


DRUCK  MARKT

7. August 2011

impressions 35

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



worldwide published



**Ein bunter Cocktail –
alkoholfrei und
umweltfreundlich**

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt: Bilanzen und Zukäufe. Seite 4.

Druckindustrie: Die nachlaufender Branche. Seite 10.

Print: Alkoholfreier Cocktail: Qualität braucht keinen Alkohol. Seite 16.

Print & Finishing: News, Installationen, Ankündigungen. Seite 24.

Termine, Bildung und Events: Terminkalender. Seite 36.

Foto: pixelio.de / Alexandra H.

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



Vor der Erholung schon die nächste Krise?

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 08 UPM schließt Akquisition von Myllykoski ab
- 09 Heidelberg übernimmt Digitaldruckmaschinen-Hersteller CSAT
- 10 Druckindustrie: Die ›nachlaufende‹ Branche

Print & Finishing

- 16 Alkoholfreier Cocktail
- 18 Qualität braucht keinen Alkohol
- 20 Schnell muss es gehen
- 22 Internationaler Nachhaltigkeitspreis für Bogenoffsetdruckereien
- 24 Nachrichten
- 26 Neue 48-Seiten-Lithoman für Leykam Druck
- 27 MB Bäuerle: Rill- und Falzsystem realisiert
- 29 Scheufelen: Values in Style
- 30 Kodak NexPress SX: Veredelter Digitaldruck
- 32 Conti-Air-Symposium
- 33 Flying Jobchange von KBA wird ausgezeichnet
- 34 Fujifilm installiert erste JetPress 720 in Europa

Termine, Bildung & Events

- 36 Terminkalender
- 37 Nachrichten
- 39 Seminare & sonstige Veranstaltungen

41 Business to Business

In der letzten Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ haben wir bereits über die vom Bundesverband Druck und Medien vorgelegten Zahlen des letzten Jahres berichtet. Kurz und knapp hatten wir nur die wichtigsten Eckdaten veröffentlicht. In dieser Ausgabe geht es ins Detail (siehe Beitrag ab Seite 10). Dabei wird einmal mehr die Abhängigkeit von der werbetreibenden Wirtschaft deutlich. Doch gerade hier gibt es einen Hoffnungsschimmer: die Werbung soll, wenn auch moderat, wieder wachsen. Dies ist zwar ein positives Signal, doch wirkt sich dies immer zeitversetzt aus. Das heißt, erst wenn die Budgets wieder aufgestockt werden, können auch Druckereien und Verlage davon profitieren. So gesehen ist die Druckindustrie eine ›nachlaufende Branche‹, wie es bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Deimel definiert.

Das lässt zwar Raum für Hoffnung – ein verlässlicher Indikator ist das allerdings nicht. Denn der Schimmer am Horizont könnte sich schnell wieder verdunkeln, wie die aktuellen Entwicklungen in Politik und Wirtschaft zeigen. Sprach man früher noch gerne vom Sommerloch, weil es an wichtigen Themen fehlte, hat man heute den Eindruck, dass sich alles gegen die sommerliche Ruhe und Bedächtigkeit verschworen hat. Katastrophen, Skandale, Aufruhr, Streit und Krisen. Die globalen Konjunktur- und Marktrisiken sind nach Einschätzung vieler Unternehmen nach wie vor hoch – insgesamt hätten sie sogar noch zugenommen. Die Verschärfung der Schuldenkrise einiger europäischer Staaten oder die hohe Staatsverschuldung der USA könnten die gesamtwirtschaftliche Dynamik wieder einbremsen.

Oder mit anderen Worten: Bevor sich die Branche wieder erholt hat, ist die nächste Krise schon da. Doch wie war das noch? Die Hoffnung stirbt zuletzt.



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



Auf der diesjährigen Jahrespressekonferenz legte der Bundesverband Druck und Medien bvdM die Zahlen von 2010 vor. Standen Rede und Antwort (von links): Dr. Nora Lauterbach, Volkswirtin des bvdM, Rolf Schwarz, Präsident des bvdM, Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, und Gabi Schermuly-Wunderlich, Pressesprecherin des bvdM. Die Zahlen, Trends und Einschätzungen des Verbandes finden Sie in unserem Beitrag »Die nachlaufende Branche« auf Seite 10 dieser Ausgabe.



Das Hauchler Studio verabschiedete zwölf Berufsfachschüler nach ihrer Ausbildung oder Umschulung zum Mediengestalter Digital und Print sowie Drucker, 20 staatlich geprüfte Grafik-Designer des Berufskollegs Grafik-Design, 52 Absolventen der Fachschulen Druck- und Medientechnik mit Abschluss »Geprüfter Medienfachwirt« und »Geprüfter Industriemeister Digital und Print« aus Voll- und Teilzeitkursen. Nach altem Brauch gegautscht wurden vor dem Schulgelände die frischgebackenen Auszubildenden, Medienfachwirte und Industriemeister sowie englischsprachigen Trainees.

NEO 7EVEN

MAXIMILIAN J. SPIES ÜBERNIMMT VERTRIEBSGEBIET

Das Siegener Softwarehaus NEO 7EVEN, Hersteller der Publishingplattform NEOzenai, baut seinen Vertrieb weiter aus. Ab sofort ver-



antwortet **Maximilian J. Spies** das Vertriebsgebiet Süd, das Süddeutschland, Österreich und die Schweiz umfasst.

Spies vereint als gelernter Schriftsetzer, Offsetdrucker und Betriebswirt technische und Managementkompetenz. Bei verschiedenen Druckereien verantwortete er die Bereiche Vorstufe und medienneutrale Datenhaltung und arbeitete als Redakteur beim »Deutscher Drucker«. Durch seine Erfahrung mit Management-Informationssystemen kennt er die Wertschöpfungspotenziale von Workflows auf Unternehmensseite. »NEOzenai ist das spannendste System im Publishing-Bereich, das ich in den letzten Jahren kennengelernt habe. Ich freue mich darauf, das Potenzial der Lösung – gerade im Bereich der medienneutralen Datenhaltung und der einfachen, Mindmap-basierten Bedienung – unseren Kunden zugänglich zu machen«, bewertet Maximilian Spies das System.

► www.neo7even.de



Niedersachsens Ministerpräsident David McAllister (Bildmitte) besuchte im Rahmen seiner Sommerreise im Juli die Papierfabrik UPM Nordland Papier in Dörpen. Hannu Jokisalo, Werksleiter von UPM Nordland Papier und Firmenvertreter begrüßten den Ministerpräsidenten, seinen Mitarbeiterstab sowie weitere Gäste. Das Werk und seine Produktpalette wurden während einer Betriebsbesichtigung vorgestellt. Im Anschluss daran erfolgte die Eintragung in das Gästebuch der Gemeinde Dörpen. UPM Nordland Papier zählt zu Europas größten Feinpapierherstellern und beschäftigt etwa 1.200 Mitarbeiter an dem niedersächsischen Standort.

Kürzlich ist das Druckmarkt »Marketing-Glossar« erschienen. Es beschäftigt sich mit den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, PR 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.

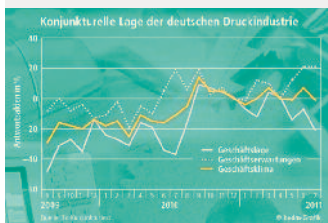


Strahlende Gesichter bei der Preisverleihung des zweiten Heidelberg ECO Printing Awards (von links): Dr. Achim Schorb, Jurysprecher, Christel und Rob Nugent, Vega Press, Australien (Gewinner der zukunftsweisenden Einzellösung), Dr. Eckart Würzner, Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg, Stephan Plenz, Vorstand Equipment von Heidelberg, Michael und Ann Marie Keene, USA (Preis für das nachhaltigste Unternehmen), Rainer Litty, Jurymitglied und Beatrice Klose von Intergraf, Brüssel.



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie sind im Juli mit -21% um das Dreifache schlechter als im Vormonat und damit bereits den dritten Monat in Folge negativ. Vor allem die Auftragsbestände werden deutlich schlechter beurteilt. Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie beträgt 66% , wo die Geschäftslage offenbar wesentlich besser eingeschätzt wird. Das entspricht zwar einem



typischen Saisonmuster, so groß wie aktuell waren die Abstände aber noch nie.

Auch die etwa 40% nach den Ergebnissen des Ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätigen Druckereien beurteilen die Auslandsaufträge mit -8% unverändert schlecht. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind mit 7% der Antwortsalden nahezu unverändert.

Das Geschäftsklima rutscht wegen der verschlechterten Einschätzungen zur Geschäftslage mit -1% wieder unter die Nulllinie. Die Geschäftserwartungen für das nächste Halbjahr sind jedoch weiterhin positiv und liegen unverändert bei $+21\%$, wobei 32% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten erwarten, 11% eine Verschlechterung und 57% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat lagen die Erwartungen bei $+19\%$.

➤ www.bvdm-online.de



Ricoh Europe, Spezialist für Bürolösungen, Dokumentenmanagement und Produktionsdruck, präsentiert Europas erstes Eco Board, das zu 100% von Wind- und Solarenergie angetrieben wird. Es nutzt zwei natürliche Energiequellen und leuchtet nur dann, wenn ausreichend Energie vorhanden ist. Gleichzeitig demonstriert es das langjährige Engagement von Ricoh im Bereich nachhaltige Lösungen.



Nach einer positiven Geschäftsentwicklung in den Jahren 2007 bis 2009 hat der italienische Feinstpapierhersteller Fedrigoni in ein neues Zentrallager in Oberhaching bei München investiert, das zugleich als deutsche Firmenzentrale fungiert. Am Abend des 7. Juli 2011 wurde die Eröffnung der neuen Deutschland-Zentrale mit über 300 Papierinteressierten und Freunden des Hauses unter dem Motto ›Papier ist unsere Leidenschaft‹ in italienischem Ambiente gefeiert.

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.



Dokumenten-Management OBJECTIF LUNE ÜBERNIMMT PRINTSOFT

Objectif Lune, Australia Post und PrintSoft haben eine Vereinbarung unterzeichnet, nach der Objectif Lune ab 1. Juli 2011 die Aktivitäten von PrintSoft übernimmt. Damit wird Objectif Lune führender Anbieter von Software-Lösungen für das Dokumenten-Management.

➤ www.objectiflune.com

Tarifabschluss ist wirksam SOZIALPOLITISCHER AUSSCHUSS STIMMT ZU

Der Tarifabschluss in der Druckindustrie ist mit Ablauf der Erklärungsfrist seit 22. Juli 2011 rechtswirksam. Beide Tarifvertragsparteien haben den Tarifabschluss nun angenommen. Der Sozialpolitische Ausschuss des bvd/m stimmte dem Abschluss bei seiner Sitzung am 19. Juli 2011 zu, die große Tarifkommission von ver.di am 5. Juli 2011.

Toshiba TEC Germany BEITRITT ZUR CORTADO CLOUD PRINTING ALLIANCE

Die Toshiba TEC Germany Imaging Systems GmbH ist der Cloud Printing Alliance beigetreten, eine Kooperation von Cortado mit Drucker- und WLAN-Router-Herstellern, Hotspot-Providern, Software-Entwicklern und Mobilfunkbetreibern. Ziel ist es, Drucken on demand unabhängig von den Geräten oder vom Standort anzubieten.

DOXNET NETWORK BEGRÜSST DAS 600. MITGLIED

Doxnet, der europäische Fachverband für Dokumentenprofis, verzeichnet weiterhin Wachstum. Der Verband hat erneut zugelegt und ist auf aktuell 630 Personen gewachsen. Anlässlich der 13. Doxnet Fachkonferenz im Juni begrüßte der Vorstand mit der Mondi Uncoated Fine Paper Sales GmbH aus Wien das 600. Mitglied.

1. Quartal

HEIDELBERG AUF VORJAHRES- NIVEAU

Heidelberg hat im 1. Quartal des Geschäftsjahres 2011/12 nach vorläufigen Berechnungen einen Umsatz von 544 Mio. € erzielt (Vorjahr 563 Mio. €) und liegt damit leicht unter den eigenen Erwartungen. Gründe seien Umsatzverschiebungen in Folge der Erdbebenkatastrophe in Japan sowie eine straffere Geldpolitik in China. Wegen der hohen Nachfrage und des anhaltend hohen Wachstums in diesem Markt geht Heidelberg jedoch davon aus, dass die Auswirkungen auf das Geschäft nur temporär sind. Der Auftragsingang liege mit 665 Mio. € im Rahmen der Erwartungen für das 1. Quartal.

Das mittelfristige Umsatzziel, das Heidelberg in den kommenden zwei bis drei Jahren anstrebt, liegt bei über 3 Mrd. € im Jahr. Bei einer stabilen Entwicklung rechnet Heidelberg damit, sich im laufenden und nächsten Geschäftsjahr diesem Ziel schrittweise zu nähern. Der Umsatzzuwachs im Folgejahr sollte durch die drupa 2012 und die weitere Erholung der Printmedien-Industrie größer als im laufenden Geschäftsjahr ausfallen.

➤ www.heidelberg.com

Kodak weiter in der Verlustzone

GRAPHIC COMMUNICATIONS GROUP WÄCHST UM 4%

Gestiegene Preise für Rohstoffe sowie Investitionen zur Ausweitung des Geschäfts mit Druckern bescheiden dem US-Fotokonzern Eastman Kodak rote Zahlen. Im vergangenen Quartal verzeichnete Kodak einen Verlust von 179 Mio. US-\$ (etwa 125 Mio. €); vor einem Jahr waren es noch 167 Mio. \$. Der Umsatz ließ vor allem wegen der anhaltenden Schwäche der Film, Photofinishing and Entertainment Group (FPEG) mit dem traditionellen Fotogeschäft um 5% auf 1,48 Mrd. \$ nach, geht aus einer Kodak-Mitteilung hervor. Die FPEG setzte 396 Mio. \$ um, 14% weniger als im Vergleichsquarter des Vorjahres. Der Gewinn in diesem Bereich ließ wegen hoher Rohstoffkosten von 36 Mio. \$ auf 2 Mio. \$ nach.

Die Graphic Communications Group mit Produkten für die Druckindustrie wie Digitaldrucksystemen, Software, Druckplatten, Verpackungslösungen etc. steigerte ihren Umsatz um 4% auf 685 Mio. \$. Hier schrieb Kodak allerdings einen Verlust von 45 Mio. \$ gegenüber 17 Mio. im Vorjahr. Dies sei in erster Linie durch die Kosten für die Einführung

neuer Inkjet-Lösungen sowie steigende Rohstoffkosten verursacht. Der Umsatz der Consumer Digital Imaging Group mit Digitalkameras und Zubehör ging von 438 Mio. \$ auf 404 Mio. \$ zurück, der Verlust verringerte sich von 123 Mio. \$ auf 92 Mio. \$.

Die Bilanzphänomene seien typisch für ein Unternehmen, das sich im Wandel befinde, erläuterte Kodak-Chef Antonio Perez. Im Vergleich zur gesamten Branche habe sein Unternehmen ein eindrucksvolles Quartalsergebnis abgeliefert. Im kommenden Jahr werde Kodak wieder schwarze Zahlen schreiben. Das Unternehmen hatte sich angesichts des schrumpfenden Geschäfts mit dem analogen Kamera- und Fotogeschäft im vorigen Jahr einer strengen Diät unterzogen und sich noch intensiver dem Geschäft mit digitalen Produkten zugewandt. Für das Jahr 2011 geht Kodak von einem Umsatz zwischen 6,4 Mrd. \$ und 6,7 Mrd. \$ (etwa 4,5 Mrd. €) aus.

➤ www.kodak.com

13% mehr Aufträge AUFTRAGEINGANG VON MANROLAND GEWACHSEN

Im ersten Halbjahr 2011 verzeichnete manroland ein Auftragsplus von 13%. Bei einer Veranstaltung des Internationalen Clubs Frankfurter Wirtschaftsjournalisten er-



klärte manroland-Vorstandschef **Gerd Finkbeiner**, Ziel des Unternehmens sei es, für dieses Jahr wieder die Milliarden-Umsatzmarke zu erreichen. 2010 war der Umsatz auf 942 Mio. € abgesackt, nachdem manroland 2006 noch gut 2 Mrd. € umsetzte. Nach einem Bericht der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist der Auftragsingang des Druckmaschinenherstellers entsprechend dem Auftragsplus von 13% auf 520 Mio. € gewachsen. Laut Vorstandschef Gerd Finkbeiner sei das Unternehmen auf einem guten Weg, in diesem Jahr ein ausgeglichenes Ergebnis ausweisen zu können.

➤ www.manroland.com



Müller Martini und Rima-System

SYNERGIEN BEI DER ROTATIONSABNAHME NUTZEN

Preiswettbewerb und Kapazitätsüberschüsse durch immer leistungsfähigere Rotationen stellen die grafische Industrie mehr denn je vor die Aufgabe, dem Kostendruck mit flexiblen Anlagen und intelligenter Automatisierung zu begegnen. Das gilt als Schnittstelle zwischen Druck und Weiterverarbeitung besonders für die Rotationsabnahme. Für eine

Produktprogramm die für sie ideale Lösung auszuwählen«, sagt Bruno Müller, CEO von Müller Martini.

»Unsere Partnerschaft mit Müller Martini ist mehr als ein Kooperationsvertrag. Es ist das Bekenntnis zur besten Lösung, die unabhängig vom Herstellerlabel definiert wird«, ergänzt Dr. Axel B. Tübke, CEO von Rima-System. Die Partner haben



Ein Team besiegelt die Partnerschaft per Handschlag (v.l.): Felix Stirnimann (Marktbereichsleiter Print Finishing Systems, Müller Martini), Bruno Müller (CEO Müller Martini), Horst Steinhart (President Rima-System), Dr. Axel B. Tübke (President Rima-System), Dr. Christian Tübke (Member of the Board Rima-System), Daniel Langenegger (Mitglied der Konzernleitung Müller Martini) und Klaus Kalthoff (Executive Vice President Rima-System).

kostenoptimierte Weiterverarbeitung ist neben Prozessintelligenz und -sicherheit hohe Verfügbarkeit entscheidend.

Rima-System und Müller Martini haben daher vereinbart, Synergien zu nutzen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. »Für Rotationsdrucker ist es wichtig, dass sie für ihre Anlagen die richtige Technologie einsetzen können. Die Zusammenarbeit mit Rima-System erlaubt es, aus dem umfassenden

nun ihr Produktprogramm auf aktuelle Bedürfnisse abgestimmt und gestrafft. Das optimierte Programm umfasst die Bereiche Transportieren, Schneiden, Paket-, Stangen- und Rollenfertigung sowie Palettieren und wird durch einen flächendeckenden Service durch die Müller Martini-Ländergesellschaften und die Rima-System-Projektzentren ergänzt.

- www.mullermartini.com
- www.rima-system.com

KBA-Mitarbeiter spenden

8.000 EURO FÜR JAPANISCHE WAISENKINDER

Der Hilferuf einer deutschen Franziskanerschwester aus dem japanischen Ichinoseki brachte den Stein ins Rollen. Das von ihr geleitete Kinderheim, das rund 150 km nördlich von Fukushima entfernt liegt, war durch die verheerende Katastrophe Mitte März stark beschädigt worden. Derzeit leben in der kleinen, aber noch einigermaßen erhal-



Der KBA-Gesamtbetriebsratsvorsitzende Gottfried Weippert (l.) und Claus Bolza-Schünemann, stv. KBA-Vorstandsvorsitzender, überreichen die KBA-Spende an Britta Baling vom Standpunkt e. V.

tenen Turnhalle des Klosters 60 Kinder im Alter zwischen zwei und 18 Jahren. Viele weitere obdachlose Kinder und Waisen kommen noch. Für den dringend nötigen Wiederaufbau des Kinderheimes wird jede Hilfe benötigt.

Ende März haben neben dem gemeinnützigen Verein Standpunkt e. V., der sich für Familien und Kinder in Not einsetzt, und der Siebold Gesellschaft Hochschulen und Firmen die »Würzburger Japanhilfe«

gegründet, um die Einzelaktionen der Region Würzburg zu bündeln. Das Ziel der gemeinsamen Hilfsmaßnahmen war schnell gefunden: In Zusammenarbeit mit dem Malteser Hilfsdienst soll das Kinderheim in Ichinoseki beim Wiederaufbau unterstützt werden.

Auf Initiative des Vorstandes und der Betriebsräte schloss sich auch die Koenig & Bauer AG der Aktion an. Die Mitarbeiter an allen KBA-Standorten wurden aufgerufen, für das Waisenhaus in Japan zu spenden. Claus Bolza-Schünemann, stellvertretender KBA-Vorstandsvorsitzender wollte mit dem Spendenaufruf die vorbildliche Aktion der Würzburger Japanhilfe unterstützen und »einen kleinen Teil dazu beitragen, etwas Hoffnung in eine für die Betroffenen zunächst aussichtslos erscheinende Situation zu bringen.«

Neben schon vorher getätigten privaten Spenden vieler Mitarbeiter kam über den KBA-Spendenaufruf unter den Beschäftigten ein Betrag von 4.000 € zusammen, der vom Unternehmen verdoppelt wurde. Insgesamt wurden 8.000 € an Standpunkt e. V., dem Mitinitiator der »Würzburger Japanhilfe«, für die Kinder in Ichinoseki überwiesen.

➤ www.kba.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Samsung IT Solutions – Digital Printing vereinbart eine strategische Partnerschaft mit der **Büroring eG**, einem Zusammenschluss von derzeit 344 unabhängigen Bürofachhändlern. Beide Partner sehen in der Kooperation eine klassische Win-Win-Situation. • **EFI** wird das Unternehmen **Entrac Technologies** übernehmen. Entrac ist ein Anbieter von Selbstbedienungs- und Zahlungslösungen für geschäftliche Dienstleistungen, einschließlich Mobildruck. • **Adobe Systems** hat **EchoSign** übernommen, einen Anbieter von Web-basierten elektronischen Signaturen. Die Lösungen von EchoSigns, die bereits mehr als drei Millionen Anwender weltweit nutzen, werden wesentlicher Bestandteil der Adobe-Plattform für Online-Dokumentservices.



**Atlantic Zeiser und Hugo Beck
TECHNOLOGIEPARTNERSCHAFT
GESCHLOSSEN**

Atlantic Zeiser und Hugo Beck haben eine Technologie-Partnerschaft für die Mailinglösung Versa-mail geschlossen. Hugo Beck ist Entwicklungs- und Produktionspartner für das Weiterverarbeitungs- und Versandsystem von Atlantic Zeiser, das sich zur Kartenpersonalisierung bei hohen Geschwindigkeiten eignet.

**bvdm
SIEGWERK UNTERSTÜTZT
KLIMAINITIAIVE**

Der Bundesverband Druck und Medien bvdm und Siegwerk Druckfarben kooperieren bei der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Damit nutzt nach Sun Chemical ein weiterer Druckfarbenhersteller den Klimarechner und schult seine Mitarbeiter in der Anwendung des Rechners.
» www.bvdm-online.de

**Ring Grafischer Fachhändler
DER RGF BEZIEHT NEUE
GESCHÄFTSRÄUME**

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants für die grafische Industrie, bezieht neue Geschäftsräume in Köln. Die neuen Kontaktdaten sind: Ring Grafischer Fachhändler GmbH, Ackerwinde 27, 50858 Köln. Telefonnummer: 02 21- 98 74 83 01.
» www.rgf.de

**Fujifilm
SPONSOR IN DER FUSSBALL-
BUNDESLIGA**

Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH will ab der kommenden Fußball-Bundesliga-Saison diese aufmerksamkeitsstarke Kommunikationsplattform als Business Partner von Bayer 04 Leverkusen und 1899 Hoffenheim nutzen. Die Werbung für die FINEPIX Digitalkameras umfasst schwerpunktmäßig LED-Bandenwerbung.

**Endgültiges Aus
SAPPI SCHLIESST DIE
PAPIERFABRIK BIBERIST**

Was viele bereits befürchtet haben, hat sich nun bewahrheitet. Der südafrikanische Papierhersteller Sappi schließt die Schweizer Papierfabrik in Biberist. Trotz intensiver Bemühungen sei es nicht gelungen, für das Werk einen Käufer zu finden, erklärte das Unternehmen am 20. Juli. Nachdem die Produktion gestrichener Grafikpapiere eingestellt wurde, wird Ende August auch die Produktion von ungestrichenem Papier beendet. Insgesamt werden laut Sappi rund 550 Leute den Job verlieren. Mit den Gewerkschaften sei ein Sozialplan vereinbart worden, heißt es.

Auf der Suche nach einem geeigneten Käufer seien zahlreiche Gespräche geführt worden, hielt Berry Wiersum, Verwaltungsrat von Sappi Europe, fest. Leider seien verschiedene Firmen aus der Branche nur kurzfristig interessiert gewesen. Mit zehn Interessierten seien Gespräche geführt worden, zwei davon aus der Papierbranche.

Zudem meldete Sappi Anfang des Monats, dass die Papierfabrik Adamas in Südafrika nach 47 Jahren geschlossen wird.

» www.sappi.com

**RAJA-Gruppe
GESAMTUMSATZ VON ÜBER
400 MILLIONEN EURO GEPLANT**

Die französische RAJA-Gruppe, Muttergesellschaft der deutschen Rajapack GmbH mit Sitz in Birkenfeld bei Pforzheim, erzielte 2010 ein neues Rekordergebnis: Der Umsatz der Gruppe stieg auf 300 Mio. € gegenüber 223 Mio. € im Vorjahr. Angetrieben wurde dieses starke Wachstum durch die Übernahme von Cenpac, dem zweitgrößten Verpackungshändler in Frankreich, sowie die Erholung der Wirtschaft in Europa. Im Geschäftsjahr 2011 will die RAJA-Gruppe ihr Wachstum fortsetzen und den Umsatz auf 410 Mio. € steigern.

»Die RAJA-Gruppe ist längst eines der Flaggschiffe unter Frankreichs mittelständischen Unternehmen. Mit 17 Tochterfirmen und 1.250 Mitarbeitenden in 14 Ländern sind wir heute Marktführer im Versandhandel mit Verpackungslösungen



und wollen unsere Marktposition auch künftig weiter ausbauen«, erklärt Danièle Kapel-Marcovici, Geschäftsführerin der RAJA-Gruppe.
» www.rajapack.de

**Übernommene Gesellschaften wurden übertragen
UPM SCHLIESST AKQUISITION
VON MYLLYKOSKI AB**

UPM hat die Akquisition der Myllykoski Oyj und der Rhein Papier GmbH abgeschlossen. Die EU-Kommission hatte die Transaktion am 13. Juli 2011 genehmigt. Myllykoski und Rhein Papier betreiben sieben Werke für Publikationspapiere in Deutschland, Finnland und den Vereinigten Staaten. Deren Produktionskapazität beläuft sich auf insgesamt 2,8 Mio. Tonnen Papier pro Jahr. Die Transaktion schließt auch die 0,8-prozentige Beteiligung der Myllykoski Oyj am finnischen Energiekonzern Pohjolan Voima Oy ein.

Der Unternehmenswert aller erworbenen Gesellschaften beläuft sich auf etwa 900 Mio. €. UPM erwartet, dass sich die Transaktion umgehend positiv auf den Cashflow auswirken wird und ab 2012 auch auf das Ergebnis je Aktie. UPM schätzt, dass die Kostensynergien voraussichtlich bei über 100 Mio. € jährlich liegen werden.

Die Akquisition wird durch die Ausgabe von fünf Millionen neuer UPM-Aktien an die Eigentümer der Myllykoski Oyj und der Rhein Papier GmbH sowie langfristige Kredite im

Wert von 800 Mio. € finanziert werden.

»UPM hat konsequent an der Umsetzung seiner Strategie gearbeitet, Kostenführer innerhalb der europäischen Papierindustrie und weltweiter Marktführer bei Magazinpapieren zu werden. Konsolidierung und Restrukturierung sind die besten Maßnahmen, um eine Verbesserung der Kosteneffizienz und Wertschöpfung beim Papier zu ermöglichen. Wir sind in einer hervorragenden Ausgangsposition, um die Profitabi-



lität unseres Papiergeschäfts auf ein neues Niveau zu heben«, sagt Jussi Pesonen, President und CEO von UPM.

»UPM und Myllykoski haben seit Beginn des Jahres gemeinsam einen Integrationsplan erarbeitet. Während dieser Phase hat sich der Wert dieser Transaktion bestätigt«, sagt Pesonen.

» www.upm.com



Nilpeter

BESSERES GESCHÄFTSKLIMA FÖRDERT INVESTITIONEN

Das Unternehmen Nilpeter A/S hat bei den weltweiten Verkäufen eine deutliche Steigerung im zweitstelligen Bereich gegenüber dem Vorjahr verzeichnen können. Das berichtet der dänische Hersteller von Druckmaschinen für den sogenannten Narrow-Web-Markt nach Abschluss des zurückliegenden Geschäftsjahres zum 30. Juni 2011. Diese positive Entwicklung führt Jakob Landberg, Direktor für Vertrieb und Marketing bei Nilpeter, vor allem auf die spürbare Besserung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage in diesem Zeitraum zurück. Davon konnten zuerst die Etikettenhersteller und mit gewisser zeitlicher Verzögerung nun auch die Anbieter von Druckmaschinen profitieren. Gleichzeitig kam Nilpeter auch seine ausgewogene Angebotspalette zugute, die neben den marktgerechten Maschinenmodellen eine Reihe von innovativen Lösungen beinhaltet. Beispiele, so Jakob Landberg, seien die Integration des Tiefdruckverfahrens in Kombinationsmaschinen mit verschiedenen Basisdruckverfahren oder spezielle Maschinenlösungen für mehrschichtige Etiketten, die gleichzeitig mehrere Materialbahnen verarbeiten. Weitere Innovationen will Nilpeter vom 27. September bis 1. Oktober 2011 anlässlich der internationalen Leitmesse für den Etiketten- und schmalbahnigen Verpackungsdruck, Labelexpo Europe in Brüssel, präsentieren.

➤ www.nilpeter.com

Strategischer Zukauf im Verpackungsdruck

HEIDELBERG ÜBERNIMMT DIGITALDRUCKMASCHINEN-HERSTELLER CSAT

Heidelberg hat mit Wirkung zum 29. Juli 2011 die CSAT GmbH, mit Sitz in Eggenstein bei Karlsruhe (im Bild unten), übernommen. Über den Kaufpreis der Akquisition wurde Stillschweigen vereinbart.

CSAT ist auf die Entwicklung, Herstellung sowie Vertrieb und Service von digitalen Drucksystemen samt Verbrauchsmaterialien für die Ver-



packungsindustrie spezialisiert und beschäftigt rund 70 Mitarbeiter. Mit den industriellen Digitaldrucksystemen, die in Produktionslinien integriert werden können, ist CSAT nach eigenen Angaben einer der Marktführer.

Mit der Übernahme erweitert Heidelberg sein Digitaldruckangebot im Verpackungsbereich und verbreitert die Kundenbasis in diesem Marktsegment. Heidelberg erhält Zugriff auf Technologien und Know-how auf den Gebieten Drop-on-Demand Inkjet (DoD) und Elektrofotografie.

»Mit der Übernahme von CSAT setzt Heidelberg seine Digitaldruckstrategie weiter fort. Analog zu den Aktivitäten im Werbendruck bauen wir unser Angebot zur Produktion von Druck-Erzeugnissen auch im Verpackungs- und Etikettenbereich aus. Gleichzeitig ist die Übernahme ein weiterer Schritt im Aufbau neuer Geschäftsfelder mit zusätzlichem Wachstumspotenzial«, be-

gründet Stephan Plenz, Mitglied des Vorstands und verantwortlich für die Sparte Heidelberg Equipment die Übernahme.

»Wir verfügen über langjähriges Know-how im digitalen Druck in der Verpackungsindustrie und über eine starke Position in der Pharmaindustrie. Die Integration in die Heidelberg-Gruppe ermöglicht es, das

Potenzial unserer Technologien über den bisherigen Branchenschwerpunkt hinaus auszudehnen und effizienter auszuschöpfen«, sagt Hans Mathea, bisher Eigentümer und weiterhin Geschäftsführer von CSAT. Die Aktivitäten von CSAT sollen im Heidelberg-Geschäftsfeld digitaler Verpackungsdruck gebündelt werden.

Zum bestehenden CSAT-Angebot auf Basis der Trockentonertechnologie gehört unter anderem das Drucksystem DTS 1200 mit einer Auflösung von 1.200 dpi, das in der Pharmaindustrie zur inline- oder offline-Bedruckung von Blisterfolien oder Beipackzetteln zum Einsatz kommt. Mit der Drop-on-Demand-Inkjet-Technologie wurde vor zwei Jahren das ITS 600 im Markt eingeführt. Mit einer Auflösung von 600 dpi bedruckt das System Etiketten mit variablen Farbdaten.

➤ www.heidelberg.com

➤ www.csat.de

➤ www.linoprint.de

Verbände kooperieren GESCHÄFTSFÜHRUNG DES VDMBB DURCH VDMN

Über ein Zusammenrücken der Landesverbände Druck im Norden wurde schon länger spekuliert – nun ist es soweit: Der Verband Druck und Medien Niedersachsen (vdmn) hat die Geschäftsführung des Verbands Berlin-Brandenburg (vdmdbb) übernommen. Seit 1. Juli 2011 werden die Mitglieder des vdmdbb durch den vdmn betreut. Die Geschäftsstelle in Hannover ist damit Ansprechpartner für die Bun-



Im Bild von links: Michael Linnardi, ehemaliger Geschäftsführer des vdmdbb, Giselher Ruks, Vorsitzender des vdmdbb, Harald Bareither, Geschäftsführer der Verbände Druck und Medien Niedersachsen und Berlin-Brandenburg.

desländer Niedersachsen, Bremen, Berlin und Brandenburg. Geschäftsführer der kooperierenden Verbände ist Harald Bareither.

Die Mitgliedsunternehmen können sich in rechtlichen, betriebswirtschaftlichen, technischen sowie Aus- und Weiterbildungsangelegenheiten von der Geschäftsstelle in Hannover beraten lassen. Im Rahmen des Beratungsnetzwerks printXmedia wird auch Nichtmitgliedern des Verbandes die Möglichkeit geboten, die Fachkompetenz des vdmn in Anspruch zu nehmen.

➤ www.vdmn.de

➤ www.printxmedia.net



Die ›nachlaufende‹ Branche

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdM) erwartet auch für 2011 keine gravierende Verbesserung beim Branchenumsatz

Die Werbebranche, die die Drucksachenherstellung direkt oder indirekt zu etwa zwei Drittel finanziert, hat seit dem Jahr 2000 mit teils dramatischen Einbrüchen der Budgets ihrer Kunden zu kämpfen. In der Folge verliert Printwerbung bei den sogenannten Media-Spendings. Dabei betrifft das nicht nur Zeitungen und Zeitschriften, generell sinken die Auflagen und zugleich droht eine Umschichtung der Kommunikationsbudgets, da die Geldmittel vieler Kunden in CRM-Projekte, E-Mail- und Online-Werbung statt in Drucksachen investiert werden. Dementsprechend schlecht ist die Stimmung in der Druckbranche – Besserung ist vorerst nicht in Sicht. Das machen die Zahlen des Jahres 2010 und die ersten Tendenzen für 2011 deutlich.

2,5% Umsatzverlust

Nachdem die deutsche Druckindustrie in der Wirtschaftskrise 2009 weniger starke Einbrüche zu verzeichnen hatte als die meisten anderen Industriebranchen, kommt sie dennoch nicht auf Touren. Die Umsätze sind nach dem Zwischenhoch im Jahr 2006 auf Talfahrt. Dazu stellte Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverband Druck und Medien, anlässlich der Jahrespressekonferenz Anfang Juli fest, dass die

Druckindustrie 2010 »nicht von der guten Entwicklung der Gesamtwirtschaft profitieren« konnte. Der Aufschwung der deutschen Volkswirtschaft sei an der Druckindustrie im nahezu spurlos vorbeigegangen. Während viele Branchen zweistellige Umsatzzuwächse verzeichneten (das verarbeitende Gewerbe beispielsweise 14,5%), verlor die Druckindustrie im gleichen Jahr weitere 2,5% ihres Umsatzes, resümierte



bvdM-Präsident **Rolf Schwarz**. »Die rund 10.000 Unternehmen der Druckindustrie erwirtschafteten einen Branchenumsatz von etwa 20,3 Milliarden Euro«. Bereits 2009 war der Umsatz um 9,9% gesunken. Und auch die Produktionswerte der Branche (berechnet werden vom bvdM die Leistungen der Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern) befinden sich weiter im Sinkflug: Der aktuelle Wert von 15,9 Mrd. € liegt unter dem Niveau des Jahres 1995.

Schwacher Drucksachen-Export

Jedoch sollte sich niemand von den Superlativen der Wirtschaftspresse wie ›Boom‹ oder ›XXL-Wachstum‹ in der deutschen Wirtschaft blenden lassen. Das überraschend schnelle Überwinden der Wirtschaftskrise mit

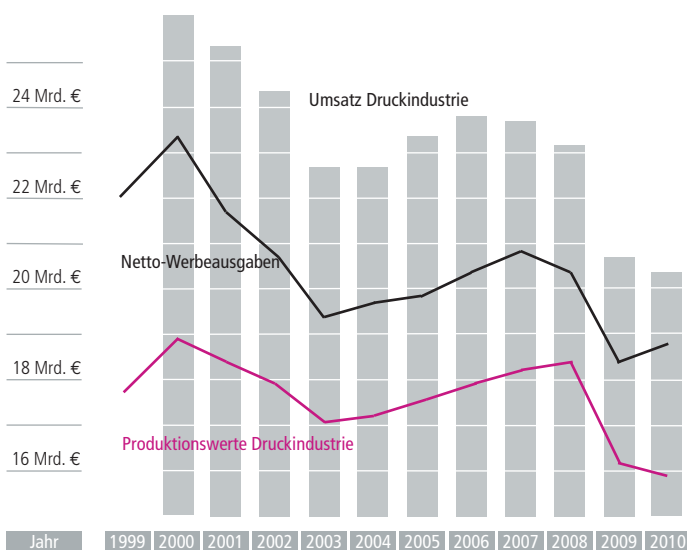
Die Druckindustrie ist zwar durch zahlreiche zurückliegende Strukturveränderungen krisenerfahren, doch stand sie noch nie vor solch massiven Einschnitten. Sinkende Umsätze, Margen und Auflagen bei gleichzeitig steigenden Kosten und zunehmendem Wettbewerb durch konkurrierende Medien drücken auf die Stimmung und die Umsatzzahlen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



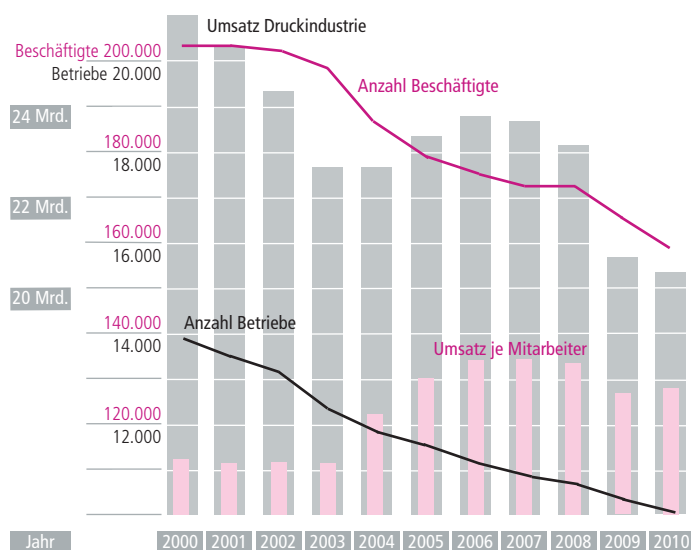


WERBEAUSGABEN, PRODUKTIONSWERTE UND UMSÄTZE											
in Mrd. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Werbeausgaben	23,38	21,69	20,07	19,28	19,58	19,83	20,35	20,76	20,36	18,37	18,75
Produktionswert ¹	18,90	18,29	17,83	17,02	17,16	17,47	17,88	18,22	18,34	16,17	15,90
Umsatz gesamt ²	26,15	25,32	24,35	22,81	22,75	23,23	23,77	23,57	23,12	20,83	20,30



¹ Erfasst sind Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Die Zahlen für 2010 sind noch nicht endgültig. ² Umsatz der Druckindustrie gesamt auf Basis der Umsatzsteuerstatistik, bvdm-Schätzung für 2010. Quellen: ZAW; Statistisches Bundesamt; bvdm, Druckmarkt-Archiv. © Druckmarkt-Grafik 7/2011.

UMSATZ, BETRIEBE, BESCHÄFTIGTE, PRO-KOPF-UMSATZ											
in Mrd. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Umsatz (Mrd. €) ¹	26,1	25,3	24,3	22,8	22,7	23,2	23,8	23,6	23,1	20,8	20,3
Betriebe (Tsd.) ²	13,9	13,5	13,1	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0
Beschäftigte (Tsd.) ²	222	221	212	197	186	179	175	172	172	165	159
Umsatz/Kopf (Tsd. €)	117	114	115	116	122	130	136	137	134	126	128



¹ Umsatz der Druckindustrie insgesamt auf Basis der Umsatzsteuerstatistik (Berechnungen bvdm). ² Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Quellen: Bundesagentur für Arbeit; bvdm, Druckmarkt-Archiv. © Druckmarkt-Grafik 7/2011.

einem Wirtschaftswachstum von 3,6% ist vor allem auf die Exportstärke großer Industrien (etwa Chemie oder Automobil) zurückzuführen. Deren Exporte legten um 17,1% zu, nachdem sie 2009 um 16,9% eingebrochen waren. Exportschwache Industrien wie die Druckindustrie können von der hohen Nachfrage aus dem Ausland natürlich nicht profitieren: Die Exportquote der Branche beträgt lediglich 14%, während sie für die Gesamtindustrie bei 46% liegt. Branchen wie der Maschinen- und Druckmaschinenbau exportieren traditionell sogar über 80% ihrer Güter.

Bestenfalls Stagnation

Dennoch gibt es auch für die Druckindustrie einen Hoffnungsschimmer. Die Kapazitätsauslastung der Druckbetriebe lag 2010 im Jahresdurchschnitt bei 81,8%. Demnach waren die Druckereien um 3,3% besser ausgelastet als 2009.

Außerdem habe sich die Lage der Druckindustrie seit Anfang 2011 zumindest für die Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten leicht verbessert, berichtete Rolf Schwarz. Die Umsätze dieser Unternehmen seien – ausgehend von dem sehr niedrigen Niveau des Vorjahres – bis April 2011 um 4,6% gestiegen, doch deuteten die Einschätzungen für das 1. Halbjahr wieder auf rückläufige Zahlen hin. Deshalb rechnet der Verband für das Jahr 2011 bestenfalls mit einer Stagnation beim Branchenumsatz.

Dabei wäre Stagnation nach den Entwicklungen der letzten Jahre ja geradezu ein Erfolg: Der Abwärtstrend wäre gestoppt. Allerdings ist die Ertragslage der Druckindustrie seit Jahren mehr als prekär. Dazu kommen die permanent steigenden

Kosten bei Verbrauchsmaterialien wie Papier (bei Verpackungspapieren bis zu 36%) oder Druckfarben mit noch moderaten +1,3%. Alarmierend ist für den Verband jedoch die Energiepreis-Entwicklung mit +4,6% im Jahr 2010. Nach Berechnungen des bvdm ist Energie, sprich Strom, im Vergleich zum Jahr 2005 um 22,6% teurer geworden.

Preise für Drucksachen sinken weiter

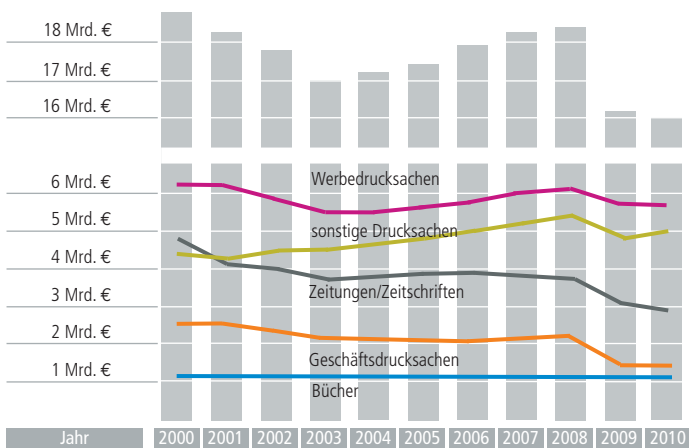
Doch trotz der steigenden Kosten sinken die Preise für Druckerleistungen weiter: 2010 abermals um 2,9%. Damit gingen die Preise seit 2005 um 6% zurück. Der Preisrückgang gilt fast durchgängig für alle Produktgruppen (siehe auch unsere Grafik »Produktionswerte« auf Seite 12) lediglich Satz und Bildbearbei-

Die Abhängigkeit der Druckindustrie von der Werbekonjunktur ist, wie in der Grafik links dargestellt, unübersehbar. Nahezu parallel entwickeln sich die Umsätze und Produktionswerte der Branche mit den Netto-Werbeausgaben. Dabei hat die Druckindustrie seit dem Jahr 2000, das als Rekordjahr in die Annalen eingegangen ist, gut 20% ihres Umsatzes eingebüßt. Allerdings bezieht sich dies nur auf die vom Bundesverband Druck und Medien erfassten Betriebe und Produktionswerte. So bleiben die Umsätze beispielsweise der Faltschachtelindustrie mit fast 2 Mrd. € unberücksichtigt (mehr dazu lesen Sie in der nächsten Ausgabe).

Interessant auch die Entwicklung bei den Betrieben und deren Beschäftigten in der Branche (Grafik rechts). Immer weniger Mitarbeiter arbeiten in den Druckereien immer produktiver.



PRODUKTIONSWERTE IN MRD. EURO											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Werbedruck	6,17	6,17	5,88	5,55	5,57	5,68	5,74	5,98	6,12	5,73	5,64
Geschäftsdrucks.	2,57	2,57	2,31	2,10	2,07	2,05	2,02	2,10	2,15	1,30	1,30
Zeitschriften	2,51	2,10	2,07	1,97	1,99	2,02	2,02	1,94	1,82	1,67	1,56
Zeitungen	2,16	2,00	1,92	1,76	1,80	1,84	1,94	1,91	1,84	1,39	1,29
Bücher	1,15	1,16	1,10	1,05	1,05	1,06	1,08	1,09	1,07	1,17	1,16
Etiketten	0,83	0,86	0,95	1,00	1,01	0,99	1,05	1,08	1,12	1,07	1,14
Kalender, Karten	0,41	0,42	0,46	0,20	0,17	0,16	0,14	0,14	0,16	0,13	0,13
sonst. Drucksachen	1,19	1,38	1,35	1,58	1,69	1,71	1,82	1,86	1,88	1,57	1,72
sonst. Leistungen	1,92	1,63	1,80	1,80	1,82	1,93	2,07	2,12	2,21	2,08	1,95
Summe ¹	18,90	18,29	17,83	17,02	17,16	17,47	17,88	18,22	18,34	16,17	15,90



¹ Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Quelle: Statistisches Bundesamt, bvdm. © Druckmarkt-Grafik 7/2011.

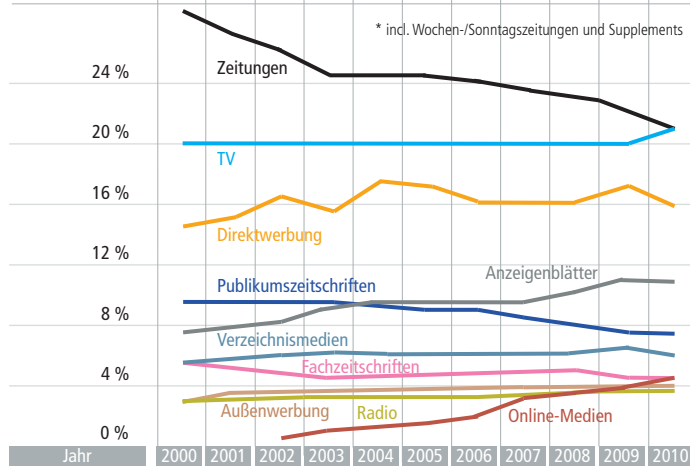
Die Produktionswerte der deutschen Druckindustrie (erfasst werden hier die Leistungen der Betriebe über 20 Mitarbeiter) haben ein Niveau erreicht, das in etwa dem von 1995 gleicht. Vor allem die rückläufigen Leistungen bei Geschäftsdrucksachen und Presseerzeugnissen sind seit gut zwei Jahren wesentlich für das Sinken der Produktionswerte verantwortlich. So sinkt bei Zeitungen und Zeitschriften auch der Anteil am Werbekuchen seit Jahren (Grafik rechts) kontinuierlich. Prozentual (und auch in absoluten Zahlen) haben in den letzten Jahren nur Fernsehen und die Online-Medien zulegen können. Doch auch das Wachstum der Internet-Werbung hat an Dynamik eingebüßt (siehe auch die Grafik auf Seite 15). Das Verhältnis zwischen Print und elektronischen Medien wie Internet, TV und Radio ist noch immer mit 72:28 imposant.

tung (die in der Statistik unter ›sonstigen Leistungen‹ aufgeführt sind) konnten im vergangenen Jahr geringfügig (knapp unter 1%) zulegen.

Die Branche schrumpft weiter

Die zuvor genannten Entwicklungen haben wohl auch dazu geführt, dass die Zahl der Betriebe seit dem Jahr 2000 um 27,8% und die der Beschäftigten um 28,8% gesunken ist. Damit sind der Branche in den vergangenen zehn Jahren 3.879 Betriebe und 64.140 Beschäftigte verloren gegangen. Zum 30. Juni 2010 waren nur noch 158.710 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Druckindustrie gemeldet. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein weiterer Rückgang um 4,3%. Bereits 2009

VERTEILUNG DER WERBEGELDER IN % (D)											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Zeitungen*	29,5	27,6	26,3	24,8	24,8	24,3	24,0	23,7	23,2	21,8	21,0
TV	20,1	20,1	19,7	19,8	19,7	19,8	20,2	20,0	19,8	19,9	21,1
Direktwerbung	14,5	15,0	16,7	15,7	17,4	17,1	16,3	16,1	16,1	16,8	15,9
Anzeigenblätter	7,7	8,0	8,3	9,0	9,4	9,6	9,5	9,5	9,9	10,8	10,7
Publikumszeit.	9,6	9,6	9,7	9,6	9,4	9,0	9,1	8,8	8,3	7,8	7,7
Verzeichnismedien	5,4	5,8	6,2	6,3	6,1	6,0	5,9	5,8	6,0	6,4	6,1
Fachzeitschriften	5,4	4,9	4,8	4,6	4,4	4,5	4,7	4,9	5,0	4,6	4,6
Außenwerbung	3,0	3,5	3,5	3,7	3,7	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0	4,1
Online-Medien	0,1	0,1	1,1	1,3	1,4	1,7	2,4	3,3	3,7	4,1	4,6
Radio	3,1	3,1	3,0	3,0	3,2	3,3	3,3	3,3	3,5	3,7	3,7



* incl. Wochen-/Sonntagszeitungen und Supplements
Quelle: ZAW, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 7/2011

war die Zahl der Beschäftigten trotz Kurzarbeit um 4,1% gesunken. Ohnehin wird das Ausmaß der Krise in den zurückliegenden Jahren erst jetzt wirklich deutlich. Nach aktuell vorliegenden Zahlen für September 2010 betrug die Zahl der Kurzarbeiter noch immer 4.255 in 936 Betrieben. Im Juli 2009 waren 13.717 Beschäftigte in 1.274 Druckereien von Kurzarbeit betroffen. Insgesamt sind aktuell aber weniger Arbeitnehmer mit Druckberufen arbeitslos. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit sank die Zahl der Arbeitssuchenden mit Druckberufen 2010 um 4,8% auf 11.275 Arbeitslose gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der offenen Stellen nahm um 7,7% auf 802 zu. Angesichts der erwartenden Stagnation der Branche ist allerdings damit zu rechnen, dass die Arbeitslosenzahl in Druckberufen bis

Ende des Jahres 2011 wieder leicht steigen wird. Trotzdem gehört die Druckindustrie mit einer Ausbildungsquote von über 9% und insgesamt 15.936 Auszubildenden im Jahr 2010 weiter zu den Branchen mit der höchsten Ausbildungsdichte.

Weniger Insolvenzen

Zudem hat sich die Zahl der eröffneten Insolvenzen 2010 um 16,7% auf 190 gegenüber dem Vorjahr abgeschwächt (siehe Grafik auf Seite 13) und ist damit weit entfernt vom Spitzenwert des Jahres 2003 mit 336 Insolvenzen. Auch die anderweitigen Schließungen von Druckereien (zum Beispiel aufgrund mangelnder Nachfrage) war 2010 wieder rückläufig. Insgesamt gab es im ver-



gangenen Jahr 258 Betriebsschließungen. Das heißt: neben den insolvenzbedingten 190 Abgängen verringerte sich die Zahl um lediglich 68 weitere Betriebe.

Appell an die Politik

Daraus jedoch einen länger anhaltenden Trend ableiten zu wollen, ist nach Ansicht von **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des bvdM, jedoch nicht realistisch: »Die Phase der Konsolidierung ist aus verschiedenen Gründen noch nicht abgeschlossen«, macht er deutlich.



nach Ansicht von **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des bvdM, jedoch nicht realistisch: »Die Phase der Konsolidierung ist aus verschiedenen Gründen

noch nicht abgeschlossen«, macht er deutlich.

Deshalb richten Rolf Schwarz und Dr. Deimel einen sehr eindringlichen Appell 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. Deshalb fordert bvdM-Präsident Rolf Schwarz: »Arbeits- und Personalzusatzkosten müssen begrenzt werden, damit die Druckereien in Deutschland im europäischen Vergleich wettbewerbsfähig bleiben können.«

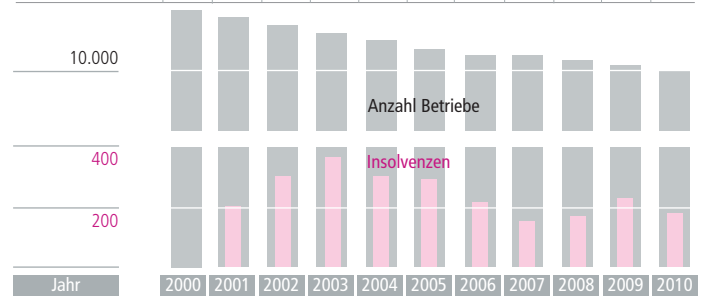
Zwar wertete der bvdM den maßvollen Lohnabschluss der Druckindustrie verbunden mit der 33 Monate langen Laufzeit als positiv. »Diese Planungssicherheit ist der Erfolg der diesjährigen Tarifrunde«, sagte Rolf Schwarz. Gleichzeitig kritisierte der bvdM jedoch die starre Haltung der

Gewerkschaft zum Manteltarifvertrag und insbesondere zu den nach Ansicht von Dr. Deimel völlig überholten Maschinenbesetzungsregelungen, die längst nicht mehr die Gegebenheiten in den Druckbetrieben widerspiegeln. Die strenge Fachkräftebesetzung an den Druckmaschinen müsse vor dem Hintergrund hoch effizienter und moderner Maschinen gelockert werden. Mit dieser Ansicht ist er nicht alleine. Auch Lothar Ruhnke, Sprecher des FFI-Vorstands (Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V.) bemängelt diese nicht mehr zeitgemäße Regelung.

Geringe Investitionsquote

Natürlich steht die Investitionsbereitschaft der Unternehmen in keinem direkten Zusammenhang mit den verbands- und gewerkschaftspolitischen Ansichten, doch offenbar nicht nur in Folge der Wirtschaftskrise haben die Druckereien ihre Investitionen im Jahr 2009 deutlich nach unten gefahren. Nach der Ende Februar 2011 veröffentlichten Investitionsstatistik des Statistischen Bundesamtes gingen die Investitionen um 17,8% auf 713 Mio. € zurück. Dies ist nur noch etwa die Hälfte dessen, was 2000 (rund 1,3 Mrd. €) investiert wurde. Die Investitionsquote, das heißt der Anteil des Investitionsvolumens am Umsatz, betrug 2009 nur noch 4,5%. Im Jahr 2000 lag dieser noch bei 7,4%. Der schwache Umsatz, die schwierige Kostensituation durch Preisstei-

BETRIEBSSTRUKTUR DER DRUCKINDUSTRIE											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Betriebe (Tsd.)	13,9	13,5	13,1	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0
Insolvenzen		208	306	366	306	293	216	156	163	228	190
Differenz z. Vorjahr		455	357	700	498	391	357	228	226	409	258



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM, Druckmarkt. © Druckmarkt-Grafik 7/2011.

gerungen bei den Verbrauchsmaterialien sowie niedrige Erträge verringern den Spielraum für Investitionen nach Ansicht des Verbandes weiter. Für 2010 wird deshalb ein weiteres Sinken des Investitionsvolumens um weitere 15% erwartet.

Nach einer Umfrage des Ifo-Instituts zu den Tendenzen der Investitionsplanung wollen 55% der Unternehmen 2011 mehr investieren als im Jahr zuvor, 1% genauso viel und 43% weniger als 2010. »Es ist anzunehmen, dass die Investitionen erst im Messejahr 2012 zur drupa wieder steigen werden«, glaubt bvdM-Präsident Rolf Schwarz.

Werbewirtschaft wächst wieder

Vielleicht könnte dazu auch das Ansteigen der Werbeinvestitionen beitragen, da eine gute Konjunktur in Deutschland den Werbemarkt mit-

zieht. Im laufenden Jahr sollen nach einer Prognose des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW die Ausgaben für Investitionen in Anzeigen und Spots, Prospekte und Plakate um 2,4% wachsen und damit wieder die erstmals 1998 erreichte Marke von 30 Mrd. € überspringen. Der Optimismus des ZAW basiert auf der Frühjahrsumfrage unter seinen 40 Mitgliedsverbänden und den Ergebnissen der Betriebserhebungen der Werbung verbreitenden Medien.

Danach sind die Brutto-Investitionen in Werbung im letzten Jahr auf 29,53 Mrd. € gestiegen, berichtete ZAW-Hauptgeschäftsführer Manfred Partena im Mai bei der Vorstellung der ZAW-Zahlen. Enthalten sind darin Gehälter und Honorare, Kosten für die Werbemittelproduktion sowie die Verbreitung der Wer-

DRUCK  MARKT
impressions

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

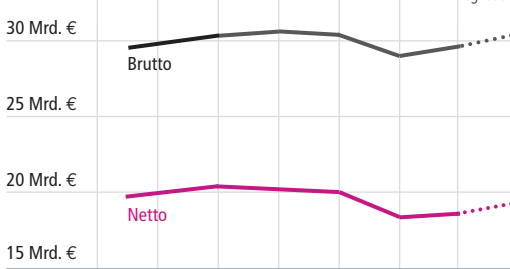
Das erste PDF-Magazin der Branche im Internet.
Alle 14 Tage mit Bildstrecken, Hintergrundartikeln und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

DRUCK  MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

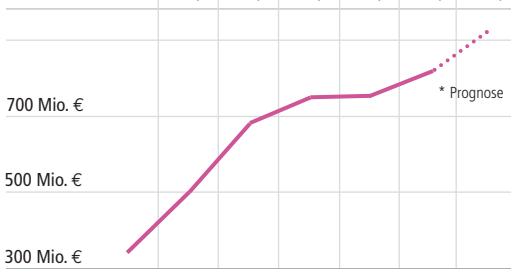


WERBEINVESTITIONEN IN DEUTSCHLAND							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Brutto	29,60	30,23	30,83	30,67	28,84	29,53	30,24
Netto	19,83	20,35	20,81	20,37	18,37	18,75	19,20



Quelle: ZAW; Druckmarkt-Grafik 7/2011

WERBEWACHSTUM DER ONLINE-DIENSTE						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Umsatz in Mio. €	500,0	690,0	750,0	760,0	810,0	911,2
Zuwachs in Mio. €	163,0	194,0	65,0	10,0	97,0	101,2
Zuwachs in Prozent	49,0	39,0	9,0	1,3	12,7	12,5



Quelle: ZAW; Prognose Druckmarkt-Berechnung. Druckmarkt-Grafik 7/2011

Die Online-Dienste waren im Krisenjahr 2009 die einzige Werbegattung, die Einnahmen hinzugewinnen konnten. Ihre Erlöse wuchsen indes nur um 1,3% auf 764 Mio. € am Rande der Stagnation. Rückwärts betrachtet zeigt sich, dass auch diese Mediengruppe den Abschwung spürte. Die Wachstumsraten wurden immer geringer. Entsprechend vermindert hatte sich der monetäre Zugewinn. 2010 hat Online-Werbung jedoch wieder zweistellig zugelegt. Der Marktanteil an den Netto-Werbeinnahmen beträgt jetzt 4,6%, wird 2011 aber sicherlich über 5% steigen. Die prognostizierten 12,5% Zuwachs sind auf Basis verschiedener Studien gemittelt.

bebotschaften vor allem in den Massenmedien. Zur Euphorie sieht er dennoch keinen Anlass. Zwar sei die Wende am Werbemarkt mit einem Plus von 0,69 Mrd. € nach dem desaströsen Werbejahr 2009 beachtlich. »Doch damit konnte erst ein Drittel des Verlustes aus dem Vorjahr

in Höhe von 1,83 Milliarden Euro aufgeholt werden«, sagte Parteina. Zudem sei die aktuelle Konjunktur ein reiner Export-Aufschwung. Für weltweit verkaufte deutsche Waren werde im Ausland geworben und kaum in den deutschen Medien. Entsprechend gering sei der Effekt auf

die nationale Werbebilanz. »Entscheidend ist die Konsumstimmung zu Hause: Zögerliche Kaufneigung zieht zögerliches Werbeverhalten nach sich«, sagte der ZAW-Hauptgeschäftsführer unter Hinweis auf die schwachen Impulse, die vom privaten Konsum mit nur +0,5% im Jahr 2010 und im Jahr zuvor mit -0,2% ausgingen.

Dessen ungeachtet kann die Druckindustrie in Deutschland aber offensichtlich nicht mehr wie früher vom Werbewachstum profitieren. Zwar sind die Bruttowerbeausgaben 2010 auch laut Nielsen Media Research um 11% gestiegen, doch profitierten davon vor allem die elektronischen Medien wie TV (+16,2%), Internet (+34,8%) und Radio (+5,2%). Printmedien konnten dagegen mit +1,1% für Zeitungen, +4,3% für Publikumszeitschriften, +6,4% für Plakate und +1,3% für Fachzeitschriften nur unterproportional zulegen.

rungsgemäß erst zeitlich versetzt von einer Konjunkturerholung partizipiert. Dennoch bleibt die Frage, ob sie aus eigener Kraft noch einmal zu Wachstum und ehemaliger Umsatzstärke zurückfinden kann.

Denn Fakt ist, dass die Printmedien abhängig von der werbetreibenden Wirtschaft sind. Fakt ist aber auch: Printmedien bieten heute eine nie zuvor erreichte Vielfalt und Qualität. Dass Printmedien daneben auch effizient sind, haben sie seit ihrem Bestehen bewiesen. Diese Effizienz unter den gegebenen Umständen für die Zukunft zu erhalten, sie weiter zu verbessern und zu optimieren, ist jetzt die dringende Aufgabe der Branche.

Ansätze mit hybriden Drucksachen, der Symbiose von Print und Online sowie intelligente Etiketten und Verpackungen sind vielversprechend und bieten noch viel Potenzial. Ob die Druckindustrie damit aber auch erfolgreich und langfristig auf der »digitalen Welle« mitschwimmen kann, wird die Zukunft zeigen.

Zeitversetzte Erholung?

Ohnehin macht es den Eindruck, als sei die Branche vom Aufschwung anderer Industrien und der Wirtschaft abgekoppelt. Zwar darf nicht vergessen werden, dass die Druckindustrie eine »nachlaufende Branche« ist, wie es bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Deimel definiert, die erfah-

- www.bvdm-online.de
- www.zaw.de

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

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



Alkoholfreier Cocktail

Heidelberger ›IPA-frei-Paket‹ umfasst Maschinenkomponenten, Beratung und Saphira-Verbrauchsmaterialien

Neben Druckplatte und Druckfarbe ist das Feuchtmittel im Offsetdruck eine zentrale Komponente, wenn es um perfekte Druckergebnisse geht. Dass dies nur durch das optimale Zusammenspiel dieser Systemkomponenten funktionieren kann, ist bekannt. Doch damit hatten die Drucker der 1960er und auch 1970er Jahre noch erhebliche Probleme: War die Oberflächenspannung des Feuchtmittels zu hoch, waren dem Offsetprinzip, nach dem sich Wasser und Farbe abstoßen, Grenzen gesetzt. Deshalb war es geradezu ein Segen, als die ersten Feuchtwerte alkoholtauglich wurden.

Inzwischen überwiegen die Nachteile

Alkohol ist ein sehr gutes Netzmittel (die Oberflächenspannung des Wassers kann aber auch mit Gummiarabikum, Glycol oder Glycerin herabgesetzt werden). Doch Alkohol in Form von Isopropanol (IPA) setzte sich durch, denn es senkt die Oberflächenspannung, erhöht die Viskosität des Feuchtmittels und fördert die Filmbildung im Feuchtwerk. Es sorgt für eine bessere Benetzung von Walzen und Druckplatten und stabilisiert das Farb-Wasser-Gleich-

gewicht. Da IPA zudem schnell verdunstet, trocknet auch die Farbe schneller. Gleichzeitig werden die Druckwerke über die Verdunstungskälte gekühlt. Zudem wirkt IPA schaumhemmend.

Alles Vorteile, die für den Einsatz von IPA sprechen. Und nach dem Motto ›viel hilft viel‹ wurde dem Feuchtmittel in der Vergangenheit oft erheblich mehr IPA zugesetzt, als dies aus verfahrenstechnischer Sicht notwendig war. Die Höchstmenge an Alkohol wird heute zwischen 3% und höchstens 8% angesetzt.

Inzwischen kennt man aber auch die Nachteile der Alkoholzusätze. Einmal kann IPA das Blanklaufen insbesondere bei hoher Wasserhärte fördern, zu viel IPA kann die Bindemittel der Druckfarbe ausfällen, Metallpigmente anlösen und zudem den Papierstrich angreifen und zu einem Aufbauen auf dem Gummiband führen.

Der vermeintliche Vorteil, dass IPA zu den leicht verdunstenden organischen Verbindungen (VOC) gehört, hat aber auch den Nachteil, dass der Alkohol so gut wie vollständig in den Drucksaal verdunstet und zu gesundheitlichen Gefahren wie Kopfschmerzen, Schwindelgefühle und Augenreizungen führen kann. IPA ist außerdem leicht entflammbar und einer der Verursacher von bodennahe Ozon, das auch als Sommer-

Seit Jahren suchen Druckereien nach Möglichkeiten, mit möglichst weniger Isopropylalkohol (IPA) auszukommen. Unterstützt wird dies durch eine Sensibilisierung für Umwelt, Gesundheit und Klima im Drucksaal. Natürlich gab es schon viele Einzellösungen engagierter Druckereien – jetzt aber gibt es ein Paket, das zumindest Heidelberg-Druckern eine Lösung verspricht.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Für das ›IPA-frei-Paket‹ setzt Heidelberg neue Feuchtwalzen ein, die ausreichend Feuchtmittel sehr gleichmäßig auf der Druckplatte verteilen und somit für eine ausgewogene Farb-Wasser-Balance sorgen sollen.

Außerdem werden IPA-Ersatzstoffe und weitere Komponenten der Saphira-Serie angeboten, die auf die verschiedenen Anforderungen im Akzidenz- und Verpackungsdruck zugeschnitten sind.



smog bekannt ist. Außerdem ist IPA ein Kostenfaktor, der durch entsprechend gesetzliche Auflagen in der Schweiz und skandinavischen Ländern schon heute verstärkt wird.

Kurzum: Mit dem Alkohol im Drucksaal wollen immer weniger Druckereien zu tun haben.

Paket zur IPA-Reduzierung

Jetzt bietet Heidelberg mit dem ›IPA-frei-Paket‹ eine Lösung für alkoholfreies Drucken an und verweist darauf, dass man der einzige Hersteller mit einem entsprechenden Angebot sei. Zusammengestellt wurde das Paket aus aufeinander abgestimmten Komponenten, Beratung und Saphira-Verbrauchsmaterialien (siehe auch unseren Beitrag in ›Druckmarkt 71‹, der die Philosophie des Saphira-Programms beleuchtet).

Neu dabei seien spezielle Feuchtwalzen mit modifizierten Materialien und Oberflächenstrukturen, erweiterte Peripherieausstattungen und spezielle Feuchtmittelzusätze. Heidelberg bietet diese Lösung zunächst für die Baureihen Speedmaster XL 105, SM/CD/CX 102 und XL 75 für den Einsatz von konventionellen Druckfarben an. Bereits installierte Maschinen dieser Baureihen können nachgerüstet werden. Bis zur drupa

2012 soll die Lösung für andere Modelle und den Einsatz bei UV-Druckanwendungen verfügbar sein. »Mit dem IPA-frei-Paket möchten wir den Weg in den alkoholfreien Druck erleichtern und zeigen, dass ökologische Lösungen ökonomisch umsetzbar sind«, erklärt Stephan Plenz, Vorstand Equipment bei Heidelberg. Das Interesse an diesem Angebot sei in sehr hoch und nehme ständig zu.

Alkoholversatzstoffe garantieren Qualität

Voraussetzung für alkoholfreies Drucken ist eine konstante Wasserqualität, die eine Gesamthärte zwischen 8°dH und 12°dH aufweisen sollte. Bei Schwankungen muss das Wasser aufbereitet werden – beispielsweise mit einer Umkehrosmose-Anlage. Die neuen Feuchtwalzen ermöglichen nach Angaben von Heidelberg, dass ausreichend Feuchtmittel sehr gleichmäßig auf der Druckplatte verteilt und somit eine ausgewogene Farb-Wasser-Balance erzielt wird. Und Heidelberg wäre nicht Heidelberg, wenn nicht auch das Peripheriegerät CombiStar Pro in das Paket einbezogen würde. Mit digitaler Dosier-Technik ausgestattet, wird eine Genauigkeit des Feuchtmittelzusatzes von $\pm 0,1\%$ erlaubt. Im CombiStar integriert ist eine Feuchtmittel-

feinfiltration, um die Feuchtmittelstandzeit zu erhöhen. Über den Maschinenleitstand erhält der Drucker einen Überblick über die Feuchtmittelqualität: Der Verlauf von Temperatur, Leitwert und pH-Wert wird angezeigt. Der CombiStar zeigt zusätzlich den Verbrauch von Wasser, IPA und Feuchtmittelzusatz an.

Für den Druck von Sonderfarben und bei nicht saugenden Bedruckstoffen können niedrige IPA-Konzentrationen erforderlich sein. In diesem Fall wird optional ein Mess- und Dosiersystem empfohlen.

Tests über mehrere Monate

Gemeinsam mit europäischen Kunden hat Heidelberg über mehrere Monate die unterschiedlichen Alkoholversatzstoffe getestet. Dabei habe sich herausgestellt, dass ein Zusatzstoff auf Basis von Glykolen am besten geeignet war. Solche IPA-Ersatzstoffe sind wiederum Teil der Saphira-Verbrauchsmaterialien, sind kostengünstiger als IPA und verbessern zudem die Druckqualität, da die Farben brillanter erscheinen, berichtet Heidelberg. Eine Erfahrung aus diesem Test sei auch, dass die fachliche Beratung während der Anlaufzeit notwendig sei. Diese umfasse den Abdruck einer speziell entwickelten Feuchtetestform, mit der die beste

Einstellung des Walzenstuhls und des Feuchtmittels definiert werde. Dabei werden auch die Qualität des Prozesswassers und des Feuchtmittels analysiert sowie die Farb- und Feuchteknennlinien der Druckmaschine entsprechend eingestellt.

Keine Einschränkungen

Die Druckerei Bastian in Föhren bei Trier beispielsweise stellte ihre beiden Speedmaster XL 105 komplett auf ›Null Prozent IPA‹ um. »Als klimaneutrale Druckerei erheben wir nicht nur für uns selbst den Anspruch, immer wieder einen Schritt weiter zu gehen, sondern sehen das auch als Verpflichtung gegenüber unseren umweltbewussten Kunden. Der alkoholfreie Offsetdruck war der nächste Schritt«, erklärt Gerrit Schneider, Produktionsleiter der Druckerei. »Es gibt keine Einschränkungen und wir drucken Akzidenzen, Verpackungen und Etiketten mit mehr Glanz und Echtheit der Farben«, fasst Schneider zusammen. Mit dem Verzicht auf Alkohol entlastet die Druckerei Bastian die Umwelt und spart auch noch einige Tausend Euro pro Jahr.

- www.bastiandruck.de
- www.heidelberg.com





Qualität braucht keinen Alkohol

Chevalier International verbindet Automatisierung und Spitzenleistung im OB-Format mit der Roland 500

Seit 2009 produziert in der niederländischen Druckerei Chevalier erstmals ein Drucksystem im OB-Format. Die Fünffarbenmaschine Roland 500 mit Lackmodul erfüllt ohne Einsatz von Isopropanol höchste Qualitätsansprüche. Mit der Roland 500 hatte sich Chevalier für eine Druckmaschine entschieden, die sich durch einen hohen Automatisierungsgrad in ihrer Formatklasse auszeichnet. Einrichtungen zur automatischen Formateinstellung, zum automatischen Waschen oder Plattenwechsel standen ebenso wie QuickChange-Optionen für reduzierte Rüstzeiten beim Jobwechsel. Flexibilität und Vielseitigkeit, bedruckbare Substrate von 0,04 mm bis 1 mm bei einer Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 16.000 Bogen pro Stunde sind Stärken der Roland 500.

Kleine Auflagen – aber bitte in Grün

Seit ihrer Installation läuft die Roland 500 bei Chevalier fast pausenlos. Sie schließt die Lücke zwischen drei Digitaldruckmaschinen und zwei Roland 700 DirectDrive. Die beiden Drucksysteme im Format 3B – eine Fünf- und eine Sechsfarbenmaschine – wurden zeitgleich mit

der Roland 500 installiert, verfügen jeweils über ein Lackmodul und werden ausschließlich alkoholfrei betrieben. Mit dem Einsatz mehrerer Druckmaschinen in vergleichbarer Konfiguration besitzt das Unternehmen die Flexibilität, um den Wünschen anspruchsvoller Kunden gerecht zu werden.

Den Einstieg in das OB-Format und den Ausstieg aus dem 6er-Format begründet Diederik Chevalier mit dem Rückgang hoher Auflagen. Besonders bei seinen Kunden aus der Modebranche beobachtete er, dass sie stärker aktionsgebunden arbeiten. »Statt einer hohen Auflage geben sie über's Jahr verteilt mehrere kleinere Auflagen von 10.000 oder weniger Exemplaren in Auftrag.« Gerade für niedrigere Auflagen bietet die Roland 500 Automatisierungseinrichtungen wie das sogenannte PremiumInking, den PremiumFormatChange und ColorPilot – kurze Rüstzeiten und niedrige Makulatur sind das Resultat.

Schon seit über zwei Jahrzehnten ist Umweltschutz in der Unternehmensphilosophie von Chevalier International verankert. Das Unternehmen ist nach der internationalen Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert und erfüllt die Anforderungen des Forest Stewardship Council (FSC) sowie des Eco Management and Audit Scheme (EMAS).

»Wir wollen zu den Besten unserer Branche zählen.« Dieses Credo der Geschäftsführer Diederik, Robert und Alexander Chevalier führte bei Chevalier International zu grundlegenden Veränderungen: zum Einstieg in die CO₂-neutrale Produktion und zum Ausstieg aus dem Format 6.



Fast pausenlos im Einsatz: Die Roland 500 ist bei Chevalier das Bindeglied zwischen 3B-Format und Digitaldruck.



Seit Januar 2009 ist die CO₂-neutrale Produktion Realität. Die manroland-Drucksysteme leisten dazu ihren Beitrag durch ihre CO₂-reduzierte Auslegung. Der Verzicht auf Alkohol im Druck ist ebenso wie das Inline-Veredeln mit wasserbasierten Lacken für Chevalier ein Muss. Zur Reduktion der CO₂-Emission trägt die Roland 500 durch hohe Produktionseffizienz, wenig Makulatur und geringen Energieverbrauch bei. Sie trägt zudem das Zertifikat »Emission geprüft«, das für eine emissionsarme Produktionsweise steht.

Ökologie durch Ökonomie

»Spitzenprodukte herzustellen, ohne sich für die Umwelt verantwortlich zu fühlen, ist heute unmöglich«, ist Diederik Chevalier überzeugt und erläutert: »Unsere Kunden, besonders die britischen Kunden, haben

nicht nur hohe Qualitätsansprüche, sondern auch hohe Umweltstandards«.

Der Einstieg in die CO₂-neutrale Produktion war deshalb folgerichtig und bietet dem Unternehmen eine Möglichkeit, sich vom internationalen Wettbewerb zu differenzieren. Um die CO₂-Emission zu reduzieren, waren neben der Modernisierung des Maschinenparks weitere Maßnahmen und Investitionen im gesamten Unternehmen erforderlich. Was heute noch an CO₂ emittiert

wird, kompensiert Chevalier durch ein Projekt zur Waldaufforstung in Indonesien.

Eliteverdächtig

Chevalier International gehört zu den führenden Druckunternehmen in Europa. Auftraggeber sind Unternehmen aus der Automobil- und Finanzbranche sowie Modefirmen, die auf internationalem Parkett zu Hause sind. Chevalier produziert Akzidenzprodukte der Spitzenklasse,

die zu 70% exportiert werden und für klingende Namen wie Lexus, Mercedes, Mexx, Nike oder Rolex werben. Das Familienunternehmen, das auf eine 95-jährige Firmengeschichte zurückblickt, wird seit 2003 von den Cousins Alexander, Diederik und Robert Chevalier in der vierten Generation geleitet.

- www.chevalier.nl
- www.manroland.com



Als manroland noch nicht einmal MAN-Roland, sondern noch Roland Offsetmaschinenfabrik Faber & Schleicher AG hieß, haftete dem Offsetdruck noch die Aura von Pioniergeist und Heldentum an. Und Feuchtwerte, die das Drucken mit Alkoholzusatz erleichterten, waren eine



absolute Neuheit, wie die Anzeige Mitte der 1960er zeigt. Das ist nunmehr fast 50 Jahre her. Heute will kaum noch jemand mit Alkohol im Feuchtmittel arbeiten. Im Gegenteil weiß man heute, dass der alkoholfreie Druck weit mehr als nur eine umweltgerechtere Produktion erlaubt. Neben der Einsparung von

mehreren Tonnen IPA-Zusätzen hilft der Verzicht auf IPA auch bei der maschinenübergreifenden Standardisierung im Drucksaal und bietet damit konstante Qualität und hohe Produktionseffizienz.



Schnell muss es gehen

Oberösterreichisches Druckhaus hs-Druck ist im Mittelformat mit einer Zehnfarbenmaschine KBA Rapida 106 auf Wachstumskurs

Ende Januar nahmen die Geschäftsführer Helmut Hörmanseder und Herbert Seidl ihre erste KBA Rapida 106 in Betrieb: Die Zehnfarbenmaschine mit Bogenwendung für die 5-über-5-Produktion und einer umfassenden Automatisierung bis hin zum fliegenden Auftragswechsel und In-line-Qualitätsüberwachung verfügt über alles, was kurze Rüstzeiten ausmacht.

hs-Druck hat stürmische Zeiten hinter sich. Nach der Unternehmensgründung war es eine Herkules-Aufgabe, auf dem umkämpften Akzidenz-Markt Fuß zu fassen. Von Anfang an haben sich die Unternehmensgründer und Geschäftsführer als Dienstleister gesehen. Termintreue, Qualität und kurze Lieferzeiten hatten höchste Priorität. Diese Einstellung hat dem Unternehmen zu seinem Wachstum verholfen.

Von Beginn an produziert hs-Druck alles von der Visitenkarte bis zum umfangreichen Katalog. Hauptstandbein sind Drucksachen für die Tourismusindustrie. Mit dem ausgegründeten Lettershop reicht das Angebot heute bis zum individuellen Prospektversand für Hotels und Tourismusverbände. Bis zu 30.000 Sendungen werden täglich für die Kunden des Unternehmens versandt.

Daneben übernimmt hs-Druck für seine Auftraggeber logistische Aufgaben. Allein das Fertigwarenlager umfasst 350 Palettenstellplätze.

Egal welche Auflage – schnell muss es gehen

Als Helmut Hörmanseder und Herbert Seidl eine neue Druckmaschine für die wirtschaftliche Produktion vieler kleiner, aber auch großer Aufträge von 500 bis 50.000 Bogen suchten, schlug die Stunde der Rapida 106. Eine Zehnfarben sollte es sein, um das jeweils fünfte Werk für Drucklack, Sonderfarben in der Katalogproduktion oder für Perforierungen nutzen zu können. Ansonsten war alles, was die Jobwechsel beschleunigt, entscheidend. So zum Beispiel DriveTronic SPC für den simultanen Plattenwechsel parallel zum Waschen. »Der Plattenzylinderdirektantrieb revolutioniert den Bogenoffset«, freut sich Helmut Hörmanseder. »Die zehn Druckplatten an der Rapida 106 sind schneller gewechselt als fünf Druckplatten an unserer anderen Mittelformatmaschine.«

Der fliegende Jobwechsel soll später beim Druck von Betriebsanleitungen die Prozesse weiter optimieren. Dabei handelt es sich um Produkte mit rund 160 Seiten mit Auflagen um die 3.000 Exemplare.

hs-Druck wurde vor erst 17 Jahren gegründet. Aus dem Viermann-Unternehmen der Anfangsphase ist mittlerweile ein stattlicher Druckbetrieb mit über 60 Mitarbeitern und 3.000 m² Produktionsfläche geworden. hs-Druck wächst mit Drucksachen für den Tourismus – und hier ist ökologische Produktion gefragt.

Von Martin Dänhardt





Helmut Hörmanseder (rechts) und Herbert Seidl begutachten einen 4/4-farbig bedruckten Bogen.



15.000 Bogen/h im Wendebetrieb sind für Drucker Andreas Strasser kein Hexenwerk.



Aus zentralen Tanks erhalten die Farbkästen ständig frische Druckfarbe.

Daneben interessierte die Druckfachleute aus Ried die ziehmarkenfreie Anlage: »Wir hatten immer mal wieder Probleme mit der Kennzeichnung der Ziehmarke beim zweiten Druckgang und höheren Farbdichten«, erklärt Herbert Seidl. »Die sind mit der ziehmarkenfreien Anlage ausgestanden. Zum einen, weil sie nicht mehr auftreten und zum anderen, weil wir mit der Zehnfarben alles in einem Durchgang produzieren können.«

Rapida schafft Reserveschicht

Während bis zum Jahreswechsel an zwei Mittelformatmaschinen in drei Schichten gearbeitet wurde, übernimmt jetzt die Rapida 106 den Hauptteil der Produktion. Mit dem Wegfall der früher permanent erforderlichen Produktion an Wochenenden reduzieren sich auch die Personalkosten: Das wirkt sich zusätzlich positiv auf die Druckkosten aus. Die Produktivität ist mit der Rapida 106 stark gestiegen. So verbleibt für das stark saisonale Geschäft in der Tourismusbranche im Notfall noch eine Reserveschicht.

Vor der Installation der Rapida 106 war die Kapazitätsgrenze erreicht. Manche Aufträge mussten abgelehnt, andere an Kollegenbetriebe

weitergegeben werden. Das ist nun nicht mehr der Fall. Zwischen dem 31. Januar und Mitte Juni produzierte die Rapida 106 über 10 Mio. Druckbogen beziehungsweise knapp 400 Aufträge mit 550 Druckformen. Durch die Inline-Qualitätsregelung mit QualiTronic professional ist zudem der Zuschuss deutlich gesunken. Besonders bei Folgeformen werden nur noch etwa 200 Bogen gegenüber sonst kalkulierten 600 Bogen benötigt. Hinzu kommt, dass für das Einrichten eines Schön- und Widerdruck-Auftrages nicht mehr Zeit erforderlich ist als für den gleichen Vorgang an der Schön- und Widerdruckmaschine. Hier zeigt sich die Leistungsexplosion moderner Anlagen wie der Rapida 106.

Ökologische Produktion

Zur ökologischen Produktion trägt auch das alkoholreduzierte Drucken bei. Bisher wurde der IPA-Anteil im



Eine der QualiTronic-Kameras für die Inline-Qualitätskontrolle auf Bogenvorder- (hier im Bild) und -rückseite.

Feuchtmittel von 8% auf 3,5% gesenkt. Die Rapida 106 kann aber auch ganz »ohne« betrieben werden. Die Verbannung der Alkohol-Emissionen aus dem Drucksaal erhöht zusätzlich die ohnehin sehr gute Akzeptanz der Maschine bei den Mitarbeitern. Sie waren an der Kaufentscheidung beteiligt.

Die komfortable Bedienung, die praxisorientierte Automatisierung und die Entlastung durch die integrierte Qualitätsüberwachung führen dazu, dass das Personal gerne an der Neuen arbeitet. Dank zentraler Farbversorgung aus Fässern machen sich die Drucker bei hs-Druck fast nie die Hände schmutzig.

Wachstumsmarkt Tourismus

Von vielen anderen Akzidenzbetrieben unterscheidet sich das Unternehmen von Helmut Hörmanseder und Herbert Seidl durch Komplettleistungen für ihre Zielgruppen. Das beginnt bei der Konzeption von Drucksachen, reicht über Fotografie, Gestaltung und Marketing bis hin zum Postversand mit Portooptimierung und Personalisierung im Digitaldruck. Drucken, Schneiden, Falzen, Zusammentragen und Heften gehören neben weiteren Arbeitsschritten zur Kernkompetenz von hs-Druck innerhalb der Prozesskette

des Tourismus-Marketing. Über den eigenen Lettershop hinaus arbeitet hs-Druck bei Komplettpaketen mit Partnern aus Salzburg zusammen. So kann das Unternehmen als Universalanbieter auftreten, günstige Komplettpreise anbieten und für das eigene Unternehmen bessere Margen als im reinen Geschäft mit Drucksachen erzielen.

Drucksachen für den Tourismus sind offenbar noch ein Wachstumsmarkt. So stiegen 2010 die Umsätze in diesem Marktsegment zweistellig. Davon profitierte auch hs-Druck. Als ein Indiz für dieses Wachstum kann der 1998 erstellte Firmensitz von hs-Druck in Hohenzell bei Ried gelten: Seither wurde er bereits dreimal ausgebaut und erweitert.

- www.hs-druck.at
- www.kba.com



Internationaler Nachhaltigkeitspreis für Bogenoffsetdruckereien

Die Gewinner des zweiten Heidelberg ECO Printing Awards wurden Anfang Juli 2011 geehrt. Michael Keene, CEO von The John Roberts Company, USA, nahm den mit 30.000 Euro dotierten Preis für das nachhaltigste Druckunternehmen entgegen. 20.000 Euro für die zukunftsweisendste Einzellösung erhielt Rob Nugent von der australischen Vega Press.



Heidelberg hatte zur drupa 2008 den internationalen Umweltpreis ECO Printing Award erstmals ausgeschrieben, um Bogenoffset-Druckereien Anreize zu geben, besonderen Wert auf Nachhaltigkeit zu legen. Die Gewinner sollen

Vorbild für die Branche sein und Impulse geben, nachhaltig zu agieren. In diesem Jahr reichten 45 Betriebe aus 19 Ländern ihre Bewerbungen ein, eine unabhängige Jury bestimmte die Gewinner. Das Urteil fiel einstimmig aus. »Die eingereichten Vorschläge haben sich weiter verbessert und sind in diesem Jahr deutlich breiter gefächert als im Jahr 2009. So sind die nachhaltigen Gesamtlösungen gegenüber innovativen Einzellösungen in der Überzahl gewesen«, sagte Jurysprecher Dr. Achim Schorb vom Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu).

NACHHALTIGSTES UNTERNEHMEN Zum nachhaltigsten Unternehmen wählte die Jury die John Roberts Company in Minneapolis, USA. Die Druckerei mit über 300 Mitarbeitern praktiziert schon seit über 30 Jahren aktiven Umweltschutz, nimmt an Zertifizierungssystemen wie ISO 9001, FSC und PEFC teil und wurde für dieses Engagement bereits mit mehreren Umweltpreisen honoriert. John Roberts Company arbeitet mit modernstem Equipment von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung und setzt auf die Reduzierung von Makulatur und Prozessabfällen. Es werden Farben verwendet, die auf Basis von Pflanzenölen hergestellt sind. Zudem wurde der Anteil der VOCs (volatile organic compound – leicht flüchtige organische Verbindungen) im Feuchtmittel um 60% reduziert, und für das nächste Jahr ist eine weitere Reduktion um 15% geplant. Die Druckerei heizt mit Erdgas und verwendet Strom aus Windkraft. Der Energieeinsatz wurde in diesem Jahr um 10% reduziert, die Treibhausgase sollen 2011 um 15% reduziert werden.

Trainings- und Sportmöglichkeiten sowie ein jährlicher Gesundheitstag für die Mitarbeiter und Spenden an kulturelle Einrichtungen, Schulen und Universitäten sowie gemeinnützige Organisationen sprechen für die soziale Verantwortung.

ZUKUNFTSWEISENDE EINZELLÖSUNG In dieser Kategorie standen Einreichungen zur Energieeinsparung und Ressourcenschonung im Mittelpunkt. Die Jury überzeugte hier der Ansatz der knapp 100 Mitarbeiter zählende australischen Druckerei Vega Press in Melbourne. Die Dächer des Druckereigebäudes wurden mit einer speziell reflektierenden Oberfläche beschichtet, die das Eindringen der UV-Sonnenstrahlen weitestgehend verhindert. Zusammen mit einer hocheffizienten Gebäudedämmung lässt sich der Aufwand für die Klimatisierung auf ein Minimum senken. Verminderter Stromverbrauch ist ein wichtiger Beitrag, um schädliche Klimagase zu vermeiden. Dieses Energieeinsparpotenzial ist eine Lösung für Regionen, in denen Druckmaschinen über das Jahr hohen Temperaturen ausgesetzt sind und normalerweise aufwendig gekühlt werden müssen.

AM HEIDELBERG ECO PRINTING AWARD können Druckereien teilnehmen, die mindestens eine Bogenoffsetdruckmaschine im Einsatz haben. Die Anzahl der Druckwerke ist zur Teilnahme genauso unerheblich wie Produktionsumfang, Fertigungstiefe und Größe. Es gibt weder eine geografische Einschränkung, noch ist relevant, welcher Bedruckstoff eingesetzt wird. Als Auswahlkriterien gelten die Teilnahme am Umwelt- und Qualitätsmanagement, nachhaltiger Energie-, Material- und Medieneinsatz, umweltschonende Logistiklösungen sowie soziales und gesellschaftliches Engagement.

➤ www.johnroberts.com ➤ www.vega.com.au
➤ www.heidelberg.com

IN DER ENGEREN WAHL

In die engere Wahl des Heidelberg ECO Printing Awards kamen 17 Druckereien, aus denen die Jury die beiden Gewinner ermittelte. Hier die Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum.

Nachhaltigste Unternehmen:

- Druckstudio GmbH, Düsseldorf (Deutschland),
➤ www.druckstudiogruppe.com
- Druckerei Lokay e.K., Reinheim (Deutschland),
➤ www.lokay24.de
- Kessler Druck & Medien, Bobingen (Deutschland),
➤ www.kesslerdruck.de
- Pinsker Druck und Medien, Mainburg (Deutschland),
➤ www.pinsker.de
- Druckerei Janetschek, Heidenreichstein (Österreich)
➤ www.janetschek.at
- UD Print AG, Luzern (Schweiz)
➤ www.ud-print.ch

Zukunftsweisende Einzellösung:

- DCM, Druck Center Meckenheim (Deutschland),
➤ www.druckcenter.de
- E & B Druck, Karlsruhe (Deutschland),
➤ www.ebdruck.de

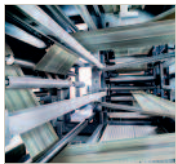


WORLD NEWSPAPER WEEK

10 – 15 October 2011, Vienna, Austria
Reed Messe Wien



WAN-IFRA Pre-IFRA Expo Studytour * 'Lean production and automation'



FROM HAMBURG
TO VIENNA
03 – 07 OCTOBER 2011
FROM HAMBURG TO VIENNA
WWW.WAN-IFRA.ORG/EVENTS

XMA Cross Media Award Ceremony** Monday evening at WAN-IFRA Get-Together



Meet the winners of this competition on paid-for apps for tablets and smartphones
10 October 2011, 18 h
at the Media Port
www.wan-ifra.org/xma

IFRA Expo 2011 Passion for Publishing



The leading event of the news publishing and media industries
10 – 12 October 2011
Reed Messe Wien
www.ifraexpo.com

4th International * E-Reading & Tablet Conference



Taking tablets to the next level
Publishing on mobile platforms.
11 October 2011, Room Lehár 1-3
Reed Messe Wien
www.wan-ifra.org/e-reading_conference

Media Port ** Publishing trends at IFRA Expo 2011



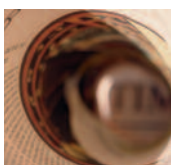
A programme of lectures, representing an ideal complement to your Expo visit
10 – 12 October 2011, at IFRA Expo
Reed Messe Wien
www.wan-ifra.org/mediaport

63rd World Newspaper Congress * Taking Publishing to the next level



The global annual summit meeting of the world's press
12 – 15 October 2011
Reed Messe Wien
www.wan-ifra.org/wnc2011

The Power of Print * Focus Sessions at IFRA Expo



on Innovations in Printing, Lean Production and Colour Quality Optimisation
10 – 12 October 2011, Room Stolz 2
Reed Messe Wien
www.wan-ifra.org/events/the-power-of-print

18th World Editors Forum * Taking Publishing to the next level



Multiplatform news businesses, what goes where, and how to make money
12 – 15 October 2011
Reed Messe Wien
www.wan-ifra.org/wef2011

* Registration to those events includes a Season Ticket for IFRA Expo 2011.

** Attending those events is free of charge for IFRA Expo 2011 or World Newspaper Congress / WEF participants.

For more information and online-registration www.worldnewspaperweek.org/registration-fees



Ende Juni 2011 präsentierte sich die Igepa Papiergroßhandel GmbH mit einer Veranstaltung am Standort Queis. Das Open House demonstrierte die Ausweitung des Sortiments der letzten Jahre, bei dem neben Papier und Karton Produkte für den Digitaldruck, Large Format Printing, Verpackung bis hin zu Digitaldruckmaschinen eine Rolle spielen. Im Rahmen der Kundenveranstaltung wurde auch der Neu- und Erweiterungsbau vorgestellt. Der Unterhaltungsteil beinhaltete die Kunstaktion PAINT CLUB und eine



Papiermodenschau. Die Schule für Mode und Design, Halle, präsentierte Hochzeitskleid-, Avantgard- oder Strandkleidmodelle aus Papier. Alle Modelle waren aus Igepa-Papier und/oder Folien-Materialien hergestellt.

► www.igepa.de



Das vierte Ziel der Reise zu den Papierkulturen ist erreicht – die Südsee. Passend zum Sommer wird mit Polynesien die Mailing-Serie Papierkulturen für Kreative, Drucker, Papierverarbeiter und Marketing-Entscheider fortgesetzt. Wie bisher greift das Mailing die Kultur eines Landes auf und setzt typische Merkmale auf einer Papierqualität thematisch um. Für Polynesien wird das Einbandmaterial Zanders EfaIn eingesetzt. Das Mailing zeigt die Vielfalt des Sortiments, das in 120 g/m² mit 32 Farben und fünf Oberflächen, sechs Specials sowie in zwei Kartongewichten mit zwei Oberflächen ein breites Spektrum abdeckt.

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

DRUCKMARKT impressions
www.druckmarkt.com



Vom 18. bis 21. Juli 2011 traten die acht besten Nachwuchsdrucker Deutschlands im Kundenvorführungszentrum Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG, gegeneinander an. Die acht Finalisten aus Druckereibetrieben in Augsburg, Fulda, Heidelberg, Kempten, Nürnberg und Osnabrück waren aus rund 20 Bewerbungen ausgewählt und nach Heidelberg eingeladen worden. Sie mussten eine bis zum Wettbewerb geheim gehaltene Druckvorlage möglichst korrekt und sauber drucken. Dabei kam es nicht nur darauf an, dass alle Farbwerte stimmten, die Jury beurteilte auch den sparsamen Umgang mit dem Material und die Zeit, in der das richtige Ergebnis erzielt wurde.



Sascha Epp, Auszubildender bei Heidelberg, setzte sich im deutschen Finale gegen die starke Konkurrenz durch und wird Deutschland bei der 41. WorldSkills-Berufsweltmeisterschaft im Oktober 2011 in London vertreten. Dort werden sich über 1.000 Auszubildende aus über 50 Staaten in 45 Berufen messen.



Bereits auf der Fespa 2011 stieß das euromedia Street Vinyl von Fujifilm auf großes Interesse. Die weiß glänzende Folie ist in Verbindung mit dem strukturierten euromedia Street Laminate für den Einsatz auf rauen Untergründen (Straßen, Gehwege etc.), Ausstellungen oder Sportveranstaltungen im Freien konzipiert. Das Laminat ist mit einer Anti-Rutsch-Oberfläche ausgestattet, die den Druck vor Abrieb und Verschmutzung schützt. Die reflexionsarme Oberfläche vermeidet Spiegelungen. Die Folie ist ab 10°C verklebbar und besitzt eine Außenhaltbarkeit von bis zu sechs Monaten – je nach mechanischer Beanspruchung – und ist innerhalb dieser Zeit rückstandsfrei wieder ablösbar.

► www.fujifilm.eu

62
TONNEN CO₂

entstanden bei der Herstellung einer Fünffarbenmaschine Speedmaster SM 52 Anicolor mit Lackierwerk, die über ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt in Vietnam ausgeglichen wurden. Die Druckerei Ahlfeldt & Company GmbH in Wiesbaden produziert seit Kurzem mit dieser ersten klimaneutral gestellten SM 52 Anicolor von Heidelberg.

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.™





Serviceübereinkunft

FUJIFILM BETREUT INCA MASCHINEN IN DEUTSCHLAND

Mit Wirkung vom 1. August 2011 übernimmt Fujifilm bundesweit den technischen Service für alle Produkte von Inca Digital und ist exklusiver Ansprechpartner für Fragen zu Investitionen und Service. Inca Digital behält die Verantwortung für die Ersteinstallation der Anlagen.

➤ www.fujifilm.de

Druckerei Gebhard

PRESSTEK 52DI-AC MIT LACKWERK INSTALLIERT

Presstek, Anbieter von digitalen Offsetdrucklösungen, hat bei der Druckerei H. Gebhard GmbH & Co. in Heusenstamm eine Presstek 52DI-AC mit Dispersionslackwerk in Betrieb genommen. Anteil an der Installation hatte Presstek-Fachhandelspartner Heinrich Baumann Grafisches Centrum aus Frankfurt am Main.

Friedrich Freund GmbH

FSC-VERPACKUNGEN AUCH AUS WELLPAPPE

Nachdem die Standorte Georgsmarienhütte und Nordhausen nach der DIN EN ISO 9001:2008 rezertifiziert wurden, hat der Standort Georgsmarienhütte erneut das Audit für den Hygienestandard BRC/IoP 3.0 absolviert. Die FSC-Zertifizierung gilt nun für die ganze Freund-Unternehmensgruppe.

➤ www.freund-verpackung.de

Fogra-Zertifizierungen

KONICA MINOLTA BIZHUB PRESS C7000 UND C8000

Der bizhub Press C7000 und C8000 von Konica Minolta sind mit dem FograCert »Validation Printing System« ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wurde für die Kombination von Leistungsfähigkeit, der neuesten Version der Farbmanagement-Applikation Color Care sowie den Druckcontrollern EFI Fiery IC-306 oder CREO IC-307 vergeben.

Pirrot GmbH

ERSTANWENDER DER XEROX iGEN4 MIT MATT DRY INK

Die Digitaldruck Pirrot GmbH aus Saarbrücken hat ihren Maschinenpark mit einer Xerox 1000 Colour Press und einer Xerox iGen4 EXP mit Matt Dry Ink erweitert. Damit ist die Pirrot GmbH Erstanwender der gerade freigegebenen Matt Dry Ink-Technologie in Europa.

Mit der Matt Dry Ink kann Pirrot Drucke mit matter Oberfläche produzieren. Der matte Toner bietet nach Angaben von Xerox eine konsistente und einheitliche Erscheinung über Glanzpunkte, Halbtöne und Schattierungen hinweg. Die iGen4 EXP druckt bis zu 120 Seiten pro Minute und bietet ein Einzelbogenformat von 364 x 660 mm. So kann Pirrot auch sechsseitige Folder im DIN A4-Format herstellen.

Die Xerox 1000 Colour Press setzt Pirrot für hochglänzende Druck-Erzeugnisse ein. Mit der fünften Farbstation und Clear Dry Ink Toner kann das System ganzflächige oder partielle Glanzeffekte erzeugen. Die Xerox 1000 Colour Press verarbeitet unterschiedliche Papiersorten und Grammatoren mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 100 Seiten pro Minute.

➤ www.xerox.de

HEI-LIGHTS 2011

ERFOLGREICHER START FÜR HEIDELBERG OPEN HOUSE

Rund 1.700 Besucher informierten sich auf den Open House-Veranstaltungen der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH in München, Berlin und Hamburg. Kunden und Interessenten nutzten die Gelegenheit, Anregungen zu sammeln, zu diskutieren und sich in Gesprächen mit Experten auszutauschen. Bei Vorträgen und Präsentationen wurden aktuelle Themen wie nachhaltige Druckproduktion, Digi-



taldruck im Offsetumfeld, Prozessintegration mit Prinect, Veredelung oder auch Effizienz in der Weiterverarbeitung näher beleuchtet. Viele Besucher nahmen sich Zeit, um sich auch das Angebot des Systemservice, der Saphira Verbrauchsmaterialien, die Beratungsleistungen von Heidelberg Business Consulting oder die Print Media Academy kennenzulernen.

Die nächste Veranstaltung findet vom 20. bis 22. Oktober 2011 in Heidelberg statt.

➤ www.heidelberg.com/openhouse

Produktivste Illustrationsdruckanlage in Österreich

NEUE 48-SEITEN-LITHOMAN FÜR LEYKAM DRUCK

Die LEYKAM Let's Print Gruppe ist die größte österreichische Druckerei mit drei Produktionsstandorten in Neudörf, Müllendorf und Hoce/Maribor. Jetzt investiert das Unternehmen in die produktivste Anlage Österreichs, wie manroland berichtet. Mit einer Investition von rund 10 Mio. € ergänzt im Frühjahr 2012 eine neue 48-Seiten-Lithoman den Maschinenpark. Die neue 48-Seiten-Lithoman im liegenden Format wird am Standort Müllendorf aufgestellt und dort die Produktionskapazitäten mit einer Fortdruckleistung von 70.000 Druckprodukten pro Stunde im Vergleich zu heute deutlich steigern.



Vorstandsvorsitzender Michael Steinwider (links) und Betriebsleiter Franz Tinnacher freuen sich über die Investition in eine 48-Seiten-Lithoman.

»Die langjährige Partnerschaft zwischen manroland und LEYKAM Let's Print sowie die positiven Erfahrungen mit der Performance der laufenden Maschinen waren entscheidend für die erneute Investition in eine manroland-Rotation«, sagt Mag. Michael Steinwider, Vorstandsvorsitzender von LEYKAM Let's Print. Die Druckerei ist heute schon führend im Illustrationsrollenoffsetdruck in Österreich und zählt in Europa zu den Top Ten in diesem Segment. An den drei Produktionsstandorten werden 30 Millionen DIN-A4-Seiten pro Stunde produziert.

Paul Steidle, Vorstandsmitglied von manroland, freut sich: »Wir werden alles tun, um das erneut in uns gesetzte Vertrauen zu rechtfertigen. Besonders anspornend ist, dass wir jetzt schon den zweiten Investitionsschritt mitverhandelt haben und mit der ersten 96-Seiten-Lithoman für Österreich bereits in den Startlöchern stehen.«

➤ www.manroland.com



Mini-Pflug von manroland ENTDECKE DIE FALZMÖGLICHKEITEN

Ein eigenwillig gebogener Innen-sechskantschlüssel revolutionierte vor über 50 Jahren die Vorstellung vom Möbelkauf, 1963 bringt eine Mouse Bewegung in die Computerentwicklung und auch heute sind es noch die kleinen Ideen, die möglich machen, was vorher unvorstellbar schien. In der Zeitungsproduktion gehört der Mini-Pflug wohl mit dazu. Technisch gesehen falzt der

patentierete Mini-Pflug die Papierbahn am Rand mit einer maximalen Falzbreite von 80 mm. Für Media Markt war »die

auffällige Sonderwerbeform ideal zur Werbung für eine Neueröffnung in der »Augsburger Allgemeine«. Bei Presse-Druck ergänzt der Mini-Pflug die Sonderwerbeformen perfekt. In den letzten zwei Jahren hat man viele kreative Werbeformen wie nanobooks und nanofold-poster entwickelt. Das Produktionsspektrum einer bestehenden manroland-Anlage ist einfach um den Mini-Pflug zu erweitern. Die rein mechanische Falzkonstruktion findet überall Platz, wo eine Bay-Window-Möglichkeit besteht.

➤ www.manroland.com

Wettbewerbsfähigkeit ausbauen MERKUR DRUCK AG ORDERT ZWEITE SPEEDMASTER XL 105

Vor rund vier Jahren investierte die Merkur Druck AG in der Schweiz in eine Speedmaster XL 105-5+LX2. Gut 100 Mio. Druckbogen hat der Zählerstand inzwischen erreicht. Kürzlich wurde mit der Heidelberg Schweiz AG der Vertrag über eine zweite Speedmaster XL 105 in Sechsfarbenausführung mit Wendung nach dem zweiten Druckwerk und Kammerrakellackiertechnik unterzeichnet. Dass es wieder eine



Maschine von Heidelberg ist, begründet die Merkur Druck AG vor allem mit den auf der Speedmaster XL 105-5+LX2 erzielten Nettoleistungen. Peter Germann, Leiter Bogenruck und Weiterverarbeitung, bezeichnet besonders Prinect Inpress Control für den Mess- und Regelvorgang von Farbe und Passer sowie die durchgängigen Preset-Funktionen und die hohe Verfügbarkeit als ein zentrales Merkmal für die Qualität und Wirtschaftlichkeit. Mit der Inbetriebnahme der zweiten Maschine dieser Klasse verleiht das Druckereunternehmen seiner Wettbewerbsfähigkeit zu-sätzlichen Schub.

➤ www.heidelberg.com

Pilotinstallation

MB BÄUERLE RILL- UND FALZSYSTEM ERFOLGREICH REALISIERT

In einer Buchbinderei vor den Toren von Leipzig hat MB Bäuerle die Erstinstallation eines Inline-Systems zum Rillen und Falzen erfolgreich umgesetzt. Der Inhaber der Buchbinderei, ein langjähriger Kunde von MB Bäuerle, hatte sich bei der letztjährigen PostPrint nach einer technischen Lösung umgeschaut, die es ermöglicht, Produkte inline



Das Inline-System überzeugt durch sein breites Einsatzspektrum (hier mit dem MB Bäuerle Vertriebsbeauftragten der Niederlassung Ost, Klaus Hirsch).

maschinell zu Rillen und zu Falzen. Bei bestimmten Produkten wurde bisher ein Großteil der Fertigungsprozesse in Einzelschritten manuell erledigt. Vor allem die Produktion von Fotobüchern sowie Teile der Buchdeckenherstellung galt es zu optimieren.

Das System besteht aus einem Flachstapelanleger FSA 52 mit Ausrichttisch, der Balkenrill- und Perforiermaschine Pit Stop DH Speed sowie dem vollautomatischen Falzsystem prestigeFold Net 52. Die Bogen werden dabei dem Ausricht-

tisch zugeführt und vor dem Rillen ausgerichtet. Nach Rillung oder Perforation wird der Bogen auf den Ausrichttisch des Falzsystems befördert und erneut ausgerichtet. Da die Verarbeitung in einem Durchgang erfolgt, ist die Gefahr von Markierungen oder Kratzern empfindlicher Materialien minimal. Die Ausrichtung der Bogen vor und nach dem



Effiziente Produktion: In einem Durchgang können nun mehrere Arbeitsvorgänge, zum Beispiel Rillen, Perforieren und Falzen, inline durchgeführt werden.

Rillen bedeutet zudem hohe Genauigkeit für das Endprodukt. Als weiteren Vorteil des Inline-Systems nennt MB die Flexibilität, da verschiedene Produktionsmöglichkeiten zur Verfügung stehen: Rillen und Falzen, Perforieren und Falzen, Rillen, Perforieren und Falzen, nur Rillen, nur Perforieren oder nur Falzen. Die Balkenrill- und Perforiermaschine kann zudem auch als Solo-System betrieben werden.

➤ www.mb-baerle.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Nur zwei Jahre nachdem die erste KBA-Bogenoffsetmaschine in Uruguay bei einem Open House präsentiert wurde, hat Imprimex S.A. Industria Grafica in Montevideo die zweite Rapida 105 in Betrieb genommen. • Mit dem Erwerb der neuen Roland 900 bleibt man dem Hersteller treu: Seit der Firmengründung 1949 arbeitet Allied Litho aus Kansas City in Nordamerika im Bogenoffset nur mit Druckmaschinen von manroland. • Die CPC Haferkamp GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der französischen Groupe CPC, hat sich der Aufgabe zur PSO-Zertifizierung nach ISO 12647 erfolgreich gestellt. Als Etikettendrucker war das Unternehmen das Erste, das die Aufgabe auf einem 80 g/m² Etikettenpapier gemeistert hat. • Giroform Digital Selbstdurchschreibepapier des Spezialpapierherstellers Mitsubishi HiTec Paper Europe wurden erfolgreich auf Ricoh Drucksystemen getestet und freigegeben. • Die Papierfabrik Scheufelen erhöht die Verkaufspreise für den Bereich Bilderdruck Format (BVS) und Rolle (BRO) ab dem 1. September um 8%. Begründet wird diese Anpassung mit den weiterhin steigenden Rohstoff- und Energiekosten.



**Bobst Group
AUSBILDUNGSKAPAZITÄTEN
FÜR SERVICE-TECHNIKER**

Zur Unterstützung des anhaltenden Wachstums hat die Bobst Group ihre Trainings- und Ausbildungskapazitäten für Service-Techniker erweitert. In diesem Zusammenhang wurde im Training Center in Meerbusch eine Flachbettstanze ExpertCut installiert, an der Kurse für Service-Techniker des Unternehmens stattfinden.

**Chipkartenspezialist G&D
HP-SOFTWARE FÜR DAS
KAMPAGNENMANAGEMENT**
Der Technologiekonzern Giesecke & Devrient (G&D) setzt künftig die Software-Plattform HP Exstream zum Kampagnenmanagement ein. Von der Lösung profitieren G&D-Kunden, für die der Konzern Chipkarten produziert. Kundenspezifische Vorlagen lassen sich mit HP Exstream flexibler und individueller gestalten.

**Transparente Kosten
CANON BIETET KLICK-PREIS FÜR
GROSSFORMATDRUCKER**
Mit »What you print is what you pay« soll Canon-Kunden eine einfache Kontrolle der Kosten ermöglicht werden. Die Leistungen umfassen Installation, Telefonsupport, Vor-Ort-Service, Tinte, Druckköpfe und Wartung. Die Abrechnung erfolgt volumenabhängig nach Klickpreisen – Kunden bezahlen somit nur für das, was sie verbrauchen.

**Deutsche Papier
RELAUNCH DER MARKE
FIZZ**
Das überarbeitete farbige Sortiment Fizz von Deutsche Papier ist ab sofort in 26 Farben von 80 g/m² bis 270 g/m² erhältlich. Von pastell- bis intensivfarbig wird die Kollektion in einem neuen Farbfächer präsentiert. Fizz ist vielfältig einsetzbar und eignet sich für Flyer, Broschüren und Geschäftsausstattungen.

**Drescher Full-Service Versand
ADRESSIERANLAGE 930 MIT
OMEGA DRUCKER**

Als eines der führenden europäischen Unternehmen im Bereich des Rollendigitaldrucks und Dokumenten-Managements hat sich die Drescher Full-Service Versand GmbH für eine Adressierlösung von Sitma, kombiniert mit einem UV Inkjet-Druck-System von Atlantic Zeiser, entschieden. Die Anlage wurde Anfang 2011 installiert und produziert am Standort Offenburg. Besonders im kreativen Dialog-Marketing übernimmt Drescher den Part des Print-Fullservice-Dienstleisters. Mit mehr als 500 Mitarbeitern in zwei Werken in Deutschland, dem Hauptsitz in Rutesheim mit Schwerpunkt Endlos- und Offsetdruck und dem Lettershop in Offenburg mit Schwerpunkt Personalisierung und Digitaldruck, bietet Drescher alles, was für ein effizientes Kunden-Informations-Management beim Drucken, Personalisieren und Versenden anfällt. Die mehr als 6.000 Kunden mit über 3.000 Aufträgen monatlich bestätigen dies.

➤ www.atlanticzeiser.com

**Rollem
PHOTOSLIT-FINISHING-SYSTEM
FÜR FOTOBÜCHER**

PhotoSlit ist eine Innovation des in Sheffield ansässigen Herstellers Rollem. Es wurde in Reaktion auf die Nachfrage für ein Fotobuch-Finishing-System entwickelt, das hohe Schnittqualität und Produktivität mit minimalen Anforderungen an Bedienerqualifikation und Wartung vereint. Ursprünglich ist PhotoSlit für Drucker mit schnellen Durchlaufzeiten für Aufträge bis SRA3 konzipiert. Rollem kann



PhotoSlit kann bis zu 8.000 SRA3-Bögen pro Stunde verarbeiten.

PhotoSlit nach eigener Aussage bei Bedarf auch in Größen bis B1 herstellen.

➤ www.rollem.com

**Vagner Graphic SAS, Frankreich
ERWEITERUNG DES
MASCHINENPARKS**

Seit Kurzem erweitert eine Genius 52UV mit Lackwerk von KBA-Metroprint den Maschinenpark der französischen Vagner Graphic SAS in Nancy. Damit ist die Druckerei jetzt in der Lage, Spezialsubstrate wie Kunststoffe und nicht saugende oder veredelte Papieroberflächen bis zum Format 36 x 52 cm und in Stärken bis 0,8 mm zu bedrucken. Das Vierwalzen-Farbwerk von KBA-MetroPrint mit Anilox-Rasterwalze,



Besondere Druckleistungen werden dank der Genius 52UV nun realisierbar.

Farbwalze sowie Platten- und Gummitchylinder transportiert die Farbe gleichmäßig und schnell auf das Substrat. Dank der UV-härtenden Farben können die Substrate gleich nach dem Druck weiterverarbeitet werden. Das bei Vagner installierte Lackwerk bietet weitere Möglichkeiten der Veredelung, die den Produkten ein hochwertiges Aussehen verleihen.

➤ www.kba-metroprint.com

**PPS Imaging GmbH
HP SCITEX XP5100 DRUCKER
ZUR KAPAZITÄTSERWEITERUNG**

Die PPS Imaging GmbH in Hamburg hat zur Erweiterung ihrer Kapazität und als Reaktion auf die steigende Nachfrage nach Beschilderung für den Innen- und Außenbereich im Superbreitformat zwei HP Scitex XP5100 Großformatdrucker installiert. Die UV-Drucker stehen in der Hauptproduktionsstätte der PPS Imaging GmbH in Berlin. Der HP Scitex XP5100 bietet die Möglichkeit, bis zu fünf Meter breite Mate-



rialien oder drei 1,6-Meter-Rollen gleichzeitig mit einer Geschwindigkeit von bis zu 105 m²/h zu bedrucken. Außenplakate können sogar mit Geschwindigkeiten von bis zu 150 m²/h produziert werden.

➤ www.hp.com



KIP Color 80 BRILLANTER GROSSFORMAT- VOLLFARBDRUCK

Konica Minolta hat sein Production-Printing-Portfolio um das Großformat-Drucksystem ergänzt: Der KIP Color 80 erfüllt die Ansprüche von Agenturen und Druckereien bei hoher Druckgeschwindigkeit von 4,7 m/min. Durch die Produktion auf Tonerbasis ist er kostengünstig und liefert UV-stabile und wasserbeständige Druckergebnisse. Vier variabel auswählbare Rollenschubladen garantieren eine kontinuierli-



che Druckbereitschaft und Produktivität, da das System zudem über einen automatischen Medienwechsel verfügt.

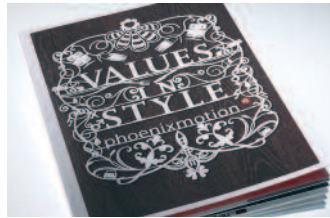
Für den Drucker stehen zwei Controller zur Verfügung. Dabei ist der Reprocontrol Controller auf Anwendungen im CAD-Bereich spezialisiert und ermöglicht den Druck besonders feiner Linien und Strukturen. Der Caldera Druckcontroller findet vor allem im grafischen Bereich Verwendung und sorgt für satte Farbflächen und eine brillante Farbwiedergabe.

➤ www.konicaminolta.de

phoenixmotion – Values in Style

NEUES MAGAZIN RUND UM DESIGN, MEHRWERT UND EXKLUSIVITÄT

Die Papierfabrik Scheufelen hat ›Values in Style‹ vorgestellt, eine Broschüre für Kreative rund um das gestrichene Feinstpapier phoenixmotion. ›Values in Style‹ steht nach Aussage von Scheufelen für Design, Exklusivität und Mehrwert des edlen Papiers und zeichnet gleichzeitig diejenigen aus, die dieses Papier für ihre Printproduktionen einsetzen.



zen. Kreative und Werbetreibende erhalten vielfältige Anregungen, um Statistiken oder einzelne Produkte plakativ und lebendig darzustellen. In einer spannenden Abfolge werden zehn Branchen mit Beispielen dargestellt. Nebenbei erfährt der Leser Details zum Modekonsum oder wie die Pharmaindustrie neue Wege in der Gestaltung realisiert. Haut und Kraut – ideal in der Kombination mit Duftlack wie Rosmarin und Thymian. Gerade am Beispiel Food zeigt sich der Vorteil der Kombination des Feinstpapiers phoenixmotion.

Ein kleines Highlight für Hobbyköche sind die Rezepte des kombinierten Slow-Food-Menüs: Vorspeise aus Italien, Hauptgang aus

Frankreich, zum Abschluss ein Dessert aus England. Weinempfehlungen inklusive. Auch Autoliebhaber kommen nicht zu kurz. Technische Details von Oldtimern wurden im Fahrzeugmuseum Marxzell fotografiert. Faszinierende Aufnahmen als technische Meisterleistungen vom CERN, der europäischen Organisation für Kernforschung mit Sitz in



Genf, fordern Präzision auch in der Wiedergabe. Zeiträume werden den Branchen Architektur, Verlagswesen und Luxusgüter eingeräumt – unterlegt mit Gedanken bekannter Autoren.

Zu allen Motiven ist jeweils ein verkürztes hochformatiges Blatt mit wissenswerten textlichen und grafischen Informationen eingebunden. Hinweise auf Gewicht und Qualität des verwendeten Papiers und entsprechender Veredelung ergänzen die fotografierten Objekte. Piktogramme erläutern die einzelnen Druck- und Verarbeitungsprozesse.

➤ www.scheufelen.com

Komplett neue Produktpalette KYOCERA STARTET PRODUKTOFFENSIVE

Mehr Dokumente in besserer Qualität drucken, scannen und verarbeiten – und das mit weniger Aufwand und in kürzerer Zeit. Das soll mit den neuen Multifunktionssystemen der Produktfamilie TASKalfa kein Problem mehr sein. Wie Kyocera mitteilt, sind die Modelle schneller und leistungsfähiger als ihre Vorgänger und durch eine einheitliche Plattform auch einfacher zu handhaben. Mit neuen Produktfeatures



wendet sich Kyocera auch an Druckvorstufe und Druckereien mit elf neuen DIN-A3-Modellen aus vier Produktserien. Für den Einsatz im professionellen Druck sind auch die neuen Optionen im Papier-Handling gedacht. Mit den neuen Systemen sind Bannerdrucke bis 1.220 mm genauso möglich wie der Druck von DIN A3 im Überformat, die Verarbeitung von Grammaturen bis zu 300 g/m² oder das Bedrucken von Spezialpapieren. Interessant ist auch die Papierkapazität von bis zu 7.650 Blatt und bis zu acht Papierzuführungen für unterschiedliche Medien.

➤ www.kyocera.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die Igepa group wechselt den Hersteller für SD-Papiere: Zum Jahreswechsel wird die Papierfabrik August Koehler AG die Igepa group mit allen gängigen Varianten beliefern. • Büro Uriot aus Offenburg wurde Ende Juni 2011 von Ricoh Deutschland als Managed Document Services-Master zertifiziert. • Die Produktionssysteme bizhub PRESS C8000, C7000 und bizhub PRO 1200 von Konica Minolta haben in den Kategorien Vollfarbproduktionsdruck, Farbdruck im Light Production Segments und im Schwarz-Weiß-Druck den BERTL's Best Award gewonnen. • Canon hat bei den ›Summer 2011 Pick Awards‹ der Test- und Bewertungsorganisation Buyers Laboratory drei Preise für ›herausragende Leistungen‹ und einen Preis für ›herausragende Energieeffizienz‹ für verschiedene Druckermodelle erhalten. • GMG, Entwickler und Anbieter von Farbmanagement-Softwarelösungen, unterstützt ab sofort mit der Proofflösung ColorProof den neuen HP Designjet Z6200 Fotodrucker.



Veredelter Digitaldruck

Die digitale Kodak NexPress SX Produktionsfarbplattform ist jetzt verfügbar. Die Maschine bietet qualitäts- und produktivitätssteigernde Merkmale beim Format, bei der Geschwindigkeit und beim Veredeln.

Wie Kodak mitteilt, ist die im Februar auf den Hunkeler Innovationdays erstmals in Europa gezeigte NexPress SX Produktionsplattform mit Print Genius nun verfügbar. Die Plattform wurde für die Anforderungen

von Akzidenzdruckereien, Hausdruckereien und Rechenzentren konzipiert. Zu den neuen Funktions- und Leistungsmerkmalen der NexPress SX zählen Druckgeschwindigkeiten von bis zu 131 Seiten pro Minute, ein optional auf 660 mm verlängertes Bogenformat, neue NexPress HD Dry Inks mit kleineren Partikeln, eine neue ›Light Black‹ Dry Ink für den Einsatz im fünften Druckwerk sowie eine neue Matteffektoption, die eine matte, samtige Druckbildoberfläche liefert.

Die 660-mm-Langformatoption vergrößert die Druckfläche um 27%. Die Option erlaubt den Druck von sechsseitigen Broschüren, Postern, größeren Bücher-Schutzumschlägen und einer großen Vielfalt von Etiketten.

Mit der NexPress SX führt Kodak die Philosophie fort, die Investitionen der Kunden zu schützen und dafür zu sorgen, dass Neuheiten in bestehende Produktionstechnik integriert werden können. Die Innovationen, die die neue Plattform mit sich bringt, lassen sich auch bei älteren Kodak NexPress-Maschinen bis zum Herstellungsjahr 2006 nachrüsten.

DIE KODAK NEXPRESS HD DRY INKS mit kleineren Partikeln reduzieren nach Angaben von Kodak die Körnigkeit und ermöglichen eine bessere Halbtönenwiedergabe in fotografischer Qualität. Zudem ist nun eine ›Light Black‹ Dry Ink als zusätzliche Farbe für das fünfte Druckwerk verfügbar, die in Verbindung mit speziellen Algorithmen für die Wiedergabe von Grau- und helleren Schwarztönen verwendet wird. Ein gleichmäßiger Druck von Hauttönen bei hervorragender Detailzeichnung sei die Folge.

Die neue Matteffektoption verleiht ganzen Seiten oder Fotos eine matte Oberfläche. Die Umstellung der Druckmaschine auf den Effektdruck dauere keine 15 Minuten und gebe Anwendern eine bislang nicht da gewesene Flexibilität hinsichtlich der Erscheinung der Bildoberfläche, teilt Kodak mit.

HOHE MONATSLEISTUNG Die NexPress SX bietet eine monatliche Maximalleistung von über vier Millionen A4-Seiten und Druckgeschwindigkeiten von 91, 109 oder 131 DIN-A4-Seiten pro Minute bei Einsatz des größten For-



mats. Auf der SX lassen sich nach Angaben des Herstellers mehr als 600 Standard-Offsetbedruckstoffe verwenden, darunter gestrichene und ungestrichene Papiere, FSC-zertifizierte Papiere, Kunststofffolien,

Magnetmaterialien, oberflächenstrukturierte Papiere, statische Haftfolien, mikroperforierte Materialien und weitere Drucks substrate.

Für das fünfte Druckwerk nennt Kodak Anwendungen wie die Reproduktion von Wasserzeichen, das Aufbringen von Schutzlack, MICR-Druck, Farbraumerweiterung mit einer fünften Farbe, dreidimensional erhabenen Druck (Dimensional Printing) oder den Druck mit Rot fluoreszierender Dry Ink für Sicherheits-Anwendungen. Außerdem sei in Verbindung von der Clear Dry Ink und der separaten Kodak NexPress Hochglanzeinheit eine brillante Veredelung der Farbdrucke möglich.

QUALITÄTSKONTROLLSYSTEME Das NexPress Intelligent Calibration System (ICS) sorgt nach Angaben von Kodak für eine gleich bleibend hohe Druckqualität sicher und verringert den Austausch von Teilen auf ein Minimum. Das reduziere Ausfallzeiten und Kosten. Das ICS ist Kernstück eines geschlossenen Qualitätskontrollsystems, das eine exakte Farbwiedergabe sicherstellt und somit die Druckqualität erhöhe. Außerdem verwende das System LED-Bebildungsköpfe, einen Inline-Scanner und Software, die auf Kodaks spezifischer Bildtechnologie beruhe. Das System automatisiere das Farbmanagement während des Produktionsdrucks.

Wie alle anderen NexPress-Druckmaschinen ist auch die SX-Plattform mit Print Genius ausgestattet, einer Reihe von Produktivitäts- und Qualitätskontrollinstrumenten und Optionen, die den Anwender in die Lage versetzen sollen, Aufgaben zu automatisieren und durchgängig in hoher Qualität zu produzieren. Das Print-Genius-Qualitätspaket umfasst Hardware, Software und Material-Know-how, um die Qualität und Ausgabekonstanz vom ersten bis zum letzten Bogen zu optimieren.

› www.kodak.com



ICH

BIN

EIN

SEHR

VERLÄSSLICHER

PARTNER

I am the power of print.

Das Markenbewusstsein und die Kaufabsichten der Verbraucher werden um 50% gesteigert, wenn die Medien TV und Internet mit Print kombiniert werden.

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



Conti-Air-Symposium

ContiTech lud Fachleute aus ganz Europa ein, um über Anforderungen, Entwicklungen und Chancen im Heatset-Offsetdruck zu diskutieren. Zudem startete die Auftaktveranstaltung zum 100-jährigen ›Made-in-Germany‹-Jubiläum der ContiTech Drucktuchproduktion.

Mehr als 100 Gäste, interessante Vorträge und spannende Fachdiskussionen: Beim 6. Conti-Air Symposium von ContiTech Elastomer Coatings in Northeim drehte sich alles um den Heatset-Offsetdruck. Fachleute aus der Druckbranche waren aus ganz Europa nach Norheim gekommen, um die Chancen und technischen Spitzenleistungen dieses Druckverfahrens zu diskutieren. »Ich



freue mich über die große Resonanz. Was vor fünf Jahren als kleiner Event begann, ist heute ein wichtiges Branchentreffen mit europaweiter Ausstrahlung«, erklärte Dr. **Thomas Perkovic**, Segmentleiter Drucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings, nach der Veranstaltung, die gleichzeitig der Auftakt für das Jubiläum ›100 Jahre Drucktücher von ContiTech‹ war.

HOCHLEISTUNGSDRUCKTÜCHER FÜR BESSERE PASSER Namhafte Spezialisten aus der Druckindustrie beschäftigten sich in ihren Vorträgen mit Möglichkeiten, die Ergebnisse im Heatset-Offsetdruck weiter zu verbessern.



Jan Jungmann, Leiter Forschung und Entwicklung Drucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings: »Heatset ist die Königsklasse des Offsetdrucks. Auch für Drucktücher«. Er zeigte die Meilensteine in der Entwicklung eines Heatset-Drucktuchs am Beispiel des neuen Conti-Air Neon blue TR auf – das Drucktuch für großformatige und schnell laufende Heatset-Offsetrotationen. Durch den Aufbau des Tuches wird das Papier im Druckspalt nicht so stark deformiert, dies gewährleistet einen guten Passer bei breiten Papierbahnen, geringere Papierbahnspannung in der Maschine sowie niedrigere Temperaturen auf der Platte und auf dem Drucktuch. Zusätzlicher Vorteil: Durch eine bessere Wasseraufnahme der Drucktuchdeckplatte wird der Papierstaub von Recycling- und B-Stoff-Papieren besser über die Papierbahn abtransportiert.

MESSTECHNIK HILFT BEIM KOSTENSENKEN Fasziniert zeigten sich viele Teilnehmer von der Messtechnik der Firma Nip Control, die die Pressung direkt im Walzen- und Druckzylinderspalt misst. Bislang wurden die Platten- und Drucktuchhöhen über den Schmitzring gemessen. Jetzt steht den Druckern ein Messwert für die Pressung in Newton pro cm² zur Verfügung. Dies ermöglicht eine bessere Prozessstabilität. Richtig eingestellte Walzen reduzieren nach Aussage von Stefan Wegdell von Nip Control die Kosten für Strom um 59%, für Farbe um 27% und Feuchtmittel um 15%.

WALZEN, PLATTEN UND FARBEN Ein neuartiges Beschichtungssystem für Druckwalzen stellte Achim Siebert, Geschäftsführer der Weros Technology GmbH, vor. Das teflonartige Material macht die Walzen glatt und Wasser abstoßend. Dadurch werde der Freilauf für den Druck schneller erreicht und es gebe weniger Makulatur. Siebert sprach von 30% weniger Wasserverbrauch und einer besseren Stabilität im alkoholfreien Nassoffset.



Rob Berndsen von der holländischen Druckerei Senefelder Misset hob die Bedeutung abgestimmter Prozesse hervor. Als Magazindruckerei, die 45 Millionen Tonnen Papier pro Jahr bedruckt, sei es wichtig, auf verschiedenen Maschinen parallel die gleiche Qualität drucken zu können. Dabei spielen Drucktücher eine wichtige Rolle. »Wir sind immer offen für neue Ideen, wenn es die Qualität verbessert«, sagte Berndsen. »Heute drucken wir vor allem mit den ContiTech-Drucktüchern Neon blue TR.«

Dr. Stefan Kull von Kodak ging in seinem Vortrag auf die Prozessstabilität ein, die moderne Offsetdruckplatten ermöglichen. Je nach Einsatzgebiet stehen den Kunden positive oder negative Druckplatten zur Verfügung. Ihre Hauptunterschiede: Positive Platten sorgen für eine maximale Auflösung und damit größte Druckschärfe, negative Platten bieten eine längere Haltbarkeit. **Dr. Fabian Köhn**, technischer Direktor der Siegwerk Druckfarben AG, diskutierte mit den Gästen über die Anforderungen an die Druckfarben im Heatsetdruck. Interessant: Je nach Papiersorte kann der Farbverbrauch doppelt so hoch sein. Angesichts der stark wachsenden Rohstoffkosten bei natürlichen Harzen, die ein wichtiger Bestandteil von Druckfarben sind, müsse dies auch in die Betrachtung von Druckereien eingehen, sagte Köhn.

AUFTAKT ZU 100 JAHRE CONTITECH-DRUCKTÜCHER Im Rahmen des Symposiums fand zudem die Auftaktveranstaltung zum großen Jubiläum der ContiTech Drucktuchproduktion statt – nach einem feierlichen Empfang konnten sich die Gäste auf eine Zeitreise durch die 100-jährige Drucktuchgeschichte begeben und sich in einer Ausstellung über wichtige Eckdaten informieren. Eine Werkbesichtigung und ein Golf-Turnier – am folgenden Tag auf der Anlage des Golf-Resort Hardenberg veranstaltet – rundete die Veranstaltung ab.

› www.contitech.de



Höhn investiert

AUSBAU DER FALTSCHACHTEL-PRODUKTION

Die Höhn Displays+Verpackungen GmbH in Ulm nahm im Mai zwei neue Faltschachtelklebmaschinen des Schweizer Herstellers Bobst in Betrieb. Knapp 2 Mio. € wurde in den Ausbau der Faltschachtelproduktion investiert. Höhn reagiert damit auf den steigenden Bedarf an Faltschachteln, der durch die anhaltend gute Nachfrage in Deutschland ausgelöst wird und den Faltschachtelmarkt zu einem aussichts-



reichen Wachstumsmarkt macht. In diesem Segment hat sich Höhn in den letzten Jahren gut positioniert: Über 60% des Umsatzes werden mittlerweile mit Faltschachteln und Verkaufsverpackungen erzielt. Die neuen Faltschachtelklebmaschinen vom Typ Bobst Masterfold 75 und Bobst Masterfold 145 ermöglichen kurze Rüstzeiten, hohe Laufleistungen und verbesserte Produktivität. Auch größere Formate, die bislang manuell geklebt werden mussten, können nun maschinell verarbeitet werden. Eine integrierte Kontrolle aller Leimspuren, ein Codeleser, ein automatisches Auswerfsystem und die Zuschnittausrichtung sorgen für eine Qualitätssteigerung der Produkte. Die neuen Antriebsmotoren sind sparsamer im Stromverbrauch und tragen zu einer verminderten Umweltbelastung bei.

➤ www.hoehn-gruppe.com

DNEX Tryckeriet AG, Stockholm GENERATIONENWECHSEL NACH 17 JAHREN

Im Produktionszentrum Akalla von DNEX Tryckeriet AB bei Stockholm herrscht Hochbetrieb. Parallel zur täglichen Zeitungsproduktion findet in der Weiterverarbeitung ein Generationenwechsel statt. Bis im Sommer 2011 sollen vier MultiSert-Drum-Systeme der 45000er-Generation die sechs 17-jährigen ETR-Einstecklinien abgelöst haben. Eine mehrjährige Umbauphase wird dann abgeschlossen sein.



Bis im Sommer 2011 wird mit der Installation der Letzten von vier MultiSertDrum MSD-M bei DNEX Tryckeriet AB eine mehrjährige Umbauphase abgeschlossen sein.

Der Modernisierungsbeginn geht auf das Jahr 2005 zurück. Damals wurden die sechs ETR-Einstecktrommeln mit MultiDisc/DiscPool und RollStream ausgerüstet. Schon die Verbindung älterer Ferag-Technik mit neuester Peripherie führte in der Materiallogistik zu einer spürbaren Effizienzsteigerung. Unter anderem ließ sich die Produktion der Zeitung ›Dagens Nyheter‹ mit 280.000 Exemplaren von vormals drei auf zwei Druckmaschinen reduzieren. Auch in der Dreifalzverarbeitung ist der Fokus auf den effizienten Produktionsbetrieb gerichtet. Seit April 2011 verarbeitet ein StreamFold jene Gratisblätter und Direktwerbeprodukte, die vormals über zwei manuell bediente Offline-Maschinen gelaufen waren. Dank der Integration in die DiscPool-Umgebung ist die Dreifalzzlinie über jede Falzauslage ansteuerbar.

➤ www.ferag.com

InterTech Technology Award

FLYING JOBCHANGE VON KBA WIRD AUSGEZEICHNET

In den vergangenen sechs Jahren wurde KBA bereits viermal mit dem begehrten InterTech Technology Award, dem Preis der amerikanischen Druckindustrie, geehrt: im Jahr 2005 für die neue Rapida 205 als formatgrößte Druckmaschine der Welt, 2006 für die wasserlos und zonenschraubenlos produzierende Genius 52 UV und 2007 für die ziehmarkenfreie Anlage DriveTronic SIS, ebenfalls an der Rapida 106 Bogenoffsetmaschine. Nun vervollständigt die Trophäe des Jahres 2011 die Sammlung.

»Wir sind sehr erfreut, diesen Preis erneut zu bekommen«, freut sich Mark Hischar, President und Managing Director von KBA North America. »Der fliegende Auftragswechsel bringt Wechselzeiten, wie sie bisher nur aus dem



Digitaldruck bekannt sind in den Bogenoffset – ohne Abstriche bei Druckqualität, Bedruckstoff-Spektrum und Druckleistung.«

Beim fliegenden Jobwechsel werden die Druckplatten an nicht benötigten Werken bei laufender Produktion ohne Maschinenstopp gewechselt. Durch das Ausgliedern der produzierenden und das Eingliedern der bisher stillstehenden Druckwerke erfolgt ein Jobwechsel ohne Maschinenstopp. Diese Form der Produktion ist beispielsweise für den Druck von Bedienungsanleitungen oder wechselnder Fremdspracheneindrücke in mehrsprachige Werke interessant. Flying JobChange:

- reduziert die Produktionszeiten, weil der Drucker den Folgeauftrag schon vorbereitet, während der aktuelle noch läuft;
- bietet praktisch Rüstzeiten von »null« Minuten;
- eignet sich perfekt für sehr kleine Auflagen;
- erlaubt die Ausführung verschiedener Prozesse an der Druckmaschine, ohne die Produktion zu unterbrechen.

Eine Reihe von Druckereibetrieben in Europa setzt die prämierte Technologie bereits erfolgreich ein. Erstanwender übrigens war im Jahr 2009 die AZ Druck und Datentechnik in Kempten im Allgäu (siehe auch ›Druckmarkt 61‹, ›Der fliegende Radebeuler‹, August/September 2009).

➤ www.printing.org

➤ www.kba.com

➤ <http://www.druckmarkt.com/archiv/pdf/61/32.pdf>





Digitale Inkjet-Bogendruckmaschine

FUJIFILM INSTALLIERT ERSTE JET PRESS 720 IN EUROPA

Im neuen europäischen Demo-Center in Brüssel hat Fujifilm jetzt die erste Jet Press 720 zu Vorführzwecken installiert. Der Aufbau wurde Ende Juni 2011 abgeschlossen. Dies ist gleichzeitig das Ende der erfolgreichen Beta-Testphase in Japan. Die europäische Beta-Testphase ist für die nächsten Monate vorgesehen und der offizielle Vertriebsstart in Europa ist für das vierte Quartal 2011 geplant.

»Die kommerzielle Verfügbarkeit des Jet Press 720 markiert den Beginn einer neuen Ära für den Bogen-Digitaldruck. Wir sind sehr stolz darauf, dass Fujifilm dabei die Vorreiterrolle einnimmt. Seit der Technologie-Ankündigung auf der drupa 2008 und den Live-Demonstrationen während der Ipex 2010 hat



Fujifilm die Technologien innerhalb dieser neuen Druckmaschine perfektioniert, sodass die Jet Press 720 die Geschäftsmodelle der Druckereien vom



ersten Tag an revolutionieren wird«, kommentiert **Ryuta Masui**, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. »Daher sind wir zuversichtlich, dass die Jet Press 720 sowohl für traditionelle Akzidenzdruckereien als auch für die hinzugekommene Generation der Digitaldrucker neue Möglichkeiten bei der kostengünstigen Produktion kleiner Auflagen in hoher Qualität schafft.« Das Interesse an dieser Digitaldruckmaschine war schon auf der drupa und der Ipex unglaublich groß. »Die Gespräche, die wir seitdem mit vielen Druckern in Europa geführt haben, haben diesen Eindruck noch verstärkt«, schließt Masui.

Die Jet Press 720 ist eine Vierfarben-Digitaldruckmaschine im B2-Format, die bei maximaler Produktionsgeschwindigkeit bis zu 2.700 Bogen/Stunde einseitig bedrucken kann. Sie nutzt die sogenannte Samba-Druckkopf-Technologie mit einer Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi bei variablen Punktgrößen. So wird die Messlatte für das Qualitätsniveau, das mit einem digitalen Drucksystem erreicht werden kann, weiter nach oben gelegt. Durch das vorherige Aufbringen eines Primers vor dem Druck lassen sich mit der Jet Press 720 beschichtete Standard-Offsetpapiere einsetzen und auch gewisse unbeschichtete Papiere. Nach dem Druck können die B2-Bogen genauso wie Offsetdrucke behandelt und weiter verarbeitet werden. Somit steht erstmalig einem Digitaldruckprodukt ein breites Spektrum an etablierten Weiterverarbeitungsmöglichkeiten zur Verfügung.

➤ www.fujifilm.de

Aller Tryk, Kopenhagen SUPRA UND PRINTROLL IM DOPPELPAK

Bis zu 2,8 Mio. Produkte heftet Aller Tryk pro Woche in seinem Werk in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen. Neben zwei neunjährigen Tempos sorgt ein neuer Hochleistungs-Sammelhefter Supra zusammen mit einem PrintRoll-Puffersystem mit 400 Rollenständern dafür, dass die Produktion der zahlreichen Magazintitel reibungslos läuft. 13 Familienzeitschriften – alle vom eigenen Verlag herausgegeben – sowie



Jesper Jungersen (r.), Managing Director bei Aller Tryk neben John Jansen, Geschäftsführer von Müller Martini Nordic.

einige Monatsillustrierte produziert Aller Tryk. Deren Auflagen bewegen sich im Bereich zwischen 80.000 und 250.000 Exemplaren. Dabei steht das auf die Produktion von Magazinen ausgerichtete Werk vor zwei großen Herausforderungen. Zum einen sind die Terminfenster zwischen Dateneingang und Auslieferung extrem knapp. Zum anderen enthalten die meisten wöchentlich erscheinenden Titel mehrere vorgedruckte Magazineinteile wie Kreuzworträtsel oder bis zu sechs andere Beilagen. Die zweite Herausforderung meistert Aller Tryk mit einem aus 400 Rollenständern bestehenden PrintRoll-System. Es sorgt dafür, dass die von den drei Heatset-Rotationen abgenommenen Bogen effizient gepuffert und während der Produktion des Haupttitels hochautomatisiert den drei Sammelheften von Müller Martini zugeführt werden.

➤ www.mullermartini.com

Heidenreich Print WELTWEIT ERSTE SPEEDMASTER XL 145 UV

Die Akzidenz- und Verpackungsdruckerei Heidenreich Print in Bünde, Ostwestfalen, produziert seit Mai 2011 mit der weltweit ersten Speedmaster XL 145 für Hybrid-Anwendungen von Heidelberg. Bei der Maschine handelt es sich um eine Speedmaster XL 145-Sechsfarben mit Lackierwerk, die sowohl im konventionellen als auch im Hybrid- oder UV-Betrieb eingesetzt werden kann. Für den letztgenannten An-



Hendrik Heidenreich (rechts), Geschäftsführer von Heidenreich Print und Rudolf Becker, kaufmännischer Geschäftsführer, setzen auf Druckmaschinen von Heidelberg.

wendungsbereich ist sie mit drei UV-Zwischendecktrocknern und einem UV-Trockner in der Auslage ausgestattet.

Nach der Installation einer Speedmaster CD 102-5+L im August 2010 folgte im Januar 2011 eine Speedmaster XL 105-6+L UV und nun die Speedmaster XL 145-6+L UV. »Wir haben dadurch noch mehr Möglichkeiten, auf Kundenwünsche vom Standard-Druck bis hin zum hochveredelten Premium-Produkt flexibel zu reagieren«, bestätigt Hendrik Heidenreich, Geschäftsführer von Heidenreich Print.

➤ www.heidelberg.com

→ 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
20. 09. - 21. 09. 2011	DFTA, Fachtagung der deutschsprachigen Flexodruck-Fachgruppe	Stuttgart	www.dfta.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
09. 11. - 11. 11. 2011	IMI, 19. Annual European Ink Jet Conderence	Lissabon	www.imieurope.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
24. 04. - 25. 04. 2012	Verpackung, Schweiz	Zürich	www.easyfairs.com
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de
20. 06. - 21. 06. 2012	mailingtage	Nürnberg	www.mailingtage.de
26. 06. - 28. 06. 2012	Zellcheming-Expo	Wiesbaden	www.zellcheming.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 ...

DRUCK **MARKT**
 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

PRINT FACTORY ACADEMY 2011 MIT ZEITGEMÄSSEN THEMEN

Für Entscheider in der Druckindustrie steht vom 12. bis 15. Oktober 2011 zum 17. Mal die Fachmesse Druck+Form in Sinsheim auf dem Programm. Die Druck+Form in der Halle 6 der Messe Sinsheim setzt auf Kontinuität, Solidität und Zukunft. Rund 150 Unternehmen zeigen Produkte und Dienstleistungen für Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung.

Die Print Factory Academy ist inzwischen eine nahezu unverzichtbare Ergänzung der Messe und beschäftigt sich mit Themen wie Prozesse und Organisation, Marketing, Vertrieb, Service, Umwelt/Nachhaltigkeit. Top-Thema 2011 ist Social Media.

Top-Referenten der Branche sprechen zu den großen Herausforderungen und Möglichkeiten der Druck- und Medienindustrie und nehmen ihre Zuhörer unter anderem in die crossmediale Zukunft mit. Neben Vertriebsthemen wie ›Vertriebserfolg sichern: passiert das zufällig?‹ (Sabine Doms, SD Coaching Concepts, Hamburg) stehen praxisrelevante Themen wie ›Optimierte Prozesse und Organisation im Druckunternehmen – hilft die Lean Manufacturing Pille auch dem kleinen und mittelständischen Drucker?‹ auf der Agenda oder die Vorträge beschäftigen sich mit Chancen durch Spezialisierung wie der Veredelung von Drucksachen. Markus Besch (Social Media Institute) beschäftigt sich mit der Frage, wo die Chancen von ›Social Media für Druckereibetriebe‹ liegen und wie sich die veränderte Kommunikation auf das Geschäft auswirkt. Bei Prof. Dr. Ing. Oliver Kretzschmar (HdM Stuttgart) stehen ›Mobile, Targeted, Social – Herausforderungen und Möglichkeiten für die Druck- und Medienindustrie‹ zen-

tral in seinem Vortrag. Der Experte für Social Media gibt einen Überblick über die Technologien und Abläufe in der Medien-Produktion in Zeiten noch nie da gewesener Umwälzungen und zeigt strategische Möglichkeiten der Medien-Industrie auf.

Besondere Brisanz haben auch die Vorträge von Georg Obermayr (Adverma) zur zukünftigen Medienproduktion ›Dynamic Publishing‹. Ihn beschäftigt die Frage, wie der Druckereibetrieb gekonnt moderne Marketing-Tools wie iPhone, iPad oder Social Media mit den Klassikern Print und Web mixt und wie der Sprung und die Verknüpfung von Print zum App-Business gelingt. Die Vorträge und Diskussionsrunden der Print Factory Academy sind für Besucher der Druck+Form kostenfrei und finden von Mittwoch, 12. Oktober bis Freitag, 14. Oktober zwischen 11:00 und 17:00 Uhr statt. Das aktuelle Programm mit ausführlichen Informationen zu den Referenten und detaillierten Zeitangaben ist im Internet zu finden.

› www.druckform-messe.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 auszutauschen, 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
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
22. 09. - 23. 09.	OneVision, Experten-Workshop Asura	Regensburg
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
20. 10. - 22. 10.	OneVision, Experten-Workshop Speedflow	Regensburg
24. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO (ISO 12647)	München
25. 10.	Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg
25. 10.	Heidelberg PMA, Zeitschrift 3.0	Heidelberg
26. 10.	cleverprinting, InDesign CS5 Expertentag	Hamburg

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

- › www.cleverprinting.de
- › www.print-media-academy.de
- › www.fogra.org
- › www.onevision.com
- › www.wan-ifra.org
- › www.zdm-bayern.de

SDV-Stiftungsprofessur

»EMERGING COMMUNICATIONS AND MEDIA«

Das Institut für Kommunikationswissenschaft (IfK) feierte Anfang dieser Woche die Besetzung der neuen Professur für »Emerging Communications and Media« mit Juniorprofessorin Dr. Nina Haferkamp. Es handelt sich dabei um eine Stiftungsprofessur, die das Dresdner Unternehmen Sächsisches Druck- und Verlagshaus (SDV) der TU Dresden auf die Dauer von sechs Jahren spendiert hat. Die Professur ist deutschlandweit die erste ihrer Art.

Bei der Vorstellung ihres Forschungsprogramms sagte die 28-jährige Kommunikationswissenschaftlerin, die vorher an der Universität Münster arbeitete, dass sie zukünftige Trends im Kommunikationsverhalten aufspüren und deren politische und gesellschaftliche Folgen untersuchen will. Zu den Forschungsschwerpunkten werden Internet- und Mobilkommunikation, soziale Netzwerke und



Online-Spiele zählen. **Dr. Nina Haferkamp:** »Wir verfolgen das Ziel, in Lehre und Forschung auf aktuelle Themen,

die neue und vielleicht zukünftige Medienformen betreffen, zu reagieren. Das beginnt bei der wichtigen Frage, wie souverän Privatpersonen mit neuen Medien umgehen, also was sie im Internet von sich preisgeben, und geht weiter bis hin zum Potenzial neuer Medien für Unternehmen, die dort ihre Produkte einem unglaublich großen Publikum anbieten können.« Nina Haferkamp hatte im Februar ihre Stelle angetreten.

› www.sdv.de



easy fairs

PRINT & PUBLISHING SCHWEIZ 2011

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

DOXNET-Tag

9. SEPTEMBER IM SHERATON MÜNCHEN ARABELLAPARK HOTEL

Im letzten Jahr feierte der DOXNET-Tag eine erfolgreiche Premiere, nun findet am 9. September 2011 die Neuauflage des DOXNET-Tages statt. Dabei stehen die Themen ›Qualität und Zertifizierungsmöglichkeiten im Druckzentrum‹ im Mittelpunkt, außerdem wird das Thema ›gesicherter elektronischer Dokumentenversand‹ fortgeschrieben.

ITK-Event zurück in München

COMEBACK DER COMMUNICATION WORLD

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

swiss publishing week 2011

12. BIS 16. SEPTEMBER IN WINTERTHUR

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

Open House bei Kodak

INNOVATIVE FACETTEN DES DIGITALDRUCKS IM BLICKPUNKT

Die konkrete Anschauung ist durch nichts zu ersetzen, gerade bei modernen Digitaldruckverfahren, damit verbundenen Workflow-Prozessen und den speziellen Anwendungen, die sich mit diesen Technologien realisieren lassen. Kodak veranstaltet daher im September im Technology and Solution Center in La Hulpe, Belgien, ein Digitaldruck-Open House.

Die Besucher werden eine Produkt-premiere bei den Inkjet-Rolldrucksystemen der Kodak Versamark VL Serie erleben. Neben themenspezifischen Präsentationen steht eine Vielzahl weiterer Demonstrationen auf der Tagesordnung. So wird zum Beispiel die neue digitale Kodak Nexpress SX Produktionsfarbdruckmaschine mit der Langformatoption und ihrer Palette von Anwendungs- und Veredelungslösungen vorgeführt. Zudem werden Eindrucksysteme der Kodak Prosper S-Serie und Unified Workflow-Lösungen zu sehen sein. Kodak führt das Open House an sechs Tagen zwischen dem 6. und dem 15. September in verschiedenen Sprachen durch. Am Mittwoch, dem 7. September, wird das Programm in Deutsch angeboten.

> www.kodak.com

Leitevent der Online-Print-Branche

ALLES WISSENSWERTE ÜBER DIE ONLINE-PRINT-PRODUKTION UND -VERMARKTUNG

Die zipcon consulting GmbH und die Heidelberger Druckmaschinen AG veranstalten am 12. und 13. Oktober 2011 das erste Forum ›E-Business Print‹. Schirmherr ist der Bundesverband Druck und Medien (bvdM). Die Veranstaltung ›Print online produzieren und erfolgreich vermarkten – aktuelle Geschäftsmodelle und Technologien 2011‹ findet in der Print Media Academy in Heidelberg statt.



Das Forum lädt am ersten Tag zum Thema ›Technik‹ ein, bei dem Vorträge über Web-to-Print, Online-Shops und -Portale sowie Remote Publishing auf dem Programm stehen. Am zweiten Tag geht es um Business, Geschäftsfelder, Best Practices

und innovative Geschäftsideen. An beiden Tagen gibt es begleitende Workshops mit Praxisbeispielen. Die Ausstellung ›Solution Fair‹ bietet an beiden Tagen Einblicke in Online-Print-Lösungen.

Mit Kongress, Workshops und Ausstellung wird das Forum E-Business Print das Thema Web-to-Print unter wirtschaftlichen und technischen Gesichtspunkten beleuchten. Interessant sind diese Themen für Entscheider aus der Druckindustrie, für Drucksacheneinkäufer, Marketingprofis sowie Inhaber von Agenturen und Verlagen.

Nach über sechs Jahren wird zipcon consulting das Konzept des Web-to-Print- und des E-Print-Portal-Forums in das neue Forum E-Business Print überführen, die noch marktnäher informieren wird. Die Veranstaltung soll jährlich stattfinden.

Das Forum E-Business Print findet am 12. und 13. Oktober 2011 jeweils von 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr statt und kann individuell zusammengestellt werden. Der Preis für das Komplett-Paket für beide Tage beträgt 790 € plus Mehrwertsteuer.

> www.ebusiness-print.de

> www.heidelberg.com

Drei Tage PostPrint

FACHMESSE FÜR VORSTUFE, DRUCK & WEITERVERARBEITUNG

Eine Ausstellung, Best-Practice-Touren, Networking und ein umfangreiches Fachprogramm – die Post-Print vereint an drei Tagen in einer Halle auf dem Leipziger Messegelände Informationen und Innovationen für die Fachwelt der Druck- und grafischen Industrie. Vom 14. bis 16. September trifft sich die Fachwelt der ostdeutschen Bundesländer in Leipzig, um neue Ansätze, Marktchancen und Betätigungsfelder für die Druckindustrie zu finden.

»Die Kernthemen des Fachprogramms, wie Nachhaltigkeit, neue Geschäftsfelder in der Druckindustrie und der Umgang mit den neuen Medien, sollen umfassend diskutiert werden«, sagt Kati Fritzsche, Projektdirektorin der PostPrint.


»Ziel des dreitägigen Fachprogramms ist es, den Teilnehmern in Zeiten des Wandels der Druckindustrie neue Wege aufzuzeigen und Unsicherheiten entgegenzuwirken«, ergänzt Fritzsche.

Den Auftakt des Fachprogramms bildet am Veranstaltungsmittwoch die Podiumsdiskussion ›Neue Medien und Geschäftsfelder in der Druck- und grafischen Industrie‹. Das vollständige Fachprogramm ist ab sofort online erhältlich.

> www.postprint-leipzig.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

Dienstleistungen

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

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

WEITERBILDUNG



« gib »
 Zürich

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



Wir schlagen den Bogen
 DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN


www.arcusdesigns.de

VERSCHIEDENES

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



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

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

MKW Graphische Maschinen

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 die Weiterverarbeiter weltweit.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

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

DRUCKMARKT impressions

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

www.druckmarkt.com

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

Gütesiegel



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

DIE ZEITSCHRIFT MIT DER **Maus**

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

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

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



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

www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch