

DRUCK MARKT

9. Juli 2011

impressions 34

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



worldwide published



X-Large vor großartiger Kulisse

Alle 14 Tage

ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Nicht aus eigener Kraft. Seite 12.

Schweiz: Die Faust im Sack. Seite 16.

Prepress: CtP – als Einheit zu betrachten. Seite 18.

Print & Finishing: Druckmarkt besucht Großformatdrucker. Seite 18.

Termine, Bildung und Events: Terminkalender. Seite 40.

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt-schweiz.ch 



DIE Schlaumacher

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



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.



Investitionskompass
Computer-to-Plate
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu CtP-Systemen für Akzidenzen und Zeitungen.
Juni 2011
32 Seiten, A4, davon
11 Seiten Übersichten.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue



Nur miteinander, nicht gegeneinander

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 bvdM erwartet für 2011 Umsatzstagnation
- 08 SwissPost plant MyNewspaper
- 09 RLC übernimmt Limmatdruck
- 11 100 Jahre Drucktücher von ContiTech
- 12 Nicht aus eigener Kraft
- 16 Die Faust im Sack

Prepress

- 18 CtP: Als Einheit zu betrachten
- 24 Vollblut-Vorstufen-Dienstleister

Print & Finishing

- 26 Nachrichten
- 28 X-Large vor großartiger Kulisse
- 32 Wer produziert eigentlich Schreibhefte?
- 34 Binderhaus mit speziellem Kartonfalzwerk
- 36 Digitaldruck trifft Offsetpower
- 38 Nachrichten

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten
- 43 Seminare & sonstige Veranstaltungen

- 44 Business to Business

Die ›Druckmarkt impressions‹ sind eine gemeinsame Publikation von Druckmarkt und Druckmarkt Schweiz. Deshalb wollen wir auch Schweizer Themen darstellen. Und die sind zurzeit wirklich spannend. Da braut sich offenbar etwas zusammen, was jenseits der ansonsten eher besonnenen Schweizer Art zu finden ist. Die Drucker sind in höchstem Maße gereizt (siehe unseren Beitrag auf Seite 16). Was einmal an dem für die Schweiz äußerst ungünstigen Wechselkurs des Franken zum Euro liegt, was aber auch an der gesamten Situation der Schweizer Branche liegt. Und damit sind die Kollegen aus den Kantonen gar nicht mehr so weit weg von den Problemen, die Drucker in Deutschland haben.

Denn die sind auch nicht ohne. Nur einige Eckdaten dazu: Die Zahl der Betriebe ging gegenüber dem Jahr 2000 um 27,8% zurück. Damit sind der Branche in den vergangenen zehn Jahren 3.879 Betriebe verloren gegangen. Das kommt nicht von ungefähr. Die Ertragslage in der Druckindustrie ist durch steigende Kosten bei Papier (bei Verpackungspapieren sogar bis zu 36%), Druckfarben (+1,3%) und Druckmaschinen (+1,6%) erheblich belastet. Alarmierend sind zudem die Energiepreise, die im Vergleich zum Jahr 2005 um 22,6% teurer geworden sind. Und es kommt noch dicker: Wie der bvdM-Präsident Rolf Schwarz berichtet, ist eine Stunde Arbeit in der deutschen Industrie um 47% teurer als im EU-Durchschnitt. Es sei an der Zeit, sagt Schwarz, dass die Politik die mittelständischen Unternehmen endlich spürbar entlastet (mehr dazu auf Seite 6).

Doch lamentieren nützt nichts, weder in der Schweiz, noch in Deutschland. Es sollte ein Ruck durch die Branche gehen: Die Probleme bewältigen wir nicht gegeneinander, sondern nur miteinander!



Ihr

 Klaus-Peter Nicolay,
 Chefredakteur Druckmarkt

Impressum ›Druckmarkt‹ und ›Druckmarkt Schweiz‹ sind unabhängige Fachzeitschriften für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheinen je 6 mal pro Jahr. ›Druckmarkt impressions‹ wird gemeinsam von den beiden Magazinen publiziert und erscheint mindestens 20 mal jährlich als PDF-Magazin, das ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. ›Druckmarkt‹ erscheint im arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. Alle Angaben in den Ausgaben sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50. **Redaktionsbüro Schweiz:** Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77. www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt.ch
 © by Druckmarkt 2011



AlphaPicture, der Spezialist für Bildpersonalisierungen, macht einen weiteren großen Schritt. Auf den Mailingtagen Nürnberg präsentiert das Unternehmen seine neue Schnittstelle zur Integration in Marketing Management Systeme. Zehn Systemanbieter wie Hiflex oder Printdata haben sich bereits entschieden, die Bildpersonalisierung von AlphaPicture in ihre Systeme einzubinden.

Die API (Application Programming Interface) erlaubt nach einmaliger Einrichtung den vollen Zugriff auf die Bilddatenbanken und Dienstleistungen von AlphaPicture – inklusive Stapelverarbeitung für personalisierte Bilderserien zum Einsatz bei One-to-One Mailings in Print, Online und Mobile.

Der Vorteil der neuen Schnittstelle ist auch die schlanke Integration dank Cloud-Computing. AlphaPicture setzt konsequent auf Software as a Service (SaaS) und reduziert damit den Aufwand beim User auf ein Minimum.

➤ www.alphapicture.com



Auf dem Offenbacher ›Sheetfed Summit‹ zeigte manroland, wie lebendig Druck im Online-Zeitalter ist. In Poing präsentierte das Océ ›Production Printing Summit‹ Lösungen für Geschäftsmodelle im Digitaldruck – und brachte Erkenntnisse über die Kooperation der beiden Unternehmen. Mehr auf Seite 36.



Wo andere Urlaub machen (vor der großartigen Kulisse von Eiger, Mönch und Jungfrau), produziert die Schlaefli & Maurer AG seit Anfang 2010 mit einer Speedmaster XL 145 Fünffarben plus Lackierwerk. Es ist schweizweit die erste Großformatmaschine dieser Art. Auf der XL 145 werden Geschäftsberichte, Kataloge, Magazine, Kalender, Landkarten und Displays hergestellt. Den Artikel über XL-Anwender lesen Sie ab Seite 28.

Wo und wie werden eigentlich Schreibhefte und andere Schreibwaren hergestellt? Und wie sollte es anders sein? Aus diesen Rollen und Einzelbogen entstehen im Formatwerk in Österreich Schreibblöcke, Schreibhefte und vielfältige andere Produkte für Büro- und Schulbedarf. Mehr dazu auf Seite 32.



Die effiziente Verknüpfung unterschiedlicher Dialogkanäle – sowohl Offline als auch Online – stand im Mittelpunkt der mailingtage vom 8. bis 9. Juni in Nürnberg. 7.023 Marketing- und Kommunikationsverantwortliche holten sich im Zuge dessen Anregungen und Inspirationen bei den 380 Ausstellern und in mehr als 140 Vorträgen. Erstes Ergebnis der Veranstaltung: Alle an der Messe Beteiligten und die Besucher ziehen ein positives Resümee. Wir werden noch berichten.

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



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. Das Glossar kann im Internet bestellt werden.

➤ www.druckmarkt.com

15

MILLIARDEN APPS

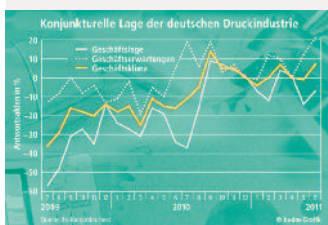
sind nach Angaben von Apple in drei Jahren von über 200 Millionen iPhone-, iPad- und iPod touch-Anwendern heruntergeladen worden. Der App Store bietet mehr als 425.000 ›Applications‹. Dafür hat Apple bis Juli 2011 über 2,5 Mrd. US-\$ an Entwickler ausbezahlt. Wieviel er daran verdient hat, hat der Computerhersteller nicht mitgeteilt.



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie haben sich im Juni verbessert, sind aber mit -7% der Salden aus positiven und negativen Einschätzungen noch negativ. Vor allem die Auftragsbestände des Vormonats werden wieder besser, wenn auch weiterhin negativ, beurteilt.

Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie beträgt weiterhin 56%, da in der Gesamtindustrie die Geschäfts-



ge wesentlich besser eingeschätzt wird.

Auslandsgeschäft: Etwa 40% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen der Aufträge aus dem Ausland sind mit -10% unverändert schlecht.

Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima stellt sich durch die gestiegenen Geschäftserwartungen mit +7% als deutlich verbessert dar. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind auf 9% der Antwortsalden gestiegen.

Im nächsten Halbjahr: Die Geschäftserwartungen haben einen weiteren Sprung um 9% auf +21% gemacht, denn 28% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 7% erwarten eine Verschlechterung, 65% keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat lagen die Erwartungen noch bei +5%.

➤ www.bvdm-online.de



›Die Medienmacher – Print & Digital‹ heißt der Nachwuchswerbefilm des Bundesverbandes Druck und Medien. Er zeigt anschaulich, wie Printprodukte entstehen und welche Berufe daran beteiligt sind. Vorgestellt werden vor allem die neuen Berufe der Druck- und Medienwirtschaft, in denen ab August ausgebildet werden kann. Der Film kann mit einem DVD-Player in HD-Qualität oder mit einem PC oder Mac abgespielt werden. Er gliedert sich in fünf Einzelmodule: Einführung, Mediengestaltung, Medientechnik Druck, Medientechnik Druckverarbeitung und Ausblick. Der Film ist auch auf den Internetseiten der Druck- und Medienverbände integriert und kann auf Smartphones abgespielt werden. Zu beziehen ist der 20-minütige Film als DVD über www.point-online.de unter der Art.-Nr. 84047 zum Preis von 10,00 €.

➤ www.bvdm-online.de

➤ www.bvdm-online.de/bildung/
Video.php

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

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



KBA

BILANZ NACH FÜNF MONATEN POSITIV

Von mehr Aufträgen bei Bogenoffset- und Sondermaschinen in den ersten fünf Monaten des laufenden Geschäftsjahres als im Vorjahr berichtete Helge Hansen, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, bei der 86. Hauptversammlung des Herstellers in Würzburg. Sorgen bereitet dagegen das Geschäft mit Rotationsanlagen.

Heidelberger Druckmaschinen WIEDER ZURÜCK IN DER GEWINNZONE

Heidelberg hat im Geschäftsjahr 2010/11, das vom 1. April 2010 bis 31. März 2011 lief, den Auftragszugang und den Umsatz gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Der Umsatz stieg um rund 14% auf 2.629 Mrd. €. Das operative Ergebnis verbesserte sich und kehrte nach zwei Verlustjahren in die Gewinnzone zurück.

30% Umsatzplus**MASCHINENHERSTELLER KAMA IM AUFWIND**

Der Dresdner Maschinenhersteller KAMA GmbH hat das Geschäftsjahr 2010/11 (bis 31. März) mit einem Umsatz von 9,33 Mio. € abgeschlossen und steigerte damit den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 30%. »Ziel für das kommende Jahr ist ein Umsatz von über zehn Millionen Euro«, sagt KAMA-Geschäftsführer Marcus Tralau.

Ipex zieht nach London um 2014 IM HERZEN VON LONDON IN DEN ROYAL DOCKLANDS

Die Ipex 2014 wird nicht mehr in Birmingham, sondern im internationalen Messe- und Konferenzzentrum ExCeL in London stattfinden. Damit kehrt die Messe wieder an ihren früheren Austragungsort zurück, nachdem sie seit 1980 auf dem NEC stattgefunden hatte. Die Ipex 2014 wird vom 26. März bis 2. April stattfinden.

Firmenkooperation

COLOR GRUPPE MÜNCHEN UND DINAUER GMBH

Die Color Gruppe München mit deren Einzelfirmen und die Puchheimer Dinauer GmbH mit ihren Onlineportalen »Printello.de« sowie »IhrDrucker.de« kooperieren. Während die Color Gruppe ihre gesamte Offsetproduktion in neue und größere Räumlichkeiten auslagert, verlegt der Puchheimer Medienbetrieb seinen Firmensitz nach München in die Räumlichkeiten der Color Gruppe.

Beide Firmen begründen zusammen ein Produktionsnetzwerk. Durch dieses neu geformte Netzwerk werde das bisherige Produktportfolio zum Nutzen der Kundschaft ausgeweitet, heißt es in einer Mitteilung. Beide Firmen behalten danach ihre Eigenständigkeit und auch die bisherige Eigentümerstruktur werde unverändert beibehalten.

Durch die effizientere Auslastung der in München vorhandenen Produktionsanlagen, der Bündelung des Know-hows, gepaart mit neuen Vertriebskanälen, wollen die beiden Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.

➤ www.color-group.de

Strukturwandel dämpft Aufschwung

BVDM ERWARTET FÜR 2011 UMSATZ-STAGNATION

»Die deutsche Druckindustrie konnte im Jahr 2010 nicht von der guten Entwicklung der Gesamtwirtschaft profitieren«, berichtete Rolf Schwarz, Präsident der Bundesverband Druck und Medien, anlässlich der bvdm-Jahrespressekonferenz. Während das verarbeitende Gewerbe mit 14,5% zweistellig wuchs, verlor die Druckindustrie weitere 2,5% ihres Umsatzes. 2010 erwirtschafteten die rund 10.000 Unternehmen der Branche einen Umsatz von circa 20,3 Mrd. €. Dabei stieg die Kapazitätsauslastung der Druckbetriebe im Jahresdurchschnitt auf 81,8% und damit um 3,3% gegenüber 2009.



Seit Anfang 2011 habe sich die Lage der Druckindustrie leicht verbessert, erläuterte Schwarz. So seien die Umsätze der Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten bis April 2011 um 4,6% gestiegen, doch deuteten die Einschätzungen für das 1. Halbjahr wieder auf rückläufige Zahlen hin. Der bvdm erwartet daher für 2011 bestenfalls eine Stagnation beim Umsatz.

Zudem ist die Ertragslage in der Druckindustrie durch steigende Kosten bei Papier (bei Verpackungspapieren bis zu 36%), Druckfarben (+1,3%) und Druckmaschinen (+1,6%) erheblich belastet. Alarmierend sind für den Verband außerdem die hohen Energiepreise (+4,3%). Im Vergleich zum Basisjahr 2005 weisen diese eine Wachstumsrate von 22,6% auf.

Einen eindringlichen Appell richtete der bvdm-Präsident an die Politik, die mittelständischen Unternehmen endlich spürbar zu entlasten. Eine Stunde Arbeit in der deutschen Industrie sei im Jahr 2010 um 47% teurer als im EU-Durchschnitt. bvdm-Präsident Schwarz: »Arbeits- und Personalzusatzkosten müssen begrenzt werden, damit die Druckunternehmen in Deutschland im europäischen Vergleich wettbewerbsfähig bleiben.«

Diese Entwicklungen haben wohl auch dazu geführt, dass die Zahl der Betriebe um 27,8%, die der Beschäftigten um 28,8%, gegenüber dem Jahr 2000 gesunken ist. Damit sind der Branche in den vergangenen zehn Jahren 3.879 Betriebe und 64.140 Beschäftigte verloren gegangen. Aktuell arbeiten rund 158.750 Mitarbeiter in der deutschen Druckindustrie, das sind 4,3% weniger als im Vorjahr 2009 (165.903).

➤ www.bvdm-online.de

FFI Juniorenworkshop

ZEITGEMÄSSE FÜHRUNGSINSTRUMENTE

Auf Einladung von Lothar Ruhnke, Sprecher des FFI-Vorstands, haben sich die FFI-Junioren bei Höhn Displays + Verpackungen in Ulm getroffen, um in einem eineinhalbtägigen Workshop über zeitgemäße Führungsinstrumente zu diskutieren und deren Anwendung in Simulationen zu erproben. Der Workshop gab Möglichkeiten, die wichtigsten Werkzeuge des effektiven Führens von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen für ihren Führungsalltag nutzbar zu machen. Der Workshop wurde somit zum praktischen Lernfeld ziel- und lösungsorientierter Führungsmethoden. Zwar standen die Führungsinstrumente im Mittelpunkt des Workshops, doch bot das turnusmäßige Zusammentreffen der knapp ein Dutzend FFI Juniorinnen und Junioren wieder vielfältige Möglichkeiten, sich auch über Aktuelles und Fachliches aus der Faltschachtel-Branche auszutauschen. Ein Highlight war dabei die Betriebsbesichtigung im Ulmer Werk von Höhn Displays + Verpackungen GmbH, in dem auf den modernsten Druck- und Verarbeitungsanlagen hochwertige Faltschachteln und Displays aus Karton hergestellt werden.



manroland KURZARBEIT AM STANDORT OFFENBACH BEENDET

Wie manroland meldet, haben die gute Auftrags- und Projektlage sowie die konsequent umgesetzte Reorganisation bei der manroland AG im Werk Offenbach zu einer deutlichen Verbesserung der wirtschaftlichen Situation geführt. Aufgrund der guten Auslastung sei die Kurzarbeit zum 1. Juli 2011 daher beendet worden. Der Geschäftsbereich Bogendrucksysteme, der in Offenbach angesiedelt ist, profitiert aktuell besonders vom Anziehen der Branchenkonjunktur. Auch im Bereich Rollendruckmaschinen habe sich die Investitionsbereitschaft der Kunden verbessert. Das Engagement der Mitarbeiter und die Produktinnovationen seien die wesentlichen Treiber für die Erfolge der vergangenen Monate, analysierte manroland. Auch die auf dem Sheetfed Summit im Mai präsentierten Neuheiten und dem über alle Baureihen aktualisierten Produktprogramm seien auf großes Interesse gestoßen.

»Mit der Beendigung der Kurzarbeit setzen wir ein klares Zeichen, dass die Entwicklung wieder nach vorn geht. Unsere Maßnahmen zeigen Wirkung, sodass wir optimistischer die vor uns liegenden Chancen anpacken können«, sagt Dr. Markus Rall, Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich Bogendrucksysteme und Produktion.

➤ www.manroland.com

Zum zweiten Mal gerettet EVERS-FRANK ÜBERNIMMT JOHLER DRUCK

Die Evers-Frank Druck- und Mediengruppe aus Schleswig-Holstein hat das insolvente Unternehmen Johler in Neumünster übernommen und führt dieses unter Johler GmbH & Co. KG weiter. Es handelte sich um die zweite Insolvenz von Johler in drei Jahren. Johler Norddruck war der letzte noch aktive Unternehmensteil der einstigen Arquana. Aus dieser ersten Insolvenz wurde das Unternehmen im September 2008 vom Bocholter Druckereiunternehmer Franz-Hermann Enk mit finanzieller Unterstützung des Landes Schleswig-Holstein für eine siebenstelligen Summe übernommen – was in der Branche nicht unumstritten war. In den darauf folgenden zwei Jahren gab es nach Auskunft des Insolvenzverwalters Jens-Sören Schröder Probleme mit der Inbetriebnahme einer neuen 64-Seiten-Rotation. Die Maschine sei 2009 gar nicht, 2010 nur gut neun Monate gelaufen. Die daraus resultierende Finanzierungslücke sei nicht mehr zu schließen gewesen. Ende 27. Dezember 2010 wurde das Insolvenzverfahren eröffnet.

Der jetzigen Lösung sieht Schröder positiv entgegen und vertraut auf die Führungskraft der inhabergeführten Evers-Frank-Druck- und Mediengruppe. Mit der Übernahme seien 50% der Stellen einschließlich aller 15 Ausbildungsplätze gesichert worden.

➤ www.evers-frank.com

Druckindustrie Tarifergebnis ABSCHLUSS BIETE HOHE PLANUNGSSICHERHEIT

Bei den Tarifverhandlungen in der Druckindustrie haben sich Arbeitgeber und Gewerkschaft auf einen neuen Lohnvertrag mit einer Laufzeit von 33 Monaten geeinigt. Die Einigung sieht eine Einmalzahlung in Höhe von 280 € brutto mit der Lohnabrechnung für September 2011 vor, eine lineare Lohnerhöhung von 2% ab 1. August 2012 sowie eine Einmalzahlung in Höhe von 150 € brutto, die mit der Lohnabrechnung im Juli 2013 ausbezahlt wird. Auszubildende erhalten neben der vereinbarten linearen Lohnerhöhung von 2%, Einmalzahlungen in Höhe von 140 € brutto sowie 75 € brutto, Teilzeitbeschäftigte erhalten die Einmalzahlungen anteilig.

bvdm-Verhandlungsführer Dr. Wolfgang Pütz wertete den Abschluss im Lohn als einen tragbaren Kompromiss. Der Abschluss trage der wirtschaftlichen Situation der Branche Rechnung und gebe den Druckbetrieben Planungssicherheit für die kommenden Jahre.

Gleichzeitig verlängerten die Tarifvertragsparteien den Manteltarifvertrag unverändert um drei Jahre. Er kann frühestens zum 31. März 2014 gekündigt werden. Mit ihrer Verweigerungshaltung hat ver.di nach Meinung der Arbeitgeber den nötigen Paradigmenwechsel im starren Tarifwerk der Branche verpasst. In den langwierigen und von vielen Streiks begleiteten Verhandlungen seien seitens der Gewerk-

FAULER KOMPROMISS



»Planungssicherheit statt Zukunftsfähigkeit ist das katastrophale Ergebnis der Tarifpartner. Der Flächentarif hat sich nunmehr endgültig von der Realität der Branche verabschiedet«, kommentiert Unternehmensberater Michael Apenberg von der Apenberg+Partner GmbH, Hamburg, die Einigung der Tarifpartner in der Druckindustrie. »Hohe Produktionskosten werden die Wettbewerbsfähigkeit von Printprodukten gegenüber ihrer elektronischen Konkurrenz weiter verschlechtern. Jeder, der verantwortlich eine Druckerei in Deutschland leitet, wird sich nun überlegen müssen, ob er sich weiter der Kreativlosigkeit und den überholten Fesseln des Manteltarifvertrages aussetzen möchte. Die Menschen in den Betrieben haben längst verstanden, dass Tarifabschlüsse, die den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht mehr entsprechen, die Unternehmen mittelfristig in ihrer Substanz gefährden und weitere Arbeitsplätze vernichten werden.«

➤ www.apenberg.de

schaft nur kosmetische Veränderungen angeboten worden. Pütz: »Die Gewerkschaft hat sich damit notwendigen strukturellen Anpassungen verschlossen.«

➤ www.bvdm-online.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Der FFI (Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V.) begrüßt die Deutsche Papier Vertriebs GmbH und die ClimatePartner GmbH als neue assoziierte Mitglieder. • Seit 1. Juli 2011 führt **Swiss Post International Germany** das Katalogportal 123kataloge.de weiter. Bisher wurde die Internetplattform von einem Joint Venture von Swiss Post und **Hermes** betrieben. • **Ricoh Europe** wird das Dokumentenmanagement-System **DocuWare** europaweit in sein Lösungsportfolio aufnehmen. • Anfang Mai hat die **Dr. Höhle AG** eine neue Handelsgesellschaft in Shanghai gegründet und damit ihre eigene und die Präsenz ihrer Tochterunternehmen, darunter der Klebstoff-Spezialist **Panacol**, erheblich verbessert. • Die **Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH** ist neuer Partner der **Igepa group**. Ab sofort vertreiben sechs Gesellschaften des Papiergroßhändlers in Europa Digitaldrucksysteme und Softwarelösungen von Konica Minolta. Die Bandbreite des Angebots reicht von Systemen für die Schwarz-Weiß-Produktion bis zum Farbproduktionsdruck mit der bizhub Press C8000.



Anhaltende Kostensteigerung KODAK ERHÖHT PREISE BEI FLEXODRUCKPLATTEN

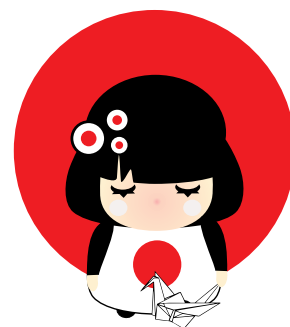
2010 sind die Herstellungskosten für Flexodruckplatten aufgrund steigender Energie- und Rohstoffkosten drastisch gestiegen. Angesichts der fortgesetzten Verteuerung sieht sich Kodak gezwungen, für alle Flexoplatten eine Preiserhöhung um bis zu 7% anzukündigen, die zum 15. Juli in allen Weltregionen in Kraft tritt.

Strategische Partnerschaft THAT'S IT SOLUTIONS LIEDERMANN UND KONZEPT-IX

Die Workflow-Software iWay wurde nach der Übernahme von Pressense durch Pageflex-Hersteller Bitstream in das Produkt-Portfolio integriert. Seit mehr als 15 Jahren ist die Konzept-iX GmbH etablierter Distributor für die Pageflex-Produktreihe von Bitstream, im Besonderen für die Web-to-Print-Shoplösung Storefront.

Dank der nun geschlossenen strategischen Partnerschaft kann that's it Solutions Liedermann, seit einigen Jahren Distributor von iWay, nun auf den Erfahrungsschatz der Konzept-iX GmbH zurückgreifen. Die Partner aus Nord- und Süddeutschland wollen mit gebündelter Kompetenz einander ergänzen und den Pageflex-Interessenten und Anwendern umfassenden Service bieten.

Solidarität mit Japan



Schweizer Firmen hatten zur Solidarität mit den Leid geprägten Menschen in Japan aufgerufen und eine Initiative ins Leben gerufen, die der ›Druckmarkt‹ mit unterstützt hat.

Die Idee für das Yukiko-Shirt stammte von Sandra Koch. 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 sollte ein Beitrag für eine sorgenfreie Zukunft der Kinder in Japan geleistet werden. Bis Ende Mai kamen durch den Verkauf der Shirts 27'500 Franken zusammen. Der Scheck in entsprechender Höhe ging jetzt an die Swiss-Japanese Chamber of Commerce, die das Spendengeld gezielt an die betroffenen Menschen in Japan weiterleitet.

Neue persönliche Tageszeitung

SWISS POST PLANT MYNEWSPAPER FÜR DEUTSCHLAND NUR IM INTERNET

Swiss Post plant Ende November 2011 den Start einer neuen persönlichen Tageszeitung. Während des einjährigen Pilotprojektes soll die Internetversion von MyNewspaper auch in Deutschland angeboten werden.

Bei MyNewspaper können sich die Leser ihre persönliche Tageszeitung aus einem Angebot von rund 30 Zeitungstiteln zusammenstellen. Auf der Internetplattform von MyNewspaper wählt der Abonnent die gewünschten Inhalte zum Beispiel nach den Ressorts Lokales, Wirtschaft, Kultur oder Sport aus. »So lassen sich je nach Interesse und Lesegewohnheiten Informationen von verschiedenen Verlagen miteinander kombinieren«, sagt Carsten Vossmeier, Branchenverantwortlicher Press/Publisher bei Swiss Post International. »Dabei kann der Leser den Umfang selbst bestimmen und zwischen 24, 36 oder 64 Seiten wählen.« Digital gedruckt wird MyNewspaper bei Swiss Post Solutions im Briefzentrum Härkingen, Schweiz. Die Software stellt die Schweizer Prevision AG zur Verfügung.



Die gedruckten Exemplare werden in den Regionen Aarau, Basel, Bern, Luzern, Solothurn und Zürich von Swiss Post zugestellt. Die Internetversion wird weltweit angeboten. Dabei erhält der Leser die ausgewählten Informationen als E-Paper in Form einer PDF per E-Mail. Das E-Paper ist auch für Tablet-PCs wie das iPad und E-Reader optimiert. Zu Beginn des Pilotprojektes können Abonnenten MyNewspaper mit einem kostenlosen Schnupperabo testen. Der endgültige Preis des Abonnements steht noch nicht fest. Insgesamt erwartet Swiss Post, dass während des Pilotprojektes rund

1.000 Leser die gedruckte Ausgabe beziehen.

In der Schweiz beteiligen sich bereits etliche Verlage an dem Projekt. »Für deutsche Medienunternehmen bietet MyNewspaper die Möglichkeit, neue Leser ohne zusätzlichen Aufwand zu gewinnen«, sagt Vossmeier. Bereits 2009 hatte Swiss Post eine personalisierte Zeitung unter dem Namen ›Personal News‹ getestet. Seinerzeit abonnierten rund 1.200 Leser ihr persönliches Exemplar. »Die Erfahrungen mit Personal News und Umfragen haben gezeigt, dass die meisten Leser ihr bestehendes Zeitungsabonnement beibehalten«, sagt Vossmeier. »Wir verstehen MyNewspaper nicht als Wettbewerb zu bestehenden Publikationen, sondern als Plattform für Verlage mit innovativen Angeboten die Reichweite ihrer Titel zu erhöhen.« Swiss Post bringt dabei vor allem ihre Kompetenz als Logistikerin ein und managt die Schnittstelle zwischen Verlag und Lesern.

► www.swisspost.de



Übernahme im Verpackungsbereich

RLC PACKAGING GROUP ÜBERNIMMT LIMMATDRUCK UND ZEILER

Rückwirkend per 1. Juli 2011 übernimmt die RLC Packaging Group mit Sitz in Hannover die Limmatdruck AG mit Sitz in Spreitenbach nahe Zürich und die Zeiler AG in Köniz bei Bern. Der Migros-Genossenschafts-Bund MGB als bisheriger Inhaber trennt sich damit vom Verpackungsgeschäft.

Da die Verpackung nicht mehr zum Kerngeschäft der Migros gehöre, heißt es in einer Firmenmitteilung, seien verschiedene Optionen geprüft worden, um Limmatdruck AG und Zeiler AG in einem herausfordernden Markt erfolgreich zu positionieren. Mit der nun unterzeichneten Übernahme durch RLC Packaging Group sei eine optimale, weil zukunftsgerichtete Lösung gefunden worden. Über den Verkaufspreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Limmatdruck wurde 1945 als Druckereiabteilung des MGB unter dem Namen Genossenschaft zur Limmat gegründet und firmiert seit 1977 als Limmatdruck AG in Spreitenbach. Im Jahre 2000 übernahm Limmatdruck die Zeiler AG, ein in der Verpackungstechnik tätiges Familienunternehmen, und konzentrierte sich auf das Geschäft mit hochwertigen Verpackungen. Heute betreiben die Limmatdruck AG und Zeiler AG zwei Produktionsstandorte und erwirtschafteten 2010 mit 400 Mitarbeitern einen Umsatz von 112 Mio. CHF. »Wir sind überzeugt, dass wir mit dem Zusammengehen mit der RLC Packaging Group die beste Lösung gefunden haben. Die neuen Besitzer sind seriös und haben ein ausgezeichnetes Zukunftskonzept. Damit wird Limmatdruck in eine gut geführte Unternehmensgruppe eingebettet«, freut sich Andreas Münch, Mitglied der Generaldirektion des Migros-Genossenschaftsbundes und Verwaltungsratspräsident der Limmatdruck AG.

Die RLC Packaging Group ist Anbieter von Faltschachteln für die Markenartikel-Industrie mit Absatzmärkten in ganz Europa. Das 150-jährige Familienunternehmen wird in fünfter Generation geführt und erzielt mit 800 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 125 Mio. €. Mit seinen sechs Standorten in Hannover, Berlin, Aachen und Poznan (Polen) ist RLC bestens positioniert. »Wir freuen uns, mit Limmatdruck ein starkes Unternehmen in unsere Gruppe integrieren zu dürfen«, sagt Hans-Christian Bestehorn, Sprecher der RLC Geschäftsführung.

Erst im April dieses Jahres hatte RLC die Aachener August Heinrigs GmbH übernommen, um damit das Geschäftsfeld Süßwarenverpackungen auszubauen. Durch diese Integration entstand der größte familiengeführte Faltschachtelhersteller Deutschlands. Nun dürfte RLC einer der größten Verpackungsdrucker in Europa sein.

➤ www.mgb.ch ➤ www.rlc-packaging.com

Online-Services

O/D MIT MAILINGPORTAL NEU IM INTERNET

Die Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH ist mit einem neuen Internetauftritt sowie einem neuen Mailingportal online.

Strategisch hat sich die O/D in vier Bereiche neu strukturiert: Print (Full-Service im Druck), Idea (kreativ auf Papier), Mail (zielgenau im Dialog) und Smile (einfach und preiswert). Innerhalb eines jeden Bereiches wird ein spezielles Port-

folio an Leistungen bereitgestellt. Hinter dem Bereich Mail verbirgt sich ein Portal mit vielen verschiedenen Mailingvarianten und Produktvideos. Die Preise zu verschiedenen Varianten und Auflagen können online definiert und konfiguriert werden.

O/D hat den Trend zu stark individualisiertem Direktmarketing und die durch mobile Internetanwen-



der, Händler, Filialen usw. auf die von der Zentrale vorgegebenen Aktionen zugreifen. Das Grundlayout wird zentral vorgegeben, bestimmte Felder sind variabel.

➤ www.od-online.de
➤ www.derSelfmailer.de

➤ www.mgb.ch ➤ www.rlc-packaging.com

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Druckfarbenindustrie AM ENDE DER FAHNENSTANGE ANGEKOMMEN?

Deutschlands Wirtschaft befindet sich auf Wachstumskurs. Das könnte sich aber bald ändern. Neben der noch nicht ganz überwundenen Finanz- und Eurokrise könnten nach Ansicht von Experten hohe Energie- und Rohstoffpreise zu geringerem Wachstum oder gar existenzbedrohenden Szenarien führen. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes liegt die Hauptursache in der weltweiten Explosion der Rohstoffpreise. Dabei geht es um konjunktursensible Rohstoffe wie Öl, Kupfer oder Seltene Erden, aber auch um Grundstoffe für die Druckfarbenherstellung.

Eine dramatische Entwicklung beklagt auch der Druckfarbenhersteller Siegwerk. Seit Monaten hätte man mit der verschlechterten Rohstoffsituation zu kämpfen, teilt das Unternehmen mit. Zwar seien die Rohstoffpreise weltweit immer in Bewegung und würden von Angebot und Nachfrage bestimmt, doch Preiserhöhungen von bis zu 400% könne kein Unternehmen unbeschadet verkraften. »Drastisch gestiegene Preise, hohe Logistikkosten und lange Lieferzeiten sind Merkmale einer Marktsituation, die es in dieser Konstellation bisher nicht gab. Die hohe Volatilität der Rohstoffkosten stellt für alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette eine riesige Herausforderung dar«, zitiert Siegwerk Dr. Karl-Heinz Sebastian von der Beratungsgesellschaft Simon-Kucher & Partners aus Köln. Das Preismanagement müsse weiterhin planbar und berechenbar bleiben, dazu gehöre auch, dass die Kostensteigerungen möglichst proportional und ohne Zeitverzögerung von allen Beteiligten – letztendlich bis zum Anzeigenkunden und Endverbraucher – weitergegeben werden müssten, so der Experte. An-

derndfalls drohe Margenverfall. Dabei beklagt Siegwerk, dass sich wichtige Grundstoffe für Druckfarben wie organische Pigmente und spezielle Harze in einem bisher nicht gekannten Ausmaß verteuerten. In der Vergangenheit hätte Siegwerk solche Kostensteigerungen durch mehr Effizienz in Produktion und Einkauf immer wieder kompensieren können. Jetzt aber sei das Ende der Fahnenstange erreicht und auch Siegwerk müsse bis zur Beruhigung der Märkte »einen Teil dieser existenzbedrohenden Kosten an seine Kunden weitergeben«, heißt es in einer Firmeninformation. »Die gesamte Druckindustrie kann steigende Kosten für Papier, Energie und Löhne auch nicht mehr tragen, ohne einen Teil davon weiterzugeben«, fordert Siegwerk.

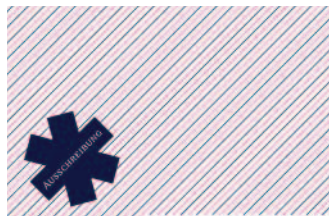
Da kommt einem in den Sinn: »Gut gebrüllt, Löwe!« Ob das aber für den kleinen Drucker, der gegenüber seinen Kunden nicht am längeren Hebel sitzt, auch so einfach geht, dürfte eher fraglich sein. Eher wird er den Auftrag verlieren, denn es gibt immer jemanden, der diese Kosten weiter kompensiert. (Anm. d. Red.)



Lesen Sie dazu auch unseren Artikel »Das Baguette wird teurer« in der DRUCKMARKT-Ausgabe 70. www.druckmarkt.com

20 Jahre MfG Award JUBILÄUMSWETTBEWERB GESTARTET

Seit 20 Jahren zeichnet der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) besonders gelungene Geschäftspapiere und Formulare aus. Im vergangenen Jahr wurde der Wettbewerb um PDF-Formulare ergänzt. Außerdem nahm der Verband zeitgleich auch Eigenwerbung von Druckereien in den Wettbewerb auf. Von vielen anderen Wettbewerben unterscheidet den MfG Award vor allem der nicht-kommerzielle



Charakter, was an den seit Jahren unverändert niedrigen Teilnahmegebühren abzulesen (für Profis: ab 50 €, für Nachwuchs: 25 €) ist. Die am besten bewerteten Geschäftspapiere, Formulare und Eigenwerbungen von Druckereien werden prämiert und veröffentlicht. Wie in jedem Jahr wird der Gestalter-Nachwuchs (Studierende und Auszubildende) gesondert betrachtet; neben dem Nachwuchsförderpreis über 500 Euro werden weitere attraktive Sachpreise vergeben. Alle Agenturen, Grafik-Designer, Druckereien und deren Auftraggeber können ab sofort aktuelle Geschäftspapiere und Formulare wie Anträge, Fragebögen und Rechnungen einsenden. Der bvdm weist vor allem auf die beiden neuen Kategorien hin und lädt besonders zur Einreichung von Druckerei-Eigenwerbungen und PDF-Formularen ein. Die Einsendefrist endet am 16. September 2011.

➤ www.bvdm-online.de

Neuer Eigentümer gesucht E.C.H. WILL, PEMCO UND KUGLER-WOMAKO

Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung des Konzerns sucht der Körber-Vorstand nach einem neuen Eigentümer für E.C.H. Will, Pemco und Kugler-Womako, die Teil der Körber PaperLink Gruppe sind und als Geschäftsbereich Paper Systems geführt werden. »Wir haben eine strategische Entscheidung getroffen, die nichts mit der Leistung der Unternehmen zu tun hat«, sagt Hildemar Böhm, Vorsitzender der Körber PaperLink-Geschäftsführung und Mitglied des Körber-Vorstands. »Unser Ziel ist, einen geeigneten neuen Eigentümer zu finden, der mit den Unternehmen die Erfolgsgeschichte der letzten Jahre fort schreibt. Alle drei sind erfolgreiche Unternehmen mit hoher Kundenorientierung, engagierten Mitarbeitern und exzellentem Know-how. Wir sind davon überzeugt, dass die Gesellschaften mit einem neuen Eigentümer bessere Entwicklungschancen haben«, sagt Böhm. Einen konkreten Zeithorizont gibt es jedoch nicht. Zwar strebt Körber einen zügigen Verkauf an, wichtiger sei jedoch, dass der bestmögliche Investor gefunden wird.

E.C.H. Will, Pemco und Kugler-Womako beschäftigen rund 440 Mitarbeiter und kamen 2010 auf ein Umsatzvolumen von über 100 Mio. €. Sie verfügen über eigene Vertriebs- und Servicebüros und ein globales Vertreter-Netzwerk. Ihre installierte Basis umfasst weltweit über 5.000 Maschinen.

Körber PaperLink als Sparte soll Teil der Körber-Gruppe bleiben und soll sich auf Kompetenzen in den Bereichen Tissue, Hygiene, Mailing Solutions sowie Production Logistic konzentrieren.

➤ www.koerber.de

100 Jahre Drucktücher von ContiTech

Mit bahnbrechenden Verfahren und einer stets zukunftsweisenden Forschung und Entwicklung bestimmt ContiTech seit einem Jahrhundert die Drucktuchbranche. Mit den Marken Conti-Air und Phoenix Xtra Blankets hat sich das Unternehmen als einer der weltweit größten Hersteller etabliert.

Ob die Entwicklung des ersten elastischen Drucktuchs im Jahre 1911, das 1961 zum Patent angemeldete Blähverfahren zur Herstellung kompressibler Drucktücher, die Geburtsstunde der Marke Conti-Air im Jahre 1969 oder die weltweit ersten klimaneutralen Drucktücher im Jahre 2010 – Drucktücher von ContiTech haben sich auf dem Weltmarkt etabliert. Als einer der international führenden und als einziger deutscher Hersteller begehrt das Unternehmen das 100-jährige Produktionsjubiläum für Drucktücher.

»Die bisherigen 100 Jahre haben gezeigt, dass ContiTech stets zukunftsweisend und vorausschauend gedacht und damit seine Stärke aufgebaut hat«, sagt Heiko Eymer, Geschäftsbereichsleiter ContiTech Elastomer Coatings. »Vor allem in den letzten Jahren hat sich viel im Drucktuchsegment ereignet. Beispielsweise hat ContiTech 2005 die Marke Phoenix Xtra Blankets gekauft und sich damit zu einem der größten Drucktuchhersteller weltweit entwickelt. Beide Marken ergänzen sich hervorragend, da sie unterschiedliche Schwerpunkte haben.«



MEILENSTEINE DER DRUCKTUCHENTWICKLUNG Die Erfolgsgeschichte ist durch Meilensteine der Drucktuchentwicklung geprägt: So nahm ContiTech – damals unter dem Namen Continental – schon 1951 an der ersten Druckfachmesse drupa teil und erweiterte drei Jahre darauf sein Programm. Das 1961 zum Patent angemeldete spezielle Blähverfahren revolutionierte die Branche, da es geschlossene, mit Überdruck gefüllte Mikroporen in der kompressiblen Schicht erzeugte. Dadurch ließen sich Kompressibilität und Rückprall-Elastizität genau definieren und steuern. Das Ergebnis: eine einzigartige gleichmäßige Druckfläche.

1970 zieht die Drucktuchproduktion von Hannover nach Northeim, die Produktion wird ausgebaut. Seit 1996 können mithilfe von Kalandern Drucktücher in doppelter Breite produziert werden. Drei Jahre später meldet ContiTech Metall-drucktücher zum Patent an und ist mit diesen Produkten führend. In der Folgezeit baut das Unternehmen sein Geschäft in Asien aus und gründet 2001 das Servicecenter ContiTech Printing Blanket Shanghai. Das Servicecenter in Singapur unterstützt das Engagement in Asien seit 2010.

Bei der Herstellung der weltweit ersten klimaneutralen Drucktücher 2010 war ContiTech Pionier der ersten Stunde. »Mit den Fertigungsstrategien zu den klimaneutralen Drucktüchern leisten wir unseren Beitrag zu mehr Umweltfreundlichkeit, den CO₂-Ausstoß konnten wir damit deutlich reduzieren«, sagt Dr. Thomas Perković, Segmentleiter Drucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings.

► www.contitech.de

UNSERE VERSION VON Social Media

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

Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Themen-Sammlung aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Jede einzelne Ausgabe bietet Evaluations-Unterstützung und hilft beim Entscheidungsprozess.

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

Und jeder kann von diesen (gedruckten) Medien profitieren – ganz sozial!

Zum Beispiel vom jetzt neu erschienenen «Investitionskompass Computer-to-Plate».



Investitionskompass
Computer-to-Plate
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu CtP-Systemen im Akzidenz- und Zeitungsbereich.
Juni 2011
32 Seiten, A4, davon
11 Seiten Übersichten.
19,90 €/ 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com



Nicht aus eigener Kraft

Auf der Suche nach Wachstum im Druckmaschinenbau, nach neuen Strategien und Kooperationsformen

Nach dem dramatischen Umsatz- und Nachfrageeinbruch 2008 und 2009 hat sich die Lage offensichtlich wieder etwas entspannt. Die Druckmaschinenhersteller melden wieder Umsatzzuwächse, doch die »Hurra-Meldungen« sind eher verhalten. Vor allem bedeutet die bisherige Erholung nicht, dass in den Chefetagen in Augsburg, Heidelberg, Offenbach oder Würzburg nun die Füße hochgelegt werden könnten.

Denn das Wachstum steht noch auf sehr wackligen Beinen. Der aktuelle Zuwachs kommt vor allem aus Asien und den Schwellenländern – was zu erwarten war. Doch bleibt die Frage offen, ob dieses Wachstum ausreichen wird, den Rückgang in den Industrieländern auszugleichen. Hier nämlich ist nicht nur die Nachfrage nach Druckmaschinen rückläufig, hier schrumpfen auch die Auflagen und von einem Run auf Druck-Erzeugnisse aller Art kann nicht gerade die Rede sein.

Auch wenn sich die Wirtschaftspresse zurzeit überschlägt mit Meldungen wie XXL-Aufschwung, Boom oder anderen Superlativen, ist dies in der Druckindustrie nicht angekommen. Weder bei den Druckmaschinenbauern, noch bei den Druckereien. Die Druckindustrie ist eben kein Wachstumsmarkt mehr.

Und das aus den verschiedensten Gründen. Da ist einmal der Strukturwandel durch das Internet, durch den Drucksachen vor allem im Medienbereich substituiert werden. Daneben ist aber auch eine Verlagerung von Offsetdrucksachen in den Digitaldruck zu beobachten. Beides sind Probleme, die von den Druckmaschinenherstellern zwar nicht unterschätzt wurden, denen sie aber aus eigener Kraft nicht viel entgegenzusetzen können.

Die Schwäche des Druckmaschinenbaus ist seine Stärke

Zumal mit jeder neuen Maschinen- generation auch Produktivitätssteigerungen zwischen 25% und 40% angesagt sind. Und das alleine schon durch die Maschinenleistung. Dazu kommt ein Mehr an Effektivität durch den Einsatz von Elektronik und Software. In der Folge ersetzt jede neue Druckmaschine in den Druckereibetrieben durch ihre höhere Produktivität zwei oder drei ältere Druckmaschinen. Das drückt unausweichlich auf den Absatz an Druckwerken. Wenn man so will, ist also die größte Schwäche des Druckmaschinenbaus eben die Stärke der Innovationskraft.

Gleichzeitig aber steigt mit jeder installierten neuen Druckmaschine die Druckkapazität, die dem Markt

Nach Expertenmeinung teilen sich die drei großen deutschen Druckmaschinenbauer im Offsetdruck einen Weltmarktanteil von gut 70%. Eine solide Basis, sollte man meinen. Isoliert betrachtet, ja. Der Offsetdruck ist nach wie vor das dominierende Druckverfahren – doch er steht nicht konkurrenzlos da. Und das hat Auswirkungen auf die Strategien der Hersteller.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



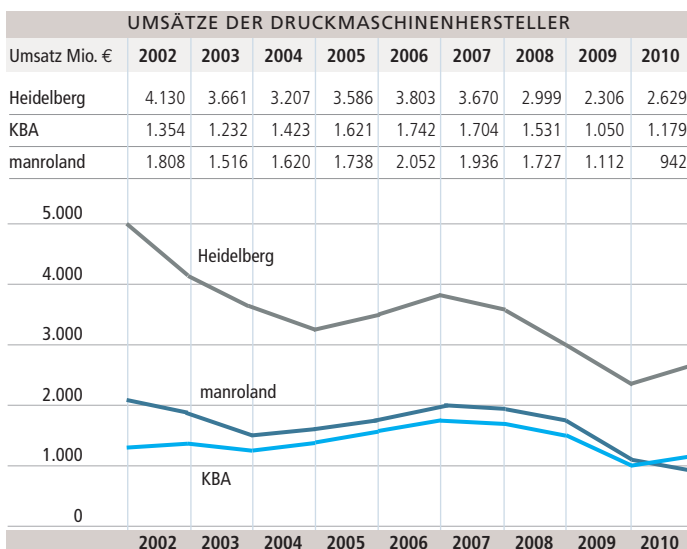


War der Umsatz- und Nachfrageeinbruch bei den Druckmaschinenherstellern schon deutlich genug (siehe Grafik unten), zeigt die nebenstehende Grafik den geradezu katastrophalen Absturz. Heute geht keiner der Druckmaschinenhersteller mehr davon aus, dass sich die Umsätze noch einmal auf das Niveau vor der Krise einpendeln. Nahezu übereinstimmend ist von 70% des Volumens die Rede, das 2006 noch bei knapp 7 Mrd. Euro lag. Dabei ist in den beiden Grafiken zu unterscheiden: Die Umsätze der Druckmaschinenhersteller sind nicht identisch mit dem Absatzvolumen an Druckmaschinen. Schließlich fließen in die Bilanzen der Hersteller auch Services und zunehmend auch das Materialgeschäft ein.

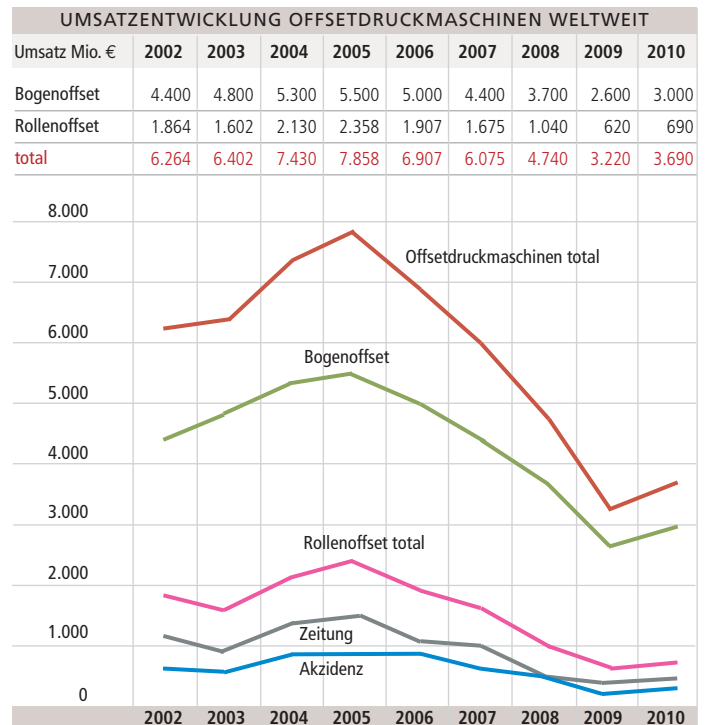
zur Verfügung gestellt wird. Von Überkapazitäten ist immer wieder die Rede (auch wenn bislang noch keiner genau gerechnet hat, wie viel Kapazität der Markt überhaupt trägt). Jedenfalls Sorge das für den erbitterten Preiskampf unter den Druckereien. Sinkende Margen der Druckbetriebe sind ohne Zweifel ein Grund, weshalb die Zahl der Druckereien in unseren Breiten kontinuierlich sinkt. So haben in Deutschland in den letzten zehn Jahren rund 30% der Druckereien aufgegeben. Nicht alle wegen Insolvenz, sondern zu erheblichen Teilen auch wegen mangelnder Nachfolgeregelungen.

Digitaldruck wird größer

Von diesen strukturellen Gegebenheiten abgesehen, hat auch der Digitaldruck seine Spuren hinterlassen, da sich der Trend zu immer kleineren Auflagen fortsetzt, die Qualität der Digitaldrucke kaum noch vom Offsetdruck zu unterscheiden ist und da die Investitionen zum Teil erheblich unter denen in eine Offsetmaschine liegen. Nachdem der Digitaldruck bisher hauptsächlich für Kleinauflagen im Kleinformat eingesetzt wurde, hat sich das Spektrum der Anwendungen aber auch auf höhere Auflagen und größere Formate ausgeweitet.



Quelle: Angaben der Hersteller; Druckmarkt-Archiv; © Grafik: Druckmarkt 2011



Quelle: Koenig & Bauer AG; © Druckmarkt-Grafik 2011

Mit Sicherheit wird die drupa 2012 Digitaldruckmaschinen im Bogenformat 50 x 70 cm bringen – nicht nur längst angekündigte Modelle wie die von Fujifilm; die Gerüchte verdichten sich, dass auch HP Indigo mit einem entsprechenden Modell kommt. Dann allerdings werden die Investitionskosten für Digitaldruckmaschinen das Level heutiger Offsetdruckmaschinen erreichen.

Fusionen hätten noch mehr Arbeitsplätze gekostet

All die vorgenannten Gründe haben zu der Krise im Druckmaschinenbau geführt. Was viele selbst ernannte Experten immer wieder dazu ermutigt, im Nachhinein alles besser gewusst haben zu wollen. Helge Hansen, Vorstandsvorsitzender von KBA, machte auf der Hauptversammlung 2011 jedoch deutlich, dass die 2009 nach dem Markteinbruch eingeleitete Kapazitätsreduzierung bei den drei deutschen Druckmaschinenbauern von zusammen mehr als

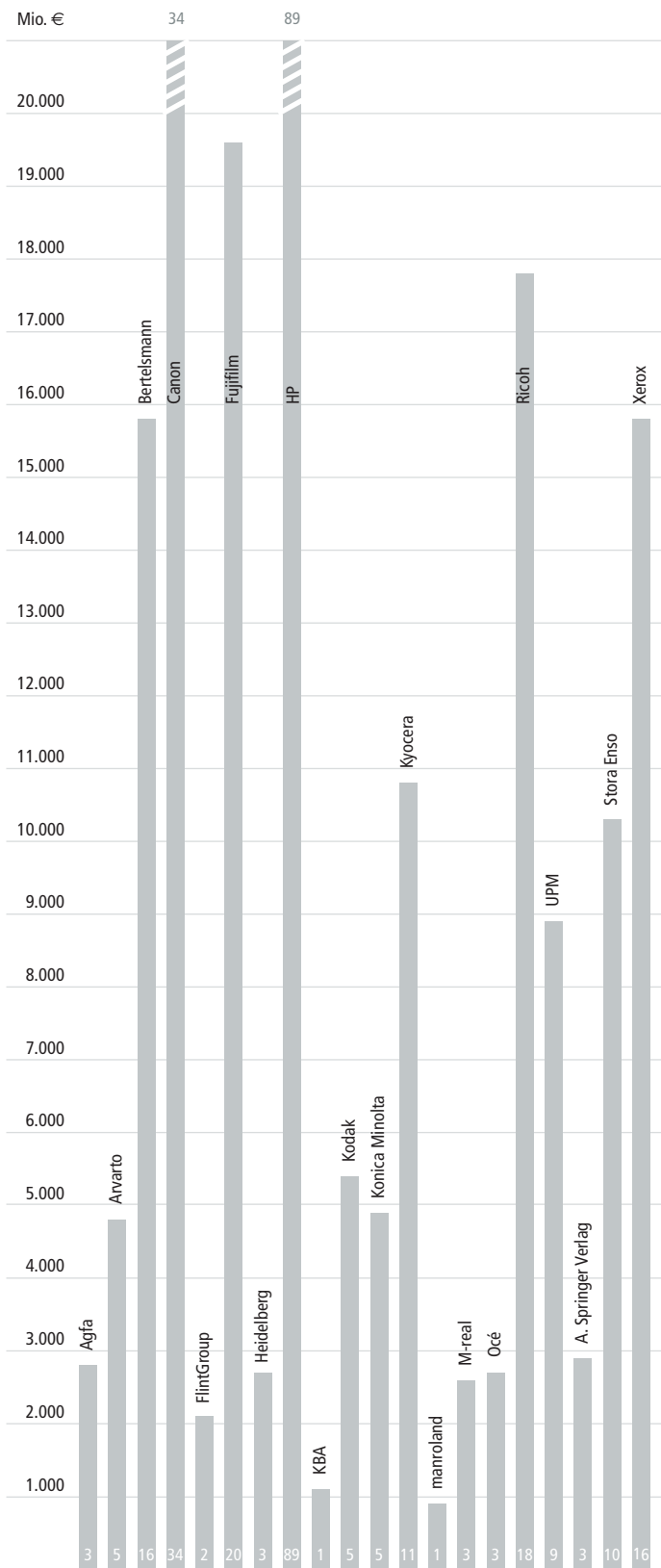
9.000 Stellen nicht Ausdruck wenig vorausschauender und zur Kooperation nicht bereiter Vorstände gewesen sei. »Die immer wieder diskutierten Fusionsszenarien hätten zu noch mehr Werksschließungen mit enormen Folgekosten sowie zum Verlust von noch mehr Arbeitsplätzen geführt«, sagte Hansen. »Und die angeblich versäumte frühzeitige Erschließung neuer Geschäftsfelder kann man Unternehmen, die bis 2007 noch an der Kapazitätsgrenze produzierten, nur vorwerfen, wenn man nicht weiß, wie schwierig es ist, mitten im Galopp die Pferde zu wechseln.« Der KBA-Chef räumte aber auch ein, dass sich der klassische Druckmaschinenbau neu orientieren müsse.

Kooperationen

Folgerichtig setzen die deutschen Hersteller nicht mehr nur auf den Offsetdruck. Schon seit einiger Zeit suchen die Maschinenbauer nach



UNTERNEHMEN DER DRUCK- UND MEDIENINDUSTRIE IM VERGLEICH



Zahlen in den Säulen: gerundet auf Mrd. €. Quellen: FAZ, Financial Times, Handelsblatt, Wirtschaftswoche, Druckmarkt, Druckmarkt-Grafik 6/2011.

Ganz eindeutig liegt die Technologieführerschaft im Offsetdruckmaschinenbau in Deutschland. Dagegen sind die Kompetenzen für den Toner- oder Inkjetdruck in den USA und in Japan zu finden. Dazu sollte man sich auch einmal die Größenverhältnisse ansehen, um einschätzen zu können, welche Giganten hier miteinander umgehen. Dabei sind die Offsetdruckmaschinenhersteller die eher kleinere Unternehmen. Nach Mitarbeitern oder Umsätzen heißen die großen Anbieter im Druckmarkt Xerox und HP, Canon, Fujifilm oder Ricoh. Wobei alleine die Druckersparte von HP jährlich etwa 20 Mrd. € umsetzt.

umsatzsicheren neuen Märkten und sind allesamt mehr oder weniger intensiv im Bereich der Verbrauchsmaterialien tätig. Parallel dazu haben Heidelberg, KBA und manroland Partner für den Digitaldruck gesucht und gefunden, nachdem sie erkannt haben, dass ihre Kunden langfristig nicht mehr ohne digitale Drucktechnik auskommen werden. Und genau so unterschiedlich, wie die Hersteller bisher im Markt aufgestellt sind, so unterschiedlich sind auch die Kooperationsformen, die sie gewählt haben.

Heidelberg kooperiert mit Ricoh und übernimmt den Vertrieb eines vergleichsweise preiswerten tonerbasierten Digitaldrucksystems. Nachdem man in Heidelberg sicher schon hundert Mal bereut hat, den Digitaldruck 2004 (nicht ganz ohne Grund) an Kodak abgegeben zu haben, ist man seit April wieder zurück im Digitaldruckgeschäft. Diesmal aber nicht aus eigener Kraft, sondern mit Hilfe eines der ganz großen aus dem Office-Bereich. Da Ricoh selbst erst relativ kurz im sogenannten Produktionsdrucks aktiv ist, könnten sich hier interessante Anwendungslösungen ergeben.

Anders gelagert ist die Kooperation von manroland und Océ (siehe auch den Beitrag auf Seite 38). manroland wird den Offsetdruckern künftig leistungsfähige digitale Inkjet-Rollen-

drucksysteme anbieten, die bisher für den Transaktions-, Bücher- und Mailingdruck eingesetzt werden. Möglicherweise wird manroland zu den Anlagen aber auch eigene Komponenten wie Falzapparate oder ähnliches mehr beisteuern.

Noch einen Schritt weiter geht KBA. Mit der Ankündigung, das Inkjet-System des Kooperationspartners RR Donnelley weiterzuentwickeln und in Würzburg zu bauen, eröffnet sich KBA interessante Perspektiven bei der eigenen Wertschöpfung. Allerdings müssen wir auf diese Maschine noch bis zur drupa 2012 warten.

Forschungsintensiv und teuer

Bleibt also die Erkenntnis, dass im Digitaldruck-Geschäft wohl nichts ohne Kooperationen geht. Das zeigen Beispiele wie Xerox und Fujifilm mit FujiXerox, dem Joint-Venture, an dem Fujifilm 75% hält. Das zeigen auch HP und Pitney Bowes, deren Kooperation jetzt auf HP Indigo ausgedehnt wurde. Fujifilm kooperiert in Deutschland mit HP Indigo und Xerox und denkt über die Vermarktung einer Screen-Rollenmaschine nach, die bereits von der Ricoh-Tochter InfoPrint Solutions vertrieben wird. Und die Kodak NexPress gibt es ohnehin schon fast bei jedem Anbieter.

Der Grund für die Allianzen liegt wohl darin, dass es nicht gerade banal ist, eine Maschine samt Toner oder Tinte zu entwickeln. Das ist forschungsintensiv und teuer. So hat die Vergangenheit gezeigt, dass sich selbst große Unternehmen mit der Entwicklung eines eigenen digitalen Drucksystems übernommen haben. Noch schwieriger scheint es aber zu sein, Digitaldruck in den verschiedenen Business-Segmenten zu verkaufen. Deshalb wird sich das Karussell der Kooperationen wohl noch weiter drehen.



DIE

WIRKUNG

DIE

ICH

AUF

MENSCHEN

HABE

IST

FAST

ERSCHRECKEND

I am the power of print.

Werden aktuelle Meldungen in Zeitschriften veröffentlicht, messen Leser diesen eine größere Bedeutung zu (33%) als jenen im TV (20%) oder Internet (10%).

Mehr unter 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 herunterladen.

**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER



Die Faust im Sack

Die Stimmung in der Branche ist gereizt:
Immer lauter werden die Stimmen nach besserer Lobby-Arbeit

Dabei richtet sich der Zorn des Druckereihinhabers aus Laufen in erster Linie gegen diejenigen, die in Verbänden, Behörden und der Politik sitzen – und nichts tun (von der sprichwörtlichen Ausübung ihrer Pflicht natürlich). Es sei denn, es geht um den eigenen Job, die eigene Karriere oder um Verbandspolitik.

Wo bleibt die Lobby?

«Wo bleibt eigentlich die Lobby für das grafische Gewerbe? Wir haben erhebliche Probleme mit dem Euro-Kurs und in der Folge mit einem extremen Wettbewerb aus den Nachbarländern, wo Druckereien Preise anbieten können, die wir bei weitem nicht erreichen können. Und zu allem Überfluss gehen selbst Staats- und Kantonsaufträge ins Ausland, statt die Wertschöpfung im Land zu halten», erzürnt sich Christian Borer. «Da rettet man Banken, schützt die Bauern vor Importen – aber wo ist unser Schutz vor Dumpingpreisen aus dem Ausland? Man pumpt Gelder in Branchen, die längst keine so starken sieben Milliarden Franken umsetzten wie die Druckindustrie, aber unser Gewerbe lässt man fallen wie eine heisse Kartoffel – genau so wie einstmals die Swiss!».

Von der grossen Politik abgesehen, lässt Borer auch kein gutes Haar an den so genannten Interessenvertretungen. «Da haben wir in einem kleinen Land wie der Schweiz gleich zwei Verbände und ich frage mich: Was machen die eigentlich? Sie verschwenden ihre Kräfte, um sich mit ihrer eigenen Wettbewerbssituation auseinander zu setzen, statt gemeinsam etwas für die Branche zu tun. Meiner Meinung nach braucht es nur einen einzigen Verband, hinter dem alle stehen können. Ich bin in keinem Verband organisiert, wäre jedoch der erste, der einen Zusammenschluss begrüssen und unterstützen würde.»

Dem stimmt Kromer-Geschäftsführer Andy Amrein zu: «Ich kann nur unterschreiben, was Christian Borer ausführt», sagt er. «Niemand kann mehr nachvollziehen, warum die Verbände gegeneinander agieren und dabei dringende Themen der Branche vernachlässigt werden.»

Da kocht wohl etwas hoch, was in den letzten Monaten oder vielleicht Jahren latent vorhanden war, aber nur selten ausgesprochen wurde. Jetzt scheint das Fass kurz vor dem Überlaufen zu sein. Denn auch jenseits der Wut gegenüber Politik und Verbänden hat sich erheblicher Zorn über die Gesamtsituation der Branche aufgestaut. Viele Drucker beklagen, dass man aufgrund des Kosten-

Um es einmal ganz vorsichtig auszudrücken: Die Stimmung bei den Schweizer Druckern ist etwas gereizt. «Ich habe nicht länger Lust, die Faust im Sack zu machen! Wir



müssen endlich etwas bewegen!», sagte uns

Christian Borer vor wenigen

Tagen. Er will die Tatenlosigkeit nicht länger hinnehmen und die Situation der Branche samt ihrer Missstände publik machen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



drucks, sinkender Margen und dem unkalkulierbaren Euro-Wechselkurs kaum noch Spielräume habe.

Warum mehr Produktivität?

«Ich glaube, unserer Branche geht es weit schlechter, als es manch einer zugeben will», sagt Christian Borer. «Aber jeder redet die Situation schön – und investiert. Fast jeder Betrieb ab einer gewissen Grösse hat in den letzten zwei Jahren investiert oder will es noch tun. Es wird immer mehr Produktivität und Kapazität geschaffen, obwohl die Druckvolumen schrumpfen und die Gewinnsituation kaum noch Luft zum Atmen lässt. Warum dann diese Investitionen?» fragt Borer.

Auch bei diesem Thema ist er nicht allein. So kritisiert Andreas Lehmann vom Medienhaus Kloten: «Die High-Tech-Visionen der Maschinenhersteller gehen doch völlig am Markt vorbei. Ich muss meine Produktivität nicht mehr über eine einzelne Maschine oder einen Prozess steigern. Diese Hausaufgaben haben wir längst erledigt. Heute benötigen wir preiswerte und kostengünstig produzierende Maschinen, um die Papierteuerung und den Preisverfall aufzufangen. Da brauchen wir keine noch produktiveren und noch teureren Maschinen.»

Diese Meinung mag vielleicht nicht jeder teilen. Doch könnte dies für die Druckmaschinenhersteller über kurz oder lang auch in der üblicherweise investitionsfreudigen und technologiefreundlichen Schweiz zum Nachteil werden, wenn sich nichts an der Strategie ändert. «Einige Maschinenhersteller sitzen in ihrem Elfenbeinturm und wissen offenbar nicht, was um sie herum geschieht», bringt es Wendelin Lipp, Geschäftsleiter der DAZ Druckerei Albisrieden Zürich, auf den Punkt. Denn es ist eher

fraglich, ob die Bogendrucke noch in konventionelle Drucktechnik investieren wollen – oder können. Vielleicht geht der Weg auch hier in Richtung Digitaldruck, wo weniger Investitionen, dafür aber ergänzende und lukrativere Geschäfte zu erwarten sind.

Ohnehin ist Christian Borer von den Lieferanten enttäuscht. «Denken die eigentlich noch im Sinne ihrer Kunden? Nein», sagt er und führt eine gängige Praxis auf, die jeden Unternehmer auf die Palme bringt: «Kostete eine Maschine im Januar den Preis X, kostet sie beim nächsten Projekt und beim Wettbewerber Y den Preis Z. Das sind dann Differenzen im höheren sechsstelligen Bereich. Ist das etwa keine Marktverfälschung, wenn einer aufgrund der geringeren Investition bei der gleichen Maschine günstiger produzieren kann als sein Nachbar?»

Leben und leben lassen

«Schon diese Verhaltensweise führt zu einer Wettbewerbsverzerrung», stellt Christian Borer fest. Doch damit nicht genug. «Wir kalkulieren seriös und erleben mit der gleichen Offerte je nach Zeitpunkt alles vom ersten bis zum letzten Rang. Irgendetwas läuft hier doch falsch!» sagt Borer und fragt: «Wann hört endlich der brutale Preiskampf auf? Wer glaubt eigentlich, dass ein Kunde nach einem Aktions-Preis für die Nachauflage einen höheren bezahlen wird? Er wird immer den günstigeren Preis haben wollen.»

Was keine neue Erkenntnis ist. Einen einmal kaputt gemachten Preis kann man nur noch sehr schwer wieder auf ein normales Niveau heben. Dabei gibt Wendelin Lipp der Branche auch eine Mitschuld an der Misere. «Keiner hat bei CtP gegenüber den Kunden gesagt, es wird genauer und besser. Alle haben nur gesagt, es wird billiger. Jetzt hat man die Quit-

tung.» Und die Fehler der Vergangenheit würden bei neuen Techniken abermals gemacht, glaubt Lipp.

Mit der Aufforderung «Leben und Leben lassen» steht Christian Borer zwar nicht alleine da, doch wird sich diese Einstellung in der Preiskampfarena Druckindustrie kaum durchsetzen. Zu stark sind die vermeintlich Preiswerten. Dabei sollten sich gerade diese Unternehmer die Frage stellen: Wie lange kann ich günstiger als der Wettbewerb anbieten, bis ich gar nicht mehr anbieten kann?

Andere Verhältnisse

Dies kann schneller passieren, als man es für möglich hält. So macht es Christian Borer nachdenklich, dass es im bevölkerungsmässig fast gleich grossen Österreich nur noch etwa 500 bis 600, vielleicht auch 800, aktive Druckereien gibt. In der Schweiz sind es nach 2.600 heute noch 2.000 oder 1.800 Druckereien. Auch in Deutschland hat sich die Zahl der Betriebe in zehn Jahren von 14.000 auf knapp 10.000 reduziert. Es gibt also sehr unterschiedliche Grössenverhältnisse und damit auch völlig andere Wettbewerbssituationen.

Doch neben den unterschiedlichen wirtschaftlichen Verhältnissen leiden die Schweizer Drucker nicht nur unter Wechselkurs, Preiskampf und Wettbewerb, sondern fühlen sich auch durch die Gesetzgebung benachteiligt. Denn der im Januar eingeführte Berufsbildungsfonds erhöht die Kosten, indem er Drucker zwingt, einen Obolus in den Fond zu zahlen, ohne selbst wirklich einen Nutzen davon zu haben. «Wo bleibt die Mitgliedschaft der Agenturen, die unsere bestens geschulten Polygrafen abwerben? Oder warum zahlen andere Branchenteile wie Verpackung, Verlage etc. nicht in diesen Fond?» Auch da stellt sich nach Borer Meinung wieder die Frage nach der Lobby-Arbeit.

Futterneid vergessen

Und er beklagt zudem, dass diese Situation der Bevölkerung überhaupt nicht bewusst ist. «Da wird eine namhafte Schweizer Papierfabrik geschlossen. Das lese ich vielleicht noch in einer Fachzeitschrift – wenn überhaupt. Doch wer informiert das Volk? Scheinbar niemand. So gibt es viele Dinge – aber keiner ausserhalb der Branche weiss es.» Deshalb wünscht sich Borer eine flächendeckende Berichterstattung auch in der Tagespresse. Doch die berichtet schliesslich nur dann, wenn sie über entsprechende Informationen verfügt. Offensichtlich hat die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Verbände bisher aber versagt.

Dabei spricht Christian Borer wohl jedem Branchenangehörigen aus dem Herzen, wenn er beteuert: «Ich liebe das grafische Gewerbe und ich glaube an seine Zukunft. Dazu müssen wir aber endlich unseren Futterneid vergessen und zusammen Lösungen erarbeiten», fordert er.

Ganz alleine auf sich gestellt wird das wohl keiner schaffen. Politische oder strukturelle Veränderungen kann ein kleines Unternehmen alleine in einem Staatsgebilde kaum beeinflussen. Es sei denn, alle Drucker nehmen die Fäuste aus dem Sack und sagen gemeinsam: «Nehmt uns als Branche gefälligst wieder ernst. Denn ohne uns geht nichts! Keine Information, keine Kommunikation, keine Organisation und auch keine Verwaltung.»

Und das ist noch nicht einmal übertrieben.

Haben Sie ähnliche Erfahrungen gemacht, wo drückt der Schuh oder was sollte sich ändern? Rufen Sie uns an (044 380 53 03), schreiben Sie (nico@druckmarkt.com oder thalmann@druckmarkt-schweiz.ch) oder diskutieren Sie mit uns. Nur dann können wir etwas bewegen.



Als Einheit zu betrachten

Druckmarkt hat den ›Investitionskompass CtP-Systeme‹ veröffentlicht – eine Einführung in das Thema

Die Zeiten, da Berufe, Tätigkeiten oder Abteilungen in unserer Branche nach strengen Grenzen unterteilt werden konnten, sind vorbei. Es gibt nicht mehr Satz und Reproduktion, nicht mehr Druckformenherstellung und Drucksaal als strikt voneinander getrennte Einheiten und es gibt in modernen Druckereien kaum noch Arbeitsschritte, die nicht fließend ineinander übergehen würden.

Deshalb lassen sich auch keine Geräte, keine Systeme und schon gar keine System-Kategorien wie Computer-to-Plate-Systeme isoliert betrachten. Alle Funktionen bedingen den Prozess davor und danach – wie beim engen Zusammenspiel von Vorstufe und Druck bei der digitalen Plattenherstellung. Deshalb lassen sich CtP-Systeme nur schwer ohne die entsprechenden Druckplatten bewerten, womit die Betrachtung der gesamten Verarbeitungskette immer wichtiger wird.

Niemand wird heute noch ernsthaft über Sinn und Zweck von Computer-to-Plate diskutieren. Im Gegenteil wird CtP als zwingend notwendiges Arbeitsmittel betrachtet. Es wird in CtP investiert, aber es wird kein großes Aufheben mehr darum gemacht. So betrachtet hat sich der CtP-Markt beruhigt. Auffällige Neuheiten gab es in den letzten Monaten keine,

vielleicht einmal abgesehen von den Großformaten für das Belichten von Platten mit bis zu 96 Seiten.

Der Zenit ist überschritten

Der Zenit scheint also überschritten. Screen, wohl der größte Hersteller von CtP-Systemen, erwartet in diesem Segment kein Wachstum mehr. Nachdem der Absatz 2008 seinen Höhepunkt erreicht haben soll, sieht Screen seine Zukunft im Digitaldruck, obwohl noch CtP-Systeme für OEM-Partner wie Fujifilm oder Agfa gefertigt werden. Agfa hat die eigene CtP-Entwicklung und -Produktion eingestellt und vermarktet seit der drupa 2008 im Akzidenzbereich nur noch OEM-Produkte von Screen, im Zeitungssegment die von Punch. Auch Fujifilm stellt schon geraume Zeit keine eigenen Systeme mehr her, sondern bezieht die Thermalbelichter von Screen, die Violettblichter von der ehemaligen Tochter FFEI. So ist es nicht verwunderlich, dass die rund 200 CtP-Systeme, die im deutschsprachigen Raum angeboten werden, von gerade einmal 15 Herstellern produziert werden – wobei man wohl gut die Hälfte ungestraft als Nischenhersteller bezeichnen darf.

Daraus zu schließen, das Ende von Computer-to-Plate sei eingeläutet, ist jedoch verfrüht. Schließlich geht

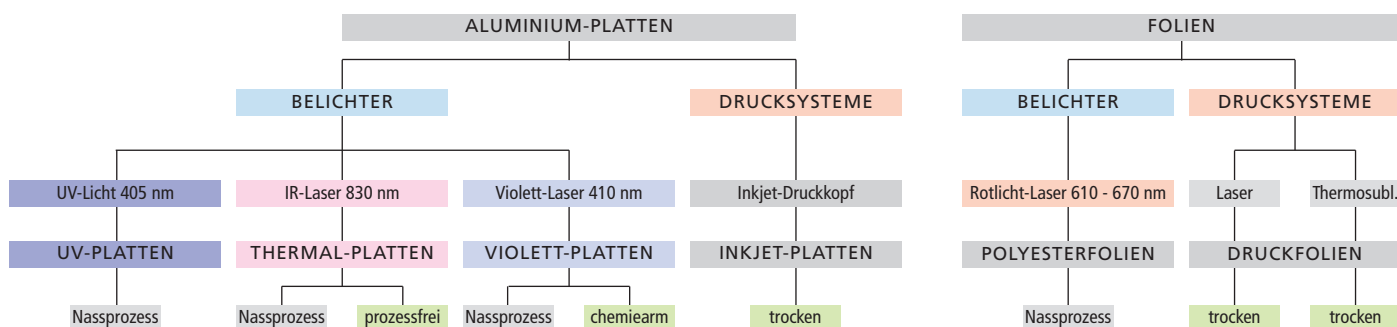
Es ist ruhig geworden um CtP. Nicht etwa, dass die digitale Plattenherstellung nicht mehr notwendig wäre – im Gegenteil ist Computerto-Plate so selbstverständlich wie das Drucken an sich. Allerdings ist CtP heute durch den Einsatz der Druckplatten, deren Umweltverträglichkeit und Verarbeitungskette sowie durch neue Automatisierungsansätze geprägt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





COMPUTER-TO-PLATE UND DRUCKPLATTEN



es beim Bau von Belichtern nicht um CtP an sich. Computer-to-Plate ist Stand der Technik und wird noch über Jahre das bleiben, was es heute ist: der sicherste Weg zu einer qualitativ hochwertigen, effizient herzustellenden und wirtschaftlichen Offsetdruckform.

Nicht umsonst meldete Heidelberg im April dieses Jahres, dass man seit 1997 weltweit über 10.000 CtP-Systeme installiert hat, eine Zahl übrigens, die Kodak schon im Juni 2007 meldete. Zudem vergrößern Fujifilm und Kodak die Kapazitäten ihrer Druckplattenproduktion sicher nicht aus purer Freude aus. Kodak baute Anfang 2010 sein Werk in China aus und Fujifilm erweitert die Plattenfabrik im holländischen Tilburg: Noch im Laufe des Jahres 2011 soll die dritte Plattenlinie anlaufen. Millioneninvestitionen in neue Plattenstraßen würden jedoch nie ohne die entsprechende Nachfrage nach Offsetdruckplatten erfolgen – auch wenn sich die Regionen, in denen sie benötigt werden, offensichtlich verschoben haben.

Effizienz-Vorteile bei CtP

Statistiken zufolge kann man davon ausgehen, dass Druckereibetriebe in Mitteleuropa, die im Formatbereich

50 cm x 70 cm und größer produzieren, alle mit CtP arbeiten. Dafür sind die Druckereien, die in kleineren Formaten produzieren, noch nicht alle auf Computer-to-Plate umgestiegen, wobei dieser Schritt aus wirtschaftlichen Erwägungen und Qualitätsgründen unvermeidbar ist.

Was die Umstellung auf CtP bei Kleinbetrieben bisher verzögerte, ist die nicht unerhebliche Investitionssumme, der eingespielte Arbeitsablauf mit Film, Entwicklungsmaschine und Kopierprozess sowie der vergleichsweise geringe Druckplattenbedarf (in Quadratmetern ausgedruckt). Doch auch wenn Arbeitsweise und Workflow bei Computer-to-Film (CtF) einem CtP-Workflow bis zur eigentlichen Belichtung sehr ähnlich sind, macht das Ergebnis – eben der belichtete und entwickelte Film, der danach auf die Offsetplatte kopiert werden muss – einen durchgehenden Prozess nicht möglich. Damit ist CtF nicht nur langsamer, sondern auch unsicherer als CtP und mit potenziellen Fehlerquellen behaftet. Es ergeben sich bei CtF also weder Zeit- noch Kostenvorteile, die Anwendung ist langsamer und teurer, wertvolle Effizienz-Vorteile werden verschenkt – Computer-to-Film ist nicht mehr wettbewerbsfähig. Deshalb muss heute nicht mehr die Frage gestellt werden, ob auf Computer-to-Plate umgestellt wird, son-

dern wann. Die verfügbaren Systeme im Bereich 2 und 4 Seiten A4 erleichtern es zudem, den Weg CtP zu gehen – da die Preise für entsprechende Systeme selbst renommierter Hersteller inzwischen auf unter 50.000 € gesunken sind.

Techniken sind ausgereift

CtP hat seine Leistungsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit in der Praxis unter Beweis gestellt. Dennoch stellt sich bei Neu- oder Ersatzinvestitionen

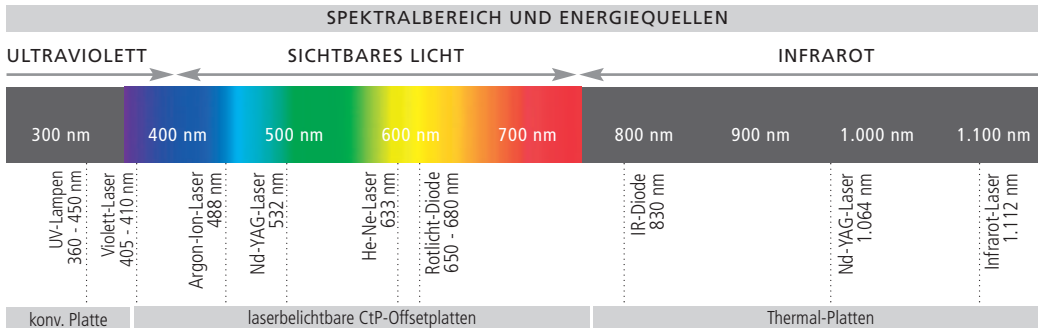
Ihre Hilfe wirkt und wirkt und wirkt...

SOS-Kinderdorf-Stiftung
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Eine Zustiftung ins Dachkapital der SOS-Kinderdorf-Stiftung hat großartige, nachhaltige Wirkung: Denn dank Ihres Beitrags werden Jahr für Jahr die daraus erwirtschafteten Erträge ausschließlich für die Zukunft nachfolgender Generationen verwendet.

Kontaktieren Sie uns für mehr Informationen!
SOS-Kinderdorf-Stiftung - Petra Träg
Renatastraße 77 - 80639 München
Tel. 089-126 06 109 - stiftung@sos-kinderdorf.de

Bankverbindung:
DAB-Bank - Filiale München
Konto Nr. 307 065 4003 - BLZ 701 204 00
Verwendungszweck: „Zustiftung“ und Ihre Adresse



Über die Jahre hat sich bei CtP- und Plattensystemen auch der Einsatz von Lichtquellen und Sensibilitäten über das Spektrum verschoben. Die aktuellen CtP-Systeme nutzen in erster Linie den Bereich Ultraviolett bis Violett und für Thermalplatten den Infrarotbereich um 830 nm.

immer wieder die Frage, für welche Technologie man sich entscheiden soll. Welche Technik ist die beste und zukunftssicherste für den jeweiligen Betrieb? Mit welchen Platten soll künftig gearbeitet werden? Was hat sich technologisch getan und welche Plattentechnologien haben das größte Zukunftspotenzial?

Pauschal gesehen sind die in CtP-Systemen angewendeten Techniken allesamt ausgereift. Selbst die Frage, ob Flachbettbelichter, Innen- oder Außentrommelsysteme mehr oder weniger gut geeignet sind, ist kein ernsthaftes Diskussionsthema mehr. Jede der heute bekannten Technologien hat ihre Vorzüge und alle liefern eine Qualität, die keiner Diskussion mehr bedarf – außer bei jenen, die lieber messen als drucken wollen.

Dabei setzen die Hersteller auf Vielfalt. Analysiert man die Modellpaletten, stehen Basismodelle bereit, die in Format und Leistung via Upgrade so modifiziert werden können, dass Varianten entstehen, die quasi alle Kundenwünsche erfüllen.

Überzeugende Vielfalt

Nach unserer Übersicht werden derzeit 202 Systeme (etwa 70 Basismodelle und die daraus resultierenden Varianten) angeboten, davon 41 Zeichnungssysteme und 161 Akzidenzsys-

teme. Insgesamt dominieren die Thermalbelichter vor den Violettbelichtern und UV-Systemen.

Über alle Formate hinweg überwiegen die Außentrommelsysteme. Daraus lässt sich ableiten, dass auch für die kleineren Formatbereiche nicht mehr nur einfache Konstruktionen gefragt sind. Bemerkenswert ist jedoch, dass sich CtP-Systeme für die Belichtung UV-sensibler Platten wie die von Lüscher oder basysPrint in den letzten Jahren einer wachsenden Beliebtheit erfreuen, obwohl viele Branchenauguren glaubten, dass im Zuge der Umweltdiskussionen das Pendel zugunsten prozessfreier Platten ausschlagen würde.

Druckplatten im Mittelpunkt

Damit stehen eigentlich wieder alle Druckplatten zur Diskussion. Neben dem Einsatz von Thermal- und Violettplatten besteht die Möglichkeit, UV-sensible, konventionelle Platten zu belichten oder Platten als integralen Bestandteil eines Digital Imaging Systems (DI) innerhalb einer Druckmaschine mit Text- und Bildinformationen zu versehen. Auch das Arbeiten mit Polyesterplatten ist eine nicht zu vernachlässigende Alternative zur Aluplatte. Zudem kann man durchaus auf die Idee kommen, die Druckplatten via Inkjetdrucker zu bebildern, wie es Glunz & Jensen

anbietet, oder wie Xanté, wo auf einem Laserdrucker Druckformen im A3+-Format gedruckt werden.

Dazu kommen noch die Alternativen der prozesslosen, chemiearmen beziehungsweise chemiefreien Platten ohne den klassischen Nassprozess wie die Platten von Agfa, Fujifilm oder Kodak, die seit einiger Zeit gängige Praxis sind. Hier sind nicht mehr nur Platten auf thermischer Basis verfügbar, sondern auch chemiefreie Violettplatten von Agfa und Fujifilm. Damit ist auch eine neue Runde der Plattenherstellung eingeleitet. Und deshalb stehen nicht mehr die CtP-Systeme selbst, sondern zunehmend die CtP-Platten im Mittelpunkt des Interesses.

Schließlich geht es darum, mit welchen Druckplatten man künftig arbeiten möchte. Nicht etwa, mit welchen Platten welchen Herstellers, sondern mit Platten welcher Art. Denn der Platteneinsatz entscheidet über die Prozesskette aus Belichtungs- und Verarbeitungssystem.

Welche Prozesskette?

Ist erst einmal eine Entscheidung für UV, Polyester, Thermal oder Violett gefallen, ist ein Wechsel zu der jeweils anderen Technologie nahezu nicht mehr oder nicht ohne die komplette Umstellung von Maschinen,

Material und Arbeitsablauf möglich. Daher ist die wohlüberlegte Wahl im Vorfeld der Investition von ausschlaggebender Bedeutung: Vom Typ des CtP-Systems ist der Einsatz der Platten abhängig und umgekehrt. Insofern sind CtP-Systeme in direktem Zusammenhang mit der Spektral- oder Energie-Empfindlichkeit der Druckplatte zu sehen. Dabei setzen sich die Einflussfaktoren für Computer-to-Plate aus Faktoren zusammen, die eng miteinander verkettet sind und nicht isoliert betrachtet werden können, da alle Faktoren einen Einfluss auf das jeweils andere Kriterium haben:

1. Belichtertechnologie
2. Licht-/Energiequelle im Belichter
3. Sensibilität der Druckplatte
4. Verarbeitungsprozess

Violett und thermal

Wer die Entwicklung von Violett-CtP und entsprechender Druckplatten beobachtet, stellt fest, dass die angebotenen Metallplatten mit Fotopolymerschicht (nicht zu verwechseln mit Polyesterfolien) den Anforderungen in Sachen Qualität, Zuverlässigkeit, Konstanz, Fertigungsqualität und Standzeit mehr als gerecht

werden. Die Platten müssen zwar unter gelbem Sicherheitslicht verarbeitet werden, dieser Nachteil gegenüber Thermalplatten wird jedoch dadurch aufgefangen, dass nur das Bestücken der Kassette unter Gelblicht erfolgen muss. Zudem sind Violettplatten relativ lichtempfindlich und benötigen nur kurze Belichtungszeiten.

Thermalplatten arbeiten am oberen Ende der in der Druckindustrie üblichen Wellenlängen-Skala: oberhalb des sichtbaren Lichts, dort, wo es verfahrenstechnische Vorteile gibt. Thermalplatten werden unter Tageslichtbedingungen verarbeitet, weil diese Platten erst ab einer bestimmten Wellenlänge belichtet (besser: bebildert) werden können.

Prozess- und chemiefrei

Diskussionen werden seit geraumer Zeit um ›prozesslose‹ und ›chemiefreie‹ Platten geführt. Nun mag man darüber streiten, ob dies die richtige Umschreibung ist, da selbst bei diesen Platten Prozessschritte (auch wenn es nur um das Handling geht) nötig sind, doch hat sich der Begriff ›prozesslos‹ durchgesetzt. Auch über den Begriff ›chemiefrei‹ lässt sich diskutieren, da es nicht ganz ohne Chemie geht. Hier hat Fujifilm aus eigener Initiative eingelenkt und

seine Platten als ›chemiearm‹ klassifiziert. Wie auch immer die Platten nun genannt werden: Sie bieten gegenüber konventionellen Platten erhebliche Einsparungen, die Reduktion von Prozessschritten und Chemikalien.

Genereller Vorteil dieser Plattentechnologien: Es entfallen platzraubende und teure Entwicklungssysteme. Zudem sind für die Platten auch keine neuen CtP-Systeme nötig. Einzig die Plattenkosten liegen über denen der konventionellen CtP-Platten. Daher lohnt es sich, genau zu rechnen, ab wann sich der CtP-Nassprozess wieder lohnt.

Fest steht indes, dass die prozesslosen und chemiefreien Platten in der Praxis problemlos arbeiten: Belichten, Einspannen, Freilaufen lassen und Drucken – eigentlich der Traum aller Drucker.

Und Polyester?

Bislang immer mit vielen Vorurteilen behaftet, hat sich Computer-to-Plate auf Polyesterfolie inzwischen einen nicht unerheblichen Marktanteil gesichert. Dies sind zwar in erster Linie Druckereien, die kleinere Formate bis B2 drucken, doch sagt dies nichts über deren Leistungsfähigkeit aus. Im Gegenteil werden vor allem im kleinerformatigen Bereich nur selten

DIE DRUCKER-SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

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

arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36,
Telefax: 0 26 71 - 38 50
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de





VIELFALT AN KONSTRUKTIONEN

Unter den im ›Druckmarkt Investitionskompass‹ Computer-to-Plate-Systeme aufgeführten 202 Systemen (etwa 70 Basismodelle und daraus resultierend die 202 Varianten in Format und Ausgabegeschwindigkeit) sind 41 Zeitungssysteme, sechs Polyesterbelichter und etwas mehr als ein halbes Dutzend Drucksysteme für die Plattenherstellung (Inkjet, Laser, Thermotransfer) zu finden. Da Zeitungssysteme aufgrund geringerer Auflösungen, anders ausgelegter Formate und den speziell auf Zeitungshäuser zugeschnittenen Eigenschaften für den Akzidenzbereich nicht relevant sind, bleiben hierfür 161 Systeme.

Bei den Akzidenzbelichtern dominieren die Thermalbelichter mit 95 Systemen gegenüber 37 Violettbelichtern und 15 UV-Systemen. Betrachtet man ausschließlich den kleinformatischen Bereich (2-up/4-up), überwiegen jedoch die Violettssysteme mit 43% vor den Thermalbelichtern mit 32%, wobei hier die Systeme mit Rotlicht-Bebildung (Polyestersysteme die Fortschreibung der ehemaligen Filmbelichter sind) 13% ausmachen.

Völlig anders sieht es im Bereich der 8-Seiten- und VLF-Belichter aus, wo 76 Systeme in Thermaltechnologie den Löwenanteil gegenüber 11 Violettbelichtern und 14 Systemen für UV-Platten ausmachen.

Ein einheitlicheres Bild gibt der Blick auf die konstruktiven Merkmale der CtP-Systeme. Über alle Formate hinweg überwiegen inzwischen die Außentrommelsysteme. Selbst im Kleinformat liegt der Anteil der Outdrum-Belichter mit 42% vor den Indrum-Belichtern mit 32%, wobei die bisher häufig anzutreffenden Flachbett-Konstruktionen nur noch 27% ausmachen. Bei den großformatigen Systemen ab 8 Seiten liegt der Anteil der Außentrommelsysteme sogar bei 69%. Daraus lässt sich zwar nicht ableiten, dass diese Technologie die bessere ist, doch sind für die kleineren Formatbereiche offenbar nicht mehr nur die einfachen Konstruktionen gefragt.

Bemerkenswert ist in jedem Fall, dass sich CtP-Systeme für die Belichtung UV-sensibler Platten in den letzten Jahren einer wachsenden Beliebtheit erfreuen – nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass neben Flachbett-Belichtern von basysPrint auch Lüscher seit Ende 2006 entsprechende Systeme anbietet.

große Auflagen gefahren – häufige Auftragswechsel sind an der Tagesordnung. Und dabei zeigen die Polyestersysteme ihre Produktivität. Zumal die Standfestigkeit der Platten längst bei 20.000 Exemplaren angeht, 80er Feinstraster und FM-Raster erlauben und ein Verhalten ähnlich der Aluplatte zeigen.

Perspektiven bei CtP

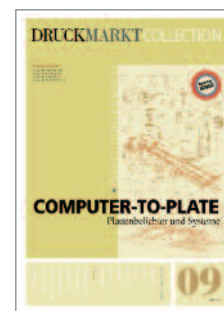
Die Entwicklungen in der Computer- und Informationstechnologie, die Erweiterung der Kommunikationswege und Steigerung der Geschwindigkeiten, die Weiterentwicklung bei Lichtquellen und Materialien sowie neue Workflow-Systeme haben in den letzten Jahren eine ganz neue Qualität der Datenausgabe geschaffen. Und niemand glaubt ernsthaft, dass diese Entwicklungen stehen bleiben werden.

Konsequent weiter gedacht, dürfte auch Computer-to-Plate aufgrund dieser Fakten nur eine Übergangsform sein. Denn ob man langfristig noch Druckplatten im herkömmlichen Sinne benötigt, ist eine fast schon überflüssige Frage. Längst schon gibt es Möglichkeiten, Druckformen innerhalb einer Druckmaschine herzustellen: Bebildern, Drucken, Löschen, Bebildern etc. ist von den digitalen Drucksystemen bereits bestens bekannt.

Technologisch betrachtet ist das Bebildern von Druckplatten in CtP-Systemen also eher eine Zwischenlösung. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht gibt es jedoch erhebliche Fragezeichen. Denn auf absehbare Zeit erlaubt nur CtP die Qualität, die Drucker von den Druckplatten verlangen. Die Qualitätskriterien sind Auflösung, Stabilität des Prozesses und die Auflagenbeständigkeit. Diese Punkte sind für alternative Verfahren noch immer die KO-Kriterien. Schließlich haben sich auch die DI-Maschinen (Digital Imaging) nicht durchgesetzt. Von Weiterentwicklungen (sieht man einmal von Prestek ab) hört man nichts mehr und Heidelberg, die mit der GTO-DI den Startschuss für diese Technik gaben, hat die Produktlinie schon vor Jahren auslaufen lassen.

Nicht zuletzt deshalb, weil CtP heute so schnell und sicher ist, dass andere Bebilderungsverfahren rein rechnerisch den Kürzeren ziehen.

Mehr zum den Themen und Marktübersichten über Computer-to-Plate und Druckplatten im Heft 09 der ›Druckmarkt COLLECTION‹. Das Heft 10, das im August erscheint, wird sich ausschließlich mit den Druckformen beschäftigen.



Investitionskompass
Computer-to-Plate
 Marktübersichten und erläuternde Artikel zu CtP-Systemen im Akzidenz- und Zeitungsbereich.
 Juni 2011
 32 Seiten, A4, davon 11 Seiten Übersichten.
 19,90 € / 24.90 CHF.
 Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com

Quark Publishing System 9

Design und Publishing für iPad, ePUB, Print, mobile Geräte und das Web



NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen

Revolutionizing Publishing. Again.™





Vollblut- Vorstufen-Dienstleister

Die Merlin Firmengruppe setzt auf automatisierte Ausgabesysteme von Kodak

Die als CtP-Dienstleister erfolgreiche Merlin Gruppe hat mit dem Kodak Intelligent Prepress Manager (IPM), einer intelligenten Software für die Fernüberwachung kompletter Plattenlinien, erhebliche Fortschritte bei der Automatisierung gemacht. Die Merlin Gruppe hat sich voll und ganz auf Druckvorstufendienstleistungen spezialisiert. Standen vor rund 26 Jahren noch Fotosatz und Filmbelichtung im Vordergrund, bildet die CtP-Dienstleistung seit rund 15 Jahren das Kerngeschäft. »Wir sehen uns als Technologiepartner rund um die Platte. Wir beliefern Rollenoffset-, Akzidenz- und Verpackungsdrucker mit Druck- und Lackplatten und decken ganz Nordrhein-Westfalen ab«, erklärt Frank Dittmann, Gründer und Inhaber der Firmengruppe. »Es gibt Druckereien, die treffen die Entscheidung, sich nicht mehr mit der Vorstufe zu befassen – unter anderem, weil die Innovationszyklen bei Prepress-Software und -Systemen sehr kurz sind. Für solche Betriebe übernehmen wir die Funktion der ausgelagerten Vorstufe als Dienstleistung.« Insgesamt 40 Angestellte sind bei der Merlin Gruppe im CtP-Service tätig, verteilt auf die Standorte Bielefeld, Essen, Dortmund, Düsseldorf, Köln und Ostbevern bei Münster.

Mit mehr als 300.000 druckfertigen Platten versorgt das Unternehmen jährlich Druckereien in der Region; 18 verschiedene Plattenformate werden bedient. »Wir müssen eine kontinuierliche Verfügbarkeit, Flexibilität, hohe Produktionsqualität und Geschwindigkeit bieten«, sagt Gerhard Engels. Er ist Geschäftsführer am größten Merlin-Standort in Dortmund, an dem neben Offseplatten auch Lackplatten hergestellt werden. »Der durchschnittliche CtP-Auftrag hat bei uns eine Durchlaufzeit von drei bis vier Stunden. Dafür brauchen wir eine flexible Logistik, flexible Mitarbeiter in Datenprüfung und -aufbereitung und schnelle, automatisierte Ausgabesysteme.«

Ausschließlich Kodak-Systeme

Merlin produziert ausschließlich mit Kodak-CtP-Systemen mit Square-Spot-Bebilderung, von deren Prozessstabilität und Wiederholbarkeit Frank Dittmann seit Langem überzeugt ist. In den sechs Filialen betreibt die Merlin Gruppe insgesamt vier Großformat-Plattenbelichter, zwei Kodak Trendsetter 800 Quantum und zwei Kodak Magnus 800 Quantum. Sie werden alle über Prinergy Connect Workflow Systeme mit Ausgabedaten versorgt. Im Dortmunder Betrieb ist ein komplett automatisierter Magnus 800 in

Die Druckformherstellung für den Offsetdruck lässt sich mit schnellen CtP-Systemen und integrierten Verarbeitungslinien bis hin zum sortierten Ab stapeln der druckfertigen Platten vollständig automatisieren. Doch auch in solchen Szenarien sind weitere Prozessoptimierungen möglich.



In der Dortmunder Filiale verwendet Merlin die Kodak Electra XD und die Kodak Trillian SP Thermoplatte. Dabei wird das System via IPM überwacht.

Text und Bilder: Kodak.



Frank Dittmann, Gründer und Inhaber der Merlin Firmengruppe (rechts), mit Gerhard Engels, Geschäftsführer der Merlin Belichtungs-service GmbH in Dortmund.

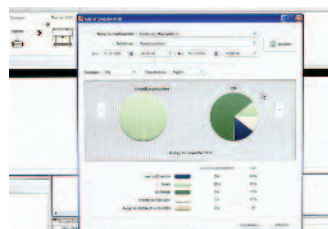
X-Geschwindigkeit mit 5-Kassetten-MCU (Mehrkassetten-einheit), Inline-Registerstanze, Online-Plattenverarbeitungsanlage und Plattenstapler mit vier Stapelpositionen im Einsatz. »Die Automatisierung erlaubt uns ein sehr schnelles Abarbeiten von Aufträgen in verschiedenen Formaten und durch den Bypass am Plattenbelichter können wir Schnellschüsse mit seltener bestellten Formaten reibungslos dazwischenschieben«, sagt Gerhard Engels. »Im Vierfachstapler am Ende der Linie können wir Platten vorsortieren, sodass beim Versandfertigmachen eine schnelle Abwicklung möglich ist. Dabei erleichtert die Inkjet-Rückseitenbeschriftung der Platten anhand eines einbelichteten Barcodes die Auftragszuordnung.«

Manager hinter den Kulissen

An der vollautomatischen CtP-Linie wurde der Intelligent Prepress Manager (IPM) nachgerüstet. Die im Hintergrund aktive Software überwacht den Plattenbelichter und alle Systemkomponenten und erfasst kontinuierlich Statusinformationen. Ferner unterstützt er das Materialbestandsmanagement. Dabei kann ein IPM mehrere CtP-Linien in »seiner Obhut« nehmen.

Treten bei den überwachten Einheiten Probleme auf, springen an den Workflow-Workstations in der Datenaufbereitung Fenster mit entsprechenden Warnhinweisen auf. Zudem kann IPM Alarmmeldungen per SMS oder E-Mail an verantwortliche Personen versenden, sodass auch im bedienerlosen Systembetrieb zum Beispiel über Nacht oder während Wochenendzeiten eine rasche Reaktion und Problembeseitigung ermöglicht wird.

»Im Zuge der Automatisierung haben wir schnell festgestellt, dass wir eine bessere Kontrolle benötigen. Ziel war, das Personal an der Produktionslinie zu reduzieren und anders einzusetzen. Wir brauchten deshalb eine Möglichkeit, die Maschine effektiv aus der Ferne überwachen zu können«, erläutert Gerhard Engels. Das System bietet die Möglichkeit, die Aufnahmen mehrerer Webcams in einem Informationsfenster anzuzeigen. Dies gestattet eine fortlaufende visuelle Überwachung der Linienelemente. Bei Merlin versorgen zwei Kameras den IPM mit Videobildern. Eine beobachtet den Ausgang des Magnus 800, die zweite hat den Vierfachstapler im Auge, der über keine direkte Schnittstelle für den IPM verfügt. So können sich die in der Datenaufbereitung tätigen Mitarbeiter jederzeit vergewissern, ob die Plattenherstel-



Der vom Kodak Intelligent Prepress Manager automatisch erzeugte Auslastungsbericht gibt Auskunft darüber, wann der Belichter wie lange in welchem Status war.



Der vom IPM generierte Plattenverbrauchsbericht liefert detaillierte Informationen über den Verbrauch in bestimmten, frei wählbaren Zeiträumen.

lung läuft, ohne dafür in den Produktionsbereich gehen zu müssen.

Objektive Berichte

Die IPM-Software kann aus den gesammelten Daten über Betriebszustände und den Materialverbrauch Berichte generieren. Darin werden jeweils relevante Daten zusammengefasst und in Diagrammen präsentiert. So gibt der Auslastungsbericht Auskunft darüber, wann der Belichter wie lange in welchem Status war. Daraus lassen sich Schlüsse zur Optimierung ziehen. Der Plattenverbrauchsbericht liefert Informationen über den Plattenverbrauch innerhalb wählbarer Zeiträume. Dabei werden die Verbrauchsmengen auch nach verwendeten Formaten aufgeschlüsselt. »Früher haben wir den Druckplattenverbrauch in einer Excel-Tabelle erfasst. Das erledigt der IPM automatisch und exakt«, merkt Gerhard Engels an. »Die Berichte zeigen uns, wann ein höheres Produktionsvolumen anfällt. Das hat uns sehr geholfen, unseren Personaleinsatz besser zu planen, Überstunden abzubauen und unsere Schichteinteilung zu optimieren.« Angesichts der vielen verschiedenen Plattenformate, die das Unternehmen verarbeitet und auch immer verfügbar haben muss, ist die IPM-

Funktion »Plattenvorrat« sehr nützlich, um eine ausreichende Bevorratung aller Platten sicherzustellen. In der Software lässt sich für jedes Format der Lagerbestand hinterlegen, von dem während der Produktion die verwendeten Platten abgezogen werden. Bei Erreichen eines beliebig festlegbaren Bestandsgrenzwerts sendet der Intelligent Prepress Manager von sich aus eine E-Mail an den Einkauf, um eine Nachbestellung zu veranlassen. »Das vereinfacht unser Bestandsmanagement und das Bestellwesen und wir sparen uns durch diese verlässliche Information viel interne Kommunikation ein«, sagt Gerhard Engels. »Dadurch können wir auf unnötig hohe Lagerbestände verzichten, wodurch wir natürlich auch die Kapitalbindung verringern.«

»Eine intelligente Software sollte uns bei der Produktion helfen und Kostenvorteile bringen. Das haben wir mit dem IPM durch einen optimierten Personaleinsatz, die Möglichkeiten der Fernüberwachung und die Automatisierung der Bestandsführung erreicht«, lautet das Fazit von Frank Dittmann.

► www.graphics.kodak.com.





Xerox Systeme FÜR UMWELTFREUNDLICHKEIT AUSGEZEICHNET

Die Xerox Production Inkjet und die Xerox 800/1000 Colour Press wurden auf der Fespa digital 2011 von der European Digital Press Association ausgezeichnet. Die Xerox Production Inkjet hat den Preis für die »Umweltfreundlichste Tinte des Jahres 2011« erhalten. Das High-Speed-Endlosdrucksystem arbeitet ohne Wasser.

Flint Group zeichnet aus DERELI GRAPHIC ERNEUT HÄNDLER DES JAHRES

Im Jahr 2001 hat Flint Group den Preis »Händler des Jahres« eingeführt und Dereli Graphic (DG) als ersten Gewinner nominiert. Nun, zehn Jahre später, wurde die Auszeichnung erneut an DG verliehen. Dank des Engagements von DG entwickelte sich Flint Group zum klaren Marktführer für flexografische Produkte in der Türkei.

KBA-Großformat in Asia-Pacific HIGHTECH-ANLAGE RAPIDA 142 FÜR TIEN WAH PRESS

Wenige Wochen nach dem Produktionsstart der Supergroßformatanlage Rapida 185 bei Lincraft Printers in Malaysia, hat KBA Asia-Pacific mit der in Singapur ansässigen Tien Wah Press einen Vertrag über eine hoch automatisierte Fünf-farben-Rapida 142 mit Lackturm unterzeichnet. Der Rapida-Jumbo wird in Kürze in Produktion gehen.

Xerox FARBDRUCKSYSTEME ERHALTEN BESTNOTEN FÜR DEINKBARKEIT

Die Internationale Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik (INGEDE) bescheinigt den digitalen Farbproduktionsdrucksystemen von Xerox Bestnoten für Deinkbarkeit. Die Zertifikate gelten für die Xerox iGen4, Xerox 700 Digital Colour Press sowie Xerox 800/1000 Colour Press. www.xerox.de

Deutsche Papier QUALITÄT MUSS NICHT TEUER SEIN

Mit der neuen Sorte Conservation Q will die Deutsche Papier beweisen, dass Qualität nicht teuer sein muss. Das FSC-zertifizierte Papier sei die richtige Wahl für alle Unternehmen, die ihrer Geschäftsausstattung eine gehobene und unverwechselbare Optik und Haptik verleihen und sich dennoch in einem erschwinglichen Preisniveau bewegen möchten. Ob hochweiß oder naturell, mit dezentler Glättung, fein gerippt oder



mit geometrischer Struktur – die Sorte eignet sich für Broschüren, Mappen, Geschäftsberichte und Karten aller Art. Conservation Q steht in 100 g/m² und 300 g/m² mit entsprechenden Briefhüllen zur Verfügung. Das Papier eignet sich für den Offsetdruck und verfügt über eine Laser- und Inkjetgarantie in 100 g/m². www.deutsche-papier.de

NobleCure LEISTUNGSSTEIGERUNG DURCH SPEZIELLE MIKROOPTIK

UV-LED Systeme werden für innovative Druck- und Härtungsanwendungen immer öfter eingesetzt. Dabei können die unterschiedlichen Arbeitsabstände zwischen der UV-LED-Lichtquelle und dem Material den Prozess beeinträchtigen oder sogar verhindern. Heraeus Noblelight kompensiert mit seinen UV-LED Einheiten und dem Einsatz einer speziellen mikrooptischen Technologie diese Schwäche. So können auch bei größeren Arbeitsabständen hohe Prozessgeschwindigkeiten realisiert werden.

Es handelt sich um eine modular aufgebaute LED-Einheit im nahen UV-Bereich, die sämtliche Peripherie-Komponenten wie Kühlung, Steuerung und Stromversorgung umfasst. Diese Komponenten sind aufeinander abgestimmt, um die Lebensdauer der Lichtquelle zu optimieren. NobleCure hat bei einer Wellenlänge von 395 nm eine Bestrahlungsstärke von mindestens 4 Watt pro cm². Bei einer Fläche von fast 40 cm² ergibt dies eine optische Gesamtleistung von etwa 200 Watt. Dies wird durch den Einsatz einer einzigartigen, zum Patent angemeldeten, Mikrooptik realisiert. Die Technologie ermöglicht eine an den jeweiligen Arbeitsabstand optimierte Strahlformung. Die Effizienz des Systems wird hierdurch um über 50% erhöht. Zudem bleibt die Bestrahlungsstärke auch bei zunehmender Distanz zwischen Material und der UV-LED-Lampe relativ stabil. Damit kann NobleCure ohne Umrüstung in verschiedenen Abständen zum Substrat eingesetzt werden. Die Bestrahlungsstärke bleibt bis zu einem Abstand von etwa 100 mm relativ konstant. www.heraeus-noblelight.de



Dank der einzigartigen mikrooptischen Technologie können mit NobleCure unterschiedliche Arbeitsabstände realisiert werden.

Die Technologie ermöglicht eine an den jeweiligen Arbeitsabstand optimierte Strahlformung. Die Effizienz des Systems wird hierdurch um über 50% erhöht. Zudem bleibt die Bestrahlungsstärke auch bei zunehmender Distanz zwischen Material und der UV-LED-Lampe relativ stabil. Damit kann NobleCure ohne Umrüstung in verschiedenen Abständen zum Substrat eingesetzt werden. Die Bestrahlungsstärke bleibt bis zu einem Abstand von etwa 100 mm relativ konstant. www.heraeus-noblelight.de

Actega Terra führt FoodSafe ein LEBENSMITTELRECHTLICH KONFORM LACKIEREN

Seit 1. Juli werden Lacke für Lebensmittel-Verpackungen bei Actega Terra mit dem Zusatz FoodSafe gekennzeichnet. FoodSafe Lacke erfüllen nach Angaben des Herstellers drei Qualitätsmerkmale. Sie sind migrationsarm und unterschreiten den Globalmigrations-Grenzwert von 60 mg/kg (EU Würfel-Modell). Sie wurden von akkreditierten Prüflaboren untersucht und für den direkten Kontakt mit trockenen und



fettenden Lebensmitteln zertifiziert. FoodSafe Lacke sind konform mit der Schweizer Bedarfsgegenständeverordnung und enthalten ausschließlich Rohstoffe, die in der dortigen Positivliste aufgeführt sind. Zusätzlich verzichten die Lacke auf Bestandteile wie Mineralöle, Schwermetalle sowie Phthalate und sind geruchsarm. Derzeit erfüllen 40 Wasserlacke von Actega Terra die FoodSafe-Bedingungen. Darunter finden sich neben Hochglanz-, Glanz- und Mattlacken Funktionslacke wie Barrierelacke, Kalenderlacke oder Primer. www.actega.com/terra



Labelexpo 2011 in Brüssel INNOVATIVE KLEBSTOFF- AUFTRAGSLÖSUNGEN

Unter dem Motto ›Get out of the common track‹ präsentiert sich Baumer hhs auf der Labelexpo mit innovativen Lösungen für die Label- und Verpackungsindustrie. Ungewöhnliche Antworten auf vielfältige Produktionsanforderungen bieten dem Labeldrucker bemerkenswerte Differenzierungspotentiale durch moderne Wege des Klebstoffauftrags. Baumer hhs möchte seine Kunden inspirieren über neue Strategien in der Labelproduktion nachzudenken und stellt sich den Herausforderungen in diesem Marktsegment. Lösungen für die Bookletfertigung und deutliche Performancesteigerungen im partiellen und intermittierenden Klebstoffauftrag präsentiert Baumer als einen Schwerpunkt des Messeauftritts. Die Messeneuheit ist ein kompakter und äußerst zuverlässigen Brailledrucker Xdot. Damit wird die Lücke in der Labelproduktion für die pharmazeutische Industrie geschlossen, die bisher nur durch zusätzliche Etiketten bedient werden konnte. Zielmarkt ist einerseits die digitale Labelproduktion, andererseits alle Produkte, die sich mit den klassischen Prägeverfahren nicht abdecken lassen. Mehrschichtige Etiketten für die Pharmaindustrie lassen sich in exzellenter Qualität mit Blindenschrift bedrucken. Den Brailledruckkopf Xdot demonstrieren ebenfalls OEM Partner im Rahmen ihres Messeauftritts.

➤ www.baumerhhs.com

Diamant MC und Ventura MC DIE IDEALE LÖSUNG FÜR EINEN BUCHPRODUZENTEN

Mit einer Buchlinie Diamant MC 60, einer Ableimmaschine Colibri, einem Dreischneider Merit S und einer Fadenheftmaschine Ventura MC von Müller Martini automatisiert die Druckerei Uljanovskij Dom Petschati im russischen Uljanowsk ihre Buchproduktion. Neben Zeitungen, Akzidenzen, Etiketten und Verpackungen druckt Uljanovskij Dom Petschati monatlich rund 8 Mio. Bücher. Die 1945 gegründete Drucker-



V. l.: Roland Henn (Geschäftsführer Müller Martini Österreich), Jurij Jefimowitsch Wikhalevsky (Generaldirektor Uljanovskij Dom Petschati), Bernhard Schmid (Mitglied der Konzernleitung von Müller Martini), Michael Masinovsky (Geschäftsführer Müller Martini Russland), Wolfgang Henn (Geschäftsführer OD Systeme Handels- & Vertriebs GmbH Wien).

ckerei verfügt über einen eigenen Verlag und ein eigenes Netz an Buchhandlungen. Mit dem Verlagsboom in Russland in den 90er-Jahren wurde die Buchherstellung zum Kerngeschäft des rund um die Uhr produzierenden Unternehmens. Die Zahl der gedruckten Bücher erhöhte sich jährlich – ebenso wie die Anzahl der Mitarbeiter – von 256 im Jahr 1991 auf heute 1.400. »Wir wollten ein System«, so Generaldirektor Jefimowitsch Wikhalevsky, »mit dem wir hochqualitative Bücher mit minimalem Aufwand herstellen können.« Nach einer ausführlichen Evaluation fiel die Wahl schließlich auf die Buchlinie Diamant MC 60 mit Ableimmaschine Colibri und Dreischneider Merit S sowie auf die Fadenheftmaschine Ventura MC.

Mediehuset Mors A/S, Dänemark STREAMSTITCH SCHLIESST LETZTE LÜCKE

Im Frühjahr 2009 nahm die Mediehuset Mors Tryk & Produktion in Nykøbing Mors parallel zu einer KBA Cortina eine Ferag-Verarbeitungslinie mit RollSertDrum, RollStream, MultiDisc-Peripherie und Schneidtrommel SNT-U in Betrieb. Als einzige Zeitung wird das Lokalblatt Morsø Folkeblad mit rund 5.500 Exemplaren auf den Anlagen produziert. Die Auflage reicht für maximal 30 Minuten Kapazitäts-



Bent A. Villumsen, CEO Mediehuset Mors Tryk & Produktion A/S rechnet bei StreamStitch mit einer Amortisation nach zwei Jahren.

auslastung pro Tag. Während der übrigen 23,5 Stunden liefern Semi-commercials mit Auflagen von mehreren Tausend bis in den Millionenbereich das notwendige Futter für die Produktionstechnik. Allerdings blieb man mit einem Rollenwechsler und einer Heftvorrichtung im Falzapparat bei gehefteten Produkten bis anhin auf maximal 32 Seiten Tabloid beschränkt. Magazine mit höheren Seitenumfängen gingen ungeheftet in den Vertrieb oder wurden unter hohem logistischen Aufwand extern produziert. Von diesem Korsett hat man sich jetzt befreit und die im Ferag-Konzept vorgesehene Option StreamStitch eingelöst. Heute kann alles im eigenen Haus produziert werden, bei erheblich schnellerer Produktion und einer Qualität, die zu 100% unter eigener Kontrolle bleibt.

➤ www.ferag.com

buchbücher.de investiert in Océ BUCHPRODUKTION IN KLEINAUFLAGEN

Die zur CPI-Gruppe gehörende buchbücher.de GmbH im fränkischen Birkach ist einer der führenden Book-on-Demand-Dienstleister in Deutschland. Die Druckerei produziert Soft- und Hardcoverbücher in Kleinauflagen – seit 2010 auf einer Océ ColorStream 10000 Flex und einer VarioPrint 6160 Ultra. buchbücher.de druckt mit 30 Mitarbeitern rund 500.000 Hard- und Softcover-Bücher pro Jahr – in Kleinauflagen zwischen einem und 800 Exemplaren. Der reibungslose Workflow von der Bestellung bis zur Auslieferung ist ein entscheidendes Kriterium für die rund 200 Verlagskunden von buchbücher.de. Ausschlaggebend für die Investition war neben der hohen Druckgeschwindigkeit auch der direkte Schön- und Widerdruck beider Océ Systeme: »Das Papier wird beidseitig in einem Durchlauf bedruckt und dadurch schonender verarbeitet«, sagt Robert Höllein, Geschäftsführer der buchbücher.de GmbH. »Das ermöglicht uns zum einen den Einsatz eines größeren Materialspektrums, zum anderen ist die hohe Qualität des Endproduktes gesichert, weil das Papier nicht schrumpft oder sich wellt. Zudem sinkt so auch die Fehleranfälligkeit beim Druck, was letztlich zu einer höheren Produktivität führt.«

➤ www.oce.de



X-Large vor großartiger Kulisse

Auf XL-Tour: Druckmarkt besuchte Anwender der Heidelberger Großformatmaschinen

Inzwischen wird die Speedmaster XL 145 und XL 162 von der Vier- bis zur Acht-Farbenmaschine mit Lackierwerk, Doppellack, UV-Ausstattung, als Wendemaschine und mit Materiallogistik ausgeliefert. Druckereien aus den Segmenten Faltschachteldruck, Point of Sales (POS), Verlagsdruck, Akzidenzen und Short-run-color arbeiten mit den Modellen.

»Wir haben unser Ziel erreicht und die Großformatmaschinen erfolgreich im Markt platziert. Durch die neuen Technologien werden alle wesentlichen Markttrends abgedeckt,



und unsere Kunden produzieren zum besten Verhältnis von Preis und Leistung am Markt«, erklärte **Jürgen Grimm**, Lei-

ter Product Marketing Equipment bei Heidelberg, bei einer Informationsveranstaltung.

Die Großformatmaschinen basieren auf der Technologie der Speedmaster XL 105 und punkten nach Angaben von Heidelberg durch kurze Rüstzeiten, hohe Makulatureinsparungen, Flexibilität bei unterschiedlichen Bedruckstoffen und hohe Maschinenverfügbarkeit. Damit sei die Maschinenreihe eine Antwort auf globale Markttrends wie Lean Manufacturing, also einer industriellen

Druckproduktion, die heute hauptsächlich durch Prozessoptimierung geprägt ist. Zudem verlange der Markt nach immer größeren Formaten bei gleichzeitig kleiner werdenden Auflagen.

Auch im Verpackungsdruck ist inzwischen ein Trend zu Print-on-demand beziehungsweise Wiederholauflagen bei kleiner werdenden Auflagen zu erkennen, der eine optimale Lagerhaltung bei kurzen Durchlaufzeiten voraussetzt. Für die Differenzierung der Druckprodukte durch Veredelungen sind die Maschinen von Heidelberg ebenfalls geeignet.

Erfolgreiche Kunden über alle Marktsegmente

Internationale Marktführer im Faltschachteldruck wie Mayr-Melnhof Packaging in Europa und RockTenn in den USA haben sich für die Speedmaster XL 145 entschieden und bereits Bestellungen für weitere Maschinen platziert. Diese Kunden schätzen und fordern die hohe Produktivität bei gleichzeitig kürzesten Rüstzeiten. So erreichte eine Druckerei innerhalb von vier Monaten in einer Dreischichtproduktion mit der Speedmaster XL 145-6-L beispielsweise eine durchschnittliche Fortdruckgeschwindigkeit von 14.300 Bogen pro Stunde, wobei die Maxi-

Heidelberg stellte auf der drupa 2008 seine Großformatmaschinen Speedmaster XL 145 und XL 162 vor und fertigt seit Anfang 2009 in Serie. Innerhalb relativ kurzer Zeit erreichte Heidelberg nach eigenen Angaben einen substantziellen Marktanteil mit wohl steigender Tendenz. Denn die Anwender geben dem Maschinenkonzept durchweg gute Noten.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Seit Anfang 2009 fertigt Heidelberg seine Großformatmaschinen Speedmaster XL 145 und 145 in Serie. Für die Baureihe wurde in eine moderne



Montage und Fertigung in Halle 11 am Standort Wiesloch-Walldorf investiert, wo auch Neu- und Weiterentwicklungen gezeigt werden.



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

malgeschwindigkeit bei 15.000 Bogen pro Stunde liegt. Dies entspricht einem Ausstoß von mehr als fünf Millionen Druckbogen im Monat und damit 60 Millionen Druckbogen pro Jahr. Die durchschnittliche Rüstzeit lag bei weniger als 25 Minuten pro Druckauftrag.

Nach 250 Rüstbogen in Produktion

Der Verpackungs- und Veredelungsspezialist Karl Knauer KG im badi-schen Biberach produziert seit Anfang 2010 mit der weltweit ersten Sechsfarben-Speedmaster XL 145 mit Doppellack, Prinect Inpress Control und voll integrierter Material-logistik. Bei Karl Knauer war die Maschine Bestandteil der größten Investition in der Unternehmensge-

schichte von insgesamt 10 Mio. €. Mit einer Höhe von vier Metern und über 40 Metern Länge steht diese Maschine für modernste Verpackungs- und Veredelungstechnologie. »Ein ausschlaggebender Punkt bei der Investitionsplanung war die Fähigkeit der Maschine, auch kleine Auflagen wirtschaftlich drucken zu können«, betont Joachim Würz, Mitglied der Geschäftsleitung bei Knauer. Die Speedmaster XL 145 ermöglichte die einfache Steuerung aller Jobparameter vom Anlegen über das Drucken, Lackieren, Trocknen bis hin zum Auslegen und übernehme die Register- und Farbregelung vollautomatisch. Karl Knauer hatte als Ziel definiert, dass die Verpackungsaufträge nach 250 Rüstbogen in Produktion gehen. Dies bedeutet bei durchschnittlichen

Auflagenhöhen von 7.000 Bogen eine erhebliche Zeit- und Materialersparnis. »Trotz der Größe der Maschine ist sie von zwei Mitarbeitern gut zu bedienen«, erklärt Geschäftsführer Richard Kammerer. »Wir sind stolz, für unsere Kunden einen Mehrwert an Qualität, Kapazität und Vielfalt schaffen zu können«, bestätigt Kammerer. Insgesamt hätten sich die benötigten Einrichtebogen und die Rüstzeiten durch die Speedmaster XL 145 um jeweils 50% reduziert. Knauer ist Mitglied in der Copaco-Allianz. Die Produktion verteilt sich auf Verpackungen und Werbemittel, hier vor allem Schreibtisch- und Schreibwarenartikel, für den europäischen Markt. Das dritte Standbein sind maßgeschneiderte Premium-

KARL KNAUER KG

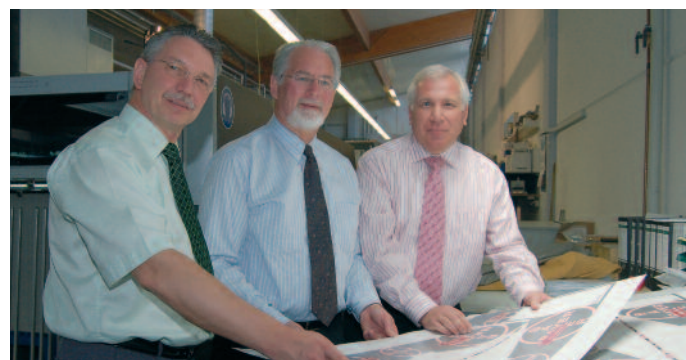
Die Karl Knauer KG ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Sitz in Biberach/Baden. Gegründet 1938, hat es sich als Spezialist für Verpackungsmanagement etabliert. Das Unternehmen steht für integrierte Lösungen von der Konzeption der Verpackung bis zur Regalpflege am POS. Knauer ist Anbieter von Verpackungen, Werbemitteln und Präsentverpackungen. Das Unternehmen deckt mit einem hohen Grad an Spezialisierung vorrangig die Bedürfnisse der Konsum- und Industriegüterbranche, der Lebensmittel- und Getränkebranche ab. Mit 425 Mitarbeitern erwirtschaftet es einen Jahresumsatz von rund 50 Mio. Euro (2009). Mit Investitionen, 10 Mio. Euro allein im Jahr 2009, sichert die Knauer Standort und Zukunft des Unternehmens und seiner Mitarbeiter. Die Mitarbeiter der Karl Knauer KG verstehen sich als Partner und Full-Service-Dienstleister ihrer Kunden. Diese profitieren von der aktiven Partnerschaft, die Knauer mit ihren Lieferanten verbindet. So besteht bei der Entwicklung neuer Produktionstechniken eine enge Zusammenarbeit mit Heidelberg und der Schweizer Bobst Group.

► www.karlnkauer.de

Im Segment der maßgeschneiderten Premium-Präsentverpackungen ist die Karl Knauer KG marktführend.



Die Geschäftsführung von Karl Knauer (v.l.): Joachim Würz, Geschäftsführer, Olaf Pohl, geschäftsführender Gesellschafter und Richard Kammerer, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung.





Groß, vor großartiger Kulisse: Wo andere Urlaub machen, produziert seit Anfang 2010 die Druckerei Schlaefli & Maurer AG mit der Speedmaster XL



145-Fünffarben plus Lackierwerk – die erste Maschine dieser Art in der Schweiz. Das Unternehmen bietet vielfältige Produkte im hochwer-



tigen Akzidenzdruck an. Mit der Speedmaster XL 145 entstehen Geschäftsberichte, Kataloge, Magazine, Kalender, Landkarten und Displays.

Verpackungen, ein Segment, in dem Knauer marktführend ist und sich auf den hochwertigen Wein- und Spirituosenhandel spezialisiert hat.

Vier Minuten rüsten

Von Druckereien, die Point-of-Sale-Materialien produzieren, kommen ebenfalls positive



Rückmeldungen über die Großformatmaschinen von Heidelberg. So berichtet **Hans Börncke**, Leiter Produktmarketing GGF bei Heidelberg, von einem Kunden, der eine durchschnittliche Rüstzeit von zwölf Minuten je Job erreicht – und das bei 40 Druckaufträgen pro Tag. Dies entspricht rund 13 Jobs pro Schicht. Weitere Kunden sind von Wettbewerbsmaschinen auf die Maschinen von Heidelberg umgestiegen. Erst kürzlich installierte die Druckerei Quad/Winkowski die erste Speedmaster XL 162 in Polen. Die Fünffarben-Maschine mit Lackierwerk und Prinect Inpress Control produziert großformatige POS-Displays hoher Qualität bei minimaler Makulatur. Damit wird auch eine ökologische Druckproduktion umgesetzt. Der Kunde ist von der schnellen, zuverlässigen und leichten Bedienung der

Maschine so begeistert, dass er bereits eine zweite Speedmaster XL 162 bestellt hat. Die Druckerei SB Graphic in Paris produziert POS-Displays für das Luxus-Segment und schwört auf die hohe Qualität bei kürzesten Rüstzeiten der Speedmaster XL 162. Im Marktsegment der Poster-Produktion und Short-run-color punktet die Speedmaster XL 145 ebenfalls durch die kurzen Rüstzeiten, die in diesem Format umgesetzt werden können. Short-run-color-Printing mit zwölf Jobs pro Stunde bei einer Rüstzeit von vier Minuten pro Job und einer Auflage von 200 Bogen sind realisierbar. Je kleiner die Druckauflagen, desto größer wirkt sich dieser Vorteil auf die Kosten aus. Druckereien können so völlig neue Geschäftsmodelle umsetzen.

Komplette Heidelberg-Lösung

Die Druckerei Schlaefli & Maurer AG hatte im Jahr 2009 für ihren neuen Produktionssitz im schweizerischen Uetendorf bei Thun einen Großauftrag über rund 10 Mio. Franken für eine komplette Lösung von Heidelberg platziert. Seit Anfang 2010 wird mit der Speedmaster XL 145-Fünffarben plus Lack und dem CtP-System Suprasetter 145 produziert. Alle Komponenten sind mit dem Prinect-Workflow vernetzt. Im Investi-

tionspaket waren zudem eine Speedmaster XL 105 5-L, eine Taschenfalzmaschine Stahlfolder TD 112 und eine Schneidstraße von Polar-Mohr enthalten.

Nicht nur für Nischen

Gut ein Jahr nach dem Anlaufen der Anlagen zieht Schlaefli & Maurer eine positive Bilanz. Mit der XL 145 erreichte die Druckerei nach den



Aussagen von Geschäftsführer **Rolf Hänni** ein Alleinstellungsmerkmal in der Schweiz, das im Akzidenzdruck unerreichbar ist. »In diesem Format haben wir so gut wie keinen Wettbewerb«, sagt Hänni, der vor allem die Vielseitigkeit und Flexibilität der Maschine schätzt. So ging es ihm bei der Investition nicht um eine Spezialisierung in einer Nische, sondern um Universalität der Anwendungen. So kommen bei der Druckerei Papiere in Grammaturen von 80 bis 800 g/m² zum Einsatz. Dabei entstehen Geschäftsberichte, Kataloge, Magazine, Bildkalender, Landkarten und Schaufensterdisplays. In der Druckmaschine können ebenfalls Inline-Perforationen und Inline-Stanzungen ausgeführt werden – ein weiteres Beispiel für die Universalität.

SCHLAEFLI & MAURER

Schlaefli & Maurer ist eine Familien-AG mit 170 Angestellten, die 2010 einen Umsatz von 25 Mio. Franken erwirtschafteten, was einer Umsatzsteigerung von 15% im ersten Produktionsjahr mit der Großformatmaschine entspricht. Und das, obwohl in und nach der Krise das Geschäft mit der Fremdenverkehrswerbung fast komplett eingebrochen sei, berichtet Rolf Hänni, Geschäftsführer des Unternehmens.

Der Geschäftssitz der AG befindet sich in Interlaken, eine Filiale ist in Spiez angesiedelt und der Produktionsbetrieb in Uetendorf. Zudem gibt es noch eine Kartonageproduktion in Heimberg.

Schlaefli & Maurer ist traditionell ein Pionier, wenn es um neue Techniken in der Schweiz geht. So war das Unternehmen ganz vorn dabei, als man 1996 CtP einführt oder 2001, als man die schweizweit erste 10-Farben-Speedmaster im Format 50 x 70 cm installierte und 2003 auf das Format 70 x 100 cm wechselte. Aktuell ist man mit der ersten XL 145 wieder einmal das erste Schweizer Unternehmen. Für 2012 plant man die Integration des Kartonagebetriebs in Uetendorf und will den Digitaldruck ausbauen.

➤ www.schlaefli.ch

VOLL Treffer



Mit dem Einzug der neuen Druckmaschinen musste auch die Weiterverarbeitung verstärkt werden. Neben der Polar-Schneidelinie investierte Schläefli & Maurer auch in einen Primera E140 von Müller Martini.

»Die Maschine hat die Taufe längst bestanden. Durch die hohe Druckqualität und die breiten Anwendungsbereiche haben wir viele neue Kunden gewinnen können«, erklärt Rolf Hänni. Neue Anwendungen sind für die Druckerei im Berner Oberland zum Beispiel Landkarten, Uhrenkataloge und Plakate im Großformat. Die XL 145 hatte bei unserem Besuch Ende Mai bereits über 15 Millionen Bogen gedruckt. Für den bisher größten Einzelauftrag wurden 160 Tonnen Papier (dies entspricht 300 Paletten) bedruckt, geschnitten, gefalzt und ausgeliefert. Künftig will Schläefli & Maurer den Anteil der höherwertigen Drucksachen, den Kartonagen-Bereich und Aufträge mit Online-Sammelformen weiter ausbauen.

Die beiden Speedmaster XL 105 und XL 145 bei Schläefli + Maurer sind übrigens (wie in der Schweiz fast schon üblich bei neuen Installationen) in ein Klimakonzept eingebunden und werden über die Star-Peripherie von Heidelberg mit Wärme, Luft, Kühlmittel und konditioniertem Feuchtwasser versorgt.

Lob von den Anwendern

Die Speedmaster XL 145 und XL 162 sind für Druckereien mit industriellen Prozessabläufen konzipiert. Alle Merkmale wie flacher Bogenlauf in

der Maschine, automatisierter Plattenwechsel und Kompensationsprozesse bei der Plattenmontage sowie die Inline-Qualitätsmessung im laufenden Betrieb mit Prinect Inpress Control, erfüllen die hohen Ansprüche bei Druckqualität und Materialausnutzung. Dies wird aus allen Gesprächen mit Anwendern deutlich. Die stabile Konstruktion und das Design der Maschinen sind auf Dauerbetrieb ausgelegt. Auch der Maschinenleitstand Prinect Press Center mit der Intelli-Start-Bedienung wird von den Anwendern gelobt, da dies den standardisierten Druckprozess unterstützt. Betrachtet man die Rüstzeiten für den Wechsel der Farben, Rasterwalzen, Druck- und Lackplatten gibt es nach den Aussagen der Anwender keine vergleichbare Lösung im Markt.

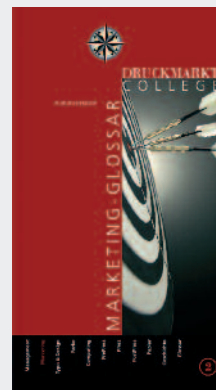
Dazu vielleicht noch eine interessante Aussage von Rolf Hänni: »Wir wollten ursprünglich eine Zehnfarbenmaschine, doch die Modelle am Markt mit zweifach Dispolack haben uns nicht überzeugt. Dafür aber die Tatsache, dass Heidelberg die Maschine für Papier und Karton konstruiert hat und nicht nur für Karton, um dann ein »Papierpaket« aufzupropfen.«

› www.heidelberg.com



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 Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunika-

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



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



Wer produziert eigentlich Schreibhefte?

Die Schreibwarenfabrik Format Werk in Österreich zum Beispiel

Die Kinder lassen sich von den gewaltigen Maschinen, darunter eine KBA Rapida 106-Bogenoffsetmaschine, in Bann ziehen, malen und basteln gemeinsam. Für Format Werk ist dies fast Normalität, denn jährlich besuchen 3.500 Kinder als Endabnehmer den Betrieb: Kundenbindung par excellence.

Format Werk ist der größte Hersteller von Papierwaren für Schule und Büro in Österreich. 12.700 Tonnen Schreibwaren, darunter 35 Mio. Schulhefte verlassen jährlich die Fertigungsbänder in Gunskirchen. Darunter sind neben den Hausmarken private Label für viele europäische Länder sowie weitere Produkte für den Schulbedarf. 60% der Produktion gehen in den Export, wobei die Schweiz, Skandinavien, die Benelux-Staaten und Deutschland Hauptabnehmerländer sind.

Die eigentliche organisatorische Herausforderung liegt in der Produktvielfalt. Für Schreibwaren gibt es in jedem Land, oft sogar für jedes Bundesland, eigene Vorgaben. In Österreich hat ein Standard-Schulheft 20 Blatt und eine blaue Liniatur, in Deutschland sind es 16 Blatt mit grauer Liniatur. Es gibt Standard- und Zwischenformate, für jedes Land eigene Umweltlogos und große Warengruppen neben Kleinstauf-

lagen. Insgesamt besteht ein Schulsortiment aus etwa 150 unterschiedlichen Artikeln. Das Produktionsportfolio bei Format Werk beinhaltet 600 Artikel der Eigenmarken Formati, Format-X, Ursus, Edition Dürer und weitere. Hinzu kommen 1.700 Artikel im Private-Label-Geschäft sowie noch einmal rund 2.000 Kalenderartikel.

Vielfalt verlangt perfekte Organisation

Die Kompetenz von Format Werk besteht darin, trotz dieser Vielfalt schlank und hoch automatisiert zu produzieren. Im Klartext heißt das: ununterbrochenes Rüsten, Wechseln der Formate, der Liniaturen, der Eckengestaltung, Bogenzahl, Papierqualitäten und, und, und.

10.000 m² umfasst die Produktionsfläche inklusive Fertigwarenlager. Beeindruckend ist die Logistik in der riesigen Produktionshalle: Fahrerlose Transportsysteme bringen Papierrollen, wenden auf engstem Raum und holen geschnittene und konfektionierte Fertigprodukte wieder ab. Kein einziger Mitarbeiter und kein Gabelstapler sind in diesem ausgeklügelten Materialfluss zu sehen.

Format Werk sieht sich nicht als Druckbetrieb, denn nur 4% der gut 100 Mitarbeiter sind Drucker. Die meisten arbeiten als gelernte Pro-

Kurz vor 9 Uhr hält ein Reisebus im Hof des Format Werk in Gunskirchen. Knapp 50 Schülerinnen und Schüler werden am Eingang in Empfang genommen. In den nächsten Stunden erleben sie die Fabrik, die einen Großteil ihrer Schulhefte und Schreibblöcke produziert.



Schüler der 4. Klasse von der Rosenschule aus Attnang-Puchheim belagern die KBA Rapida 106. Sie sind auf Exkursion in der Fabrik, die ihre Schreibhefte produziert.

Text und Bild: KBA



In der riesigen Produktionshalle geht die KBA Rapida 106 fast unter.



Soweit das Auge reicht: Fertigungsstraßen für die vollautomatische Produktion von Papierwaren in hoher Variantenvielfalt.



Fahrerlose Transportsysteme sorgen für einen lückenlosen Materialfluss.

duktionstechniker in der Instandhaltung, bedienen die Flexodruckmaschinen oder sind im Einkauf und in der Lagerwirtschaft tätig.

Einzig Bogenoffsetmaschine ist seit Ende 2009 eine hoch automatisierte Rapida 106 mit ziehmarkenfreier Anlage DriveTronic SIS, simultanem Plattenwechsel DriveTronic SPC und vielen anderen Features für den schnellen Jobwechsel. Sie produziert fast ausschließlich Umschläge für die Schul- und Büroartikel. »Technologisch war die Rapida 106 für uns ein Quantensprung«, kommentiert Thomas Riemer, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Im vergangenen Jahr hat sie im Zweischichtbetrieb rund 20 Mio. Drucke absolviert. Der Rüstanteil lag über 25%. Die vorherige Bogenoffsetmaschine brauchte für die gleiche Menge drei Schichten.

Schneller Jobwechsel und exakte Qualität zwingend

Bei der Produktion von Schreibwaren denkt man an große Auflagen. Das ist aber nur selten der Fall. Für die Umschläge von 36.000 Schreibblöcken im Format DIN A6 sind gerade einmal 1.000 Druckbogen von der Rapida 106 erforderlich, für eine Million Schulhefte dagegen stattli-

che 250.000 Bogen. Bei kleineren Auflagen läuft die Rapida 106 deshalb nur mit durchschnittlich 13.000 Bogen statt der möglichen 18.000 Bogen/h. Die Bedruckstoff-Palette reicht von ca. 70 g/m² bis 300 g/m². Wichtig war für die Fachleute von Format Werk die Inline-Farbregelung QualiTronic Color Control. Während in diesem Bereich die Druckqualität noch vor ein paar Jahren nicht im Vordergrund stand, hat sich dies heute vollkommen gewandelt. Liegen fünf unterschiedliche Chargen im Verkaufsregal nebeneinander, darf es optisch keine Unterschiede

Format Werk setzt Ecobind von Bakaerts für alle seine Produkte mit Spiral- und Doppelspiralbindung der Marken Formati, Format-X und Ursus Green sowie in der Private Label Reihe ein.



BAKAERTS ECOBIND BEI FORMAT WERK

Format Werk hat sich für die Verarbeitung der Hefte für Ecobind, die von Bekaert angebotene umweltfreundliche Beschichtung für Buchbindedraht, entschieden, um seine Produktreihe an Schreib- und Schulheften mit Spiralbindung herzustellen.

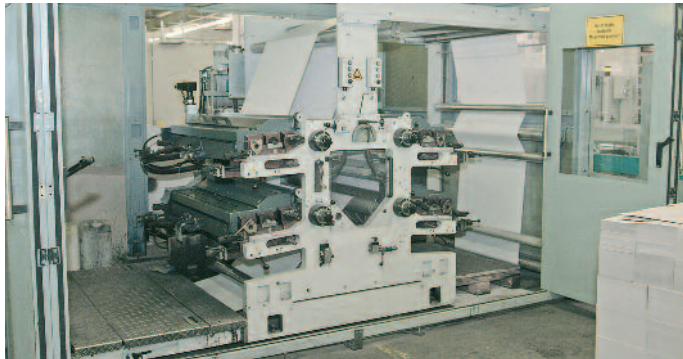


Thomas Riemer, Geschäftsführer der Format Werk GmbH, erläutert dies: »Wir streben an, für den gesamten Produktionsprozess nur Materialien einzusetzen, die auf verantwortliche Weise hergestellt wurden. Um dieses Ziel zu verwirklichen, haben wir ein vielschichtiges Umweltschutzsystem eingerichtet, das auch Bestandteil der Qualitätskontrolle ist. Das versetzt uns in die Lage, die Nachhaltigkeit der eingesetzten Rohstoffe sowie von deren Bezugsquellen zu garantieren.«

Als Bekaert mit Ecobind den Buchbindedraht auf den Markt brachte, der mit einer CO₂-neutralen und farbigen Beschichtung versehen war, die speziell für spiralgebundenen Papiererzeugnissen entwickelt wurde, erkannte Format Werk das Potenzial des Produktes. Die Beschichtung des Ecobind Drahts ist aus einem sogenannten »grünen Polymer« hergestellt, das aus natürlichen Rohstoffen besteht. Zwar hat dieses Polymer die gleichen technischen Eigenschaften wie auf Erdöl basierende Polymere, doch Ecobind von Bekaert zersetzt sich vollständig, wenn es einer industriellen Kompostierung zugeführt wird. »Die Kombination unserer Papierprodukte mit Ecobind ist ein gutes Beispiel dafür, wie die gemeinsame Nutzung des jeweiligen Know-hows dazu beitragen kann, dieses Ziel zu erreichen«, sagt Thomas Riemer. »Bekaert hat das gleiche Umweltbewusstsein und die gleiche Motivation wie Format Werk, Produkte fortwährend zu optimieren, ohne den Umweltschutz aus dem Blick zu verlieren.«

Marcelo Xavier, Global Market Manager bei Bekaert, unterstreicht die Bedeutung dieser Zusammenarbeit: »Die Entscheidung von Format Werk für Ecobind verdeutlicht den Bedarf des Marktes an umweltfreundlichen Produkten. Ecobind fügt sich nahtlos in die Firmenphilosophie von Format Werk ein.« Format Werk setzt Ecobind für alle Produkte mit Spiral- und Doppelspiralbindung der Marken Formati, Format-X und Ursus Green sowie in der Private Label Reihe ein.

► www.bekaert.com



Eine der Flexodruckmaschinen für die Herstellung der Liniaturen.

geben. Mit der Inline-Farbregelung können Farbschwankungen vermieden werden. Entsprechend sind die internen und externen Reklamationsquoten deutlich gesunken.

Schneller Lackplattenwechsel als Vorteil

Die vollfarbig bedruckten Umschläge für Schreibblöcke und -hefte können im fünften Werk mit einer zusätzlichen Sonderfarbe versehen werden. Häufiger erfolgt in diesem Werk der Eindruck von Mutationsplatten mit Linien oder EDV-Nummern. Fast durchgängig ist dagegen die Inline-Lackierung, wobei der Bereich der Etiketten ausgespart wird, damit diese beschreibbar sind. Dies erfordert häufige Wechsel der Lackplatten. Auch hier punktet die Rapida 106 mit ihrem halbautomatischen Lackplattenwechsel in maximal zwei Minuten.

Umweltorientierte Produktion

Die Zahl der Öko-Labels für die Produkte von FormatWerk ist riesig und je nach Land und Region unterschiedlich. Umweltschutz ist so zu einem zentralen Bestandteil der Firmenphilosophie geworden. Ein Mitarbeiter ist rund um die Uhr für die

erforderlichen Zertifizierungen verantwortlich – vom Österreichischen Umweltzeichen über den Blauen Engel, den Nordic Swan, FSC- und PEFC-Zertifizierung bis hin zum klimaneutralen Druck. Dabei muss die Produktion ständig neuen Vorgaben angeglichen werden. Rund 25% der Gesamtproduktion werden nach dem ClimatePartner-Prozess klimaneutral produziert. Besonders umweltschonende Rohstoffe verbessern die CO₂-Bilanz. Bei der Produktion dennoch nicht vermeidbare CO₂-Emissionen werden durch die Investition in anerkannte Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Trotz digitaler Medien und Lesegeräte ist die Herstellung von Papierwaren ein Wachstumsmarkt. Vor allem durch den Export hat FormatWerk in den vergangenen Jahren beim Umsatz deutlich zugelegt. 2000 betrug der Umsatz des aus vier Betrieben hervorgegangenen Unternehmens 14 Mio. €. Heute liegt er bei über 22 Mio. €. Das regelmäßig renovierte und erweiterte Werk präsentiert sich mit einer modernen und gepflegten Optik. Thomas Riemer: »Es ist uns ein Anliegen, dass man sich wohlfühlt.« Dieses Ziel hat er ganz offensichtlich auch bei seinen jüngsten Kunden erreicht.

➤ www.kba.com



Falzen bis 400 Gramm

BINDERHAUS MIT SPEZIELLEM KARTONFALZWERK

Binderhaus bietet ab sofort ein Spezialfalzwerk für hohe Grammaturen des Herstellers Baumfolder an. Das sogenannte Kartonfalzwerk falzt bis zu 400 g/m². Falzwalzen mit 70 mm Durchmesser und PU-Beschichtung sorgen für den nötigen Griff und vermeiden zu starkes Durchbiegen des Bogens. Es eignet sich unter anderem zum Falzen gerillter beziehungsweise genuteter Bögen. Zur Verfügung stehen vier Taschen bei 52 cm Breite.

Das Kartonfalzwerk falzt Bogen ab 15 cm Länge mit 10 bis 52 cm Breite. Von 7,6 bis 52 cm reicht die Falzlänge und Papiergewichte von ca. 60 bis 400 g/m² lassen sich verarbeiten. Der Antrieb erfolgt ohne Schlupf durch Zahnräder mit maximal 208 m/min.

Stellt man das Kartonfalzwerk hinter eine vorhandene Rillmaschine beziehungsweise Nutmaschine, dann erfolgt die Bogenausrichtung automatisch. Die Höhe der Papierübergabe ist stufenlos von 76 bis 122 cm verstellbar. Gefalzt werden kann mit der maximalen Geschwindigkeit aller gängigen Balkenrillmaschinen. Messerwellen ermöglichen zudem Perforation, Trennschnitt oder Zwischenschnitt, bevor die Falzbogen auf der elektrischen Bandauslage geschuppt ausgegeben werden.

Mit 70 mm Falzwalzendurchmesser verhindert das Kartonfalzwerk das



starke Durchwalzen des Papiers im

Walzenstuhl herkömmlicher Falzmaschinen mit üblicherweise nur 38 mm Durchmesser. So brechen die Papierfasern nicht und selbst schwere Bogen bekommen keine »Orangenhaut« mehr, die das Produkt zerstören. Der Falzbogen liegt mit sehr guter Planlage in der Auslage, anstatt durchgebogen zu sein. Herstellerunabhängig falzt das Kartonfalzwerk hinter beliebigen Rillmaschinen beziehungsweise Nutmaschinen, weil Steuerung und Stromversorgung integriert sind. So ist keine elektrische Anbindung erforderlich. Per Kurbel kann der Bediener die Übergabehöhe in wenigen Augenblicken ändern. Das Inline-Falzen von gerillten Bogen senkt die Durchlaufzeit stark, weil das Absetzen der gerillten Bogen, Zwischenstapeln und Neuanlegen entfallen.

Gegenüber integrierten Rill-Falzmaschinen bietet Binderhaus mit dieser Produktneuheit eine viel höhere Leistung. Bis zu 11.000 Bogen/Stunde können in bester Qualität gerillt und gefalzt werden. Der Papierlauf ist mühelos durch den Bediener einsehbar und zugänglich. Gleichzeitig ist diese Lösung robuster, weniger anfällig und vielseitiger einsetzbar.

Interessant ist das Kartonfalzwerk auch als Alternative zu einem herkömmlichen Kreuzbruchfalzwerk. Weil es auch dünne Papiere ab ca. 60 g falzen kann eignet es sich für den Alltag ebenso wie für das Falzen schwerer Papiere. Einrichten lassen sich die Falzarten werkzeuglos von außen. Alle gängigen Falzarten wie Flyer, Wickelfalz, Zickzack, Leporello oder Altarfalz sind möglich.

swiss publishing week

Winterthur, 12. bis 16. September 2011

Von Topexperten lernen!

Montag: Einsteiger-Tag > Mit vielen einführenden Hands-on-Workshops von den Publishing-Cracks. Greifen Sie selber in die Tasten!

Dienstag: Layout > Holen Sie alles aus InDesign raus! Layout-Grundlagen bis Automation. Am Abend die legendäre InDesign-Party.

Mittwoch: Tablet-Publishing > Von InDesign aufs iPad und andere Tablets. Business-Modelle, Systeme im Vergleich. Video und Fotografie für Tablets.

Donnerstag: Bild und Grafik > Den Photoshop-Top-Experten über die Schulter gucken. Von klassischer Bildaufbereitung bis zu den verrücktesten Effekten. 3D trifft Produktfotografie. Zusammenführung Web und Print.

Freitag: Workflow > PDF-Erstellung und -Aufbereitung. RGB-Workflow. Von PUB bis HTML 5. Datenbank-Publishing in der Praxis. Strategie Web2Print.

Kongresshaus am Stadtpark, Winterthur (CH)

Weitere Infos und Anmeldung:

www.swiss-publishing-week.ch



VSD
IGS

Der VSD ist Partner der swiss publishing week: Mitglieder profitieren von einer **Ver-
günstigung von 30%**. Dazu bei der Anmeldung im Feld Bemerkungen folgenden Code
eingeben: **30%-VSD** (nicht kumulierbar mit Frühbucher-Rabatt).

PUBLISHER



ulrich-media

Monatlich 2 Tagespässe zu gewinnen!



Jetzt Anzeige mit kooaba Paperboy* fotografieren, am Wettbewerb teilnehmen und alle Infos über die Konferenz erhalten.

* Gratis App für iPhone und Android



Digitaldruck trifft Offsetpower

manroland und Océ bekräftigen ihre Allianz mit Veranstaltungen in Offenbach und Poing und informieren über ihre Innovationen

Ganz anders als bei der Offenbacher Veranstaltung im Mai (siehe Druckmarkt ›Impressions‹ 32), wo Bogenoffsetlösungen im Mittelpunkt der Technik-Präsentationen standen, war es in Poing die nächste Generation an digitalen Hochgeschwindigkeits-Inkjetlösungen, die das Interesse der Besucher weckten. Océ stellte die neuen Modelle JetStream 1400 und 3000 vor, die durch neue Druckköpfe um ein Drittel schneller sind, sich aber sonst innerhalb der Produktreihe von den bisherigen Modellen nur unwesentlich unterscheiden. In diesem Zusammenhang wurden entsprechende Anwendungen wie der variable Datendruck, Transpromo und Transaktionsdruck, Mailingproduktion und sicherheitsrelevanter Druck live vorgeführt.

Technikshow mit Partnern

Auf einer Fläche von 6.000 m² präsentierte Océ gemeinsam mit Industrie-Partnern wie Horizon, Hunkeler und vielen mehr Lösungen für den Produktionsdruck. Dabei wurde gezeigt, wie sich Druckunternehmen mit durchdachten Tools für eine individualisierte sowie automatisierte Print-Kommunikation, für den Transaktionsdruck, TransPromo, Direktmai-

lings, Applikationen zur Kundenbindung oder den Sicherheitsdruck aufstellen können.

Dazu wurden neben tonerbasierten Technologien für den Bogendruck auch die Océ ColorStream 3500 (siehe auch Druckmarkt 70) und die erweiterte Océ JetStream-Familie vorgeführt und vom plattformübergreifenden Workflow Océ PRISMAsuite unterstützt.

Neben der Demonstration aktueller Produktionstechniken war die strategische Allianz zwischen Océ und manroland eines der Kernthemen in Poing. Dabei stellten die Unternehmen eine Lösung für das Dokumenten-Mangement, Digital- und Offsetdruck, integrierte Workflow-Lösungen und Verarbeitung vor. Die möglichen Anwendungen reichen von Publishing-on-Demand über den digitalen Zeitungs- und Magazindruck bis hin zu Hybridkatalogen und Handbüchern. Diese Lösungen eröffnen für entsprechend ausgerichtete Unternehmen vielversprechende Perspektiven.

Strategische Allianz zwischen Océ und manroland

Noch allerdings sind das Pläne. Wie manroland-Chef Gerd Finkbeiner im Gespräch erläuterte, erwartet manroland im Digitaldruckgeschäft »in den nächsten fünf Jahren einen Um-

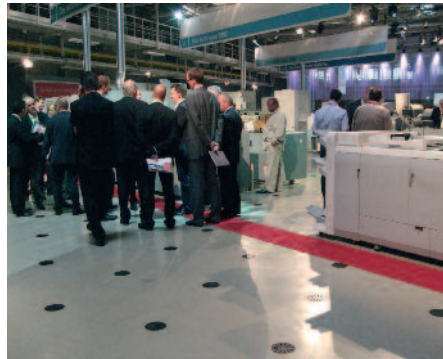
Auf dem ›Sheetfed Summit‹ in Offenbach zeigte manroland, wie lebendig der Druck im Online-Zeitalter sein kann. Und in Poing präsentierte das Océ ›Production Printing Summit 2011‹ vielfältige Lösungen für existierende oder künftige Geschäftsmodelle im Digitaldruck – und brachte neue Erkenntnisse über die Kooperation der beiden Unternehmen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Spannendes über neue Maschinen, Technologien und Anwendungen gab es sowohl in Offenbach



beim ›Sheetfed Summit‹ als auch in Poing beim ›Production Printing Summit‹, in dessen Verlauf



auch die Kooperation von Océ und manroland noch einmal bekräftigt wurde.

satz von etwa 100 Millionen Euro.« Das klingt zunächst wenig ambitioniert. Doch der Vorstandsvorsitzende von manroland weiß natürlich aufgrund seiner Erfahrungen, dass sich Projektgeschäfte nicht aus dem Hut zaubern lassen. Das sei auch der Unterschied zum Wettbewerber aus Heidelberg, der sich mit deutlich kleineren Modellen im Digitaldruck bewegt. »Wir zeigen jedoch auf, wie Inkjetdrucksysteme den industriellen Offsetdruck ergänzen«, erklärte



Gerd Finkbeiner. »Wir sind uns der Vorreiterrolle durchaus bewusst, verfolgen gemeinsam mit Océ ehrgeizige Ziele und wünschen uns Kunden, die am dynamischen Wachstum des digitalen Drucks teilhaben wollen.«

Kein ›Entweder oder‹

Und er wurde noch konkreter. »Wir haben sowohl aus unserer Episode mit den Agfa-Xeikon-Systemen als auch aus der Entwicklung mit der Dicoweb gelernt. Außerdem haben wir heute eine völlig andere Situation als noch vor wenigen Jahren. Es gibt nicht das ›Entweder oder‹, sondern Tageszeitungen, Verlage und Akzidenzdrucker sind in einem Pro-

zess des Umdenkens angelangt, wo sich herausgeschält hat, dass sich konventionell und digital gedruckte Medien und die Online-Medien ergänzen. Das hat natürlich eine ganz andere Qualität«, sagte Finkbeiner.



Sebastian Landesberger, Executive Vice President Océ Production Printing, ergänzte: »Im konventionellen Druck befindet sich die Wertschöpfungskette im Wandel, Hybridprodukte werden beliebter und notwendiger. Mit unseren Inkjet-Technologien bieten wie die Kombination aus hoher Qualität, maximaler Individualität und deren Wertbeitrag in der modernen Kommunikation.«

Graphic Arts wächst

Landesberger erwartet im Transaktionsdruck bis 2014 einen Rückgang von etwa 6% im Schwarz-Weiß-Bereich, dafür aber ein Plus von 32% im Farbsektor. Wobei die so genannten ›Graphic Arts Applications‹ gut 8% zulegen könnten. Davon profitiere Océ. Schließlich habe man bis Mai 2011 bereits 167 Systeme der JetStream und ColorStream-Reihe verkauft und installiert. Doch die Zahlen könnten gerade für das Segment, das Océ abdeckt, noch viel besser werden, glaubt Océ-Chef

Rikus van Ipperen, der darauf verwies, dass man zusammen mit den Produkten von Canon im Bereich der Graphic Arts die größte Auswahl an Produkten im Markt habe. »Océ ist innerhalb der Canon-Gruppe verantwortlich für Production Print, Wide Format Printing, Business Services und wird zum Canon Innovation-Center in Europa.«

Gipfeltreffen der Bogendrucker

Und Innovationen waren es auch, die die beiden Veranstaltungen in Poing Anfang Juni und den ›Sheetfed Summit‹ Mitte Mai in Offenbach prägten.

»Innovationen entstehen nicht im stillen Kämmerlein. Dialog und Kommunikation regen zu Ideen und Neuentwicklungen an«, bemerkte



Dr. Markus Rall, der im Vorstand bei manroland für Bogendrucksysteme verantwortlich ist, im Vorfeld der Veranstaltung. »Mit dem Sheetfed Summit wollen wir eine Plattform für den Austausch zwischen Anwendern, Entscheidern und Herstellern schaffen und damit Bedingungen für bedarfsgerechte und intelligente Lösungen rund um den Bogenoffset bieten.«

Das ist manroland und Océ ganz offensichtlich gelungen. Als Start-Ziel-Sieg wurden die Informationstage bezeichnet, die mehr als 3.000 Besucher nach Offenbach und Poing lockten. So lieferten die ›Summits‹ wertvolle Anregungen für den Produktionsalltag einer nach wie vor lebendigen Druckbranche: und das im Offsetdruck wie im Digitaldruck.

Die Wirkung von Print ist unbestritten

So trifft das Resümé von Dr. Rall voll und ganz zu: »Print ist heute so kreativ und effizient wie nie zuvor. Unzählige Veredelungsvarianten, Düfte, Augmented-Reality-Elemente, 3D-Darstellungen, Individualisierungen und Personalisierungen sowie eine nahezu grenzenlose Vielfalt an Substraten. Die Wirkung von Print ist unbestritten.«

Sollten die Besucher der Events von manroland und Océ diese wertvolle Erkenntnis mit nach Hause genommen haben, dürfte dies nicht nur aus Sicht der Veranstalter ein überaus zufriedenstellendes Ergebnis sein, sondern für die gesamte Branche.

- › www.oce.de
- › www.manroland.com





Neue Wege im POS-Marketing ICH SEHE WAS, WAS DU NICHT SIEHST

Scheinbar schwebende Produktteile, die sich wie von Geisterhand zusammensetzen – interaktive Spielwiesen rund um Markenprodukte und Firmenlogos, sprechende Verpackungen, virtuelle Anwendungstipps ... Das und vieles mehr könnte hinter jeder Verpackung stecken. Marketing- und Promotionaktionen werden immer öfter mit echten »Wow-Effekten« ausgestattet. Das Zauberwort heißt »Augmented Reality«.



Diese sogenannte »Erweiterte Wirklichkeit« reichert die reale Welt mit Informationen aus dem Internet an. Speziell dazu hat Kiliandruck Grünstadt Dinges GmbH das active-LABEL entwickelt. Mit diesem interaktiven Spezialetikett können via Internet individuelle Inhalte oder Zusatzinformationen mit dem Produkt verknüpft und jederzeit abgerufen werden. Die Anwendung erfolgt ganz einfach über Smartphone, Verkaufsdisplay, Webcam oder Scanner.

Mit dem activeLABEL lassen sich mit Hilfe von Augmented Reality, 2D-Codes oder auch NFC-Technologie völlig neue Promotion- und Verpackungskonzepte realisieren. Auch eine 3-D-Visualisierung des Produktes am PoS ist möglich.

➤ www.kiliandruck.de

M-real beendet Umbauarbeiten ERHÖHUNG DER PRODUKTION VON FALTSCHACHTELKARTON

Nach Abschluss der Umbaumaßnahmen im M-real-Werk Simpele in Finnland werden pro Jahr zusätzliche 80.000 Tonnen Faltschachtelkarton produziert, die in erster Linie die erhöhte Nachfrage aus der Lebensmittelindustrie decken sollen. Die Umbauarbeiten wurden planmäßig am 1. Juni 2011 abgeschlossen. Gleichzeitig plant M-real eine Erhöhung der Produktionskapazitäten der Werke Äänekoski und Kyro,



die bis Ende 2011 beziehungsweise Anfang 2012 abgeschlossen sein soll. Durch die Umbaumaßnahmen erhöht M-real die jährliche Gesamtproduktion von Faltschachtelkarton auf ungefähr 935.000 Tonnen und baut seine Marktstellung weiter aus. Zudem will M-real in das Kemart Liner-Werk sowie den Bau eines Bio-Kraftwerks in Kyro investieren. Insgesamt werden von 2010 bis 2012 im Geschäftsbereich Consumer Packaging mehr als 100 Millionen Euro investiert, wobei Simpele die erste Phase des Investitionsprogramms darstellt.

Das M-real-Werk Simpele wird bereits als die effizienteste Produktionsstätte für Karton in Europa betrachtet, und Simcote gilt aufgrund seiner Konsistenz und Leistungsfähigkeit als die effizienteste Kartonqualität. Durch die Investition von 26 Millionen Euro in das Werk Simpele wird die Produktionskapazität um 80.000 Tonnen auf 300.000 Tonnen pro Jahr und die Ausrüstungskapazität um 40.000 Tonnen auf 230.000 Tonnen pro Jahr erhöht.

DIN-A4-Multifunktionssysteme KYOCERA ERWEITERT PRODUKTPORTFOLIO

Die neuen Farb-Multifunktionssysteme FS-C2526MFP und FS-C2626MFP sowie die monochromen Systeme FS-3540MFP und FS-3640MFP von Kyocera sind ab sofort erhältlich. Diese vier neuen Systeme sind HyPAS-fähig (Hybrid Platform for Advanced Solutions). HyPAS ist eine Entwickler-Plattform, mit der maßgeschneiderte Anwendungen programmiert werden können. Im Fall von Druckern und MFPs

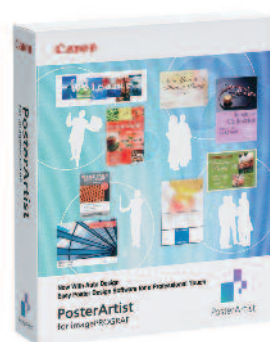


macht die Erstellung von neuen »Apps« oder die Implementierung von im Unternehmensnetzwerk vorhandenen Lösungen die Bedienung der Geräte einfacher, optimiert Arbeitsabläufe oder sorgt für mehr Kostenkontrolle. Auch lassen sich die Systeme mit der App Capture2go mit dem iPhone oder iPad ansteuern und erlauben so mobiles Drucken. Zudem verfügen die Systeme über eine integrierte Duplexfunktion und ein einfaches Touchpanel, mit dem die Bedienung intuitiv gesteuert werden kann. Mit ihrem Funktionsumfang und der Geschwindigkeit von bis zu 26 Seiten pro Minute bei den Farbsystemen respektive 40 Seiten pro Minute bei den Schwarz-Weiß-Systemen sind die neuen Systeme vor allem für den Einsatz in mittleren Arbeitsgruppen konzipiert.

➤ www.kyoceramita.de

Einfach Poster erstellen CANON LARGE FORMAT PRINTER UND DAS NEUE POSTERARTIST

Die Software ermöglicht es Unternehmen, professionell hochwertige Poster zu erstellen, ohne dazu Grafikdesigner oder Agenturen beschäftigen zu müssen. Die Bandbreite der möglichen Anwendungen ist enorm. So kann ein Restaurant beispielsweise saisonale Angebote von Speisen bewerben. Dazu können aufmerksamkeitsstarke Poster mit hochwertigen Fotos von Menüs leicht unter Verwendung der Soft-



ware gestaltet werden. Oder es lassen sich für einen Supermarkt-Manager, der schnell überschüssige Ware verkaufen will, rasch und preiswert Aushänge drucken, die ein Sonderangebot bewerben. Und ein Hotel-Manager könnte abgestimmte Displays, Programmankündigungen und Hinweisschilder für eine Konferenz erstellen und ebenso Prints und Leinwanddrucke produzieren, die in der Lobby, dem Restaurant oder in den Zimmern aufgehängt werden.

Jede Menge Anwendungsbeispiele sowie die Kosten für Tinte und Medien zeigt die »Virtual City« auf der Canon Homepage: Besucher der virtuellen Stadt haben die Gelegenheit zu entdecken, welche Möglichkeiten ihnen Großformatdrucker eröffnen.

➤ www.canon.de/PosterArtist

→ SEMINARE & KONGRESSE

→ VERANSTALTUNGEN

→ VORTEILSPROGRAMM

→ DOWNLOADS

→ DVDs/CDs

→ PUBLIKATIONEN

→ KONGRESSBERICHTE

→ INFORMATION



→ PRÜF-KONTROLLMITTEL

→ BÜCHER

→ AKTUELLES

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
2011			
23. 08. - 25. 08. 2011	SwissEMEX, Fachmesse für Marketing und Kommunikation	Zürich	www.suisse-emex.ch
12. 09. - 16. 09. 2011	Swiss Publishing Week	Winterthur	www.swiss-publishing-week.ch
14. 09. - 16. 09. 2011	PostPrint, Fachmesse für Vorstufe, Druck & Weiterverarbeitung	Leipzig	www.postprint-leipzig.de
28. 09. - 01. 10. 2011	Labelexpo, Europe 2011	Brüssel	www.labelexpo-europe.com
10. 10. - 12. 10. 2011	Ifra Expo 2011, Messe der Zeitungsindustrie	Wien	www.ifraexpo.com
12. 10. - 14. 10. 2011	bvdm, Forum Verlagsherstellung, Publishing Services	Frankfurt	www.bvdm-online.de
12. 10. - 15. 10. 2011	17. Druck + Form	Sinsheim	www.messe-sinsheim.de
12. 10. - 16. 10. 2011	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	www.buchmesse.de
13. 10. - 15. 10. 2011	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	www.viscom-messe.com
19. 09. - 20. 10. 2011	bvdm, Print-Media Congress	Berlin	www.bvdm-online.de
26. 10. - 27. 10. 2011	easyFairs, Print & Publishing Schweiz	Zürich	www.easyfairs.com
08. 11. - 09. 11. 2011	Fogra-Symposium, Verpackung	München	www.fogra.org
08. 11. - 10. 11. 2011	ICE Europe, International Converting Exhibition	München	www.ice-x.com
2012			
27. 01. - 17. 02. 2012	druckforum des Verbandes Druck und Medien	Stuttgart	www.verband-druck-bw.de
02. 02. - 03. 02. 2012	Fogra-Symposium, Colour Management	München	www.fogra.org
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Madrid	www.ifraexpo.com
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days, Messe der Zeitungsindustrie	Luzern	http://innovationdays.hunkeler.ch
2014			
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	www.interpack.com
26. 03. - 02. 04. 2014	Ipex 2014	London	www.ipex.org

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT

macht Entscheider entscheidungssicher

10. – 12. Oktober 2011, Wien, Reed Messe Wien

IFRA Expo 2011

**Media
Port**

Publishing Trends
Online, Mobile, Print –
auf der IFRA Expo 2011

Druck+Form 2011

DIE MESSE SETZT AUF IHRE STÄRKEN

Vom 12. bis 15. Oktober 2011 lädt die Messe Sinsheim GmbH zum 17. Mal Firmen aus Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen zur Teilnahme an der renommierten Branchenplattform Druck+Form nach Sinsheim ein. Nach der sehr positiven Resonanz bei Ausstellern und Besuchern im vergangenen Jahr haben sich bereits zahlreiche Firmen angemeldet. Auch die Print-Factory-Academy bietet wieder innovative Begleitveranstaltungen für die Fachbesucher.

Als wichtigste Fachmesse für Druck- und Weiterverarbeitung im Süden und Westen Deutschlands hat die Druck+Form auch nationale Ausstrahlung und gilt in der Branche als wichtige ›Ordermesse‹. Als besondere Stärken der Druck+Form werden von den Besuchern immer wieder die gute Übersichtlichkeit bei gleichzeitig repräsentativem Angebot, die direkte Verfügbarkeit der Ansprechpartner und die besondere Effektivität des Messebesuchs herausgestellt. Die Aussteller sind ebenfalls positiv gestimmt, denn sie treffen in Sinsheim regelmäßig auf ein kompetentes und investitionsfreudiges Publikum. Auch die 17. Ausgabe der Druck+Form setzt auf ihre bewährten Stärken. Sie hält für die Besucher nicht nur ein praxisorientiertes Ausstellungsangebot bereit, sondern bietet in der beliebten PRINT-FACTORY-ACADEMY zusätzlich fachlich fundierte Informationen und neue Impulse durch hochwertige Fachvorträge von ausgewiesenen Top-Referenten. Ein effektiver Messebesuch mit persönlichem Mehrwert sozusagen.

➤ www.druckform-messe.de

Synopsis 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 Synopsis New Technology 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.synopsis-nt.de



LED-Workshops

HÖNLE SETZT ERFOLGREICHE WORKSHOP-REIHE FORT

Nach dem Erfolg der letzten LED-Workshops, die Hönle im April und Mai 2011 veranstaltet hat, wird die Seminarreihe im Stammhaus in München/Gräfelfing im Oktober fortgesetzt. Bei den LED-Workshops können sich OEMs, Endanwender und Chemielieferanten über die Technologie und Aushärtungsmechanismen der LED-Härtung informieren und diese anhand von Vorführungen sowie eigenen Tests im Anwendungslabor kennenlernen. Die Teilnehmerzahl in den Workshops wurde dabei bewusst auf maximal zwölf Personen festgelegt. Das ermöglicht den Referenten, individuell auf die Bedürfnisse der Teilnehmer einzugehen und erlaubt zudem den Austausch von Erfahrungen von Fachleuten aus der Druck-, Beschichtungs- und Klebstoffindustrie.

Hauptanliegen der Workshops ist eine objektive Gegenüberstellung von konventioneller UV-Technologie und UV-LED Technologie sowie ein sachlicher Kosten/Nutzen-Vergleich. Darüber hinaus werden die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von UV-LEDs in den Bereichen Klebstoffe, Vergußmassen, Inkjet, Siebdruck, Tampondruck, Offset und Flexodruck aufgezeigt und diskutiert. Weitere Themen der Workshops sind LED-Messung und -Integration sowie Inertisierung für LEDs.

Der Termin für den Schwerpunkt LED- Aushärtung in Druck und Beschichtung ist am 11. Oktober 2011, für den Schwerpunkt LED-Aushärtung von Klebstoffen am 12. Oktober 2011. Beide Veranstaltungen finden in München statt.

➤ www.hoenle.de

Nur Kontakte schaffen Kontrakte

4. MDMI KONTAKTMESSE VOLLER ERFOLG

«Nur Kontakte schaffen Kontrakte» – dem Motto der letzten Kontaktmesse blieben die Veranstalter treu. Mehr als 300 Studierende und insgesamt 16 Ausstellern beteiligten sich bei der Veranstaltung und trugen dazu bei, dass die Kontaktmesse ein großer Erfolg wurde.

Organisiert hat die Veranstaltung der Förderverein Münchner Druck- und Medien-Ingenieure (MDMI e. V.) und ein Organisationsteam



von Studenten unter der Leitung von Prof. Dr. Sabine Wölflick.

Zahlreiche Fachvorträge, 16 namhafte Unternehmen der Druck- und Medienbranche sowie die Agentur für Arbeit informierten die Studierenden über die verschiedenen Möglichkeiten nach dem Abschluss, zudem wurden Praktika, Abschlussarbeiten und Werkstudententätigkeiten angeboten. Außerdem erfreute ein vielfältiges Programm die Besucher: neben den Fachvorträgen und Informationsständen der teilnehmenden Firmen, wurden Bachelor- und Studienarbeiten ausgestellt.

Man spürt die Konjunktur, die anzieht. Vor zwei Jahren war es für die meisten Unternehmen eine Image-Messe, dieses Jahr hatten alle Unternehmen konkrete Stellenanzeigen für die Studenten dabei, freute sich Prof. Dr. Wölflick über die Chancen für die Studierenden. Die 16 Aussteller waren ebenfalls sehr zufrieden über den Verlauf der Veranstaltung und lobten das Engagement der Studierenden und Dozenten.

Adobe MAX 2011

INDUSTRIEVERANSTALTUNG FÜR DESIGNER UND ENTWICKLER

Adobe Systems gab bekannt, dass die Registrierung für die Adobe MAX 2011 offiziell gestartet ist. Die diesjährige Veranstaltung für Designer, Entwickler und Unternehmer findet vom 1. bis 5. Oktober im Los Angeles Convention Center statt. Auf der jährlichen Konferenz kommen Tausende Anwender aus allen Branchen zusammen, um auszutreten, wie sich digitale Erlebnisse in Zukunft Plattform- und Geräteübergreifend realisieren lassen. Fünf Tage lang bietet das Branchenforum MAX 2011 informative Sitzungen, interaktive Seminare und zahlreiche Networking-Möglichkeiten. Thematisch stehen die Geräteübergreifende Erstellung und Verbreitung von digitalen Inhalten im Vordergrund.

Adobe Chief Technology Officer (CTO) Kevin Lynch, weitere Adobe-Experten und prominente Gäste beschäftigen sich in ihren Keynotes mit den neusten Trends, um darzustellen, wie digitale Inhalte erstellt, verwaltet und optimiert auf Desktops, Smartphones, Tablets und Fernsehern ausgegeben werden können. Zusätzlich bietet MAX 2011 Einblicke in einige noch nicht veröffentlichte Adobe Technologien sowie einen Community-Bereich mit Kunden- und Partner-Ausstellungen. Besucher haben die Möglichkeit, mit Adobe-Produkt-Teams in Verbindung zu treten und an der traditionell beliebten MAX Bash-Party teilzunehmen.

➤ <http://max.adobe.com>

PostPrint

ONLINE-TICKETSHOP GESTARTET

Ab sofort können Fachbesucher über die Webseite der PostPrint – Fachmesse für Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung ihre Tickets bestellen.

Das Tagesticket ist für 18,50 € (Tageskasse 19,00 €) erhältlich. Eine Dauerkarte kostet 48,00 € (Tageskasse 50,00 €). Zugleich können sich die Fachbesucher ihre Teilnahme an den Exkursionen zum Werk der Heidelberg Postpress Deutschland in Leipzig und zum Briefzentrum der Deutschen Post in Radebeul kostenfrei sichern. Die Plätze sind jedoch begrenzt.

»Die Besonderheit bei der PostPrint liegt darin, dass der Fachbesucher mit seinem Ticket ein Rundum-Paket erhält, welches aus einer Ausstellung mit neuesten Maschinen und Techniken, einem umfassenden und informativen Fachprogramm zu aktuellen Themen sowie Exkursionen und Messtouren besteht«, erklärt Kati Fritzsche, Projektdirektorin der PostPrint. »Information, Weiterbildung und Networking garantieren einen effektiven und effizienten Messebesuch.«

➤ www.postprint-leipzig.de



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
17. 07.	TGM, Schrift zeichnen – Buchstaben streicheln	München
23. 07. - 24. 07.	TGM, Raster, Komposition & Ordnung in der Gestaltung	München
08. 08. - 09. 08.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT	Hofheim
10. 08. - 11. 08.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
22. 08. - 23. 08.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT	Hofheim
29. 08.	cleverprinting, Colormangement-Schulung	Hamburg
30. 08.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Hamburg
30. 08. - 31. 08.	Heidelberg PMA, Professionelles English für den Internationalen Druckvertrieb	Heidelberg
31. 08.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Hamburg
01. 09.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	Hamburg
09. 09.	cleverprinting, Illustrator-Schulung	Hamburg
12. 09.	cleverprinting, Colormangement-Schulung	Düsseldorf
13. 09.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Düsseldorf
14. 09.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Düsseldorf
14. 09.	ClusterPrint, Publishing der Zukunft	München
15. 09.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	Düsseldorf
20. 09. - 21. 09.	Heidelberg PMA, Druckqualität fachkundig beurteilen	Heidelberg
21. 09.	cleverprinting, PSD-Expertenschulung	Hamburg
22. 09.	cleverprinting, PSD-Expertenschulung	Hamburg
22. 09. - 23. 09.	Heidelberg PMA, Aufträge richtig kalkulieren	Heidelberg
23. 09.	cleverprinting, Keynote-Schulung	Düsseldorf
26. 09. - 27. 09.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar E/ED	Hofheim
27. 09.	cleverprinting, Colormangement-Schulung	Köln
27. 09. - 28. 09.	Heidelberg PMA, Erfolgreich Teams führen und steuern	Heidelberg
28. 09.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Köln
28. 09. - 29. 09.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
29. 09.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Köln
29. 09.	Heidelberg PMA, Welt der Printmedien	Heidelberg
30. 09.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	Köln
04. 10. - 05. 10.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT	Hofheim
05. 10. - 06. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
06. 10. - 07. 10.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
10. 10.	cleverprinting, Colormangement-Schulung	München
10. 10. - 13. 10.	Fogra, Grundlagen der Drucktechnik	München
11. 10.	Heidelberg PMA, PDF Master Class	Heidelberg
11. 10.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	München
12. 10.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	München
13. 10.	Heidelberg PMA, Erfolgreich am Telefon akquirieren	Heidelberg
13. 10.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	München
20. 10.	Heidelberg PMA, Grundlagen des Farbmanagements	Heidelberg
18. 10. - 21. 10.	Fogra, Fehler an Druckerzeugnissen	München
24. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO (ISO 12647)	München
25. 10.	Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg

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

- www.tgm-online.de
www.ink-academy.de

www.print-media-academy.de
www.zdm-bayern.de

www.fogra.org
www.cleverprinting.de

www.ofsgroup.ch
www.wan-ifra.org

Creative City Tour

TERMINE IN DEUTSCHLAND
BIS ENDE SEPTEMBER

Adobe Systems stellt in einer Neuauflage der Creative City Tour die seit kurzem verfügbare Adobe Creative Suite 5.5 vor. Mit der neuen Version bietet Adobe unter anderem verbesserte Möglichkeiten für Flash, HTML5, Video, Mobile Apps und Digital Publishing. So wird Designern und Entwicklern ermöglicht, den boomenden Markt der Smartphones und Tablet-Geräte zu adressieren.

Die City Touren starteten Anfang Mai und werden noch bis Ende September angeboten. Das Programm ist in zwei 90-minütige Blöcke unterteilt. Im ersten Teil stellt Adobe die neue Adobe Creative Suite 5.5 Design Premium und die erweiterten Möglichkeiten im Digital Publishing vor. Im zweiten Teil stehen die Creative Suite und Themen wie HDSLR-Videos mit Spiegelreflexkameras und verbesserte Workflows in der Bildbearbeitung im Mittelpunkt. So wird unter anderem gezeigt, wie Fotografen die Verarbeitung ihrer Bilder vom Import bis zur Ausgabe steuern können.

➤ www.adobe.com/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

Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten für Offset - direkt und indirekt

- Aussparungen mit Plotter oder manuell, alle Formate lieferbar für alle Offsetmaschinen
- Basisplatte Alu oder Polyester
- für Dispersions- und UV-Lacke

NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

Tullastr. 23/1 - D 77933 LAHR
Tel. +49 (0)7821-41424
Fax +49 (0)7821-956623
www.strip-plate.com
E-Mail: info@strip-plate.com

DIENSTLEISTUNGEN

32x46.de
CLEVER DIGITAL DRUCKEN
Druckbogen für Druckprofis
Ab sofort mit UV-Lack! www.32x46.de

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschießen
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Blockleimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

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

TECHKON
Alle Farben perfekt im Griff...

- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
Wiesbadener Str. 27 • 61462 Königstein
Tel. 06174-9244 50 • Fax 06174-9244 99
info@techkon.com • www.techkon.com

DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDEMASCHINEN 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
www.binderhaus.com

RAPID TRANS UT
Zusammentragen
Broschürenfertigung

Tel. +49 (0)2676 93050
www.mkwgmbh.de

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

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

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail: nico@druckmarkt.com

WEITERBILDUNG

« gib »
Zürich

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

VERSCHIEDENES

Gütesiegel

Publikation
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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