. Zum Vergleich: Auf der vergangenen Messe stellten insgesamt 330 Aussteller aus 21 Ländern aus. Mit 5.350 Besuchern aus 63 Ländern war die ICE Europe 2009 größer als je zuvor.



Die Branche der Veredler und Bearbeiter von Papier, Film und Folie konnte damals bereits erste Anzeichen eines Aufwärtstrends nach der weltweiten Wirtschaftskrise spüren. Verglichen mit anderen Industriezweigen ist die Converting-Industrie wieder recht gut aufgestellt. Dennoch steht die Branche stets vor neuen Herausforderungen. »In der Converting-Industrie beeinflussen Rohstoffknappheit und steigende Energiepreise derzeit die Fertigung; bei Folien- und Papierverpackungen müssen Umweltbewusstsein und Gesundheitsschutz in Einklang gebracht werden, und nicht zuletzt gibt es kontinuierlich Verschiebungen bei den Absatzmärkten«, sagt Nicola Hamann, Messedirektorin der ICE Europe im Namen des Veranstalters Mack Brooks Exhibitions.

»Die ICE Europe ist für Fachleute der Veredelung und Verarbeitung von bahnförmigen Materialien dieses Jahr deshalb die wichtigste Plattform, um sich einen fundierten Überblick über Trends und technologische Neuerungen zu verschaffen. Aus den Produktinformationen der

Ausstellerfirmen geht hervor, dass die Messebesucher wieder ein ganzes Spektrum an Innovationen aus erster Hand erwarten dürfen. Übergeordnete Themen werden dieses Jahr neue Materialien und deren Verarbeitung, die ressourcenschonende Fertigung sowie effizientere Bearbeitungs- und Messverfahren sein«, so Nicola Hamann.

Eine große Zahl der vorgestellten Produkte und Systeme werden die Besucher auf der ICE Europe 2011 wieder live erleben können. Um Maschinen und Lösungen prak-

Bilder von der ICE Europe 2009. Fotos: Mack Brooks Exhibitions Ltd.

tisch demonstrieren zu können, haben die Aussteller 15% mehr Standfläche gebucht als 2009. Die ICE Europe wird in den Hallen B5 und B6 des Münchener Messegeländes stattfinden. Das Gelände ist vom Stadtzentrum wie vom Flughafen leicht erreichbar.

Das Ausstellungsprofil der ICE Europe umfasst Maschinen, Zubehör und Systeme zur Beschichtung und Kaschierung, zur Trocknung, Härtung, zur Vorbehandlung, zum Schneiden/Wickeln und zur Konfektionierung. Zur diesjährigen Veranstaltung wurde das Ausstellungsprofil der Messe um Flexo-/Tiefdruck vervollständigt. Daneben werden Materialien, Software, Retrofits, Betriebseinrichtung sowie Consulting- und Lohnverarbeitungs-Dienstleistungen angeboten.

➤ [www.ice-x.de](http://www.ice-x.de)



## KURZ & BÜNDIG & KNAPP

**Södra** hat eine Vereinbarung mit dem russischen Unternehmen **Angara Paper** unterzeichnet, wonach der schwedische Konzern als Projektpartner für das geplante Zellstoffwerk Angara Paper das Marketing und den Vertrieb übernehmen wird. • Der Zwischenbericht von **EFI** für das 1. Quartal 2011 zeigt die Region EMEA (Europa, Nahost und Afrika) klar im Aufwind: Während das Unternehmen sein Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr mit 26% beziffert, liegt EMEA mit 42% deutlich darüber. • **DuPont Packaging Graphics** gab eine allgemeine Preiserhöhungen auf alle Cyrel-Produkte ab 16. Mai 2011 bekannt. Die Preiserhöhung von bis zu 7% variiert nach Produktgruppen und Produkten. •



#### Aus für pdfzone.de INFOPORTAL ZU ACROBAT UND PDF STELLT BETRIEB EIN

Im Kontext der rasant wachsenden sozialen Netzwerke haben sich die Macher von pdfzone.de, Deutschlands erstes Infoportal zu Acrobat und PDF, entschlossen, pdfzone.de in der gewohnten Form nicht mehr weiter zu entwickeln. pdfzone.de wird elf Jahre, elf Wochen und elf Tage nach dem Start abgeschaltet: am 28. Juni 2011 um 11:11 Uhr.

#### Top Product Award 2011 ZÜND-SYSTEM WURDE AUSGEZEICHNET

Das amerikanische Magazin Wide-Format Imaging verleiht jedes Jahr die ›Top Products Awards‹ und heben Produkte heraus, die im vergangenen Jahr einen wertvollen Beitrag im Großformat-Business geleistet haben. 2011 geht diese Auszeichnung an das Flaggschiff G3 aus dem Hause Zünd System-technik AG.

#### EFI-Hilfeleistungen für Japan SPENDEN DES UNTERNEHMENS UND SEINER MITARBEITER

EFI hat eine Spende in Höhe von 45.000 US-Dollar an das Rote Kreuz für die Erdbeben- und Tsunami-Hilfe in Japan übergeben. Der Betrag ist das Ergebnis eines 30-tägigen Spendenprogramms, bei dem EFI für jede Spende eines Mitarbeiters einen Betrag in gleicher Höhe in einen Hilfsfonds eingezahlt hat.

#### EversFrankmedia KOMPETENZEN IN PRINT, ONLINE UND MOBILE

Die Evers-Frank Druck- und Medien-gruppe hat mit der Gründung der EversFrankmedia GmbH die Kompetenzen der Gaficon GmbH, TOP21 GmbH, MediaTailor GmbH sowie der Evers-Frank-Gruppe gebündelt. Moderne Medienproduktion in Print, Online und Mobile soll damit für Kunden einfach, aktuell, schnell, kostengünstig und umweltverträglich gemacht werden. »Unsere Kunden stehen vor der Herausforderung neben dem Druck auch andere Kanäle nutzen zu müssen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Mit EversFrankmedia können wir nun die Evers-Frank-Qualität auch im Online- und Mobile-Bereich anbieten. Gemeinsam mit unseren Kunden schaffen wir systematisch die Grundlage für cross-mediale Kommunikation«, sagt Dr. Jens Siligmüller, Geschäftsführer für Unternehmensentwicklung der Evers-Frank Gruppe und Geschäftsführer der EversFrankmedia GmbH. EversFrankmedia blickt als Unternehmen der Evers-Frank-Gruppe auf eine mehr als 100-jährige Geschichte zurück.

➤ [www.eversfrankmedia.com](http://www.eversfrankmedia.com)

#### M-real NUN SOLL DIE GOHRSMÜHLE VERKAUFT WERDEN

Der finnische Papierhersteller M-real plant nach jüngsten Informationen, das komplette Werk in Bergisch-Gladbach zu verkaufen oder Werksteile im Rahmen eines ›Paper Park‹-Konzepts zu veräußern. Auch in Düren und Frankreich soll es Änderungen geben. Sollte der Verkauf des Werks Gohrsmühle fehlschlagen, will M-real die Produktion von ungestrichenem Feinpapier und die Produktion von unrentablen Sorten einstellen. Dann würde in Bergisch-Gladbach nur noch gestrichenes Etikettenpapier und Verpackungskarton wie Chromolux hergestellt. Außerdem sollen die Aktivitäten im Werk Reflex in Düren mit Durchschreibepapieren zur Disposition gestellt werden. Auch die Papierfabrik Alizay in Frankreich steht zum Verkauf. Bis Ende September hat sich M-real nun eine Frist gesetzt. Wird kein Käufer gefunden, soll die Papierfabrik geschlossen werden. Zudem will m-real den Geschäftszweig Premium Papers veräußern. Eine Absichtserklärung mit der Papierfabrik Lenk wurde Mitte April dieses Jahres unterzeichnet.

➤ [www.m-real.com](http://www.m-real.com)

#### Im 1. Quartal 2011 verbessert UMSATZ STEIGT BEI UPM UM 16 PROZENT

In seinem Report für das erste Quartal 2011 berichtet der finnische Papierhersteller UPM über einen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr um 16% von knapp 2 Mrd. € auf 2,35 Mrd. €. Das Betriebsergebnis stieg um 8,4% von 116 Mio. € auf 198 Mio. €. Die Verbesserung des Ergebnisses führt UPM auf gut laufende Geschäfte bei Paper und Pulp zurück. So seien im Bereich Paper die Auslieferungen insbesondere in den Märkten außerhalb Europas gestiegen. Zudem habe sich der operative Verlust des Geschäftsbereichs Paper aufgrund gestiegener Verkaufspreise und Auslieferungen verringert.



Für das laufende Jahr erwartet Jussi Pesonen, CEO von UPM, dass die Verkaufspreise stabil bleiben beziehungsweise steigen. Die Kosten für Rohstoffe könnten nach Angaben von UPM stabil auf dem Niveau des ersten Quartals beziehungsweise der letzten Monate 2010 bleiben.

➤ [www.upm.com](http://www.upm.com)

## Solidarität mit Japan



Schweizer Firmen haben zur Solidarität mit den leid-geprüften Menschen in Japan aufgerufen und eine Initiative ins Leben gerufen, die wir vom ›Druckmarkt‹ ebenfalls unterstützen. Die Idee für das Yukiko-Shirt stammt von Sandra Koch (›Apfelbäckchen‹). Der Legende nach stehen Kraniche in der japanischen Kultur für Langlebigkeit: wer 1.000 Kraniche faltet, bekommt von den Göttern einen Wunsch erfüllt. Seit dem Tode des Atombombenopfers Sadako Sasaki, die mit dem Falten von Origami-Kranichen gegen ihre durch die Strahlung verursachte Leukämie-Erkrankung ankämpfte, sind Origami-Kraniche auch Symbol der Friedensbewegung. Mit dieser Aktion soll ein Beitrag für eine sorgenfreie Zukunft der Kinder in Japan geleistet werden. Bis zum 6. Mai kamen durch den Verkauf des Shirts knapp 26.000 Franken zusammen.

# Wir zeigen Solidarität mit Japan



Wir sammeln **gemeinsam für Japan**. Helfen Sie Japan mit der Bestellung des Yukiko Shirts. Dank der Unterstützung zahlreicher Schweizer Unternehmen wird der gesamte Betrag von CHF30 bzw. CHF35 für Japan eingesetzt. Die Schweizerisch-Japanische Handelskammer (sjcc.ch) ist Pate der Solidaritätsbewegung und garantiert den zweckmässigen Einsatz der Spende. [www.solidaritaet-japan.ch](http://www.solidaritaet-japan.ch)





# Über die Märkte, die wir bearbeiten

Das »Marketing-Glossar« des Druckmarkts ist innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« erschienen

»Marketing ist ja schön und gut, aber das Einzige, womit wir Erfolg haben, ist der Preis. Wer am billigsten anbietet, erhält den Auftrag.«

Nur schlecht denkende Menschen glauben, dass dieses Zitat jemand zugeschrieben werden kann, der in der Druckindustrie sein Geld verdient. Dabei kann man der zitierten Person noch nicht einmal vorwerfen, dass er keine Ahnung von Marketing hat. Schließlich ist das Verkaufen über den Preis eine der Strategien, die im Marketing durchaus erlaubt ist. Dass solche Preisschlachten jedoch ruinös sind und der Marktlage der Branche widersprechen, steht auf einem anderen Blatt. Und damit sind wir eigentlich schon mitten im Thema. Denn im Marketing gibt es immer ein »Für und Wider«. Und gerade was Strategien angeht, gibt das neue Glossar wertvolle Hilfe.

## Was ist eigentlich Marketing?

Doch was ist denn nun Marketing? Jeder redet darüber, doch nur die wenigsten wissen wirklich, was man darunter zu verstehen hat. Da werden Begriffe missverstanden, Werbung, PR und Marketing miteinander verwechselt und am Ende redet jeder am anderen vorbei.

Alphonse Hauser grenzt die Gebiete deshalb auch sehr genau ab. »Der Begriff »Marketing« hat seinen Ursprung in der Geschäftswelt der USA und lässt sich nur schwer in einem einzigen Wort ins Deutsche übersetzen. Der Begriff »Absatzlehre« ist als Erklärung zu wenig umfassend und der vielfach plakativ verwendete Begriff »Werbung« deckt nur einen kleinen Teilbereich des Marketings ab – vergleichbar mit der Spitze eines Eisbergs.« Dabei gibt es viele Erklärungen und Definitionen, die aber gleichermaßen unvollständig wie schwammig wirken. »Ziel ist es, Marketing in seinen wichtigsten Zusammenhängen darzustellen und zu erläutern«, sagt Hauser.

Dabei handelt es sich nicht um das so-und-so-vielte Marketing-Buch, es ist an ein Glossar angelehnt. Nicht im Sinne eines alphabetischen Lexikons, sondern unterteilt in die wesentlichen Bereiche des Marketings, in denen die Begriffe des Marketings knapp, präzise und prägnant erläutert werden.

Doch kommen nicht alleine theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das »Marketing-Glossar« an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt und täglicher Begleiter sein sollte.

Immer öfter hört und liest man davon, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing kümmern sollen. Das ist leicht gesagt, aber wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Dazu hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser ein Marketing-Glossar publiziert.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



# 2011: Digital meets Offset Power

Mit ihrer bahnbrechenden Partnerschaft definieren Océ und manroland den Druckmarkt neu. Offset- und Digitaldruck gehen jetzt Hand in Hand. Erleben Sie die erste digitale Komplettlösung von manroland und Océ.

**Océ Production Printing Summit  
7. – 10. Juni 2011, Poing/München**

Melden Sie sich bitte bei Ihrem  
Océ Ansprechpartner an.



**manroland**



Alphonse Hauser, 1937 in Richterswil am Zürichsee geboren, ist seit vielen Jahren als Marketing-Berater und Fachdozent in der mittleren Kaderausbildung erfolgreich tätig. Seine fundierten Kenntnisse im Bereich der beruflichen Weiterbildung – speziell in Marketing und Prozessorganisation sowie weiteren Managementtools – prägen auch sein Werk »Marketing-Glossar«. Übrigens: nicht sein erstes Fachbuch. Durch die langjährige Mitarbeit in internationalen Agenturen und die spätere freiberufliche Tätigkeit als Consultant erwarb er sich einen umfassenden Horizont und profunde Kenntnisse nicht nur über das Thema Marketing, sondern ebenso über wirtschaftliche Zusammenhänge. Die Basis zum heutigen Fachwissen legte Alphonse Hauser bereits in der Grundausbildung im grafischen Gewerbe, wo er sich zuerst als Typograph und durch zielgerichtete Weiterbildung in verschiedenen Bereichen bis hin zur Redaktionsleitung im Zeitungsbereich bewährte. Ein breites internationales Spektrum von Beratungs- und Konzeptaktivitäten in Agenturen führten schließlich zur Gründung einer eigenen Consultingfirma. Zeitgleich nahm er seine vielseitig anerkannte Tätigkeit als Fachdozent auf. Speziell im «gib»Zürich – Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation – wurde er zu einem der fachlich prägenden Impulsgeber.

## Unbewusst macht jeder Marketing

»So schwerfällig sich alle Definitionen anhören, so einfach ist Marketing eigentlich in der Praxis«, sagt Hauser. Und meint damit: »Jeder – beispielsweise Drucker – der im persönlichen Gespräch seinen Kunden über die Vorteile einer Zusammenarbeit informiert, betreibt Marketing. Wer den Wettbewerb, dessen Produkte und Dienstleistungen analysiert und diese mit den eigenen vergleicht, betreibt Marketing. Und jeder, der beim Angebot eines Auftrags versucht, die eigene Leistung möglichst gewinnbringend zu verkaufen, betreibt Marketing.«

Dazu gehören im ersten Ansatz noch nicht einmal professionell erstellte Marktanalysen oder Strategien, sondern vor allem gesunder Menschenverstand und ein Gespür für den Kunden.

In der Expertensprache, zum Beispiel bei Prof. Dr. Philip Kotler, hört sich die Definition für den Begriff Marketing dann so an: »Marketing ist die Ausrichtung sämtlicher unternehmerischer Aktivitäten auf die Erfordernisse des Absatzmarktes – und zwar in Einklang mit den langfristigen Rentabilitäts- respektive grundsätzlich-strategischen Unternehmenszielen.« Der Schweizer Armin Baumann definiert den Begriff Marketing als stetig laufenden Prozess, bei dem der Markt kontinuierlich analysiert wird, um Bedürfnisse und Marktveränderungen frühzeitig festzustellen. Darauf basierend werden entsprechende Maßnahmen für den Markt abgeleitet, damit die Ziele des Unternehmens erreicht werden.

Es geht also beim Marketing immer um den Markt oder die Märkte, in denen wir alle agieren. Gerade diesem Thema widmet Hauser wesentliche Teile des Buchs. Und dies vor allem im Hinblick auf die zunehmende Globalisierung und zum besseren Verständnis der Vernetzung globaler Zusammenhänge. Dabei kommen Themen wie Marktforschung, Marktsegmentierung oder Konsumenten-Typologien nicht zu kurz.

Ein Kapitel, das aber besonders faszinierend ist, steht gleich am Beginn des Glossars. Und es ist eigentlich auch das Wichtigste, weil es zeigt, warum und weshalb wir überhaupt Marketing machen müssen. Marketing ist ja nicht Gott-gegeben, sondern eine Disziplin, die durch die Evolution der Wirtschaft erst notwendig wurde. Deshalb sei an dieser Stelle ein kurzer Blick in das erste Kapitel des Marketing-Glossars erlaubt.



## Ein Blick zurück

Ursprung des wirtschaftlichen Handelns war der Zwang zur Güterbeschaffung zwecks Deckung der Bedürfnisse, um überhaupt überleben zu können. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Dabei ist die älteste Wirtschaftsform der Tauschhandel: man tauschte eine Ware gegen eine andere. Diese Art von Warenbeschaffung war bis ins Mittelalter weit verbreitet, wurde aber durch das Aufkommen von Geld verdrängt. Das System ›Ware gegen Geld‹ setzte sich immer stärker durch – die heutige Geldwirtschaft war geboren.

Zu diesem Zeitpunkt war die Wirtschaft noch geprägt durch Hand-

werk und Agrarwirtschaft in ihren vielfältigen Ausprägungen. Diese übersichtliche Wirtschaftsform hielt an, bis Technik und Produktionswirtschaft das Zepter übernahmen. Von da an spricht man vom Industriezeitalter. Gefördert wurde die Entwicklung vor allem durch die Erfindung der Dampfmaschine. Eine der wesentlichen Auswirkungen: Fabriken waren nicht mehr auf Standorte an Flüssen mit ganzjährig genügender Wasserführung zur Erzeugung der Antriebsenergie angewiesen, sondern konnten überall im Land errichtet werden.

Im Zuge der Industrialisierung entwickelte sich die Massenproduktion. Die Ausweitung der Produktionskapazitäten und die Rationalisierung der Herstellung machte zudem eine Verbreiterung des Absatzes notwendig; der Verkauf wurde immer wichtiger. Der Durchbruch industrieller Fertigung erfolgte zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit der Erfindung der Fließband-Produktion beim Autohersteller Ford, als 1914 die Fließbandarbeit mit motorischem Antrieb aufgenommen wurde. Mit der massenhaften Herstellung von Autos entfernte man sich dabei weit von Produktionen, die ›auf Bedarf‹ erfolgten. Zum Vergleich: Ein Drucker wirft erst dann seine Maschine an, wenn er den Auftrag für eine Produktion hat. Bei der industriellen Massenproduktion wird dem Gegenüber quasi auf Vorrat produziert, was nach einer völlig anderen Vermarktungsstrategie verlangt.

## Drucken ist etwas anderes

Sich dies zu verinnerlichen, ist ein ganz entscheidendes Kriterium und macht das Besondere des grafischen Gewerbes aus. Eigentlich stellt man nur Produktions-Kapazitäten samt Know-how zur Verfügung. Erst wenn der Kunde einen Inhalt liefert, um

diesen drucken zu lassen, wird daraus ein Druckauftrag. Auf Vorrat lässt sich (vielleicht mit Ausnahme von Büchern) nicht produzieren, sondern nur bei Bedarf. Dies ist eine generelle Eigenheit aller Dienstleistungen (nicht nur des Drucks). Deshalb können Produktionskapazitäten auch nur dann gesteuert werden, wenn rege Nachfrage für einen ungestörten Absatz sorgt. Doch die ›goldene Zeit‹ des Verkäufermarktes ist wohl Vergangenheit. Wenn das Angebot an Gütern und Dienstleistungen die Nachfrage übersteigt, müssen neue Wege für den Absatz gefunden werden, da die Produkte nicht mehr ›verteilt‹, sondern aktiv vermarktet werden müssen. Das ist der Grund, warum sich Druckereien intensiv mit Marketing auseinandersetzen müssen!

Der Konsument ist mit seinen ganz spezifischen Bedürfnissen und Wünschen in den Mittelpunkt des Marktes gerückt. Das ist die eigentliche Herausforderung für das moderne Marketing mit all seinen Disziplinen.

## Image schaffen

Gerade für Dienstleister mit direktem Kundenkontakt, wie es Druckereien üblicherweise sind, zählt der erste Eindruck eines Unternehmens. Dies ist heute das fast wichtigste Verkaufsargument. Stimmt das Image nicht, kann auch die beste und leistungsfähigste Maschine diesen Makel nicht wieder ausgleichen. Dazu gehört auch die Homepage, dazu gehören die Verkaufsunterlagen, die Freundlichkeit am Telefon, die Kompetenz der Mitarbeiter.

Keine Unternehmensstrategie funktioniert, wenn sie nicht auch eine professionelle Marketingplanung zur Kundengewinnung und Steigerung der eigenen Bekanntheit sowie der ständigen Optimierung des Images beinhaltet. Maschinen allein gewinnen keine Kunden!

Um die richtige Ansprache beim umworbenen Kunden zu finden und sich generell eine Basis für die Marketingarbeit zu erwerben, muss geprüft werden:

- Wie sieht der typische Abnehmer meiner Leistungen aus?
- Welche Bedürfnisse hat er?
- Bewerben sich Konkurrenten mit der gleichen Leistung?
- Wenn ja, wie viele?
- Ist damit überhaupt genug Potenzial im Markt vorhanden?

Erst nach dieser Analyse kann mit der operativen Marketingarbeit begonnen werden. Dabei gilt: Jede Druckerei ist anders und braucht andere Ideen, um erfolgreich sein.

## Geduld, Regelmäßigkeit und Planung

Genau so gilt: Geduld und Regelmäßigkeit üben! Beim Marketing zu sparen, kann nicht der richtige Weg sein: Üblicherweise sollten Marketing-Budgets 3% bis 5% des Jahresumsatzes betragen. Wer hat das in den zurückliegenden Krisenjahren gemacht oder wessen Controller hat es erlaubt?

Geduld ist wichtig: Eine einzige Anzeige oder ein Artikel in einer Fachzeitschrift reicht nicht aus. Auch der vereinzelte Telefonanruf ist zu wenig. Es braucht bis zu zwei Jahren an regelmäßiger Präsenz in der Öffentlichkeit, um den Namen eines Unternehmens überhaupt im Bewusstsein von Auftraggebern zu verankern.

»Wichtig für eine erfolgreiche Vermarktung ist der öffentliche Auftritt des Unternehmens. Marketing bedeutet genaue Planung, welche Zielgruppe mit welchen Maßnahmen angesprochen werden soll«, sagt Alphonse Hauser zusammenfassend. »Das Image verbessert man in der Öffentlichkeit übrigens nicht durch ein Schnäppchen-Angebot.«

➤ [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



Das Druckmarkt-Glossar ›Marketing ist in der Reihe ›Druckmarkt College‹ erschienen, einer kleinen Reihe an Nachschlagewerken zu wesentlichen Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene.

Das Marketing-Glossar beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf.

180 Seiten, Format 11,5 x 21 cm, 29,00 € (39,00 CHF) incl. MwSt. plus Versandkosten.

Zu bestellen im Internet unter [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

# SIND SIE OFFEN FÜR NEUES?

Entdecken Sie neue Perspektiven. Beim mailingtage Rahmenprogramm.  
Auf Europas größter Fachmesse für Kundendialog.

**8.6. bis 9.6.2011, Nürnberg**

[www.mailingtage.de/rahmenprogramm](http://www.mailingtage.de/rahmenprogramm)

Branchen-Foren,  
Workshops,  
Kreativ-Galerie  
und vieles mehr!



NÜRNBERG / MESSE

**mailingtage**  
DIALOG VERBINDET



#### Funktionserweiterung

### PROOF SOFTWARE ORIS COLOR TUNER/WEB VERSION 1.2.

CGS erweitert den Leistungsumfang der webbasierten Proofing-Anwendung. Ab sofort beinhaltet die Version eine unbegrenzte Anzahl von Webclients. Neben weiteren Funktionen für den Verpackungsbereich werden jetzt auch die Canon Inkjetdrucker imagePrograf iPF8300s und iPF6300s vollumfänglich unterstützt.

### FontExplorer X Pro 3.0 für Mac NÄCHSTE GENERATION DER SCHRIFTENVERWALTUNG

Mit der Version 3.0 liegt ein überarbeiteter FontExplorer X Pro für Mac von Linotype vor. Das Schriftenverwaltungsprogramm enthält zahlreiche Neuerungen, unter anderem eine transparente Font-Slideshow. Damit lässt sich Text über ein existierendes Dokument legen und sich danach automatisch mit den infrage kommenden Schriften anzeigen.

### Adobe Publishing Suite PROFESSIONAL EDITION IST VERFÜGBAR

Die Adobe Digital Publishing Suite Professional Edition ist verfügbar. Die Lösung umfasst Hosting-Dienste und Viewer-Technologien, die es ermöglichen, Inhalte auf Android Tablets, BlackBerry PlayBooks und Apple iPads zu publizieren. Die Lösung begegnet dem branchenübergreifenden Interesse an Digital Publishing und mobilem Marketing.

### WoodWing

### VERSCHIEDENE TABLET-PLATTFORMEN UNTERSTÜTZT

Mit einer ganzen Reihe neuer Funktionen seiner verschiedenen Reader Apps und einem wichtigen Upgrade seines Content Delivery Services ermöglicht WoodWing Publishern ihre Tablet-Publikationen weiter zu verbessern und ihre Tablet-Publishing-Geschäftsmodelle zu optimieren.

➤ [www.woodwing.com](http://www.woodwing.com)

#### Quark

### SERVER-PROGRAMM IN VERSION 9

Quark bringt Xpress Server 9 für das Dynamic Publishing auf den Markt. Er bietet eine webbasierte Benutzer- und Anwenderoberfläche, über die von jedem Computer mit Internetverbindung zugegriffen werden kann. Dies ermöglicht zum Beispiel Web-to-Print-Angebote. Mit Quark Xpress Server 9 erfolgt die Serveradministration vollständig webbasiert über eine neue Schnittstelle, die die Remote-Verwaltung ermöglicht. Die webbasierte Benutzeroberfläche erlaubt es auch, Dokumente direkt hochzuladen, ohne dass zusätzliches Programmieren erforderlich wird. Darüber hinaus ermöglicht Quark Xpress Server 9 Systemintegratoren die neuen Funktionen für die designgesteuerte Automatisierung in automatisierten Publishing-Lösungen zu nutzen, während die Designer die Kontrolle über das Layout behalten. Die neuen Automatisierungsfunktionen vereinfachen das Erstellen von Aufzählungen, Nummerierungen und Gliederungen, Tabellen über mehrere Seiten, Legenden und bedingten Stilen.

➤ [www.quark.com/de](http://www.quark.com/de)

#### Heidelberg CtP-Systeme

### DER 4.000. SUPRASETTER LIEF VOM BAND

Bei Heidelberg ist Ende April der 4.000. Suprasetter vom Band gelaufen: ein Computer-to-Plate-System vom Typ Suprasetter 162 mit automatischer Kassetteneinheitsladeeinheit. Zusammen mit den Vorläufer-Produkten Trendsetter, Prosetter und Topsetter hat Heidelberg damit seit 1997 über 10.000 CtP-Systeme weltweit installiert.

Alle Suprasetter lassen sich in den Heidelberg-Druckerei-Workflow Prinect integrieren. Den Anwendern steht zudem ein umfassendes Sortiment an Druckplatten der Marke Saphira, beispielsweise die Saphira Thermoplate PN, sowie weitere Verbrauchsmaterialien zur Verfügung, mit denen sich die Leistungsfähigkeit des Systems ausschöpfen lässt. Merkmale der Geräte sind Produktivität und Modularität, die dem Anwender eine Anpassung an wachsende Anforderungen ermöglicht, die platzsparende Bauweise sowie der geringer Strombedarf.



Patrick De Jaegere (links), Operations Manager von Smurfit Kappa Van Mierlo Offset Packaging übernahm in Wiesloch Walldorf von Hartmut Wiese, Leiter Produktmarketing CtP bei Heidelberg, den 4.000. Suprasetter, der bei Heidelberg soeben das Band verlassen hat.

Heidelberg hat die Suprasetter Familie zur drupa 2004 erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Highlight ist die selbst entwickelte, leistungsfähige und kompakte Lasertechnologie. Die Baureihe startete mit den Modellen für das Mittel- und Großformat, den Suprasettern 75 bzw. 105. Im Jahr 2006 erfolgte die Einführung der Modelle für das Einstiegssegment, die Suprasetter A52 bzw. A75, womit für kleinere und mittlere Druckereien der Einstieg in die thermale Druckplattenproduktion zu einem attraktiven Preis möglich wurde. Zur drupa 2008 rundete Heidelberg das Portfolio mit den Modellen für das Großformat, den Suprasettern 145, 162 bzw. 190, nach oben hin ab.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

#### X-Rite

### NEUES i1-LÖSUNGSPORTFOLIO FÜRS FARBMANAGEMENT

X-Rite bietet jetzt sein neues i1-Lösungsportfolio für professionelles Farbmanagement an. Die auf die Bereiche Fotografie, Druckvorstufe und Publishing zugeschnittenen und aus einer Kombination von Hard- und Software bestehende Lösung beinhaltet i1Basic Pro, i1Photo Pro, i1Publish Pro und i1Publish (Software- und Target-Paket). Alle vier Produkte bieten die i1Profiler Softwaretechnologie und stellen Kontrollfunktionen sowie die Software Pantone Color Manager zum Bridging von Farbfeldern zur



Verfügung. ColorChecker Proof, ein neues ColorChecker-Target zum visuellen Vergleich mit einem gedruckten Chart sowie das Kamera-Kalibrierungssystem ColorChecker sind ebenfalls Bestandteil der Lösung.

➤ [www.xrite.com](http://www.xrite.com)



### Schnelleres Angebot DVS-STANDARDKATALOGE INKL. BOGENOPTIMIERUNG

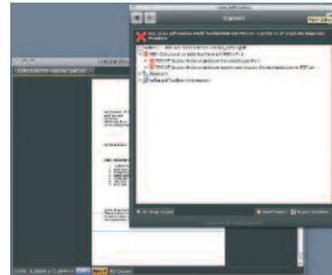
In der heutigen Zeit ist ein schnelles Angebot häufig entscheidend für den Erfolg. Ein Kunde hat nicht die Geduld einige Tage auf den Preis für seine angefragte Verpackung zu warten. Die einfachste Möglichkeit die bisher benötigte Zeit für ein Preisangebot zu reduzieren, ist den Weg zu verkürzen, den eine Anfrage im Haus nimmt. Üblich ist es, die Anfrage in die Verpackungsentwicklung zu geben. Dort wird eine



Konstruktion erstellt und häufig auch die Bogeneinteilung ermittelt. Die daraus resultierende Ausrechnung geht zurück zum Sachbearbeiter, der dann die Kalkulation vornimmt. Durch das Weiterreichen der Anfrage und den dabei anfallenden Wartezeiten entsteht oft ein großer Zeitverlust. Ziel sollte es sein, den Sachbearbeiter selbst die Ausrechnung für die Verpackung und den Bogen erstellen zu lassen. Dies wird durch die von DVS angebotene Software DVSPACK möglich. DVSPACK beinhaltet über 450 Standardkonstruktionen aus den Bereichen Faltschachtel (Karton), Wellpappeverpackungen und Displays. Durch einfache (bebilderte) Dialoge ist sogar eine Anzahl von mehreren Millionen unterschiedlichen Verpackungsformen im Zugriff. Selbst der Ungeübte kann so in weniger als einer Minute eine perfekte Konstruktion erstellen und im Anschluss eine automatische Bogenoptimierung auf hinterlegte Standardformate vornehmen.  
 > [www.dvserp.de](http://www.dvserp.de)

### callas pdfToolbox 5 NEUE VERSION HAT PDF/VT-SUPPORT AN BORD

Die callas software GmbH hat eine neue Version ihrer Produktreihe pdfToolbox auf den Markt gebracht. Das All-in-One-PDF-Produktionswerkzeug wurde um Möglichkeiten zur PDF/VT-Validierung erweitert und mit einer Reihe zusätzlicher Features ausgestattet. Dazu gehören ein PDF-Vergleich auf Pixelebene und die Konvertierung von Dateien im Format PostScript/EPS nach PDF.



Mit der PDF/VT-Validierung, sowohl in der Desktop- als auch in der Serverversion, trägt callas der zunehmenden Bedeutung des für den personalisierten Druck relevanten Datenformats PDF/VT Rechnung. Der im August 2010 freigegebene ISO-Standard ist das erste Format für den variablen Datendruck, das ein modernes ICC-basiertes Farbmanagement über die Verwendung von ICC Output Intents ermöglicht und erfüllt die Anforderungen des ISO-Standards für den Druck, PDF/X-4. Damit wird sichergestellt, dass Variable Data Printing (VDP)-Inhalte und Metadaten zwischen konformen digitalen Drucksystemen einwandfrei übertragen werden. Grafische Inhalte können einmal definiert und mehrfach verwendet werden. Die neue pdfToolbox 5 von callas software bietet umfassende Verbesserungen und ist jetzt bei Impressed erhältlich.

> [www.callassoftware.com](http://www.callassoftware.com)  
 > [www.impressed.de](http://www.impressed.de)

### Cleverprinting PUBLISHING FÜR IPAD UND TABLET-PC

Aktuell ist bei Cleverprinting das neue Schulungshandbuch »Publishing für iPad und Tablet-PC« von Christoph Luchs und Christian Piskulla erschienen. Das Handbuch beantwortet wichtige Fragen rund um das Erstellen digitaler Zeitschriften: Wie erstellt man eine »digitale Zeitschrift«? Welche Software braucht man, welches Fachwissen? Was kostet das Ganze? Wie groß ist der Markt für E-Paper heute, morgen oder in zwei Jahren? Wann lohnt sich der Einstieg in das E-Publishing? Welchen Regeln folgt das Screendesign für mobile Lesegeräte wie dem iPad? Wie gestalte ich eine Publikation für das iPad?

Zahlreiche Fragen ranken sich um das neue, von Apple geschaffene Medium. Das Cleverprinting-Buch gibt hierzu die Antworten, beleuchtet den Markt, die technischen Möglichkeiten und Voraussetzungen, die Alternativen EPub und PDF. Behandelt wird auch, welchen Regeln das Design für Tablets folgt und wie groß der gestalterische Aufwand digitaler Magazine ist. Die Autoren Christoph Luchs und Christian Piskulla hinterfragen aber auch kritisch, ob iPad & Co. tatsächlich eine Zeitenwende bringen, oder doch nur ein Apple-Hype sind ...



Das 116-seitige Softcover-Buch im Format DIN A4 kostet 19,90 € und ist exklusiv bei Cleverprinting.de erhältlich.

> [www.cleverprinting.de](http://www.cleverprinting.de)

### Glunz & Jensen CTP VIA INKJET MIT DEM PLATEWRITER 3000

25.995 Euro soll er kosten – der neue Platemaker 3000 von Glunz & Jensen, die inzwischen dritte Generation des auf der Inkjet-Technologie (iCtP) basierenden Plattenbelichters. Das chemiefrei arbeitende 2-up-/4-up-CtP-System richtet sich an kleine und mittelgroße Akzidenzdruckereien.

Der Platemaker 3000 umfasst eine CtP-Inkjet-Bebildereinheit für bis zu 20 Druckplatten pro Stunde



(im 2-Seiten-Format) oder bis zu 10 Platten/Stunde (im 4-Seiten-Format), einen Harlequin-RIP sowie eine Nachbearbeitungseinheit zum Aushärten der Platten (ohne Chemikalien und Entwickler). Die iCtP-Platten werden nach dem Bebildern einer Halogen-Heizquelle mit geringem Energieverbrauch ausgesetzt und gummiert. Eine derart behandelte Platte soll in der Praxis rund 50.000 Abrollungen standhalten, wie der dänische Hersteller bekannt gab. Zudem verfolge man mit dem Preis für den Platemaker 3000 eine aggressive Preispolitik (verglichen mit Aluplatten-Belichtern auf Thermo-Basis). Das iCtP-System sei für Akzidenzdrucker geeignet, die bis zu 10.000 m<sup>2</sup> Platten pro Jahr verbrauchen. Das sind etwa 2.000 Platten pro Monat auf kleineren Druckmaschinen (2-up) oder bis zu 1.250 Druckplatten pro Monat auf Mittelformatmaschinen (4-up). Insgesamt, so Glunz & Jensen, habe man bis zum jetzigen Zeitpunkt bereits über 700 Platemaker-Systeme weltweit installiert.

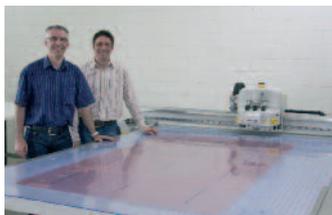
> [www.platemaker.com](http://www.platemaker.com)



### EskoArtwork

#### MEHRWERT IM FLEXOWORKFLOW

Sich und den Kunden das Leben leichter machen: Das ist das Ziel, das hinter den umfangreichen EskoArtwork-Installationen steht, die die Schweizer Reflex Druckvorstufe AG im Verlauf der vergangenen Monate vorgenommen hat. »Wir haben gleich Nägel mit Köpfen gemacht und sowohl in einen zweiten CDI 5080 Belichter mit High Res 4000 Optik aus Gründen der Produktionssicherheit als auch



Setzen auf EskoArtwork: Alfred Fritz (links) und Claudio Lupo von der Reflex AG.

in die Digital Flexo Suite und einem Kongsberg XL22 Schneideplotter investiert«, sagen Alfred Fritz und Claudio Lupo, Geschäftsführer der Reflex Druckvorstufe AG aus Seon. Die Lösung erübrigt das aufwändige Formschnitten von Hand oder mit einem Cutter. Durch den passgenauen Schnitt beliebig geformter Platten lässt sich der Montageaufwand verringern und Zeit sparen.

➤ [www.esko.com](http://www.esko.com)

### Adobes Creative Suite 5.5-Produktfamilie

#### SOFTWARE MIT FLEXIBLEM ABONNEMENT-MODELL

Im Zuge des Wandels in der mobilen Kommunikation verändert sich die Art und Weise, wie Inhalte verbreitet und konsumiert werden. Mit den neuen Versionen der Creative Suite 5.5-Produktfamilie ermöglicht Adobe Designern und Entwicklern, den boomenden Markt der Smartphones und Tablet-Geräte zu adressieren. Der Launch markiert zudem eine Veränderung der Produktstrategie für die Creative Suite, den Branchenstandard für nahezu alle kreativen Arbeitsabläufe von Print über Video bis hin zu mobiler Kommunikation und Onlinemedien. Die Palette an neuen Creative Suite-Produkten wird angeführt von der Adobe Creative Suite 5.5 Master Collection, die Adobes Kreativwerkzeuge in einer Verpackung vereint, darunter Photoshop, Illustrator, InDesign, Acrobat, Flash Builder,



Flash Catalyst, Flash Professional, Dreamweaver, Adobe Premiere Pro und After Effects.

Adobe Creative Suite 5.5-Produkte sind integriert mit Adobe CS Live, einem Set an Online Services, das kreative Workflows beschleunigt und Designer dabei unterstützt, sich auf das Erstellen hochwertiger Arbeiten zu konzentrieren. CS Live Online Services umfassen Adobe BrowserLab, Adobe CS Review, Acrobat.com, Adobe Story und Adobe SiteCatalyst NetAverages powered by Omniture.

Mit der neuen Version der Creative Suite führt Adobe ein flexibles Abonnement-Modell ein. Es bietet besonders für Kunden mit Projektbezogenem, zeitlich begrenztem Bedarf oder Erstanwendern eine Möglichkeit, die jeweils neueste Version der Creative-Suite-Produkte zu nutzen. Mithilfe eines Abonnements können Kunden mit der aktuellsten Version arbeiten, ohne die Kosten für eine vollständige Lizenz tragen zu müssen.

Alle Produkte sind einzeln oder als Pakete innerhalb der fünf Editionen der Creative Suite erhältlich und werden voraussichtlich ab Mitte Mai 2011 im Fachhandel sowie im Adobe Store erhältlich sein.

➤ [www.adobe.com](http://www.adobe.com)

### Xerox 7740

#### GESTOCHEN SCHARFE SCANS IM GROSSFORMAT

Das Xerox 7740 Großformat-Scansystem bietet eine kostengünstige Möglichkeit zum Scannen technischer Dokumente. Das neue System richtet sich an Anwender, die im Arbeitsalltag auf großformatige Scans mit gestochen scharfen Bildern angewiesen sind. Das kompakte Scansystem erfasst Dokumente mit einer Breite von bis zu 1.016 mm. Dabei scannt es bis zu 83,8 mm pro Sekunde in Farbe sowie 254 mm pro Sekunde in Schwarz-Weiß und in Graustufen. Die Ausgabe ist in allen branchenüblichen Dateiformaten möglich. Die hohe Scanauflösung von 600 x 600 dpi sorgt für qualitativ hochwertige Scans von technischen Unterlagen wie Bauplänen, elektrischen Schaltplänen oder Karten, sowohl in Farbe als auch in Schwarz-Weiß. Dank erweiterter Bildbearbeitungsfunktionen können Anwender auch von verblassten oder beschädigten Vorlagen Scans in hoher Qualität erstellen.

➤ [www.xerox.de](http://www.xerox.de)



#### KURZ UND BÜNDIG

Die **Neue Pressegesellschaft**, Ulm (Südwest Presse), und die **SDZ Druck und Medien** (Schwäbische Post), Aalen, beauftragen **ppi Media**, ein Unternehmen von **manroland**, mit der Installation des Vorstufenworkflows um das Output Management System printnet OM im DHO Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb. • **axaio software**, Entwickler von Lösungen für PDF-Ausgabe-, Druck- und Redaktions-Workflows, gibt die Verfügbarkeit von MadeToCompare Version 1.2.046 bekannt, mit der die **Adobe Creative Suite 5** inklusive Integrationsmöglichkeit mit **WoodWing Enterprise 7** unterstützt wird. • **Apple** hat seinen All-in-One iMac mit Quad-Core-Prozessoren, leistungsstarker neuer Grafik, Hochgeschwindigkeits-Thunderbolt I/O-Technologie und einer neuen FaceTime HD Kamera aktualisiert. Der neue iMac ist bis zu 70% schneller und bietet eine bis zu dreimal bessere Leistung als die vorhergehende Generation. • Der US-Zweig des Kinderhilfswerks **World Vision** baut mit Hilfe von **GMC Software Technology** ein personalisiertes Dialogmarketing für seine Spender und Paten auf. •

# 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](http://euro.quark.com/de)**



Bei Helprint in Mikkeli, Finnland, ist im Sommer 2010 eine UniDrum-Anlage von Ferag in Betrieb gegangen. Welche Erwartungen das Unternehmen in die UniDrum-Technologie steckt, verdeutlicht die Tatsache, dass das System mindestens das Volumen verarbeitet, das vormalig über zwei konventionelle Sammelhefter gelaufen war. In das Ferag-System sind eine UniDrum mit sechs Zuführungen, eine Schneidtrommel SNT-U und eine Einstecklinie Easy-Sert für drei Beilagen integriert. Formatumstellungen erfolgen zentral mit dem Voreinstellsystem Pre-Tronic. Mit der UniDrum erzielt Helprint hinsichtlich Nettoleistung neue Spitzenergebnisse.



Fedrigoni präsentiert das Papier »Symbol Tatami« im neuen Visualbook »gourmet«. Kunden können sich damit nicht nur von der Qualität des beidseitig extra matt gestrichenen Papiers überzeugen, sondern auch von kreativen Kochrezepten inspirieren lassen. Symbol Tatami ist in den Farbnuancen Weiß und Elfenbein erhältlich und besteht aus umweltfreundlichem Zellstoff mit FSC-Zertifizierung. Es hat ein 1,3-faches Volumen und ist in den Flächengewichten 115, 135, 150, 170, 200 und 250 g/m<sup>2</sup> in den Formaten 64 x 88 cm und 70 x 100 cm verfügbar. Die samtige Oberfläche und das spürbar hohe Volumen machen dieses Papier zu einem haptischen Erlebnis. Besonders gut geeignet ist diese Qualität für Kunst- und Bildbände, für hochwertige Imagebroschüren sowie für anspruchsvolle Geschäftsberichte. Tatami gehört zur Fedrigoni-Kollektion »Symbol«, die gestrichene Papiere wie Symbol Freelifie Satin/Matt, Symbol Pearl oder Symbol Card enthält.

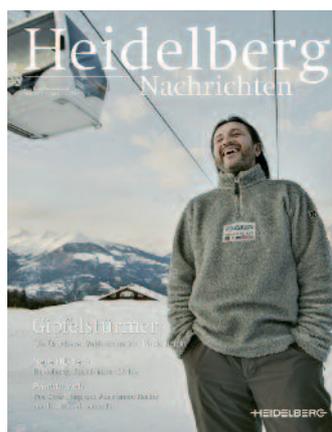
» [www.fedrigoni.de](http://www.fedrigoni.de)



Ein Haus für viele Zeitungen: Am 15. April war Richtfest für das Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb (DHO) in Crailsheim. Hier zieht im Sommer eine Colorman autoprint von manroland ein. Ab Ende des Jahres 2011 soll das 48-Seiten-Drucksystem sechs Tageszeitungen für Aalen, Schwäbisch Gmünd, Schwäbisch Hall, Bad Mergentheim, Gaildorf und Crailsheim sowie mehrere Anzeigenblätter drucken. 90.000 Zeitungen gehen dann täglich von hier an die Leser in der Region. Die Verlage Neue Pressegesellschaft (Ulm) und SDZ Druck und Medien (Aalen) investieren zusammen 22 Millionen Euro in die Zukunft der Zeitung.



manroland ist seit 2007 vollstufig nach ProzessStandard Offsetdruck (PSO) zertifiziert. Die erneute Zertifizierung nach PSO bestätigt, dass im Print Technology Center in Offenbach die Workflows, Maschinen und printcom-Materialien in der Lage sind, die Vorgaben zu erfüllen. Freuen sich über die erfolgreiche Zertifizierung (v. l.): Dirk Meinhardt, Drucker; Daniela Disser, Vorstufe; Thomas Wegner-Ney, VDMH; Stephan Engel, Leiter Print Technology Center; und Sharam Hauck, Projektleiter der Zertifizierung.



Wie clever manche Drucker den Faktor HighTech als Wachstumsmotor einsetzen, beleuchtet das Kundenmagazin von Heidelberg in der jüngsten Ausgabe. Die Ausgabe 271 der Heidelberg Nachrichten ist ab sofort verfügbar. Exemplare können unter [www.heidelberg-news.com](http://www.heidelberg-news.com), per e-mail an [Heidelberg.News@heidelberg.com](mailto:Heidelberg.News@heidelberg.com) oder per Fax an +49 (0)6221 92 5042 angefordert werden.

Lesen Sie alle 14 Tage im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« aktuelle Nachrichten, technische Informationen und Anwenderberichte.

DRUCKMARKT  
**impressions**  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



Man muss es ja nicht schön finden, aber der Möbelhersteller Funkkids wollte seine Schlafzimmereinrichtung für Kinder zeitgemäßer gestalten und entwickelte Motivserien, die auf einem Großformatdrucker Inca Eagle H im Direktdruck auf Holzfasertafeln statt mit Abziehbildern oder Vinylfolie hergestellt werden.



## Fotobuch-Pionier mit kurzer, aber glänzender Firmengeschichte

2003 hatte Hans Velthuizen die Idee mit den Fotobüchern. Er entwickelte eine spezielle Software, mit der jeder sein eigenes, digital gedrucktes Fotobuch gestalten konnte. Er gründete Albumprinter in Amsterdam und bot europaweit über das Internet Fotobücher an, die direkt nach Hause geliefert wurden.

Das Geschäft boomt. Von 2003 bis 2007 stieg der Umsatz bei Albumprinter um gigantische 22.000%. Die Zahl der Mitarbeiter wuchs von vier im Jahr 2005 auf 130 nur vier Jahre später. Albumprinter wurde 2007 vom führenden niederländischen Wirtschaftsmagazin FEM/Business als eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen eingestuft. 2008 wurde für das Endkundengeschäft die Marke Albelli eingeführt. Das Produktionswerk – schon vorher in Den Haag – zog in ein neues, großzügig und offen konzipiertes Gebäude.

Mit dem Wachstum war es notwendig geworden, sowohl den Maschinenpark als auch die Arbeitsweise anzupassen. In den ersten Jahren hatte Albumprinter kleine Maschinen eingesetzt, die modifiziert worden waren, um den speziellen Anforderungen gerecht zu werden. »Durch den hohen manuellen Arbeitsanteil, den diese Maschinen erforderten, hing die Buchqualität stark vom einzelnen Maschinenbediener ab«, erklärt Produktionsleiter Ed Koks. »Wir brauchten nun Produktionsmittel, mit denen eine gleichbleibende Qualität sicherzustellen war.«

Um eine durchgängig hohe Qualität sicherzustellen, wurde eine ganze Reihe von Arbeitsschritten automatisiert. Die Weiterverarbeitung von Kleinstauflagen ab einem Exemplar war ein völlig neuer Markt, fertige Lösungen gab es noch nicht. Um diese zu finden, arbeiteten Albumprinter und Müller Martini Buchtechnologie kreativ und konstruktiv zusammen.

Seit Juni 2010 hängt Albumprinter die Hardcover-Fotobücher mit der Fotobuchlinie Diamant MC Digital ein – bisher schon bis zu 16.000 am Tag. »Wir suchten eine Maschine, die eine gleichbleibende Qualität liefert, und bekamen eine Maschine, die zudem einen deutlich erhöhten Ausstoß ermöglicht. Sie bietet die Voraussetzung für weiteres und wirtschaftliches Wachstum«, lobt Werksleiter Jacco Buurman.

Jacco Buurman hat klare Ziele. »Das Wichtigste, um am Markt bestehen und weiter wachsen zu können, ist, dass unsere Kunden zufrieden sind. Dann kommen sie immer wieder zu uns zurück. Kundenzufriedenheit erreichen wir mit Qualität, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit.« Die Lieferfristen will er senken. Im Moment verspricht Albumprinter Auslieferungen in Holland nach spätestens vier Tagen ab Bestellung – dabei werden schon heute 93% der Bestellungen nach nur drei Tagen ausgeliefert. In den anderen Ländern erhalten die Kunden ihre Bücher spätestens nach sechs Tagen.

Die Produktpalette wird regelmäßig erweitert. Neben Fotobüchern in vielen Formaten und Ausstattungen sind personalisierte Wand- und Terminkalender, Grußkarten und Leinwände im Programm. Mehr als die Hälfte von Albellis Kunden leben in Holland und Belgien. Etwas weniger in England, Deutschland und Frankreich. Insgesamt lieferte Albelli 2010 Fotobücher in 144 verschiedene Länder aus. Das Internet macht's möglich.

> [www.mullermartini.com](http://www.mullermartini.com)



Werks- und Produktionsleitung freuen sich ebenso wie das Buchlinien-Team über die Ergebnisse, die sie mit der Buchlinie Diamant MC Digital erzielen. Vorne von links: Maschinenführer Roy Autar, Werksleiter Jacco Buurman, Produktionsleiter Ed Koks, Maschinenführerin Anna Nagel, hinten: Enno Smid von Müller Martini Benelux.



Kunden sind im Produktionswerk willkommen. Fast täglich blicken Besuchergruppen von der Galerie, die weit in die Halle hineinragt. Von dort haben sie einen guten Überblick über die gesamte Produktion. Wer in der Umgebung wohnt, kann sein Buch sogar selbst abholen.



**Gratis App PageScope Mobile MIT IPHONE UND IPAD MOBIL DRUCKEN UND SCANNEN**

Mit der App PageScope Mobile ermöglicht Konica Minolta die Verbindung seiner Multifunktions-systeme mit den mobilen Apple-Geräten iPhone, iPad™ und iPod touch. Dank der App können Anwender Dokumente von diesen Geräten drucken, aber auch auf den bizhub-Systemen gescannte Daten empfangen.

**manroland printservices ROLLENWECHSLER-RETROFIT IN MONTEVIDEO**

Das Telefonbuch-Druckunternehmen Impresora Sudamericana in Montevideo/Uruguay hat seine zwei Rollenwechsler an seiner Uniset aus dem Jahr 1998 mit einem Retrofit wieder produktions-sicher gemacht. In zwei Wochen rüsteten printservices-Techniker die Rollenwechsler um und integrier-ten sie in die Druckanlage.

**Utax DocForms GmbH ABBYY OCR-TECHNOLOGIE INTEGRIERT**

Multifunktionsysteme von Utax lassen sich optional mit der in die Software Scan2OCR integrierte Texterkennungssoftware FineReader von Abbyy ausstatten. Scan2 OCR verschlagwortet, indexiert und editiert die Dokumente automa-tisch. Gescannte Dokumente kön-nen in einem neuen Dateiformat abgespeichert und editiert werden.

**Mutoh 3D-UV-Tinte NEUE UV-TINTE MIT 200% AUSDEHNUNGSKAPAZITÄT**

Mutoh bietet eine neue, dehnbare UV-Tinte, die sogenannten »3D-UV-Tinte«, an. Sie wurde speziell für den UV-Tintenstrahldrucker Zephyr 65 entwickelt und bietet 200% Ausdehnungskapazität – bestens geeignet für die Verklebung von 3-dimensionalen gewölbten, genieteten oder geriffelten Oberflächen. [www.mutoh.de](http://www.mutoh.de)

**Agfa Graphics ZUWACHS IM 5-METER-WIDE FORMAT**

Agfa Graphics hat ein neues Mitglied der Jeti-Familie angekündigt. Der Jeti 5048 UV XL wird in zwei Versionen kommen. Einmal für Anwendungen wie Gebäudeverhüllungen und XXL-Billboards mit einer Ausgabegeschwindigkeit von nahezu 300 m<sup>2</sup>/h. Damit ist er einer der schnellsten Ultrawide-UV-Drucker im Markt. Version zwei bietet höhere Druckqualität für XXL- und POS Anwendungen. Zusätzlich bietet der 5048 UV XL den gleichzeitigen Druck von bis zu drei Rollen der gleichen Größe. Beide Versionen sind mit 48 Köpfen ausgestattet und unterstützen eine Reihe an Druckqualitätsmodi, um die beste Balance zwischen Qualität und Geschwindigkeit auf flexiblen Medien zu ermöglichen. Besonderes Augenmerk wurde auf Beladung und Transport der Medien gelegt, um für eine bedienerfreundliche Lösung zu sorgen.

**Matt Dry Ink für Xerox iGen4 EXP NEUER MATTER TONER FÜR DEN HOCHWERTIGEREN FOTODRUCK**

Die neue Matt Dry Ink von Xerox erleichtert es Druckdienstleistern, Foto-druckerzeugnisse mit matterter Oberfläche in Offsetqualität zu produzieren. Die neue Matt Dry Ink ist für die Xerox iGen4 EXP erhältlich, das aktuellste Drucksystem, das auf der iGen4-Plattform aufsetzt. Xerox bedient mit der neuen Entwicklung einen stetig wachsenden Markt. Nach einer Prognose des Marktforschungsunternehmens InfoTrends werden Fotoanwendungen wie Bücher, Grußkarten oder Kalender bis zum Jahr 2014 einen Markt von 2,2 Milliarden US-Dollar darstellen.

Der neue Toner bietet nach Informationen von Xerox eine konsistente und einheitliche Erscheinung über Glanzpunkte, Halbtöne und Schattierungen hinweg, was für farbbintensive Anwendungen wie Broschüren und Collagen in Fotobüchern oder Fotokalendern erforderlich ist. Mit dem Toner seien zudem authentische Haut- und Naturtöne zu erzielen, während gleichzeitig feine Details im Hintergrund zum Ausdruck kommen.

Das Schweizer Unternehmen Ifolor nutzt die Matt Dry Ink sowohl für Digitalfotos und Grußkarten als auch für Poster, Fotobücher und Kalender. Markus Wirth, Chief Executive Officer der Ifolor AG: »Wir setzen auf Qualität. Kombiniert mit der Produktivität der Xerox iGen4 EXP drucken wir mit dem neuen matten Toner auflagenstarke und vollfarbige Anwendungen in nur wenigen Minuten.«



Xerox iGen4.

**Konica Minolta 6800 DRUCKSYSTEME FÜR BMW**

Konica Minolta hat eine europaweite Ausschreibung der BMW AG für sich entschieden. Insgesamt geht es zunächst um etwa 6.800 Systeme an 20 Standorten in Europa, die meisten davon in Deutschland. Zudem wird BMW eine von Konica Minolta implementierte Monitoring-Lösung und eine Anwendung für Follow-me-Print und sicheres Drucken einsetzen. Um den erhöhten Service- und Wartungsbedarf in der Münchner BMW-Zentrale abzudecken, wird Konica Minolta außerdem zusätzliche Servicetechniker einstellen. »Unser Geschäftsjahr mit einem Vertragsabschluss dieser Größenordnung starten zu können, stellt eine wichtige Motivation für das gesamte Unternehmen dar«, betont Günther Schnitzler, Präsident von Konica Minolta Business Solutions Deutschland.

[www.konicaminolta.de](http://www.konicaminolta.de)

**KURZ & BÜNDIG**

Idempapers SA hat eine Preiserhöhung seiner Spezialpapiere um 7% ab 1. Juni 2011 angekündigt. • Die russische Prime Print Gruppe hat für den Standort Voronezh erstmals eine Zeitungsdruckmaschine von manroland bestellt. Die Installation der Uniset ist zum August dieses Jahres geplant. • Die Eikemeier-Unternehmensgruppe hat in ihrer neuen Wellpappenfabrik Eikemeier Poland eine Flachbettstanze Bobst Visioncut mit automatischem Nutzentrenner G-Break installiert. • Die britische Verlagsgruppe News International Newspapers Limited hat kürzlich zehn Lizenzen des PlugInkSavein, OneVisions Lösung zur Farbeinsparung, erworben. •



**Druckhaus Weppert Schweinfurt  
INVESTITIONSOFFENSIVE  
SICHERT MARKTPPOSITION**

Mit einer neuen Speedmaster XL 105-4+L investiert die Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH in die Zukunft und baut ihre Kapazitäten für hochwertige Printprodukte aus. Fast zwei Millionen Euro kostete die im März 2011 in Betrieb genommene Druckmaschine, die bis zu 18.000 Bögen stündlich drucken kann – und das bei einem Maximum an Lackier- und Druckqualität bei allen Geschwindigkeiten. Dafür



Die neue Speedmaster XL 105-4+L der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH.

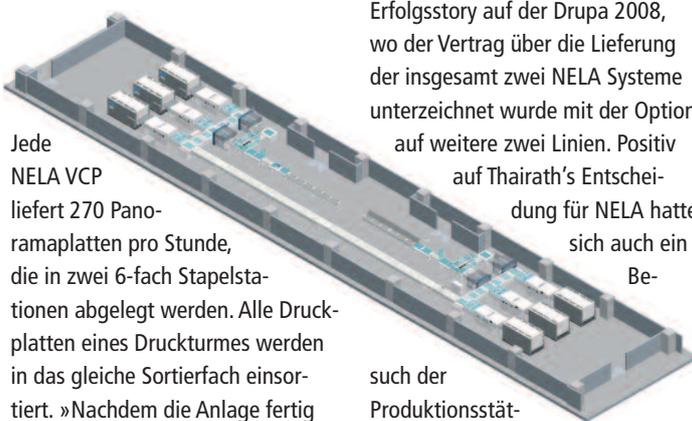
sorgen vier Offset-Druckwerke und ein Inline-Lackierwerk für Dispersionslack, mit dem die Druckprodukte gleich in der Maschine entsprechend veredelt werden. Die bessere Druckqualität bei hochwertigen Printprodukten sei in diesem Jahr der Anfang einer Reihe von Investitionen. Im Laufe des Jahres sollen weitere, überwiegend in der Weiterverarbeitung, folgen. Erst im vergangenen Jahr hatte das Unternehmen eine Speedmaster-Druckmaschine für 1,5 Mio. Euro angeschafft.

➤ [www.druckhaus-weppert.de](http://www.druckhaus-weppert.de)

**NELA Stanz- und Biegegeräte**

**GRÖSSTE IN-LINE PLATTENPRODUKTION  
IN ASIEN FERTIGGESTELLT**

NELA hat im Dezember 2010 die größte vollautomatische Druckplattenproduktionsanlage in Asien fertiggestellt. Bei The Thairath Daily in Bangkok liefern nun insgesamt 4 VCPEvolution Stanz- und Biegegeräte druckfertige Platten für die manroland Druckmaschinen. Mit Ende der zweiten Installationsphase wurde bei der thailändischen Tageszeitung nun die komplette Umstellung auf CtP vollzogen. Zwei neue NELA VCPEvolution Stanz- und Biegegeräte, die mit drei CtP-Anlagen verbunden sind, kompletieren die Anlage. Eine identische Linie mit drei CtP-Linien und zwei NELA Abkantern war bereits zuvor in Betrieb.



Jede NELA VCP liefert 270 Panoramaplaten pro Stunde, die in zwei 6-fach Stapelstationen abgelegt werden. Alle Druckplatten eines Druckturmes werden in das gleiche Sortierfach einsortiert. »Nachdem die Anlage fertig installiert war und wir sie in Betrieb genommen hatten«, sagt Thanin Teranasarn vom Thairath Daily, »wurde die Qualität unserer Druckplatten sofort besser und der gesamte Prozess der Plattenherstellung braucht wesentlich weniger Zeit. Dadurch ist unser gesamter Workflow noch viel flexibler geworden.«

Außergewöhnlich sind die Dimensionen des NELA Plattentransportsystems: eine 32 m lange Verbindung zwischen den beiden CtP-Anlagen, die räumlich durch eine

Glaswand getrennt sind, sorgt für ein hundertprozentiges back-up. Alle NELA Vision Stanz- und Biegegeräte sind hier übrigens mit dem PQM+-System ausgestattet, das vollautomatisch die Bebilderungsqualität jeder einzelnen Druckplatte misst und mangelhafte Platten sofort aussortiert. So kommen garantiert nur qualitativ einwandfreie Druckplatten bis zur Druckmaschine. Die Qualität der Druckplattenproduktion kann somit gemäß ISO-Norm überwacht und jederzeit nachvollzogen werden. Mit Inbetriebnahme der neuen Linien bei The Thairath Daily konnte NELA nun die größte Installation in Asien feiern. Begonnen hatte die Erfolgsstory auf der Drupa 2008, wo der Vertrag über die Lieferung der insgesamt zwei NELA Systeme unterzeichnet wurde mit der Option auf weitere zwei Linien. Positiv auf Thairath's Entscheidung für NELA hatte sich auch ein Besuch der Produktionsstätten in Lahr ausgewirkt. Thanin Teranasarn: »Wir bei Thairath legen Wert auf Qualität. Unsere Entscheidung für NELA Produkte, insbesondere für die VCPEvolution, sahen wir nach einem Besuch der NELA Werke bestätigt.«

➤ [www.nela.de](http://www.nela.de)

**One ProofPaper 250  
INDIVIDUELL, VERBINDLICH UND  
FLEXIBEL EINSETZBAR**

Druck- und Mediendiensteleister leiden unter einem gewaltigen Kostendruck. Dennoch verlangen die meisten Auftraggeber heute von den Unternehmen ein kompetentes Colormangement mit verbindlichen Contract Proofs. Synopsis New Technology bietet mit dem High End ProofPaper von ONE hohe Qualität zu einem Kosten reduzierenden Preis. Mit brillanter Farbdarstellung und feinsten Farbnuancierungen, selbst in dunklen und schattigen Bereichen, übertrifft das neue ONE Proof-Paper 250 ISO Coated V2 (ECI), den Referenzfarbraum für gestrichene Offsetpapiere gemäß Fogra 39. Ohne optische Aufheller bieten sie neutrales Papierweiß und Farbstabilität. Aufgrund seiner mikroporösen Oberfläche weist es erstklassige Trocknungseigenschaften sowie Wasser- und



Alterungsbeständigkeit auf. ONE ProofPaper ist als Blatt- und Rollenware in den üblichen Größen und Breiten über die Synopsis NT Vertriebspartner lieferbar.

➤ [www.synopsis-nt.de](http://www.synopsis-nt.de)



manroland und Océ starten Veranstaltungsreihe

## DIGITAL MEETS OFFSET-POWER

manroland und die Océ Printing Systems GmbH starten im Rahmen ihrer strategischen Allianz eine Veranstaltungsreihe in den Technologiezentren Offenbach (16. bis 20. Mai 2011) und Poing/München (7. bis 10. Juni 2011).

Unter dem Motto ›Digital meets Offset-Power‹ präsentieren die Unternehmen hochqualitativen Offsetdruck und variablen Hochgeschwindigkeitsinkjetdruck. manroland lädt zum ›Sheetfed Summit‹ ins Print Technology Center nach Offenbach ein und will die Frage, wie sich Print in einer multimedialen Welt positionieren muss, mit nahezu unbegrenzten kreativen Möglichkeiten beantworten. Vorgestellt werden Neuerungen rund um Automatisierung, Produktvariabilität, nachhaltiges Produzieren, Vernetzung, Dienstleistung, Verbrauchsmaterial und Beratung. Erstmals präsentiert manroland zwei Océ-Inkjetdrucksysteme für den digitalen Rollendruck, integriert in grafische Workflows. Inkjetsysteme sind wegen ihrer flexiblen Produktion und Individualisierungsmöglichkeiten zunehmend eine



Alternative im Maschinenpark von Druckereien. **Gerd Finkbeiner**, Vorstandsvorsitzender manroland: »Wir zeigen, wie Inkjetdrucksysteme den industriellen Offsetdruck ergänzen. Dabei setzen wir nicht auf Inselösungen, sondern auf integrierte Workflows. Wir wollen erfolgreiche Kunden, die am dynamischen Wachstum von Digitaldruckprodukten teilhaben, und versprechen zukunftsfähige Lösungen.«

Das Océ Production Printing Summit findet vom 7. bis 10. Juni im Océ Leadership Technology Hub in Poing statt. Im Fokus des auf Entscheidungsebene ausgelegten Events steht die Wertschöpfungskette für Production Printing vom individualisierten Content bis zum fertigen Endprodukt. Im Rahmen der Leistungsshow präsentiert Océ Anwendungen im Digitaldruck, eingebettet in Workflows für die grafische Industrie, Publishing-on-Demand, digitalen Zeitungs- und Magazindruck, Hybridkataloge und Manuals sowie Zielgruppe-1-Trendanwendungen wie Direct Mail und Loyalty-Applikationen.

»Der individualisierte Digitaldruck ist ein attraktives Geschäftsfeld, das den industriellen Auflagendruck zunehmend ergänzt«, erläutert



**Sebastian Landesberger**, Executive Vice President Océ Production Printing.

»Die Wertschöpfungskette Druck ist im Wandel und die intelligente Verbindung von Offset- und Digitaldruck eröffnet unseren Kunden lukrative Geschäftsmodelle. Mit unseren Inkjetfarbdrucksystemen wie dem neuen Océ ColorStream 3500 und der JetStream-Familie zeigen wir die Kombination aus Qualität und Individualität sowie deren Wertbeitrag in der modernen Printkommunikation.«

Anmeldungen für das manroland Sheetfed Summit

➤ [event@manroland.com](mailto:event@manroland.com)

und für das Océ Production Printing Summit unter

➤ [www.productionprinting.com](http://www.productionprinting.com)

Océ Production Printing Summit in Poing

## OCÉ-LEISTUNGSSHOW MIT HORIZON-WEITERVERARBEITUNGSSYSTEMEN

Unter dem Motto ›The Future of Digital Printing – Die Zukunft des Digitaldrucks‹ lädt Océ vom 7. bis 10. Juni zum ›Production Printing Summit‹ in die Océ-Firmenzentrale nach Poing bei München ein – auch Horizon wird hier als Partner für den Bereich Weiterverarbeitung dabei sein.



**StichLiner 6000Digital:** Das im Offsetdruck bewährte Hochleistungssystem ist auch für den Hochleistungs-Digitaldruck verfügbar.

Im Rahmen dieses hochkarätigen viertägigen Gipfeltreffens rund um den digitalen Produktionsdruck wird Océ ein umfangreiches Angebot an Digitaldrucklösungen vorstellen. Im Fokus steht dabei die Abbildung der gesamten Wertschöpfungskette – vom individualisierten Content über den Druck und die Weiterverarbeitung bis zum fertigen Endprodukt.

Im Bereich Weiterverarbeitung wird Horizon Lösungen präsentieren, die auf die spezifischen Anforderungen von digital gedrucktem Material abgestimmt sind.

Als Highlight wird Horizon mit dem falzenden Sammelhefter StichLiner 6000Digital, der Inline-Finishing-Lösung für Hochleistungs-Digitaldrucksysteme, einen der modernsten Sammelhefter auf dem Markt präsentieren.

Dank der von Horizon entwickelten Sammeleinheit ist es in Verbindung mit Hochleistungsdruckern und bei einer Bahngeschwindigkeit von 180 m/min möglich, bis zu 6.000 perso-

nalisierte und individualisierte Broschüren mit einem Inhalt von 24 Seiten pro Stunde zu fertigen. Diese Leistung übertrifft alle bekannten Inline-Finishing-Lösungen gleicher Kategorie um ein Vielfaches.

Im Bereich Broschürenfertigen wird Horizon zudem die vollautomatische Broschürenfertigungsanlage SPF/FC-200A mit neuer, kompakter

Zuführereinheit VAC-digital im Live-Einsatz zeigen: Mit ihr präsentiert Horizon eine höchst wirtschaftliche Lösung für die Verarbeitung kleiner und mittlerer Volumen in Topqualität. Sie ist ausgestattet mit zwei Zuführstationen mit je 30 cm Ladekapazität für digital gedrucktes Material und zwei Stationen mit je 13 cm Ladekapazität, welche verwendet werden können, um gleichzeitig im Offset gedruckte Materialien zuzuführen – beispielsweise sehr häufig Umschläge von Broschüren. Mit ca. 800 Broschüren pro Stunde (bei einem Umfang von 20 Seiten) ist die Leistung der Anlage für den typischen Nutzer eines oder zweier Digitaldrucksysteme ausgelegt. Zudem wird Horizon den vollautomatischen Einzangen-Klebebinder BQ-270V zeigen, der durch einfache Bedienbarkeit, kurze Rüstzeiten und hohe Produktionsflexibilität für großes Bindevergnügen sorgt.

➤ [www.horizon.de](http://www.horizon.de)



### prestigeFold NET 52 TECHNOLOGIE FÜR DAS FINISHING

Beim Production Printing Summit vom 7. bis 10. Juni 2011 in Poing wird auf über 6.000 m<sup>2</sup> ein umfangreiches Angebot an Digitaldrucklösungen mit zahlreichen Partnern aus dem Bereich Druckvorstufe und Weiterverarbeitung geboten. MB Bäuerle beteiligt sich an diesem Event, und stellt unter anderem mit der vollautomatischen Falzmaschine prestigeFold NET 52 die passende Technologie fürs Finishing vor.



Die vollautomatische Falzmaschine prestigeFold NET 52 mit langem Ausrichtisch zur Inline-Anbindung an Digitaldrucksysteme.

Durch die Kombination des Océ Digitaldrucksystems ColorStream 10000 Flex mit der MB Bäuerle Falzmaschine prestigeFold NET 52/6/6 wird eine effiziente Inline-Produktion pharmazeutischer Packungsbeilagen live demonstriert. Die Falzmaschine zeichnet sich durch Bedienkomfort und CIP4-Kompatibilität bei hoher Falzgenauigkeit aus. Eine Einrichtautomatik nimmt die Positionierung der Stellelemente für Flachstapelanleger, Taschenanschlüge, Bogenweichen, Falzwalzen, Lineale und Auslagerollen vor. 20 Standardfalzarten sind fest programmiert, ein Speicher für Einstelldaten von über 200 Jobs ermöglicht zudem das Einrichten von Wiederholaufträgen in kurzer Zeit.

➤ [www.mb-bauerle.de](http://www.mb-bauerle.de)

## Weitere Lithoman für Mohn media

Und wieder ist es eine Lithoman: Mohn media in Gütersloh orderte eine 80-Seiten-Rotation von manroland, die im Sommer 2011 installiert wird. Sie ist die Schwestermaschine der seit Mitte letzten Jahres produzierenden Lithoman, mit der Mohn sich für den Einstieg in den Beilagenmarkt gerüstet hatte.

Groß werden im Beilagengeschäft – diese Strategie verfolgt Mohn media mit der Investition in eine weitere Lithoman konsequent weiter. Roland Witte, Geschäftsführer Produktion und Technik bei Mohn media: »Die neue Lithoman mit zahlreichen Falzvarianten soll unsere Vielfalt im Beilagengeschäft, das sehr erfolgreich angelaufen ist, steigern.« Mohn media setzt stets auf zwei Maschinen des gleichen Typs. »Die zusätzliche Lithoman macht unsere Produktion noch flexibler und dient als Backup.« Das Druckhaus produziert in jeder Bahnbreite auf einer eigenen Maschine und differenziert sich damit im Wettbewerb, der häufig Teilbreiten nutzt. So kann Mohn media ihren Kunden Zuverlässigkeit und effiziente Hochleistung bieten. Diese Maximen bestimmen die Ansprüche an die eigene Dienstleistung als auch an die zugelieferten Produktionsmittel.

**2.250 MM BAHNBREITE** und eine Druckleistung von maximal 3,2 Millionen vierfarbigen DIN-A4-Seiten pro Stunde bietet die High-Volume-Technologie. Über 50 von manroland installierte Lithoman-Anlagen weisen eine Bahnbreite von über zwei Metern aus, das sind rund 90% aller weltweiten Installationen in dieser Klasse. Erfahrung, auf die Mohn media bei einem Jubiläum vertraut: Es wird die 20. im Betrieb befindliche Illustrationsdruckmaschine von manroland für Mohn media. Winfried Festbaum, Projektleiter bei manroland, betreut Mohn seit 15 Jahren: »Das langjährige Vertrauen von Mohn media macht stolz. Es motiviert und bestätigt uns, dass wir zu Mohns Geschäftserfolg beitragen dürfen.«



manroland hat als Marktführer mit zahlreichen Features zur Automatisierung und Qualitätskontrolle die High Volume-Entwicklung entscheidend geprägt. Foto: Brechenmacher & Baumann.

**VIEL DISKUTIERT SIND SINKENDE AUFLAGEN**, hohe Qualitätsansprüche und kurze Lieferzeiten. Ist eine 80-Seiten-Lithoman hier das geforderte flexible Produktionsmittel? Stephan Uder, Regionalverkaufsleiter Rolendrucksysteme manroland: »manroland hat als Marktführer mit zahlreichen Features zur Automatisierung und Qualitätskontrolle die High Volume-Entwicklung entscheidend geprägt. Man kann von einer neuen Leichtigkeit im High-Volume-Druck sprechen. Die Produktion wird absolut flexibel, die Gesamtleistung des Druckhauses steigt, es kann klein- wie großauftragige Aufträge effizient produzieren.«

➤ [www.manroland.com](http://www.manroland.com)

➤ [www.mohnmedia.de](http://www.mohnmedia.de)





# Perfekt ab Auflage 1

Die DigitalDruck Deutschland GmbH in Aalen gehört zur 1948 gegründeten und 250 Mitarbeiter zählenden SDZ Druck und Medien GmbH. Vor 20 Jahren begann das Geschäft mit Database Publishing, 1999 kam der Einstieg in den Digitaldruck. Aus diesem Geschäftsbereich entstand DigitalDruck Deutschland, wo auch in Auflage 1 wirtschaftlich produziert wird.



1999, erinnert sich Geschäftsführer Michael Uhl, forcierte die SDZ Druck und Medien die Entscheidung, sich komplett auf den Digitaldruck zu konzentrieren. Ermutigt durch die Ergebnisse einer Diplomarbeit im eigenen Hause, erkannte die Unternehmensleitung das Potenzial dieser neuen Technologie für die Druckindustrie: »Wir sahen, dass wir unseren Kunden echten Mehrwert durch Individualisierung und Personalisierung bieten konnten. Und wir wussten, wie man mit Adressdatenbanken umgeht. Die Zeit war reif für uns, obwohl der Markt insgesamt noch nicht so weit war. Wir konnten unseren technischen Vorsprung also nutzen.«

Der Erfolg bei verschiedenen Projekten gab ihnen bald recht. DigitalDruck Deutschland investierte sukzessive weiter in die Digitaldrucktechnologie. Heute stehen unter anderem zwei Hochleistungsfarbsysteme im Drucksaal: eine Xeikon 5000 und eine Xerox Igen4. Für die Buchproduktion arbeitet der Betrieb auch mit Schwarz-Weiß-Systemen und es wurde stark in die Druckweiterverarbeitung investiert – vom Falzen, Heften, Bohren und Schneiden bis hin zum Klebebinden, Lackieren und Laminieren.

**DIALOG, KALENDER, KATALOG, BÜCHER** Die Bandbreite der Produktion ist groß. DigitalDruck Deutschland bedient vier Schwerpunkte: die Bereiche Dialogmarketing, Kalender, Katalog und Bücher im Verlagsbereich on demand, also auf Nachfrage. »Dabei geht es bei uns vielfach nur um die Fertigung eines einzigen Buches«, so Michael Uhl. Bei einem speziellen Kunden ist dies sogar System: Er überträgt regelmäßig in einem automatisierten Prozess Bestelldaten in das Produktionssystem der Digitaldruckerei für die Datenbearbeitung, Konfektionierung, Kommissionierung und Auslieferung just in time – auch für ein einzelnes Buch.

»Dieser Verlag lässt bei uns 45 verschiedene Bücher zu speziellen Themen produzieren. Weil er mit seinen Titeln wie Softwarebüchern, die sehr von der Aktualität leben, bei der Auf-



Das Bindegut wird manuell in die Zange eingegeben (Abbildung oben) und über Fräse, Leimwerk, Anpressstation und Abkühlstrecke in die Auslage transportiert. Die 2-Kilo-PUR-Kerze wird in die Tankschmelze eingegeben, aufgeschmolzen und zur Düse transportiert.

lage nicht ins Risiko gehen will, ist für ihn die On-demand-Lösung optimal. Wir brauchen nur die Druckdaten mit den Bestelldaten zu verknüpfen und können die Produktion der Broschüren und Bücher in unterschiedlichsten Stärken, Formaten, Ausführungen starten. Doch ob es einige Tausend sind oder nur ein einziges Exemplar: Bei der Klebebindung sind wir sicher, mit dem Horizon-Klebebinder BQ-270PUR-D perfekt gebundene Produkte zu produzieren, obwohl unsere Mitarbeiter keine gelernten Buchbinder sind«, so Michael Uhl.

Die Druckerei hatte sich bewusst für die Vorteile des viskositätsunabhängigen Q-JET-Düsenauftragsystems entschieden: »Erstens wegen des gesundheitlich unbedenklichen Micro-Emission-PUR-Klebstoffes, zweitens, weil wir uns die tägliche Leimbekensäuberung ersparen wollten, und drittens, weil wir mit der Düse deutlich weniger Klebstoff verbrauchen«, so Uhl. Das sollte sich bei den Aalenern rechnen: DigitalDruck Deutschland ist fest davon überzeugt, dass die Zukunft den »wirklich individuell zugeschnittenen Werbetexten« (Uhl) gehört. Die Horizon-Technologie ist dafür wie geschaffen.



Michael Uhl und Bediener Bruno Gloning am Horizon-Klebebinder BQ-270 PUR-D. Die Anschaffung des Horizon-Dreiseitenschneiders HT-30 ist bereits ins Auge gefasst.

► [www.horizon.de](http://www.horizon.de)





# 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

Zu bestellen im Internet.

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

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‹, ›Value-Journal‹ und ›Grafische Revue‹ ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

## DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit  
Value-Journal und Grafische Revue



# Pharma-Spezialist mit KBA Rapida 75E

Seit Ende Januar produziert bei Eberle-Druck in Wien eine nagelneue Rapida 75E als erste Maschine dieser Baureihe in Österreich.

Eberle-Druck wurde bereits Ende des 19. Jahrhunderts gegründet und wird als Mitglied der Rattpack-Gruppe in der fünften Generation von der Gründerfamilie geführt. Geschäftsführer Martin Schmutterer sieht in der Zugehörigkeit zur Rattpack-Gruppe den Vorteil, die Synergien einer großen Gruppe vom gemeinsamen Einkauf, der Standardisierung von Verbrauchsmaterialien bis zur zentralen Buchhaltung nutzen zu können.

Die einzelnen Produktionswerke sind stark spezialisiert. So ist Eberle für die Produktion von Pharmaverpackungen (Anteil ca. 90%) sowie den Wertpapierdruck (Aktien, Gutscheine, Tickets etc.) zuständig. In Dornbirn entstehen Lebensmittelverpackungen sowie Faltschachteln für die Pharma- und Kosmetikindustrie. Das Werk wurde als erstes in Österreich nach der strengen Lebensmittelnorm ISO 22000 zertifiziert. Im deutschen Werk Apolda ist eine Produktionslinie direkt auf die Fertigungslinie des Verbrauchers aufgesetzt. Das Konzept hat sich sehr bewährt und soll weiter ausgebaut werden. Dort entstehen vorwiegend Pizza-Verpackungen. Der bulgarische Standort in Plovdiv ist auf DVD-Hüllen und Zigarettenver-

packungen spezialisiert. Multipack im deutschen Mindelheim produziert überwiegend kaschierte Verpackungen, unter anderem für die Textilindustrie.

Seit Ende Dezember 2010 gehört ein Unternehmen, das Workflow-Systeme für Markenartikler entwickelt, zur Gruppe. Der jüngste Zukauf ist ein Akzidenzbetrieb, der alle Standarddrucksachen abwickeln soll.

## **Viele Materialien, viele Farben und viele Sprachen**

Innerhalb der Rattpack-Gruppe ist die Rapida 75E die erste KBA-Maschine der aktuellen Generation. Ältere KBA- beziehungsweise Planeta-Maschinen produzieren traditionell bei Multipack. Für Pharma-Verpackungen ist die B2-Maschine im Format 52 x 75 cm mit sechs Farbwerken und Lackturm genau richtig. Bei Auflagen von oftmals nur 500 Bogen wäre eine größere Bogenoffsetmaschine überdimensioniert.

»Wir verkaufen fast nur Rüstzeiten, die bis zu 80 Prozent der Aufträge ausmachen«, erklärt Schmutterer. Diese werden mit den Automatisierungslösungen der Rapida 75E wie zentraler Formatverstellung, automatischen Wascheinrichtungen, Plattenwechselautomaten oder dem Touch-Display mit Schnellwahltasten deutlich kürzer.

Das Unternehmen gehört zur Rattpack-Gruppe und hat sich ganz auf die Produktion von Pharmaverpackungen und Wertpapieren spezialisiert. 1992 erhielt Eberle als erstes Druckunternehmen in Österreich die bis heute regelmäßig wiederholte Zertifizierung nach ISO 9001. Auch die erste CtP-Anlage in Österreich lief bei Eberle. Viele Maschinen sind Spezialanfertigungen, die nur dort im Einsatz sind.



Geschäftsführer Martin Schmutterer ist von der Installation und Performance der Rapida 75E sehr angetan.

Neben Bogen- und Rollenoffset arbeitet Eberle auch im Flexodruck. Kombinationen der einzelnen Druckverfahren sind zum Beispiel bei Wertpapieren nicht unüblich.



Nicht nur Faltschachteln, auch spezielle Träger für Ampullen werden bei Eberle-Druck produziert.

Von etwa 40 g/m<sup>2</sup> für Beipackzettel bis zu Kartonagen mit 600/700 g/m<sup>2</sup> muss die Maschine alle Bedruckstoffe verarbeiten können. Dabei werden fast ausschließlich Schmuckfarben verdruckt. Die meisten Produkte sind Verpackungen für verschreibungspflichtige Arzneimittel und zwei- bis dreifarbig angelegt. Nur die Faltschachteln für Generika verfügen über eine höhere Farbigkeit. Diese Verpackungen kosten manchmal genauso viel wie der gesamte Inhalt, bieten aber im Vergleich zu Verpackungen für verschreibungspflichtige Arzneimittel ein höheres Wachstumspotenzial. Bei OTC- (Over the Counter) Produkten sind mehr Farben (Eurokala und bis zu zwei Sonderfarben) und mehr Veredelung (Dispersionslack als Standard, aber auch Spotlackierungen) gefragt. In diesen Bereichen deckt die Rapida 75E alle Erfordernisse ab. Für UV-Veredelungen werden Flexo-Maschinen eingesetzt. Auch Beipackzettel werden, vor allem bei OTC-Produkten und Nahrungsergänzungsmitteln, bis zu 4/4-farbig bedruckt. Nach dem Falzen erreichen sie eine Stärke bis zu einem Zentimeter. Bis zu 25 Sprachfassungen enthält ein einziger Beipackzettel. Die Pharmaverpackungen sind dagegen nur einsprachig angelegt. Deshalb sind bei interna-

tional verbreiteten Medikamenten bis zu 20 verschiedenen Sprachvarianten erforderlich. Angesichts unterschiedlicher Packungsgrößen und Versionen müssen pro Medikament zuweilen 40 bis 50 verschiedene Faltschachteln produziert werden. Dabei sind chinesisch oder arabisch schon fast Routine, isländisch oder finnisch dagegen eher exotisch. Damit bei dieser Sprachvielfalt keine Fehler entstehen, werden die Andrucke mit den Original-PDFs verglichen. Dafür ist ein PDF-Scanner von EyeC im Einsatz.

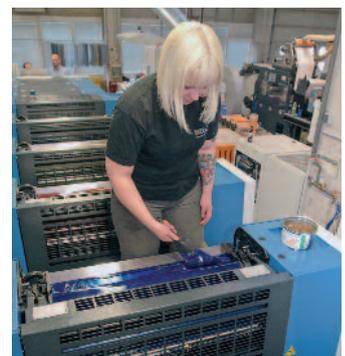
**Kompetenz für Pharma-Verpackungen**

Die Fachleute von Eberle-Druck haben eine hohe Kompetenz bei der für Pharma-Verpackungen notwendigen Sicherheit. Wegen der vielen Sprachfassungen wird nicht mit einzelnen Fonts oder Logos gearbeitet, alle Daten sind vektorisiert. Ein stark automatisierter Workflow trägt über alle Sprachfassungen hinweg zu größtmöglicher Sicherheit bei. »Über 40 Jahre hinweg hat es trotz der Internationalität in der Produktion keinen einzigen Textfehler gegeben«, berichtet Martin Schmutterer nicht ohne Stolz. Für die Verarbeitung der Faltschachteln hat Eberle-Druck ein eigenes Codierungssystem entwickelt, das

Untermischungen anderer Produkte ausschließt. Daneben werden alle Arbeitsschritte elektronisch rückverfolgbar dokumentiert. An jedem Arbeitsplatz befindet sich ein Terminal zur Produktionsdatenerfassung in Echtzeit. Bei wichtigen Entscheidungen gilt das 4-Augen-Prinzip. Fünf der 85 Mitarbeiter des Betriebes sind in der Qualitätskontrolle tätig. Produziert wird in drei Schichten. An der Rapida 75E werden die Farbdichten mit KBA DensiTronic geprüft und protokolliert. Dies ermöglicht eine exakte Farbwiedergabe bei den sehr häufigen Wiederholaufträgen. Angesichts des sich immer wieder ändernden Verpackungsdesigns ist eine Vorproduktion kaum sinnvoll, ein großes Fertigwarenlager auch nicht.

**Bilderbuchstart in die Produktion**

Die Rapida 75E erhält ihre Voreinstellendaten über CIP3 vom Vorstufensystem von Esko Artwork, das speziell auf den Verpackungsbereich ausgelegt ist. Martin Schmutterer ist vom generalstabsmäßigen Abbau der alten Druckmaschine und von der Installation und Inbetriebnahme der Rapida 75E begeistert. Alles passierte bei laufender Produktion in sehr kurzer



Bei Arzneimittelverpackungen wird häufig zwischen der Eurokala und Sonderfarben gewechselt. Hier von Druckerin Sandra Starsich.

Zeit. Die Rapida 75E erfüllt die Erwartungen und hat sich in der Druckproduktion bewährt. Die Drucker haben die Automatisierung und Bedienung der »Neuen« dank Schulung und Produktionsbegleitung in der Anfangsphase durch Mitarbeiter von KBA gut angenommen. Seit 1992 ist Eberle-Druck am heutigen Standort am Wiener Stadtrand ansässig. 3.500 m<sup>2</sup> Produktionsfläche sowie weitere für Büros stehen zur Verfügung. Andere Medienunternehmen befinden sich im unmittelbaren Umfeld – ein Vorteil bei Kooperationen.

► [www.kba.com](http://www.kba.com)





### Neues Modell mit 470 m<sup>2</sup>/h INCA DIGITAL PRINTERS ERGÄNZT ONSET-SERIE

Inca Digital Printers wird Ende Mai seinen jüngsten Neuankömmling, den Inca Onset S40, auf der Fespa Digital Hamburg am Stand von Fujifilm, Incas exklusivem weltweitem Vertriebspartner, präsentieren. Positioniert zwischen dem Inca Onset – dem Flaggschiff des Unternehmens, das es auf 750 m<sup>2</sup>/h bringt – und dem Inca Onset S20 mit 310 m<sup>2</sup>/h, bedruckt der neue Inca Onset S40 bis zu 470 m<sup>2</sup> (oder



Den weltweit ersten Onset S40 hat Druckdienstleister Kolorcraft aus dem nordenglischen Osset installiert. Der PoS-Spezialist hat den neuen Drucker in den vergangenen Monaten auf Herz und Nieren geprüft. (Siehe Seite 32.)

94 vollformatige Bogen von 3,14 x 1,6 m) pro Stunde. Bis zu 50 mm starke Materialien können verarbeitet werden.

Bereits in der Konzeption des Inca Onset S40 angelegt sind – wie auch bei den übrigen Modellen – ein überlegenes Betriebsverhalten, Qualität und Flexibilität bei niedrigen Kosten pro Druck. Mit bis zu 168 neuartigen, vor Ort austauschbaren Druckköpfen (28 pro Farbe), die über die gesamte Druckbreite an einer Druckleiste angeordnet sind und 27-Picoliter-Tintentröpfchen ausstoßen, brilliert er bei hohen Volumen und kurzen Bearbeitungszeiten im großformatigen Werbedruck.

➤ [www.incadigital.com](http://www.incadigital.com)  
➤ [www.kolorcraft.com](http://www.kolorcraft.com)

### Master-Prägefolientages bei Bobst

## WENN HÖCHSTE QUALITÄT IM PRÄGEFOLIENDRUCK GEFRAGT IST

Am 31. März 2011 trafen sich etwa 40 Experten aus dem deutschsprachigen Raum im Competence Center der Bobst SA in Lausanne-Mex in der Schweiz zum Master-Prägefolientag. Im Mittelpunkt standen innovative Technologien, die im Prägefoliendruck neue Maßstäbe in Sachen Qualität, Produktivität und Wirtschaftlichkeit setzen sowie



Das große Interesse am Master-Prägefolientag von Bobst spiegelte sich im Andrang bei der neuen Highend-Prägefoliendruckmaschine Masterfoil 106 PR wider.

neue Anwendungen unter anderem im Markenschutz oder im Sicherheitssektor ermöglichen. Partner waren die Unternehmen Hinderer+Mühlich mit Prägwerkzeugen, Kurz mit Prägefolien und Sappi mit Papier und Karton.

Was derzeit im Prägefoliendruck technisch möglich ist, wurde anhand von vier besonders anspruchsvollen Aufträgen aufgezeigt – darunter zwei Muster-Jobs für die neue Highend-Prägefoliendruckmaschine Masterfoil 106 PR. So hatten die Experten von Bobst für diese Maschine je einen Auftrag aus der Tabak- und der Kosmetikindustrie vorbereitet, die beide sehr nah an konkreten Praxisbeispielen angelehnt waren. Bei einem Auftrag wurde eine hochwertige Silber-Heißprägefolie auf 30 Zigaretten-schachteln pro Druckbogen von einer großen Folienbahn über die komplette Bogenbreite hinweg mit einem Vorzug von mehr als 700 mm

aufgetragen. Das Design der Schachteln umfasste unter anderem vergleichsweise kleine Rundmotive, um die herum die Silberfolie mit einer Aussparung geprägt wurde. Nicht einmal kleinste Passerabweichungen zwischen Druckbogen und Folie wurden sichtbar. Bei 6.500 Bogen pro Stunde unterstrich die Masterfoil 106 PR, dass sie solche



Bei dem Job ›Unique‹ wurden bei einer Geschwindigkeit von 8.000 Bg/h feinste Schriften neben tiefen Relief- und Mikrostrukturprägungen mit Gold-Folie realisiert.

Anforderungen mit vergleichsweise geringem Druck und niedriger Temperatur erfüllt. Bei dem zweiten Job wurden auf 15 Nutzen einer Parfümflacon-Verpackung bei einer Geschwindigkeit von 8.000 Bogen pro Stunde in einem Durchlauf feinste Minischriften unmittelbar neben tiefen Relief- und Mikrostrukturprägungen mit Gold-Folie realisiert.

Doch auch an den anderen Maschinen warteten interessante Beispiele. So wurde auf der SP 76 BM der Schutz vor Markenpiraterie beziehungsweise die Sicherstellung der Authentizität von Produkten anhand einer Pharma-Verpackung thematisiert. Darüber hinaus gab es bei der Expertfoil 104 FR eine interessante Nischenanwendung zu sehen, bei der Reliefprägungen mit Silberfolie auf einer Kosmetikprä-sentschachtel auf Druckbogen aus N-Welle realisiert wurden.

➤ [www.bobstgroup.com](http://www.bobstgroup.com)

### Weber Offset

## KLEINERE AUFLAGEN MACHEN KURZE RÜSTZEITEN NÖTIG

Um die Rüstzeiten in der Weiterverarbeitung zu senken, ersetzt die Weber Offset GmbH in München den seit 25 Jahren einwandfrei laufenden Sammelhefter 335 durch einen Primera C110 von Müller Martini. »Obwohl der Sammelhefter 335 von Müller Martini etwas in die Jahre gekommen ist«, sagt Verkaufsleiter Magnus Weber, »sind wir bezüglich Zuverlässigkeit und Qualität der gehefteten Produkte



Sammelhefter  
Primera C110.

immer noch zufrieden.« Doch ein Aspekt war ausschlaggebend, dass sich das 1968 gegründete und 25 Mitarbeiter beschäftigende Familienunternehmen für eine Neuinvestition entschied – die zunehmende Bedeutung kürzerer Rüstzeiten. Denn bei dem auf hochwertige Werbebroschüren spezialisierten grafischen Komplettbetrieb mit Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung liegen die unteren Auflagen im Bereich von 500 Exemplaren. »Da müssen wir schneller von einen auf den nächsten Job umstellen können«, betont Weber.

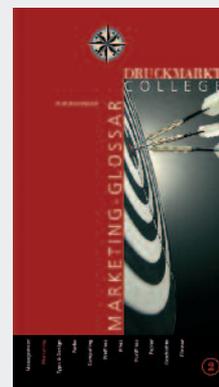
Der neue Primera C110 bei Weber Offset verfügt über vier Anleger, Umschlagfalzanleger und Kreuzleger Perfetto mit automatischem Einrichtsystem Amrys. Er ist so konfiguriert, dass nachträglich auch ein Warenkleber integriert werden kann. Die neue Linie soll noch im Mai in Betrieb genommen werden.

➤ [www.mullermartini.com](http://www.mullermartini.com)



# Voll TREFFER

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das »Marketing-Glossar« konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distribu-



tion, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.

Das Druckmarkt-Glossar »Marketing« ist kürzlich in der Reihe »Druckmarkt College«, einer kleinen Reihe an Nachschlagewerken zu wesentlichen Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene, erschienen. Sichern Sie sich Ihr Exemplar zum Preis von 29,00 € beziehungsweise 39.00 CHF.

Zu bestellen im Shop (Glossare) im Internet  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)  
oder per e-Mail bei: [nico@druckmarkt.com](mailto:nico@druckmarkt.com)

Schüler und Studenten zahlen 20,00 € beziehungsweise CHF 30.00.

Druckmarkt College  
**Marketing-Glossar**  
Alles wichtige zum Thema  
Marketing: kompakt und  
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.  
Preis:  
29,00 € / 39.00 CHF

Zu bestellen im Internet  
im Druckmarkt-Shop.  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



# Zeitungen zum Frühstück

Hellenic Miller Newsprint verbessert mit einem Kodak Versamark VL4200 Drucksystem das eigene Angebot und die Kundenbindung

»In den vergangenen zwei bis drei Jahren ist der Verkauf von Zeitungen zurückgegangen, da die steigenden Luftfrachtkosten Preiserhöhungen notwendig gemacht haben«, erläutert Michalis Iacovides, Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens, das nahezu alle in Zypern verkauften ausländischen Zeitungen vertreibt. »Da wir auf einer Insel leben, sind wir auf den Transport per Flugzeug angewiesen. Angesichts weiter steigender Frachtkosten wurde es für uns aus wirtschaftlichen Erwägungen sinnvoll, in eigene Drucktechnik zu investieren.«

## Den Erfolg von Miller Newsprint in Malta nachvollzogen

Doch die Kosten waren nicht der einzige ausschlaggebende Faktor, auch die Lieferfristen wirkten sich erheblich auf den Zeitungsabsatz aus. »Verschiedene Titel aus Griechenland und der Türkei kamen um 8:00 Uhr an und waren erst ab 9:00 Uhr im Verkauf. Die meisten dieser Zeitungen sind jetzt bereits zur Frühstückszeit erhältlich – zu den gleichen Preisen wie bisher«, so Michalis Iacovides. »Manche Zeitungen kamen sogar erst am nächsten Tag an und auch diese Titel sind nun druckfrisch am Morgen verfügbar.«

Hellenic Miller Newsprint vollzieht damit nach, was Miller Newsprint in Malta vor fast zwei Jahren aufgrund derselben Kosten- und Lieferproblematik vorgemacht hat. Mittlerweile werden alle 60 internationalen Titel, die das Unternehmen in Malta vertreibt, vor Ort gedruckt. Dank wettbewerbsfähiger Preise und tagesaktueller Verfügbarkeit haben die Zeitungsverkäufe um 20% zugelegt. »Von einigen Kunden haben wir schon gehört, dass sie ihre Zeitung hier früher erhalten als zu Hause«, sagt Malcolm Miller, Chef der Miller Group. Nach seinen Worten stellte der Aufbau eines Produktionsbetriebes eine gewisse Herausforderung dar, weil die Verlage Bedenken hinsichtlich des Erfolgs des gesamten Unterfangens hatten. Außerdem musste sein Unternehmen auch die negative Einstellung zahlreicher Zeitgenossen bezüglich des Aussehens der gedruckten Produkte ausräumen. »Als die Financial Times ihre Unterstützung für unser Projekt erklärte, wurde es einfacher, weitere Personen zu überzeugen«, führt Miller weiter aus. »Durch die Investition sind wir zu einer wesentlich flexibleren Organisation und auch wettbewerbsfähiger geworden. Wenn das Flugzeug früher 100 Exemplare an Bord hatte, konnten wir eben nur diese Menge verkaufen, das heißt, es konnte vorkommen, dass die

In Zypern nimmt die neue Zeitungsdruckerei Hellenic Miller Newsprint, ein Gemeinschaftsunternehmen von Hellenic Distribution Agency Ltd. und Miller Distributors Ltd., nach der Investition in ein Kodak Versamark VL4200 Drucksystem den Druck von 25 ausländischen Zeitungstiteln auf.



Martin Dickson, Deputy Editor der Financial Times, hielt vor Kurzem eine Rede bei einem Essen, zu dem die Financial Times aus Anlass der erfolgreichen Zusammenarbeit eingeladen hatte.



Blick in eine Druckeinheit des Kodak Versamark VL4200 Drucksystems.

Nachfrage den verfügbaren Bestand überstieg. Heute können wir bei Bedarf einfach mehr Exemplare drucken. Die Investition hat unseren Betrieb auch umweltfreundlicher gemacht.«

### Kodak als logische Wahl

In der Zusammenarbeit mit Miller Newsprint werden sämtliche Dateien am Morgen zunächst zu Miller Newsprint gesendet und für die Produktion der für Zypern bestimmten Titel zu Hellenic Miller Newsprint weitergeleitet. Wie Michalis Iacovides ausführte, fiel ihm die Entscheidung trotz des Erfolgs in Malta nicht leicht: »Anfangs war ich skeptisch, schließlich bedeutet der Einstieg in die Produktion die Übernahme einer großen Verantwortung. Doch nach Gesprächen mit verschiedenen Verlegern kamen wir zu dem Entschluss, dass dies die beste Lösung war. Die Auflagen sind so weit gesunken, dass sich diese Digitaldruckmaschine dafür perfekt eignet.« Für Iacovides lag die Wahl von Kodak als Partner auf der Hand: »Wir wussten, dass die Lösung von Kodak zuverlässig ist und wurden nicht enttäuscht. Die Qualität des Versamark VL4200 Drucksystems ist hervorragend und Kodak hat uns fachkundig unterstützt.«

Die Versamark VL4200 produziert bei einer Bahngeschwindigkeit von 125 m/min mit einer Auflösung von 600 x 360 dpi. »Das bisherige Interesse ist sehr groß und wir gehen davon aus, dass die Auflagen aufgrund unserer lokalen Produktion in Zypern ansteigen werden«, fährt Iacovides fort. »Das professionelle Vorgehen von Kodak hat mich beeindruckt. Das Unternehmen hat uns bei jedem Schritt unterstützt.« Die Installation macht deutlich, wie innovative Technologie Druckdienstleistern helfen kann, auf Marktzwänge angemessen zu reagieren. »Wir freuen uns, dass unser erster Kunde im Zeitungsbereich mit der Leistung und den Produktionsmöglichkeiten des Versamark VL4200 Drucksystems so zufrieden ist, dass er sich zu einer weiteren Investition entschlossen hat«, so Jack Knadjian, Business Development Director, Newspaper Digital Printing Solutions, EAMER, Kodak. »Malcolm Miller ist das Musterbeispiel eines visionären Unternehmers. Er hat sein Unternehmen in Malta mit Mut und Entschlossenheit neu ausgerichtet und erntet nun dafür den Lohn. Es ist großartig zu sehen, welche entscheidende Rolle das Versamark VL4200 Drucksystem bei diesem Prozess spielt.«

› [www.kodak.com](http://www.kodak.com)



### ›Digital Supermarket‹ HPS STAND BEI DER INTERPACK 12. BIS 18. MAI 2011

Auf einem 400 m<sup>2</sup> großen Themenstand mit der Bezeichnung ›Digital Supermarket‹ wird HP auf der Interpack 2011 Markenmanagern, Einzelhändlern sowie Verpackungs- und Etikettenkonvertierern die Möglichkeiten digital gedruckter Verpackungen vorstellen, die mit HP Lösungen wie der HP Indigo WS6000 Digital Press und Systemen auf der Basis von Thermotintenstrahltechnologie von HP Specialty



Printing Systems erzeugt wurden. In den nachgebauten Supermarktregalen mit Wein, Lebensmitteln, pharmazeutischen Waren, Gesundheits- und Kosmetikprodukten sowie Industrie- und Haushaltsartikeln werden Markenprodukte gezeigt, die die Leistungsfähigkeit des Digitaldrucks für innovative und hochwertige Qualitätsverpackungen und Marketingmaterialien nutzen.

Die HP Indigo WS6000 Digital Press wird live mit einem HP Smart-Stream IN100 Labels and Packaging Print Server (powered by EskoArtwork), einer KAMA-Faltschachtel-Konvertiereinheit mit Bogenzufuhr und einer Digicon-2-Veredelungsmaschine von AB Graphic International (ABG) für Etiketten und Faltschachteln in Rollenausführung vorgestellt.

› [www.hp.com](http://www.hp.com)

### Agfa Graphics INNOVATIVE VERPACKUNGSTECHNOLOGIEN

Agfa Graphics wird auf der Interpack 2011 in Düsseldorf vom 12. bis 18. Mai seine neuesten Technologielösungen für den Verpackungsdruck präsentieren. Das Angebot umfasst die digitale Inkjetdruckmaschine Dotrix, ein in Zusammenarbeit mit Edale, dem Hersteller von Flexodruckmaschinen, entwickeltes Drucksystem. Den Herstellern von Verpackungen bietet die Dotrix einfache Bedienung und Flexibilität



einer Flexodruckmaschine in Verbindung mit den Qualitäts- und Produktivitätsvorteilen einer digitalen Inkjetdruckmaschine. Sie besitzt eine Druckleistung von über 1.200 m<sup>2</sup> pro Stunde bei voller Geschwindigkeit. Mehrere Druckaufträge können einer nach dem anderen abgearbeitet werden, ohne die Druckmaschine anhalten zu müssen, es sei denn, um eine neue Rolle Bedruckstoff einzulegen. Gleichzeitig wird Agfa auch seine Drucktinte Agfa Agora zeigen. Diese UV-Drucktinten der neuen Generation wurden speziell für die neuesten Hochgeschwindigkeitsdruckköpfe vom Typ Kyocera KJ4A entwickelt und erlauben den Druck mit extremen Geschwindigkeiten auf jede Art von Bedruckstoff ohne Qualitätseinbußen.

› [www.agfagraphics.de](http://www.agfagraphics.de)



# Kolorcraft installiert weltweit erste Inca Onset S40

Der britische Point-of-Sale Spezialist Kolorcraft investierte als erstes Unternehmen der Welt in eine Inca Onset S40 UV-Druckanlage für den Großformatdruck. Die von Fujifilm gelieferte Onset S40 wurde vor ihrer Markteinführung Anfang des Jahres von Kolorcraft in Betatests gründlich auf ›Herz und Nieren‹ überprüft.

Die Investition ist Teil einer offensiven Expansionsstrategie von Kolorcraft mit Schwerpunkt auf neuesten Technologien und der Produktion von Digitaldrucken zu konkurrenzfähigen Preisen. Das 250 Mitarbeiter zählende Unternehmen mit Sitz in Ossett, West Yorkshire, setzt jährlich ca. 28 Mio. € um und produziert rund um die Uhr im 18.000 m<sup>2</sup> großen Produktions- und Lagergebäude. Angeboten werden Design-, Druck- und Fulfilmentlösungen für Kaufhäuser, Ladenketten und Einzelhandelsläden.

»Für uns sind dies interessante Zeiten«, erläutert Phil Findley, geschäftsführender Direktor bei Kolorcraft. »Wir haben unser Managementteam verstärkt und investieren in neue Technologien. Wir haben uns vor unserer Entscheidung für die Onset S40 intensiv mit diesem Markt beschäftigt. Inca ist ein etablierter Hersteller und genießt einen guten Ruf, was Technologielösungen betrifft, und Fujifilm liefert ausgezeichnete Tinten und Support. Die Kombination dieser beider Faktoren sowie die Qualität, Leistungsfähigkeit und Vielseitigkeit der Anlage gaben den Ausschlag für unsere Investition. Die Onset hat unsere Produktionskapazitäten enorm erhöht und ermöglicht es uns, wettbewerbsfähige neue Produkte anzubieten und in neue Marktsegmente zu wachsen. Unsere Strategie geht ganz einfach dahin, zu expandieren, indem wir mehr in den Bereichen tun, in denen wir gut sind.«

Die Onset S40 hat ihren Standort zwischen einer KBA Großformatdruckmaschine, einer Heidelberg B1-Maschine und einer Mehrfarbensiebdruck-Line, ist rund um die Uhr im Einsatz und hat im Unternehmen für erhebliche zusätzliche Kapazitäten und höhere Produktionsflexibilität gesorgt. Bei der Kolorcraft Onset S40 handelt es sich um ein automatisches Sechsfarben-Inkjetmodell mit einem Leistungsvermögen von 600 dpi und einer Kapazität von 94 Bögen in voller Druckbettgröße pro Stunde.

»Der PoS Markt ist extrem wettbewerbsintensiv. Wir müssen smarter sein, um Erfolg zu haben, und wir müssen mit den neuesten Technologien arbeiten, um die Qualität zu verbessern und leistungsfähiger sowie kostensparender zu arbeiten. Die

Onset S40 füllt die Produktionslücke zwischen dem Siebdruck und dem großformatigen Offsetdruck perfekt und ermöglicht es uns, jedes auch nur erdenkliche Projekt schnell und effizient abzuwickeln. Marken- und unternehmenseigene

Buntfarben werden akkurat reproduziert; außerdem können wir randlos auf ein breites Spektrum von bis zu 40 Millimeter starken Medien drucken. Die Tatsache, dass variable Daten zur Produktion regional unterschiedlicher oder ladenspezifischer Kampagnen eingesetzt werden können, bietet unseren Kunden unschätzbare Vorteile und reflektiert daneben das ständig im Wandel begriffene Einzelhandelsumfeld«, erläutert Martin Hampshire, Vertriebs- und Marketingdirektor bei Kolorcraft. »Flexibilität und Qualität der Onset S40 helfen uns dabei, unseren Kunden neue Produkte anzubieten und uns neue Märkte zu erschließen. Vor Kurzem produzierten wir für einen Kunden großformatige Mode-Grafiken mit insgesamt 30 verschiedenen Bildarstellungen. Mit bisherigen, konventionellen Technologien hätten wir 120 großformatige Platten herstellen und beträchtliche Einrichtzeiten hinnehmen müssen. Die Direktdruckfähigkeit der Onset ermöglicht es uns, In-Store Präsentationen zeitlich vorzuziehen und unsere Kunden an Kosteneinsparungen teilhaben zu lassen.«

»Der ›Familienzuwachs‹ durch die Onset S40 bedeutet, dass es jetzt eine Konfiguration mit entsprechendem Geschäftsmodell für jeden Großformatdrucker mit Volumendruck gibt«, merkt Keith Harley, Leiter des Marketingbereichs für Fujifilm Europa an. »Kolorcrafts Verwendung der Onset S40 zur Herstellung neuer Produkte für deren Kunden und zur Erschließung neuer Märkte ist ein anschauliches Beispiel dafür, was erreicht werden kann, wenn die beste und auf die jeweiligen betrieblichen Gegebenheiten abgestimmte Konfiguration gewählt wird.«

- › [www.incadigital.com](http://www.incadigital.com)
- › [www.kolorcraft.com](http://www.kolorcraft.com)
- › [www.fujifilm.co.uk/gs](http://www.fujifilm.co.uk/gs)



Martin Hampshire, Vertriebs- und Marketingdirektor bei Kolorcraft, mit der ersten Inca Onset S40.



→ SEMINARE & KONGRESSE

→ VERANSTALTUNGEN

→ VORTEILSPROGRAMM

→ DOWNLOADS

→ DVDs/CDs

→ PUBLIKATIONEN

→ KONGRESSBERICHTE

→ INFORMATION



→ PRÜF-KONTROLLMITTEL

→ BÜCHER

→ AKTUELLES

[www.point-online.de](http://www.point-online.de)

# Herzlich willkommen ...

... auf Point - dem neuen Wissens-Portal der Verbände Druck und Medien.

Hier finden Sie das Wesentliche für erfolgreiche Druck- und Medienbetriebe und Erfolg im Beruf: Fachinformationen für Technik, Betriebswirtschaft, Recht, Kongresse, Weiterbildungsseminare zu den Trendthemen der Branche und dem Aufbau Ihrer Schlüsselqualifikationen. Surfen Sie durch unsere Seiten. Viel Spaß!





TERMINE & EVENTS

| Termin                 | Veranstaltung   | Ort         | Internet-Adresse   |
|------------------------|---|-------------|--|
| <b>2011</b>            |   |             |  |
| 12. 05. - 18. 05. 2011 | interpack, Processes and Packaging                            | Düsseldorf  |  <a href="http://www.interpack.de">www.interpack.de</a>                         |
| 19. 05. - 21. 05. 2011 | TYPO Berlin, 16. Internationale Designkonferenz               | Berlin      |  <a href="http://www.tytoberlin.de">www.tytoberlin.de</a>                       |
| 23. 05. - 24. 05. 2011 | Fogra-Symposium, Digital trifft Offset                        | München     |  <a href="http://www.fogra.org">www.fogra.org</a>                               |
| 24. 05. - 27. 05. 2011 | Fespa Digital 2011  | Hamburg     |  <a href="http://www.fespa.com/digital/">www.fespa.com/digital/</a>             |
| 28. 05. 2011           | Museum für Druckkunst, 17. Leipziger Typotage                 | Leipzig     |  <a href="http://www.typotage.de">www.typotage.de</a>                           |
| 08. 06. - 09. 06. 2011 | Mailingtage   | Nürnberg    |  <a href="http://www.mailingtage.de">www.mailingtage.de</a>                     |
| 20. 06. - 22. 06. 2011 | 13. Doxnet, Fachkonferenz und Ausstellung                     | Baden-Baden |  <a href="http://www.doxnet.eu">www.doxnet.eu</a>                               |
| 28. 06. - 30. 06. 2011 | LOPE-C, Large-area Organic & Printed Electronics              | Frankfurt   |  <a href="http://www.lope-c.com">www.lope-c.com</a>                             |
| 28. 06. - 30. 06. 2011 | Zellcheming, Expo 2011  | Wiesbaden   |  <a href="http://www.zellcheming-expo.de">www.zellcheming-expo.de</a>           |
| 23. 08. - 25. 08. 2011 | SwissEMEX, Fachmesse für Marketing und Kommunikation          | Zürich      |  <a href="http://www.suisse-emex.ch">www.suisse-emex.ch</a>                     |
| 12. 09. - 16. 09. 2011 | Swiss Publishing Week   | Winterthur  |  <a href="http://www.swiss-publishing-week.ch">www.swiss-publishing-week.ch</a> |
| 14. 09. - 16. 09. 2011 | PostPrint, Fachmesse für Vorstufe, Druck & Weiterverarbeitung | Leipzig     |  <a href="http://www.postprint-leipzig.de">www.postprint-leipzig.de</a>         |
| 28. 09. - 29. 09. 2011 | bvdm, Print-Media Congress                                    | Mannheim    |  <a href="http://www.bvdm-online.de">www.bvdm-online.de</a>                     |
| 28. 09. - 01. 10. 2011 | Labelexpo, Europe 2011  | Brüssel     |  <a href="http://www.labelexpo-europe.com">www.labelexpo-europe.com</a>         |
| 10. 10. - 12. 10. 2011 | Ifra Expo 2011, Messe der Zeitungsindustrie                   | Wien        |  <a href="http://www.ifra.com">www.ifra.com</a>                                 |
| 12. 10. - 14. 10. 2011 | bvdm, Forum Verlagsherstellung, Publishing Services           | Frankfurt   |  <a href="http://www.bvdm-online.de">www.bvdm-online.de</a>                   |
| 12. 10. - 15. 10. 2011 | 17. Druck + Form  | Sinsheim    |  <a href="http://www.messe-sinsheim.de">www.messe-sinsheim.de</a>             |
| 12. 10. - 16. 10. 2011 | Frankfurter Buchmesse   | Frankfurt   |  <a href="http://www.buchmesse.de">www.buchmesse.de</a>                       |
| 13. 10. - 15. 10. 2011 | viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation   | Düsseldorf  |  <a href="http://www.viscom-messe.com">www.viscom-messe.com</a>               |
| 26. 10. - 27. 10. 2011 | easyFairs, Print & Publishing Schweiz                         | Zürich      |  <a href="http://www.easyfairs.com">www.easyfairs.com</a>                     |
| 08. 11. - 09. 11. 2011 | Fogra-Symposium, Verpackung                                   | München     |  <a href="http://www.fogra.org">www.fogra.org</a>                             |
| 08. 11. - 10. 11. 2011 | ICE Europe, International Converting Exhibition               | München     |  <a href="http://www.ice-x.com">www.ice-x.com</a>                             |
| <b>2012</b>            |   |             |  |
| 02. 02. - 03. 02. 2012 | Fogra-Symposium, Colour Management                            | München     |  <a href="http://www.fogra.org">www.fogra.org</a>                             |
| 03. 05. - 16. 05. 2012 | drupa 2012  | Düsseldorf  |  <a href="http://www.drupa.de">www.drupa.de</a>                               |
| 29. 10. - 31. 10. 2012 | Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie                   | Barcelona   |  <a href="http://www.ifra.com">www.ifra.com</a>                               |

Wir bringen Fakten in die richtige Reihenfolge. Zeile für Zeile.

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

**DRUCKMARKT**  
macht Entscheider entscheidungssicher



### Graphiland AG OPENDAYS 2011 IN WALLISELLEN

An den OpenDays vom 19. bis 21. Mai 2011 präsentiert Graphiland AG in Wallisellen weitere Neuheiten und Maschinenerweiterungen. Die digitale Kuvert-Druckmaschine Illumina von Xanté hat bereits über 30 Kunden in der Schweiz und gilt als eine digitale Druckmaschine für die kostengünstige Produktion von Kuverts, Karten und allen anderen Digitaldrucksachen. Neu wird die Degrava von Xanté vorgeführt, die Etiketten im Endlosverfahren digital druckt. Bis zu 60 cm große Endlosrollen können verarbeitet werden. Die Degrava druckt mit CMYK-Toner und verfügt über einen integrierten Jobschneider. Bei den Kuvertiermaschinen MWT wird eine kostengünstige Zuführung für den Rechnungsversand mit Codelesung, Sammeln und Falzen und danach Kuvertieren gezeigt. Bei den PSI-Laserdruckern ist nun die Beschreibung der RFID-Patches in einem Arbeitsgang möglich. Für die Qualitätskontrolle präsentiert Graphiland eine neue Produktpalette für die ICC-Profilerstellung. Die GTI Normlichtgeräte verfügen über korrekte Lichtbedingungen nach der ISO-Norm 3664.

Die Hersteller sind vor Ort, um Fachgespräche führen zu können. Die OpenDays 2011 finden in Wallisellen am 19. und 20. Mai von 10.00 bis 18.00 Uhr, am Samstag, den 21. Mai, von 10.00 Uhr bis 13.00 Uhr statt.

➤ [www.graphiland.ch](http://www.graphiland.ch)

### Druckindustrie bildet aus OHNE FACHPERSONAL LÄUFT TECHNOLOGIE INS LEERE

In Deutschland ist die Diskussion über einen drohenden Fachkräftemangel in vollem Gange. Alle wissen, wie zwingend nötig geschultes Personal für wirtschaftliches Wachstum und den gesellschaftlichen Wohlstand ist. Das Problem haben aber nicht nur Industrienationen, auch in Schwellenländern braucht man Fachleute. Die deutschen Hersteller für Druck- und Papiertechnik bilden deshalb seit 35 Jahren Fachlehrer auch aus Entwicklungs- und Schwellenländern aus. Hierfür wurde eigens die PrintPromotion GmbH innerhalb des VDMA gegründet. Die Kurse finden in Deutschland und in den Zielländern selbst statt. »Was nützt uns Technologieführerschaft, wenn die Kunden nicht genügend geschultes Personal haben, um davon voll zu profitieren«, sagt Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender des Druckmaschinenherstellers manroland und Aufsichtsrat von PrintPromotion. »Deshalb schulen wir Fachlehrer, damit sie ihr Wissen in ihren Heimatländern weitergeben können.«

PrintPromotion hat bislang Fachlehrer aus 25 Entwicklungs- und Schwellenländern ausgebildet. Jedes Jahr wird eine Gruppe dieser Technik-Lehrer für vier Wochen im Ausbildungszentrum für Polygrafie (AZP) in Chemnitz geschult. PrintPromotion übernimmt pro Lehrgang die Aufwendungen für die Trainer, Schulungsmaterial, Unterbringung und Verpflegung. Die Teilnehmer tragen lediglich die Reisekosten. Zusätzlich zu der Schulung am AZP stehen Betriebsbesichtigungen bei Unternehmen der Druckindustrie auf dem Programm.

➤ [www.printpromotion.de](http://www.printpromotion.de)

### Fogra-Symposium DIGITALDRUCK TRIFFT OFFSET

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet am 23. und 24. Mai 2011 in München ihr drittes Digitaldruck-Symposium. Es richtet sich an alle Personen, die an aktuellen und fundierten Informationen rund um den Digitaldruck interessiert sind. Hierzu zählen sowohl Unternehmen, die bereits digital drucken und nützliche Anregungen für die tägliche Praxis suchen, als auch Offsetdruckereien, die ihr Produktspektrum durch den Digital-



druck erweitern möchten. In über 20 Fachvorträgen von international anerkannten Experten aus der Forschung, ausgewiesenen Praktikern und Herstellern werden sowohl der kleinformate als auch der großformatige Digitaldruck adressiert, wobei der Offsetdruck gewissermaßen die De-facto-Referenz darstellt. Es soll geklärt werden, ob und unter welchen Rahmenbedingungen der Einstieg in den digitalen Produktionsdruck sinnvoll ist. Hierbei spielen auch der Umweltschutz und die Nachhaltigkeit der Druckverfahren eine entscheidende Rolle. Des Weiteren kommen die Prozesskontrolle in der täglichen Praxis und Wege zum Veredeln von digital hergestellten Druckprodukten zur Sprache.

Bei der Vorstufe liegen die Schwerpunkte auf der Datenaufbereitung und der medienübergreifenden Behandlung von Farbe. Eine Fachausstellung verschiedener Hersteller im Bereich des Digitaldrucks rundet die Veranstaltung ab.

➤ [www.fogra.org](http://www.fogra.org)

### Leipziger Typotage »SCHRIFT UND TYPOGRAFIE IN DER ZEITGENÖSSISCHEN KUNST«

Schrift ist nicht nur eine Form der Kommunikation, sie kann auch ein gestalterisches Mittel der Kunst werden und gleichzeitig Botschaften transportieren. Einen wissenschaftlichen Blick auf diese spannende Wechselwirkung werfen die Referenten der 17. Leipziger Typotage. Gemeinsam mit einem Fachpublikum diskutieren die acht Referenten aus den Bereichen Kunst, Grafik-Design, Typografie und Psy-



chologie am 28. Mai 2011 im Museum für Druckkunst Leipzig das Thema »Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst«. Das traditionsreiche Symposium wird bereits seit 1995 von der Gesellschaft zur Förderung der Druckkunst e. V. veranstaltet. In diesem Jahr profitiert es insbesondere von der parallel stattfindenden gleichnamigen Sonderausstellung. Als etabliertes System aus verschiedenen Zeichen ist Schrift im Alltag unverzichtbar geworden. Im Zusammenspiel mit Kunst eröffnet Schrift jedoch neue Deutungsebenen, die aktuelle Trends in Kultur und Gestaltung widerspiegeln. Die scheinbar so fest gefügte Welt der Buchstaben erweist sich hierbei als innovatives künstlerisches Experimentierfeld. Die renommierten Gastredner der 17. Leipziger Typotage beleuchten Funktion und Wirkung der Schrift im westlichen Sprachraum.

➤ [www.typotage.de](http://www.typotage.de)



## easy fairs

### PRINT & PUBLISHING SCHWEIZ 2011

Am 26. und 27. Oktober 2011 findet in der Messe Zürich die Premiere zur Print & Publishing Schweiz 2011 statt. Die Branche signalisiert laut Veranstalter easy fairs positive Zustimmung und namhafte Unternehmen hätten bereits zugestimmt, an der Schweizer Fachmesse teilzunehmen.

## Großformatiger Digitaldruck

### WEB-TO-PRINT-KONFERENZ AUF DER FESPA

Warum Web-to-Print? Wie soll das beim Large Format Printing (LFP) funktionieren? Wie lässt sich dabei die Qualität sicherstellen? Antworten auf diese Fragen gibt die Color Alliance (CA) in ihrer Web-to-Print-Konferenz auf der Fespa Digital 2011 in Hamburg. Die Konferenz findet am 26. Mai statt.

➤ [www.color-alliance.com](http://www.color-alliance.com)

## ITK-Event zurück in München

### COMEBACK DER COMMUNICATION WORLD

München erhält mit der Communication World eine Dialog- und Netzwerkplattform für die ITK-Branche zurück. Vom 11. bis 12. Oktober 2011 diskutieren Branchenvertreter im M,O,C, unter dem Motto »Telligent Mobility: die Gegenwart und die Zukunft intelligenter, flexibler und mobiler IT in Unternehmen.

➤ [www.communication-world.com](http://www.communication-world.com)

## swiss publishing week 2011

### 12. BIS 16. SEPTEMBER IN WINTERTHUR

Neben den klassischen Fragestellungen aus den Bereichen Layout, Bildbearbeitung, Farbmanagement, Workflow etc. wird dieses Jahr ein ganzer Tag dem Thema Tablet-Publishing und Digital Media gewidmet sein. Eine Neuerung ist der Montag mit einem speziell auf Jung-Publisher und Quereinsteiger ausgerichteten Programm.

## FINAT/GIPEA Kongress 2011

### SELBSTKLEBENDEN UND ARTVERWANDTE PRODUKTE

FINAT, internationaler Verband der Hersteller von selbstklebenden und artverwandten Produkten, hat die Teilnahmebedingungen des 31. internationalen Etikettenwettbewerbs sowie das vorläufige Programm seines Jahreskongresses, der vom 8. bis 11. Juni 2011 im Hilton Giardino Naxos in Taormina auf Sizilien (Italien) stattfinden wird, bekannt gegeben. Unter dem Motto »Chancen wahr machen, Erfolg ausleben«



lädt der Kongress Anbieter von Klebeetiketten zur Teilnahme am Dia-

log über die Veränderungen der Branche ein. Die diesjährige Veranstaltung wird in Zusammenarbeit mit dem italienischen Etikettenverband GIPEA durchgeführt.

➤ [www.finat.com](http://www.finat.com)

## DID-Award 2011

### INNOVATIV VERARBEITETE DRUCKPRODUKTE

Das Deutsche Institut Druck e. V. (DID) schreibt bereits zum 6. Mal den »DID-Award für Druckweiterverarbeitung« aus. Besonders exklusive, innovative oder einfallsreiche Produkte der industriellen Druckweiterverarbeitung sind die Zielgruppe des DID-Awards. Sie gilt es in diesem Wettbewerb hervorzuheben und zu prämiieren.

Teilnahmeberechtigt am DID-Award sind Weiterverarbeitungsunternehmen, Druckereien, Agenturen, Verlage oder Vorstufenbetriebe mit Firmensitz oder Niederlassung in Deutschland. Einsendeschluss ist der 20. Mai 2011.

➤ [www.did-award.de](http://www.did-award.de)

➤ [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

## Größten Autorenlesung der Welt

### 14. MAI IM MUSEUM DER DINGE

Im Rahmen der »13. Langen Buchnacht« lesen über 100 Co-Autoren in Berlin zwölf Stunden lang non-stop ihre Texte vor, die sie für Juli Gudehus »Lesikon« (siehe Druckmarkt Ausgabe 67) geschrieben haben und kommen dafür unter anderem aus Brüssel, Essen, Freiburg, Hamburg, Köln, Potsdam, Stuttgart, Tönning und Weimar.

## Media Mundo on Tour

### DIE ZUKUNFT NACHHALTIGER MEDIENPRODUKTION

Die »Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion« ist das Thema der neuen Seminarreihe, die der Fachverband Medienproduktions e. V. (f:mp.) zusammen mit dem WWF Deutschland erarbeitet hat und als Media Mundo-Roadshow in verschiedenen Städten sowie als Inhouse-Veranstaltung anbietet. Nachhaltigkeitskonzepte bieten der Medienbranche nicht nur ökologische und soziale Handlungsoptionen, sondern auch ein erhebliches ökonomisches Potenzial. Das Seminar »Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion«, das unter der Schirmherrschaft der Nachhaltigkeitsinitiative Media Mundo vom f:mp. angeboten wird, eröffnet Wege zum nachhaltigen Unternehmen. »Welche unmittelbare Bedeutung Nachhaltigkeitsstrategien für den unternehmerischen Erfolg haben können, ist vielen Markenartiklern und Kommunikationsentscheidern durchaus bewusst. Zudem bietet aber auch die Kommunikation ein erhebliches Potenzial, dem ökologischen wie ökonomischen Engagement ein glaubwürdiges und au-

thentisches Gesicht zu verleihen«, erläutert Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. »Ziel des Seminars ist es, nicht nur die Möglichkeiten zur nachhaltigen Gestaltung von Medienerzeugnissen aufzuzeigen, sondern auch die systematische Orientierung eines Unternehmens an den Anforderungen der Nachhaltigkeit konkret zu unterstützen.« Um eine individuelle Empfehlung hinsichtlich einer strategischen Ausrichtung eines Unternehmens an den Anforderungen der Nachhaltigkeit an die Hand geben zu können, wird das Seminar auch als Inhouse-Veranstaltung angeboten. Ein optionales Vertiefungsseminar gibt darüber hinaus die Gelegenheit, eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie zu definieren beziehungsweise vorhandene Maßnahmen hinsichtlich ihrer Zielgerichtetheit zu überprüfen.

Die ersten Seminare finden am 9. Juni in Frankfurt, am 21. Juni in Hamburg und am 30. Juni in Starnberg statt.

➤ [www.f-mp.de](http://www.f-mp.de)



### 10-jähriges Firmenjubiläum SIHL DIRECT LÄDT ZUR HAUSMESSE EIN

Die Veranstaltung des LFP-Lösungsanbieters findet am 30. Juni und 1. Juli am Firmensitz in Düren statt. Aus Anlass des 10-jährigen Firmenjubiläums erwartet Besucher ein besonders attraktives Programm. »Wir zeigen innovative Komplettsysteme aus Hardware und Medien für alle auf dem Markt bestehenden Druckverfahren – ob wasserbasierend, Solvent, UV oder Latex«, erklärt Wolfgang Tropartz, Leiter



Vertrieb der Sihl Direct GmbH. Highlights sind die technischen Erweiterungen und neuen Features der UV-Flachbettdrucker »Impala« und »Oryx« von swissQprint sowie Live-Präsentationen des Linux- und Mac-Rips Caldera durch Mitarbeiter der Straßburger Softwareschmiede. Im neu gestalteten Demo-Raum der Sihl Direct stellen zudem der Hochleistungsfotodrucker HP Designjet Z6200, der Latex-Drucker HP Designjet L25500 sowie der Drucker/Schneideplotter VS-640 von Roland ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis. »Darüber hinaus«, so Wolfgang Tropartz, »dürfen sich unsere Partner auf spezielle Jubiläumsangebote freuen.«

➤ [www.sihl-direct.de](http://www.sihl-direct.de)

### Innovationsmanager Print ERSTE SCHULUNG ERFOLGREICH BEENDET

Die deutschlandweit erste Schulung zum »Innovationsmanager Print«, die der Cluster Druck und Printmedien in enger Kooperation mit der IGEPAGroup, Koenig & Bauer, manroland, Océ Printing Systems und der VEGRA GmbH durchgeführt hat, endete am 16. April 2011 in den Räumlichkeiten der manroland AG in Augsburg.

Die am 10. Februar 2011 im Zentrum für Druck und Medien (ZDM)



in Ismaning gestartete Schulung wurde mit der Übergabe der Zertifikate an die Teilnehmer beendet. Vier Module und zehn Tage in Ismaning, Garching, Poing, Radebeul und Augsburg sowie zahlreiche neue Erkenntnisse, viel Fachwissen und informative praktische Erläuterungen liegen hinter den neuen Innovationsmanagern. Dabei wurden alle wichtigen Aspekte der Thematik, angefangen von Weichen Faktoren über Projektmanagement und Strategieumsetzung bis hin zu Schutzrechten behandelt. Ausgewiesene Fachreferenten aus Praxis und Lehre konnten das Clustermanagement hierfür gewinnen. Abgerundet wurden die Module durch von den kooperierenden Unternehmen IGEPAG, KBA, manroland, Océ und VEGRA veranstaltete Praxistage, in denen die Unternehmen aufzeigten, was sie unter Innovationsmanagement verstehen. Der nächste »Innovationsmanager Print« startet im Juli 2011.

➤ [www.cluster-print.de](http://www.cluster-print.de)

### Kommunikationsforum GESCHÄFTSMODELLE FÜR DIE MEDIENWELT VON MORGEN

Die Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG veranstaltet am 25. Mai 2011 das erste Kommunikationsforum »Geschäftsmodelle für die Medienwelt von morgen«. Das ganztägige Forum verschafft einen Überblick über das moderne Mediennutzungsverhalten und stellt die wichtigsten Trends in der Kommunikationstechnologie dar. Die Veranstaltung richtet sich an Medienma-



cher und Kommunikationsverantwortliche in Werbeagenturen, Verlagen und Corporate Publisher sowie an Druckereien. Den Einstieg in das Thema übernimmt Professor Dr. Jo Groebel, Direktor des Deutschen Digital Instituts in Berlin. Groebel gehört zu den Gründern der modernen empirischen Medienpsychologie. Er hat mehrere Lehrbücher zu diesem Thema veröffentlicht und leitete zahlreiche Studien zum Thema Medienwirkungen. Danach folgen Vorträge über das Konsumentenverhalten, das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen und über Kollaborationen zwischen Kommunikation und E-Commerce. Ein interessanter Vortrag beleuchtet das Thema »Crowdsourcing« und die Zukunft von kreativer Arbeit. Abschließend können die Teilnehmer in fünf verschiedenen Workshops neue Geschäftsmodelle für ihre individuellen Belange diskutieren. Die Teilnahmegebühr beträgt 550 € zuzüglich Mehrwertsteuer.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

### Synapsis New Technologie SEMINARE UND WORKSHOPS ZUM SOFTPROOF

Softproofing ist in aller Munde, doch wie setze ich diese kostensparende Technologie sinnvoll in meinem Unternehmen ein? Softproof in der Druckvorstufe und am Druckleitstand eröffnet neue Wege zur Einsparung von Produktionskosten. Die Synapsis New Technologie wendet sich in Kooperation mit dem f:mp e. V. und dem FDI e. V. sowie den Sponsoren EFI, SMARTt Softproofware, Dalim Software, Just Normlicht GmbH, NEC, Quato, und Epson mit einer zweitägigen Veranstaltung zum Thema Softproof an jeden Interessierten, der Bilddaten am Monitor farblich beurteilt. Das Themenspektrum des Seminars reicht von den Grundlagen der Farbwahrnehmung über die Qualitätssicherung bis hin zu den vier Standbeinen des Softproofs: Normlicht, Farbprofile, Farbeinstellungen sowie Monitorkalibration und Profilierung. Die Teilnehmerzahl ist auf 35 Teilnehmer beschränkt. Beim Workshop erarbeiten maximal zwölf Teilnehmer die für einen Softproof entscheidenden Schritte direkt in der Praxis. Das beginnt bei der sachgerechten Installation eines Softproofsystems und endet bei Feinabstimmung und Monitor-Gamut. Hierfür steht für je vier Personen jeweils ein Computer zum Softproof bereit.

Die Termine sind in Berlin am 22. und 23. Juni, in Karlsbad am 28. und 29. Juni, in Zürich am 5. und 6. Juli, in Leipzig am 21. und 22. September und schließlich in Wien am 18. und 19. Oktober. Die Teilnahmegebühr für das Seminar beträgt 295 Euro und für den Praxis-Workshop 525 Euro.

➤ [www.synapsis-nt.de](http://www.synapsis-nt.de)



**f.mp.-Veranstaltungen  
PROZESSICHERHEIT IN  
FRANKFURT UND HAMBURG**

Am 12. Mai findet in Frankfurt im Rahmen der f.mp.-Weiterbildung das Seminar ›Prozessoptimierung, Standardisierung und Qualitätsmanagement in der Medienproduktion‹ statt. Am 7. Juni folgt ein weiteres Seminar in Hamburg. Die praxisorientierte Seminarreihe thematisiert Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement in allen Arbeitsschritten vom Layoutarbeitsplatz über die Druckvorstufe und die Datenannahme in der Druckerei bis hin zur Steuerung der Druckmaschine. Dabei spielen Kommunikationswerkzeuge wie Proofs, Druckstandards sowie Mess- und Kontrollstreifen eine wesentliche Rolle.  
 ▶ [www.f-mp.de](http://www.f-mp.de)

**Gramag grafische Maschinen AG  
SCHNEIDKURS IN THEORIE  
UND PRAXIS**

Für den 18. und 19. Mai 2011 hat die Gramag grafische Maschinen AG einen Schneidkurs ausgeschrieben. Während der zweitägigen Schulung erhalten die Teilnehmer in Theorie und Praxis das Rüstzeug, um aus ihrer Schneidmaschine ein Maximum an Leistung, Qualität und Lebensdauer herauszuholen. Der Kurs wird im Vorführraum der Gramag grafische Maschinen AG in Reiden auf Maschinen der Marke Wohlenberg durchgeführt.  
 ▶ [www.gramag.ch](http://www.gramag.ch)

**Ausstellung im Museum für Druckkunst Leipzig**

**SCHRIFT UND TYPOGRAFIE IN DER  
ZEITGENÖSSISCHEN KUNST**

Mit der neuen Sonderausstellung ›Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst‹ betrachtet das Museum für Druckkunst Leipzig noch bis 17. Juli 2011 die Gestaltung von und mit Buchstaben im Kontext der bildenden Kunst. Im Alltag kaum wegzudenken, in der Kommunikation beinahe unerlässlich, für die Augen oft Freude, gelegentlich auch ein Ärgernis: Schrift ist allgegenwärtig. Als etabliertes System aus verschiedenen Zeichen fungiert sie vor allem als Informationsmedium. Was aber passiert, wenn Schrift einen neuen Kontext sucht? Wird sie zum Beispiel zum Mittel künstlerischer Intention, entsteht eine überraschende Vielfalt an Ausdrucksformen. Diese weiterführende Funktion von

Schrift ist Thema der Ausstellung ›Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst‹. Präsentiert werden rund 40 Positionen internationaler Künstler und Grafik-Designer, die sich in ihrem Werk mit Schrift und Typografie auseinandersetzen. Die Auswahl der Arbeiten umfasst sowohl Zeichnung, Buchkunst, Fotografie und Skulptur als auch Multimedia, Installation, Graffiti und Kunst im öffentlichen Raum. Das breite Spektrum zeigt, dass Schrift und Typografie längst ihre zweidimensionalen Grenzen sowie ihr klassisches Medium Papier verlassen haben. Im Kontext anderer Kommunikationsformen erfahren sie sowohl in Form als auch Funktion eine Erweiterung und Modifizierung. Die Ausstellung bietet einen Einblick in unterschiedliche Herangehensweisen an Schrift und Typografie im Spannungsfeld des gegenwärtigen Kunstschaffens. Ebenso verfolgt sie das Ziel, einer größeren Öffentlichkeit ins Bewusstsein zu führen, wie stark Schrift unsere Wahrnehmung prägt und beeinflusst. Im Rahmen von Führungen und Workshops lädt die Ausstellung ein zu einem visuellen Dialog mit Schrift in Kunst und Design. Ergänzt wird die Ausstellung durch die 17. Leipziger Typotage am 28. Mai 2011. Geladen sind Referenten aus den Bereichen Kunst, Grafik-Design, Typografie und Psychologie. Sie treten in einen lebhaften Dialog über die Funktion und Wirkung von Schrift im westlichen Sprachraum und diskutieren Themen, die in der Ausstellung nur schwer oder gar nicht darstellbar sind und über diese hinausgehen.  
 ▶ [www.typotage.de](http://www.typotage.de)



**Expertentipps aus der Praxis  
FACHMESSE FÜR DIREKT-  
UND DIALOGMARKETING**

Europas größte Fachmesse für Kundendialog geht vom 8. bis 9. Juni 2011 in Nürnberg an den Start. Auch 2011 präsentieren Fachmesse und Rahmenprogramm die vielfältigen Facetten des Online-, Offline- und Multichannel-Kundendialogs. Auf die Besucher warten rund 400 Aussteller und 120 Fachvorträge mit aktuellen Trends und Ideen, spannende Themen, Workshops und ideenreiche Exponate in der Kreativ-Galerie. Neu ist, dass die kostenfreien Informationsplattformen inhaltlich in zwölf Branchenschwerpunkte aufgeteilt sind. So kann sich ein Marketingleiter eines Autohauses beispielsweise künftig in Forum V praxisnahes Know-how für die Realisierung crossmedialer Konzepte speziell für die Automotive-Branche holen.  
 ▶ [www.mailingtage.de](http://www.mailingtage.de)

**Verbandstagung  
FLEXOGRAFEN TAGEN  
IN MARBURG**

Die Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk (BIF) lädt die Flexografie-Betriebe am 26. bis 27. Mai 2011 zur Verbandstagung nach Marburg ein. Die Mitgliederversammlung besteht aus einem Fachprogramm und Betriebsbesichtigungen. Vorträge und Workshops zu den Themen IT-Sicherheit, Firmenübergabe und Berufsbildung sowie Zusatznutzen für Betriebe sind geplant. Außerdem stehen Betriebsbesichtigungen der Unternehmen Marburger Signier-Technik-Systeme sowie Stempelspirale, Linden, auf dem Programm.  
 ▶ [www.flexografie.de](http://www.flexografie.de)  
 ▶ [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

*ICH*

**BIN**

**DAS**

***EINZIGE***

**WAS**

**SIE**

**JETZT**

***GERADE***

**ANSCHAUEN**

**I am the power of print.**

Wenn Verbraucher eine Zeitung, eine Zeitschrift oder einen Katalog in die Hand nehmen, investieren sie tatsächlich ihre Zeit und Aufmerksamkeit in die Suche nach Informationen.

Entdecken Sie mehr unter [www.print-power.info](http://www.print-power.info)



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen. Den Code-Reader können Sie kostenlos unter [www.upcode.fi](http://www.upcode.fi) herunterladen.



**ADD PRINT. ADD POWER**



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

| Termin            | Veranstaltung  | Ort          |
|-------------------|--|--------------|
| 11. 05. - 12. 05. | Heidelberg PMA, Druckqualität fachkundig beurteilen                            | Heidelberg   |
| 11. 05.           | x-media, Das Telefon als Wettbewerbsvorteil nutzen                             | Ismaning     |
| 11. 05.           | cleverprinting, PSD-Expertenschulung   | Hamburg      |
| 12. 05.           | cleverprinting, PSD-Expertenschulung   | Hamburg      |
| 12. 05.           | SKILL, Know-how für Kundenberater Teil 3: Ausschließen und Weiterverarbeitung  | Ismaning     |
| 13. 05.           | SKILL, Know-how für Kundenberater Teil 4: Projektmanagement für Printprodukte  | Ismaning     |
| 13. 05.           | IRD, Kompaktseminar Auftragsmanagement und Führung                             | Hamburg      |
| 14. 05. - 15. 05. | TGM, InDesign »Part Zwei«  | München      |
| 14. 05. - 15. 05. | TGM, Mikro- und Makrotypografie mit InDesign CS4                               | Pforzheim    |
| 16. 05.           | cleverprinting, Colormangement-Schulung  | Frankfurt    |
| 16. 05. - 17. 05. | SKILL, Sicherer Einstieg in die Erstellung von Websites mit Dreamweaver        | Ismaning     |
| 16. 05. - 17. 05. | x-media, Alles dreht sich um den Preis! Alles?                                 | Ismaning     |
| 17. 05.           | x-media, Mailings, die verkaufen – Workshop                                    | Ismaning     |
| 17. 05.           | cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung                                | Frankfurt    |
| 17. 05.           | Heidelberg PMA, Einstieg in Web-to-Print Produktion                            | Heidelberg   |
| 17. 05.           | Ink Academy, Feuchtmittelmanagement mit und ohne Alkohol                       | München      |
| 18. 05.           | x-media, Special: Selbst- und Zeitmanagement im Arbeitsalltag                  | Leipzig      |
| 18. 05.           | Heidelberg PMA, Web-tot-Print für Auftraggeber                                 | Heidelberg   |
| 18. 05.           | cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung                    | Frankfurt    |
| 19. 05.           | cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung   | Frankfurt    |
| 19. 05.           | Heidelberg PMA, PDF Master Class   | Heidelberg   |
| 19. 05.           | x-media, Mailings, die verkaufen – Workshop                                    | Leipzig      |
| 20. 05.           | cleverprinting, Illustrator-Schulung   | Frankfurt    |
| 24. 05.           | x-media, Mitarbeiter motivieren und im Team erfolgreich arbeiten               | Ismaning     |
| 25. 05.           | cleverprinting, InDesign Einsteiger-Schulung                                   | Düsseldorf   |
| 25. 05. - 26. 05. | SKILL, Von InDesign aufs iPad – eBooks mit ePub-Dateien erstellen: So geht's   | Ismaning     |
| 26. 05.           | Heidelberg PMA, Druckdienstleistungen professionell einkaufen                  | Heidelberg   |
| 30. 05.           | x-media, Anzeigen, Beilagen und Online-Werbeformen erfolgreich verkaufen       | Ismaning     |
| 04. 06.           | cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC                              | Düsseldorf   |
| 05. 06.           | cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC                              | Düsseldorf   |
| 06. 06.           | cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC                              | Düsseldorf   |
| 06. 06.           | cleverprinting, Keynote-Schulung   | Hamburg      |
| 06. 06.           | x-media, Erstellen individueller Druckkennlinien                               | Ismaning     |
| 07. 06.           | cleverprinting, Colormangement-Schulung  | Heidelberg   |
| 08. 06.           | cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung                                | Braunschweig |
| 09. 06.           | cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung                    | Braunschweig |
| 09. 06.           | Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien                              | Heidelberg   |
| 09. 06.           | x-media, TQS – Total Quality Selling: Anfragemanagement und Angebotsgestaltung | Ismaning     |
| 10. 06.           | cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung   | Braunschweig |
| 16. 06.           | Heidelberg PMA, Kompetent über Printdesign sprechen                            | Braunschweig |
| 20. 06.           | cleverprinting, Colormangement-Schulung  | Berlin       |
| 21. 06.           | Ink Academy, UV-Farben im Verpackungsdruck                                     | Celle        |
| 21. 06.           | cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung                                | Berlin       |

Alle Veranstaltungen sind gebührenpflichtig. Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- › [www.tgm-online.de](http://www.tgm-online.de)
- › [www.print-media-academy.de](http://www.print-media-academy.de)
- › [www.fogra.org](http://www.fogra.org)
- › [www.ofsgroup.ch](http://www.ofsgroup.ch)
- › [www.ink-academy.de](http://www.ink-academy.de)
- › [www.zdm-bayern.de](http://www.zdm-bayern.de)
- › [www.cleverprinting.de](http://www.cleverprinting.de)
- › [www.wan-ifra.org](http://www.wan-ifra.org)

Druck+Form 2011

GROSSES  
AUSSTELLERINTERESSE

Zum 17. Mal präsentieren sich auf der Druck+Form in der Halle 6 der Messe Sinsheim GmbH vom 12. bis 15. Oktober 2011 Firmen aus den Bereichen Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen. Innovative Begleitveranstaltungen in der Print-Factory-Academy bieten den Fachbesuchern zusätzlich zu einem repräsentativen Ausstellungsangebot Weiterbildungs- und Informationsmöglichkeiten.

Als wichtigste Fachmesse für Druck- und Weiterverarbeitung im Südwesten Deutschlands hat die Druck+Form auch nationale Ausstrahlung und gilt in der Branche als wichtige »Ordermesse«. Die Aussteller treffen in Sinsheim auf ein kompetentes und investitionsfreudiges Publikum und beurteilen ihre Ausstellungsbeurteilung deshalb als sehr positiv. Auch die Fachbesucher schätzen die Druck+Form vor allem wegen des hochwertigen und praxisnahen Angebots der Messe, der guten Orientierung und den individuellen Beratungsmöglichkeiten vor Ort. Die Print-Factory-Academy hält bereits zum dritten Mal mit zukunftsorientierten Vorträgen und Themen einen Mehrwert für die Besucher bereit.

› [www.druckform-messe.de](http://www.druckform-messe.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](http://www.xyz.ch)

DRUCKWEITERVERARBEITUNG

**binderhaus**  
BINDENMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

**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](mailto:info@binderhaus.com)  
[www.binderhaus.com](http://www.binderhaus.com)

LETTERSHP/VERSAND

**MEDIA MAIL**  
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG  
Hertistrasse 23  
CH-8304 Wallisellen

Lettershop  
Laserprint  
Fulfillment

Telefon 043 233 44 44  
Telefax 043 233 44 45

[www.mediamail.ch](http://www.mediamail.ch)  
[info@mediamail.ch](mailto:info@mediamail.ch)

VERSCHIEDENES

SCHMUCK

BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40  
CH-8008 ZÜRICH  
TEL +41 44 252 21 55  
[WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH](http://WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH)

MAILINGPRODUKTION

**ELCO**  
switzerland

Elco AG  
Wildschachen  
5201 Brugg  
T 056 462 80 00  
F 056 462 80 80  
[www.myelco.ch](http://www.myelco.ch)

WEITERBILDUNG

« gib »  
Zürich

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

Wir schlagen den Bogen  
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

[www.arcusdesigns.de](http://www.arcusdesigns.de)

**MKW** Graphische Maschinen

**RAPID TRANS UT**

Zusammentragen  
Broschürenfertigung

Tel. +49 (0)2676 93050  
[www.mkwgmbh.de](http://www.mkwgmbh.de)

VERSCHIEDENES

**Gütesiegel**

Publikation  
FOKUSSIERT  
KOMPETENT  
TRANSPARENT

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

**Vipasa**  
Vino Pasta Salsa

**WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!**

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich  
043 243 69 30

DRUCKFARBEN

**EPPLER**

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

DRUCKEREIBEDARF

**Streifeneinschussgeräte**  
für alle Druck-, Kartonagen- oder  
Papierverarbeitungsmaschinen

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

[www.foellmer.com](http://www.foellmer.com) [foellmer@foellmer.com](mailto:foellmer@foellmer.com)

**foellmer**

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

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](http://www.foellmer.com) [foellmer@foellmer.com](mailto:foellmer@foellmer.com)

**foellmer**

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](mailto:info@druckverarbeitung.ch)  
[www.druckverarbeitung.ch](http://www.druckverarbeitung.ch)

**schär**

# DIE ZEITSCHRIFT MIT DER **Maus**

Unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen: Themen, die ansprechen und aktuelles Know-how vermitteln, Seiten, die auch bei Fachthemen gut gestaltet sind – und eine Druckqualität, die dem Anspruch unserer Branche genügen sollte. Eigentlich ist es schade, dass auch in der Druckbranche immer mehr Kollegen keine gedruckten Magazine mehr mögen.

Deshalb bietet der ›Druckmarkt‹ auch Alternativen mit der Maus: Tagesaktuelle und wirklich relevante Nachrichten auf der Homepage, das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das nur im Internet publiziert wird und Druckmarkt-Ausgaben, die es gedruckt und Online gibt.

Wir können es einfach nicht lassen. Denn unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen.



Den QR-Code mit dem Handy scannen und mehr über unser Angebot erfahren.

[www.druckmarkt.de](http://www.druckmarkt.de)  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)  
[www.druckmarkt.ch](http://www.druckmarkt.ch)