

DRUCK MARKT

31. Oktober 2011

impressions 38

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



worldwide published



Content Management: Die Trennung von Inhalt und Form

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

- Management: Gründer-Mentalität beibehalten. Seite 10.
- Content Management: Trennung von Inhalt und Form. Seite 12.
- Workflow: Bindeglied zwischen Kunde und Druck. Seite 18.
- Print & Finishing: »Für Drucker ein Fest.« Seite 30.
- Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011/2012. Seite 38.

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt.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



Erfolgreiche und weniger erfolgreiche Enttäuschungen

Klicken Sie auf Seitenzahl oder Titel, um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 Erwartungen für das Geschäftsjahr reduziert
- 07 Swissprinters plant Schließungen
- 09 Proteste bei m-real in Bergisch-Gladbach

Management

- 10 »Gründer-Mentalität« beibehalten

Premedia & Prepress

- 12 Die Trennung von Inhalt und Form
- 17 Agfa steigt mit eigener Lösung ins mobile Publishing ein
- 18 Bindeglied zwischen Kunde und Druck
- 22 Qualitätsschub frei Haus
- 25 Workflow setzt sich in »der Wolke« fort

Print & Finishing

- 26 Nachrichten
- 27 Detektive am Mikroskop
- 30 »Für Drucker ein Fest«
- 35 Reduzierung von Makulatur und Rüstzeit
- 36 Vom Drucken zum Output-Management

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Nachrichten
- 42 Seminare und sonstige Veranstaltungen

- 37 Business to Business

Kürzlich hat Apple die Bilanz für das 4. Quartal des laufenden Geschäftsjahrs vorgelegt: Rekordzahlen bei Umsatz und Gewinn – daraufhin fiel der Kurs der Aktie. Wie bitte? Da steigt der Quartalsumsatz um (für unsere Branche schwindelerregende) 39% auf 28,3 Mrd. US-\$ und der Gewinn gar um 54%. Und der Kurs fällt um 6%. Das soll man verstehen? Die hohen Erwartungen der Analysten an den iPhone-Verkauf seien enttäuscht worden, kommentieren Wirtschaftsnachrichten, da Apple nur 17 Millionen Smartphones abgesetzt habe (21% mehr als im Vorjahr), aber mehr hätte verkaufen wollen, heißt es. Diese 21% Zuwachs dürften dann wohl eine der erfolgreichsten Enttäuschungen aller Zeiten gewesen sein.

Dass sich vor allem die Finanzmärkte nur noch an inflationären Gewinnen ergötzen, passt ja in das aktuelle Bild, das die Märkte von sich zeichnen. Der Blick gilt nur noch Quartalszahlen, für mittel- und langfristiges Denken oder nachhaltiges Handeln ist offenbar kein Platz mehr.

Nur vor diesem Hintergrund ist zu verstehen, dass die Wirtschaftspresse Heidelberg vorwirft, mit den aktuellen Zahlen (siehe auch Seite 6) die Anleger vergrätzt zu haben. Die fast logische Folge: der Aktienkurs fällt. Dabei hat Heidelberg – ebenso wie UPM – lediglich seine Erwartungen etwas nach unten korrigiert, eine vorsichtiger Prognose für das Geschäftsjahr abgegeben und dies mit konjunkturellen Unsicherheiten sowie Verwerfungen an den Kapitalmärkten begründet, die sich bremsend auf das Investitionsklima der Branche auswirken könnten. Einflussgrößen also, die man selbst nicht beeinflussen kann. Das aber reicht aus, damit irgendein Anleger oder Analyst (mehr oder weniger erfolgreich) enttäuscht ist.



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



Mit der Fertigung der 50 millionsten Spiegelreflexkamera seiner EOS-Serie meldet Canon ein weiteres Highlight bei der Kameraproduktion. Die Beliebtheit des EOS-Systems wird durch einen zusätzlichen Produktionsrekord unterstrichen: Ende Oktober 2011 wird das 70 millionste EF-Objektiv produziert sein. Diesen Anlass würdigt Canon mit der Einführung einer neuen Profi-Spiegelreflexkamera: Die Canon EOS-1D X ist nach Angaben des Herstellers eine Kombination aus Geschwindigkeit, Auflösung und Bildqualität.

7 000 000 000

MENSCHEN

leben nach einer Zählung der Vereinten Nationen am 31. Oktober 2011 auf der Welt. 2,3 Milliarden (33%) davon lesen täglich irgendwo eine Zeitung und 1,9 Milliarden (27%) nutzen täglich das Internet. Diese Verhältnisse liegen bei der deutschen Bevölkerung mit etwa 82 Millionen etwas anders. 48,1 Millionen (59%) Mitbürger lesen täglich Zeitung und 40 Millionen (49%) nutzen das Internet.

SOS-Grußkarten

Gleich online bestellen
www.soskinderdorf.de

Grüße versenden...
Kindern helfen...
Steuern sparen!



SOS KINDERDORF

In Deutschland und der Welt

SOS-Kinderdorf e.V.
Renatastraße 77
80639 München
Telefon 089-12606-103
firmenaktion@sos-kinderdorf.de



Zum 4. Mal traf sich die Druck- und Medienbranche zum Branchenforum der Druck- und Medienverbände Ende September. Die Organisatoren von den Druck- und Medienverbänden Nord und Niedersachsen konnten mit einem spannenden Programm zahlreiche Teilnehmer nach Hamburg locken.

352

AUSZUBILDENDE

haben alleine die drei großen Druckmaschinenhersteller in Deutschland Heidelberg (174), KBA (88) und manroland (90) in diesem Herbst eingestellt. Dazu kommen noch etliche Jugendliche, die bei Ricoh (46) und unzähligen Druckereien ihre Ausbildung begonnen haben. Die Druckindustrie ist traditionell für ihre hohe Ausbildungsquote bekannt.

Quelle: Druckmarkt, Hersteller

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.



KARIN SCHMIDT-FRIDERICHS wurde zur Vorstandsvorsitzenden der Stiftung Buchkunst gewählt. Sie löst Thedel v. Wallmoden ab, der nach sieben Jahren aus dem Vorstand ausscheidet. Die Verlegerin soll die Neuausrichtung der Stiftung begleiten.



DR. MARKUS RALL, für die Geschäftsreiche Bogendrucksysteme und Produktion verantwortlicher Vorstand, wird manroland im Oktober 2011 auf eigenen Wunsch verlassen. Seine Aufgaben übernimmt der Vorstandsvorsitzende **GERD FINKBEINER**.



RENÉ SCHUMANN hat am 1. September 2011 die Leitung des Marketing and Business Development für den Bereich Production Printing in Deutschland und Österreich übernommen. Damit rückt ein Digitaldruckfachmann an die Marketing-Spitze des Bereiches.



JENS MAUL ist seit Anfang Oktober neuer Bereichsleiter After-Sales-Service für Rollendruckmaschinen bei KBA. Der Diplom-Ingenieur verantwortet beim Würzburger Druckmaschinenhersteller die Service-Betreuung der KBA-Rollendruckereien in aller Welt.

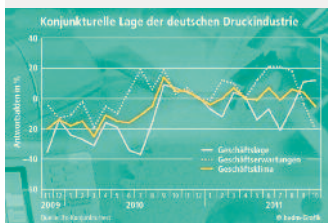


HOLGER KERN ist am 1. Oktober nach sieben Jahren bei SAP Deutschland in die mittlerweile in 5. Generation geführte Kern GmbH eingestiegen. Er wird zunächst im Bereich Digitaldruck tätig sein und soll mittelfristig Mitglied der Geschäftsleitung werden.



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie sind im Oktober gegenüber September mit +12% nahezu konstant geblieben. Die Beurteilungen von Nachfrage- und Auftragsbeständen aus dem Vormonat haben sich zwar fast halbiert, sind aber noch immer zweistellig positiv. Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie hat sich auf 21% reduziert, nachdem er im August noch 47% betragen hatte.



Ungefähr 40% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen der Auslandsaufträge haben sich seit März 2011 nur gering verändert und sind mit -5% weiterhin schlecht.

Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima liegt mit -5% wegen der deutlich verschlechterten Erwartungen wieder unter der Nulllinie. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sinken seit Juni leicht, sind aber mit 2% der Antwortsaldo gegenüber dem Vormonat nahezu unverändert.

Im nächsten Halbjahr: Die Geschäftserwartungen haben sich weiter um 17% auf den Antwortsaldo von -20% verschlechtert. Nur noch 11% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 31% eine Verschlechterung, 58% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen mit +3% im Saldo noch positiv. (bvdm)

Ausschreibung für Schweizer Druckereien

Erfinden Sie sich neu!

›Geschäftsmodellinnovationen in der grafischen Industrie‹

Mit Unterstützung durch die Denkfabrik Visuelle Kommunikation und dem Branchenverband Viscom bewirbt sich die Universität St. Gallen um ein öffentlich gefördertes KTI-Forschungsprojekt (KTI: Eidgenössische Kommission für Technologie und Innovation) für die Schweizer Druckindustrie. Interessierten Unternehmen aller Grössen bietet sich jetzt die Gelegenheit einzusteigen und im Rahmen des Projekts aktiv das eigene Geschäftsmodell zu innovieren. Die Teilnahme am Projekt ›Geschäftsmodellinnovationen in der grafischen Industrie‹ eröffnet Ihrem Unternehmen einmalige Chancen und Perspektiven.

AUSGANGSLAGE

Innovation ist unbestritten der zentrale Treiber für Wachstum. Praxis und Wissenschaft haben sich im Innovationsbereich bislang jedoch vorwiegend auf die Weiterentwicklung von Produkten und Prozessen konzentriert. Angesichts der massiven Umwälzungen in der Druckbranche braucht es hingegen den Blick auf das ganze Unternehmen und neue Ideen für erfolgreiche Geschäftsmodelle.

Das Kompetenzzentrum Geschäftsmodellinnovation an der Universität St. Gallen beschäftigt sich seit mehreren Jahren mit der Entwicklung von praxisnahen Ansätzen zur Entwicklung und Umsetzung innovativer Geschäftsmodelle. Gemeinsam mit der Denkfabrik Visuelle Kommunikation, welche das nötige Branchenwissen einbringt, soll dieses Know-how zur Unterstützung der Schweizer Druckindustrie eingesetzt werden.

DAS PROJEKT

Für das im Frühjahr 2012 startende Projekt suchen die Projektpartner im Rahmen dieser Ausschreibung interessierte Unternehmen aller Grössen, die an der Weiterentwicklung ihres Geschäftsmodells interessiert sind. Kernstück des 18 Monate laufenden Projekts bilden im ersten Jahr Bilateralprojekte, in denen jeweils gemeinsam mit einem Unternehmen eine konkrete Problem-

stellung erarbeitet wird. Während zwei bis drei Monaten arbeitet das Team konzentriert gemeinsam mit dem Partnerunternehmen an der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und der Etablierung von Methoden der Geschäftsmodellinnovation im Unternehmen. Ergänzt werden die Bilateralprojekte um vier Workshops mit allen Projektteilnehmern, in denen gemeinsam Methodenwissen ausgebaut wird und ausgiebig Gelegenheit besteht, die gemachten Erfahrungen mit anderen Unternehmen der Branche zu diskutieren.

INTERESSIERT?

Wenn Ihr Unternehmen auf der Suche nach Unterstützung bei der Innovation oder Weiterentwicklung seines Geschäftsmodells ist und gleichzeitig offen und motiviert zur aktiven Mitarbeit ist, sind wir sehr an Ihrer Teilnahme interessiert. Neben Ihrem Zeiteinsatz für Projektarbeit und Workshops (ca. 20 bis 40 Personentage über 1.5 Jahre) fallen CHF 20'000 zur Deckung der Projektkosten an.

Bei Interesse an der Teilnahme senden Sie uns bitte bis spätestens Freitag, den 11. November 2011, eine E-Mail mit den wichtigsten Unternehmensdaten (Geschäftsfelder, Umsatz, Mitarbeiterzahl), Ihrer Motivation zur Teilnahme und, falls vorhanden, der zu bearbeitenden Herausforderung zu. Wir wählen die drei bis fünf Unternehmen mit den überzeugendsten Anträgen aus und teilen Ihnen etwa eine Woche nach Anmeldung unseren Entscheid mit.

KONTAKT

Dr. Karolin Frankenberger, Leiterin Kompetenzzentrum Geschäftsmodellinnovation,
E-Mail: karolin.frankenberger@unisg.ch,
Tel.: +41 71-224-7302,
Tobias Weiblen, wissenschaftlicher Mitarbeiter Kompetenzzentrum Geschäftsmodellinnovation,
E-Mail: tobias.weiblen@unisg.ch,
Tel.: +41 71-224-7225.



Agfa Graphics und Spandex VERTRIEBSVEREINBARUNG FÜR EUROPÄISCHEN LFP-MARKT

Agfa Graphics und Spandex haben die Unterzeichnung einer Vereinbarung bekannt gegeben, nach der Spandex die Inkjetdrucker der Anapurna-Reihe mit UV-härtenden Drucktinten vertreiben wird. In Deutschland ist die Spandex-Gruppe unter den Namen Brunner bekannt.

➤ www.agfagraphics.de

Kodak 15.000. CTP-SYSTEM GEHT NACH CHINA

Die chinesische Akzidenzdruckerei Wuhan JinGang nahm kürzlich einen Kodak Trendsetter 800 in Betrieb. Diese Installation ist das 15.000. Thermo-CTP-System, das Kodak insgesamt ausgeliefert hat. Creo, inzwischen von Kodak übernommen, hatte die thermische Plattenbildung im Jahr 1995 als erster auf den Markt gebracht.

Hugo Beck übernimmt Wenz DETTINGER UNTERNEHMEN SIEHT WACHSTUMS-CHANCEN

Die Hugo Beck Maschinenbau GmbH, Hersteller von Maschinen für die Druckweiterverarbeitung, übernimmt den in Insolvenz geratenen Verpackungsmaschinenbauer Gerhard Wenz aus Karlsruhe. Das Dettinger Unternehmen will damit sein Produktionsprogramm über die Druckindustrie hinaus ausweiten.

Onlinedruckereien UNITEDPRINT GEWINNT GEGEN VISTAPRINT

Die Internetdruckerei Vistaprint hat einen Rechtsstreit gegen das als Online-Druckerei fungierende Unternehmen Unitedprint.com SE mit seinem Tochterunternehmen Print24 verloren. Vistaprint wurde vorgeworfen, mit Gratisprodukten geworben zu haben, obwohl es den Kunden tatsächlich Kosten in Rechnung gestellt hatte.

Deutsche Papier

INVESTITIONEN IN LOGISTIK: NEUES ZENTRALLAGER

Ungerierte Papierbestellungen steigen kontinuierlich, absolute Termintreue und eine schnellere Lieferung benötigter Materialien wird erwartet und immer weniger Lagerkapazitäten bei den Druckereikunden machen Just-in-time-Lieferungen zum Muss.

Deshalb investiert Deutsche Papier gezielt in den Bereich Logistik und baut ein neues Zentrallager im Umland von Bensheim, um die Lagerkapazitäten und die Flexibilität zu erhöhen. Das neue Zentrallager soll eine Fläche von rund 30.000 m² und 40.000 Palettenstellplätze bieten. Eine Maßnahme zur Verbesserung des Kundenservice ist die Zwischenlagerung von Druck-Erzeugnissen. Außerdem implementiert Deutsche Papier bis zum Ende des Jahres ein neues Sendungsverfolgungssystem zur Sicherung der Auslieferung von der Verladung im Zentrallager in Bensheim bis in alle Auslieferstandorte.

Darüber hinaus wird zur besseren Kapazitätsauslastung des Fuhrparks ein automatisches Tourenplanungssystem installiert.

➤ www.deutsche-papier.de

2. Quartal für Heidelberg erwartungsgemäß

ERWARTUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR REDUZIERT

Heidelberg hat im 2. Quartal des Geschäftsjahres 2011/12 nach vorläufigen Berechnungen einen Auftragseingang von 668 Mio. € und einen Umsatz von 636 Mio. € erzielt und damit den Auftragseingang des Vorjahresquartals übertroffen (650 Mio. €). Auch der Umsatz wurde gegenüber dem Vorquartal gesteigert und liegt auf Vorjahresniveau (633 Mio. €). Das Ergebnis ist mit rund 5 Mio. € leicht positiv und hat sich gegenüber dem Vorjahresquartal (-6 Mio. €) verbessert. »Die Geschäftsentwicklung verlief im Rahmen unserer Erwartungen«, sagte Finanzvorstand Dirk Kaliebe.

Für den Rest des Geschäftsjahres geht Heidelberg jedoch davon aus, dass sich die konjunkturellen Unsicherheiten, die Verwerfungen an den Kapitalmärkten und die schwächere gesamtwirtschaftliche Dynamik bremsend auf das Investitionsverhalten in der Branche auswirken. Die Auftragslage für Heidelberg ist international zudem uneinheitlich und von der anhaltend unsicheren Lage in den USA, Japan und den Mittelmeer-Anrainerstaaten sowie vom positiven Verlauf in China und Südamerika geprägt.

Aufgrund der konjunkturellen Aussichten sei davon auszugehen, dass sich die Nachfrage in der zweiten Geschäftsjahreshälfte schwächer entwickelt als von Heidelberg erwartet, sich Umsatz und operatives Ergebnis nicht auf dem angestrebten Niveau bewegen und somit das Ziel eines ausgeglichenen Vorsteuerergebnisses voraussichtlich nicht erreicht werden kann. Zur angestrebten Steigerung der operativen Profitabilität im laufenden Geschäftsjahr seien daher kurzfristig umsetzbare Maßnahmen im Sachkosten- und Personalbereich eingeleitet worden, teilte Heidelberg mit.

Der Heidelberger Druckmaschinenbauer geht dennoch davon aus, 2011/12



gegenüber dem Vorjahr ein spürbar verbessertes operatives Ergebnis zu erzielen. »Wir werden an unseren mittelfristigen Zielen festhalten, auch wenn sich die geplante Umsatzsteigerung auf über drei Milliarden Euro aufgrund der Nachfrageschwäche zeitlich verzögern sollte«, sagte **Bernhard Schreier**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.

➤ www.heidelberg.com

zipcon consulting

BERATUNGSANGEBOT ERWEITERT

Das Strategie- und Technologieberatungsunternehmen zipcon consulting erweitert mit der Gründung der zipcon consulting berlin GmbH das Beratungs- und Leistungsportfolio um die Bereiche Qualitätsmanagement, Standardisierung und Colormanagement. Florian Süßl (im Bild links neben Bernd Zipper), ehemaliger Director Technology der



MetaDesign AG, leitet als geschäftsführender Gesellschafter den neuen Standort in Berlin. Süßl, der branchenweite Bekanntheit durch sein Engagement bei der ECI (European Color Initiative) und der FOGRA (Forschungsgesellschaft Druck e.V.) erlangte, gilt als einer der führenden Experten in den Bereichen Colormanagement und Qualitätsmanagement für Vorstufe und Druck.

➤ www.zipcon.de



Konzentration auf industriellen Druck

SWISSPRINTERS PLANT SCHLIESSUNGEN VON ZWEI STANDORTEN

Die größte Schweizer Druckerei mit etwa 900 Mitarbeitern hat die Schließung der Standorte Zürich und St. Gallen angekündigt, um sich auf die industrielle Druckproduktion am Rollenoffset-Standort Zofingen zu konzentrieren.

Für den Betrieb in Zürich mit heute 74 Mitarbeitern ist die Übernahme durch ein (bislang ungenanntes) Unternehmen der grafischen Industrie vorgesehen, dem Betrieb in St. Gallen mit 173 Mitarbeitern droht die Schließung.

Beide Maßnahmen sollen bis spätestens 30. Juni 2012 erfolgen. Der ebenfalls zur Gruppe gehörende Kalenderhersteller Eidenbenz soll zum 1. Januar 2012 von der zur NZZ-

Gruppe gehörenden Calendaria AG übernommen werden. Vorgesehen ist zudem eine Anpassung der gesamten Führungsorganisation, der Druckvorstufe sowie des Verkaufs an die zukünftige Unternehmensgröße von nur noch etwa 600 Mitarbeiter.

Als Grund für diese Redimensionierung nennt Swissprinters den weiteren Volumenrückgang im Drucksektor und die geringen Gewinnmargen



bei kleinen und mittleren Auflagen. Erschwert werde die Situation durch den anhaltend starken Franken und das damit verbundene Abwandern von Druckaufträgen in das europäische Ausland. »Selbst mit Kosteneinsparungen in den letzten Jahren konnten wir die negative Ergebnisentwicklung unseres Unternehmens nicht nachhaltig beeinflussen. Wir kommen nicht umhin, in naher Zukunft tiefgreifendere Maßnahmen zu ergreifen«, erläuterte Alfred Wälti, Vorsitzender der Unternehmensleitung.



Rückzug aus dem Tiefdruck

Die Swissprinters AG ist 2005 aus dem Zusammenschluss aller nicht zeitsbezogenen Druckbetriebe der Ringer AG und NZZ-Gruppe entstanden. Im Jahr 2006 trat der Westschweizer Medienkonzern Edipresse

als Aktionär der Unternehmensgruppe bei.

Der Standort Zürich produziert im Bogenoffset und Digitaldruck und ist nach Angaben von Swissprinters Marktführer bei der Realisation von Geschäftsberichten.

Der Swissprinters-Standort St. Gallen druckt Zeitschriften, Kataloge und Broschüren im Rollen- und Bogenoffset.

Ringier in Zofingen war bis Ende 2010 die letzte Druckerei in der Schweiz, die im Akzidenzbereich mit Tiefdruckmaschinen produzierte. Inzwischen sind dort mehrer Heatset-Offsetrotationen bis zum 72-Seiten-Format in Betrieb. In Zukunft soll der Rollenoffset-Standort Zofingen für den Hauptteil der Druckproduktion des Unternehmens verantwortlich sein. Der Westschweizer Standort Lausanne wird unverändert weitergeführt.

➤ www.swissprinters.ch



Pro Carton/ECMA Award 2011 WACHSENDES INTERESSE AM WETTBEWERB

Unternehmen aus 15 europäischen Ländern haben 2011 am Pro Carton/ECMA Award teilgenommen. Die Zahl der eingereichten Verpackungskonzepte war mit 114 die zweithöchste der Geschichte. Die Finalisten wurden beim ECMA-Kongress Mitte September 2011 in Barcelona bekannt gegeben, die Sieger werden im Frühjahr 2012 beim Pro-Carton-Kongress in Düsseldorf geehrt.

➤ www.procarton.com



Partnerschaft PAPIER UNION VERTEIBT SAPHIRA-PRODUKTE

Heidelberg und die Papier Union, eine Tochter der international tätigen Inapa Gruppe mit Sitz in Portugal, haben eine strategische Partnerschaft für den Vertrieb von Saphira Verbrauchsmaterialien in Deutschland vereinbart. Ab sofort können die Kunden der Papier Union in Deutschland ein umfangreiches Saphira Produktportfolio über die üblichen Bestellwege des Unternehmens beziehen.

➤ www.heidelberg.com
➤ www.papierunion.de



Druckhaus Ley + Wiegandt UNTERNEHMEN DES JAHRES 2011

Das inhabergeführte Familienunternehmen Ley + Wiegandt wurde am 13. Oktober im Rahmen des Wuppertaler Wirtschaftspreises als »Unternehmen des Jahres 2011« ausgezeichnet. Es handelt sich um die bedeutendste Auszeichnung, die in Wuppertal an die Wirtschaft vergeben wird. Die geschäftsführenden Gesellschafter Silke Jungmann und Jan Vetter, die das 1913 gegründete Unternehmen führen, nahmen den Preis entgegen.

➤ www.ley-wiegandt.de



Ricoh Document Center GEORG KOHL IN BRACKENHEIM WIRD ZU RICOH

Der bisherige gemeinsame Auftritt der Marken Georg Kohl und Ricoh wird ab sofort unter dem Dach der Marke Ricoh zusammengefasst. Am 13. Oktober wurde daher auch das Georg Kohl Document Center in Brackenheim offiziell in Ricoh Document Center umbenannt. Im Januar 2011 hatte die Ricoh Deutschland GmbH die Georg Kohl GmbH übernommen.

➤ www.ricoh-documentcenter.de



Stiftungen

SCHREIBWETTBEWERB

›AUF PAPIER GEBRACHT‹

Die Stiftung Druck- und Papiertechnik fördert Wissenschaft, Ausbildung und Technik auf den Gebieten Druck und Papier einschließlich der grafischen Kommunikation. Für das drupa-Jahr 2012 wird gemeinsam mit der Stiftung Lesen ein Schreibwettbewerb rund um das Thema Papier ausgeschrieben.

Schülerinnen und Schüler der Klassenstufen 5 bis 10 sollen sich in Kurzgeschichten, Gedichten, Essays



oder anderen Textformen mit dem Thema Papier auseinandersetzen. Das Besondere an diesem Schreibwettbewerb ist die Art der Prämierung: die besten 30 bis 40 Beiträge werden zu einer Anthologie zusammengestellt und jeder Schüler, dessen Geschichte abgedruckt wurde, erhält ein Belegexemplar. Als Sonderpreis erhält die beste Autorin oder der beste Autor jeder Klassenstufe (insgesamt sechs Gewinner) die einmalige Gelegenheit, zusammen mit der ganzen Klasse live auf der drupa vom 3. bis 16. Mai 2012 zu erleben, wie die Anthologie gedruckt und gebunden wird. Alle anwesenden Schülerinnen und Schüler können sich ihr eigenes druckfrisches Exemplar mitnehmen. Alle wichtigen Informationen zum Wettbewerb, Hinweise, Downloads, Links, etc. finden sich auf der Seite der Stiftung Lesen. Einsendeschluss ist der 15. Januar 2012.

› www.stiftunglesen.de/Papier

Burda Druck und TSB-Gruppe KARTELLAMT BEWILLIGT GEMEINSAME GESELLSCHAFT

Die im Februar 2011 avisierte gemeinsame Gesellschaft von Burda-Druck und der TSB-Gruppe wurde vom Bundeskartellamt freigegeben. An der Gesellschaft B&B Media Services sind die beiden Partner, die Burda Druck GmbH, Offenburg, und die Karl Rauch Verlag GmbH & Co. KG, Düsseldorf, jeweils zur Hälfte beteiligt. In der Gesellschaft werden fortan Vertrieb, Auftragsbearbeitung und Produktionsplanung gebündelt.

Zum Joint Venture erklärten der Geschäftsführer der Burda Druck GmbH, Egon Weimer und der Geschäftsführer der TSB, Dr. Udo Bogner: »In einem schwierigen, von Überkapazitäten und Preisverfall geprägten Druckmarkt ist die Gründung der Gesellschaft ein weiterer Schritt zur Verbesserung unserer Wettbewerbsposition.«

Zur TSB-Gruppe gehören Tiefdruckereien und Weiterverarbeitungs-, Lettershop- und Logistikunternehmen in Mönchengladbach, Oberschleißheim bei München und Alba in Italien sowie eine Rollenoffsetdruckerei in Unterkaka bei Leipzig. Zu Burda Druck gehören zwei Tiefdruckereien in Offenburg, eine Tiefdruckerei im französischen Vieux Thann und die zuletzt aus der Schott-Insolvenz erworbene Tiefdruckerei in Nürnberg, eine Buchbinderei in Offenburg sowie Repro-Studios in Offenburg, München, Berlin und Hamburg. Beide Partner verfügen über eine Druckkapazität von insgesamt über 750.000 Jahrestonnen. Die B&B Media Services wird damit zu den leistungsstärksten Druckunternehmen Europas gehören.

› www.burda.com

Druck+Form 2011 in Sinsheim GUTE GESCHÄFTE UND KONSTANTE BESUCHERZAHLEN

Die Druck+Form wurde auch 2011 ihrem guten Ruf gerecht. Vom 12. bis 15. Oktober präsentierten 139 Unternehmen aus sieben Ländern in Sinsheim Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Vorstufe, Software, Web-to-Print, Digital- und Offsetdruck, Verpackung sowie Weiterverarbeitung. Knapp 5.000 Fachbesucher nutzten ihren Messebesuch zur Information und Vorbereitung von Investitionen und Vertragsabschlüssen.

Die Fachbesucher schätzten nach Angaben des Veranstalters wie in den Vorjahren die Präsenz relevanter Firmen auf der Druck+Form und die guten Beratungsbedingungen vor Ort. Auch die Aussteller seien rundum zufrieden und meldeten vielversprechende Kontakte und gute Geschäfte.

Auch die Print Factory Academy erfreute sich bei den Fachbesuchern großer Beliebtheit mit Themen über die Herausforderungen und Möglichkeiten der Druck- und Medienindustrie sowie praxisrelevanten Themen wie Vertriebsstrategien, Prozessoptimierung im Unternehmen oder Chancen durch Spezialisierung. Publikumsmagneten waren die Beiträge zum Thema »Social Media«. Dort behandelten die Referenten Themen wie »Chancen von Social Media für Druckereibetriebe« oder die zukünftige Medienproduktion im »Dynamic Publishing«, bei der Druckereibetriebe Tools wie iPhone, iPad oder Social Media mit den Klassikern Print und Web verknüpfen.

Im nächsten Jahr findet die 18. Druck+Form vom 10. bis 13. Oktober 2012 in der Halle 6 der Messe Sinsheim statt.

› www.messe-sinsheim.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Konica Minolta eröffnete Mitte Oktober in Düsseldorf ein Production Printing Competence Center und will damit seine Ausrichtung auf das Production Printing-Segment unterstreichen. • Der Arbeitskreis **Media Mundo** erweitert mit dem Thema Water Footprint von Medienproduktionen sein Informationsangebot im Internet. Damit wird Interessenten die Möglichkeit gegeben, das Know-how rund um eine nachhaltige Medienproduktion aufzubauen. • Die **Achilles Gruppe**, Papierveredler und Anbieter von Präsentationsprodukten, hat ihre Produktionskapazitäten am Standort Düsseldorf erweitert. Statt auf bisher 800 m² bietet Achilles den Kunden jetzt auf 1.400 m² von der Sonderfolienkaschierung über den Flexodruck bis hin zum Siebdruck ein breites Veredelungsspektrum. • Seit Jahren arbeitet Unternehmensberater **Michael Dömer** mit dem Trainer und Buchautor **Dieter Lange** zusammen. Jetzt haben beide eine exklusive Zusammenarbeit für die Branche vereinbart. • **Quark** hat für QuarkXPress 9.1 mit App Studio die MacUser-Auszeichnung »Publishing Product of the Year« gewonnen hat. Die MacUser Awards werden jährlich vergeben und würdigen die besten Produkte für **Apple**-Anwender. • Am 20. Oktober tagte die Jury des vom **bvdm** ausgeschriebenem MfG-Award und hat die besten Einsendungen ausgewählt. Unter <http://www.bvdm-online.de/aktuelles/wettbewerbe.php> kann die Shortlist mit 23 Arbeiten eingesehen werden; die Bekanntgabe der Gewinner erfolgt am 8. Dezember 2011 im Rahmen einer Preisverleihung in Heidelberg.



m-real Zanders

HEFTIGE PROTESTE IN BERGISCH-GLADBACH GEGEN DIE TEILSCHLISSUNG

›Papier ist geduldig – wir nicht. Unter diesem Motto wehren sich Betriebsrat und Arbeitnehmer gegen die angekündigte Teilschließung des Werks Gohrsmühle in Bergisch-Gladbach und damit dem Verlust von mehreren hundert Arbeitsplätzen. Medienberichten zufolge haben letzte Woche bereits mehr als 500 Menschen gegen die Entscheidung des finnischen Konzerns m-real protestiert. Sie befürchten, dass auch die Chromolux-Produktion nur auf Zeit aufrecht gehalten werden soll und das Werk früher oder später ganz geschlossen werden wird. Zudem wird dem Management in Finnland vorgeworfen, bei der Suche nach einem Käufer nicht professionell vorgegangen zu sein.

ERSTE HINWEISE SCHON IM MAI Die für die Mitarbeiter in Bergisch-Gladbach enttäuschende Entwicklung war allerdings abzusehen. Anfang Mai 2011 bereits hatte m-Real angekündigt, das Werk Alizay in Frankreich, die Gohrsmühle in Bergisch-Gladbach ganz oder teilweise sowie Teile des Werks Reflex in Düren verkaufen zu wollen. Für den Fall, dass kein Käufer gefunden wird, standen schon damals Schließungspläne auf der Agenda des m-real-Managements in Finnland. Jetzt ist die Entscheidung gefallen: 440 Arbeitsplätze in Deutschland fallen weg, weitere 330 in Frankreich, nachdem man keine Käufer gefunden hätte, teilte m-real mit.

Für das Werk Alizay in Frankreich habe m-Real einige Angebote bekommen, dennoch habe keiner der möglichen Käufer die Bedingungen erfüllt. Nun soll das Werk geschlossen werden, da es derzeit einen Verlust von drei Millionen Euro im Monat verursache. Auch für das Werk Gohrsmühle hat m-Real nach eigenen Angaben keinen Käufer gefunden: weder für Teile des Betriebs noch im Ganzen. Deshalb soll jetzt die Produktion im Bereich Specialty Papers sowie ungestrichene Feinpapiere eingestellt werden. Lediglich die profitable Chromolux-Sparte soll weitergeführt werden.

Für die Produktion von Premiumpapieren im Werk Reflex in Düren wird weiter ein Käufer gesucht. Die Produktion von SD-Papieren soll dagegen eingestellt werden.

Derzeit arbeiten noch 940 Mitarbeiter in der Gohrsmühle und im Werk Reflex. 400 sollen bei der Chromolux-Produktion und im Kundenservice sowie in der Logistik weiterbeschäftigt werden. 100 weitere sind bei Reflex Premium Papers tätig, die eventuell verkauft werden soll. Damit entfallen mindestens 440 Arbeitsplätze. Trotz Restrukturierungsmaßnahmen und Reduzierungen beim



Personal sei es nicht gelungen, die Werke profitabel zu machen, teilte m-real mit. Derzeit würden die Gohrsmühle und Reflex fünf Millionen Euro Verlust im Monat machen.

KUMMER GEWÖHNT Das Trauerspiel um Zanders ist ja nicht neu und ein Beispiel dafür, wie man eine Marke durch Eignerwechsel und ein permanentes Hin und Her ruiniert. Erst stieg 1989 der US-Konzern International Paper ein, der sich elf Jahre später aus dem Geschäft zurückzog. 2001 übernahm dann m-real (damals noch Metsä-Serla) das Unternehmen. Seitdem hörte man nur noch von Sparmaßnahmen, Schließungen und Verkäufen. So entledigte sich m-real 2008 seiner Feinpapier-Sparte mit dem Verkauf an Sappi – außer den im Artikel genannten Papierwerken. Denen droht nun das Aus auf Raten.

nico

› www.m-real.com

Schweiz: Weniger Inserate SONNTAGSZEITUNGEN UND FACHPRESSE LEGEN ZU

In den Schweizer Printmedien sind im September Inserate im Wert von 161,2 Mio. Franken (ca. 131 Mio. €) geschaltet worden. Dies entspricht einer leichten Abnahme von 0,9% gegenüber dem Vorjahr. Wie der Statistik der Wemf AG für Werbemedienforschung zu entnehmen ist, gingen Liegenschafts- und Stellenanzeigen mit –13,7% beziehungsweise –11,4% am stärksten zurück. Diese Anzeigen machen aber nur etwa 18 Mio. CHF am Werbekuchen aus. Bei den kommerziellen Anzeigen, die auch die Wahlwerbung für die National- und Ständeratswahlen am 23. Oktober 2011 beinhalten, betrug die Abnahme 0,4% auf 128,3 Millionen CHF.

Ein Plus von knapp 13% verzeichneten im September dagegen Beilagen (15,1 Mio. CHF). Deutlich mehr Inserate wurden zudem in der regionalen Wochenpresse (+9,3%), in der Sonntagspresse (+7%) und in der Fachpresse (+2,5%) publiziert. Dafür erschienen in der Tagespresse (–1,7%), der Publikums- (–5%), der Spezialpresse (–2,3%) und in der Finanz- und Wirtschaftspresse (–0,2%) weniger Anzeigen.

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



›Gründer-Mentalität‹ beibehalten

Die Studie ›Global Print Markets to 2015‹ der Marktforscher von Pira International Inc. sagt zwar für den westeuropäischen Druckmarkt zwischen 2009 und 2015 einen Rückgang um 6,7% voraus – mit 114 Milliarden Euro bleibt dieser Markt jedoch groß genug und interessant.

Von David Preskett



David Preskett ist European Professional Print Director, Canon Europe, und Präsident der Ipex 2014.

Ausgehend von einem weltweiten Drucksachenmarkt von geschätzten 470 Mrd. € sowie der Erwartung von zweistelligem Wachstum in verschiedenen Regionen der Welt, wird der Markt für Drucksachen immer noch groß genug sein, um gute Geschäfte zu machen. Denn was diese Zahlen

verbergen, ist die Vielfalt der Printprodukte in den verschiedenen Märkten. Sie reicht von einfachen Prospekten bis zu personalisierten Direktmailings, die eine zentrale Komponente in Cross-Media-Marketing-Kampagnen darstellen. Dabei ist es entscheidend, dass sich Druckereien an diese neue Wirklichkeit anpassen, indem sie auf der Höhe der neuen Technologien bleiben, die Anforderungen der Kunden verstehen und beides in Einklang bringen. Das funktioniert zumindest in der Theorie und viele Druckunternehmen sind auf bestem Wege zum ›integrierten Dienstleister‹ zu werden. Für viele Manager ist es jedoch eine Herausforderung, neue Fähigkeiten voranzutreiben und zu entwickeln, während sie das traditionelle Geschäft weiterhin betreiben müssen. Wie lassen sich also die scheinbar widersprüchlichen Anforderungen miteinander vereinbaren?

HINTERFRAGEN DES STATUS QUO Ein wichtiger Schritt ist die Erkenntnis, dass ein gradueller Übergang nicht bedeutet, dass der Prozess sofort begonnen werden kann. Professor Frank Romano begründet dies im Canon Insight Report ›The Redefinition of the Digital Printer‹, wo er das ›Hinterfragen des Status Quo‹ an die Spitze eines Zehnpunkte-Aktionsplans setzt. Er stellt fest, dass Print in der sich schnell wandelnden Branche häufig nur ein Bestandteil eines Jobs ist. Ein Mailing kann neben dem Druck Datenbank-Lösungen, personalisierte URL (PURL)-, Internet- und Mailing-Dienstleistungen umfassen. Der Kunde, der ein Poster für ein Event benötigt, kann beispielsweise zusätzlich Broschüren bestellen, um die Veranstaltung zu bewerben. Daraus lässt sich ableiten, jeden Job wie einen Eisberg zu betrachten – er kann aus sehr viel mehr als nur dem zunächst sichtbaren Teil bestehen.

Deshalb müssen Drucker immer auch unternehmerisch denken. Der Management-Vordenker Peter Drucker definiert einen Unternehmer als jemand, der »immer nach Veränderungen sucht, auf sie reagiert und sie als Chance nutzt«. Damit erinnert er daran, dass Unternehmertum mehr bedeutet, als

nur Geschäfte abzuwickeln. Unternehmer, die glauben sich zurücklehnen zu können, wenn das Geschäft läuft, werden in eine tödliche Falle tappen. Auch seit langem etablierte Unternehmen brauchen eine ›Gründer-Mentalität‹ in der sich schnell verändernden Druckindustrie.

Ständig eröffnen sich Chancen, aber sie müssen gesucht und gefunden werden. Dafür müssen Manager den Blick von dem Unternehmen, so wie es sich aktuell präsentiert, weglucken und sich fragen: »Was würde ich tun, wenn ich heute als Druckdienstleister anfangen würde? Welche Produkte würde ich anbieten? An welche Arten von Kunden würde ich mich richten?« Besser geht man noch einen Schritt weiter und versucht, das eigene Unternehmen so zu sehen, wie es Kunden sehen. Benötigen diese neue Services? Werden diese möglicherweise schon angeboten, aber die Kunden wissen es nicht?

NICHT AUFHÖREN, FRAGEN ZU STELLEN Erfolgreiche Unternehmer hören nicht auf, Fragen zu stellen. So wie der schwedische Dienstleister Printus. Geschäftsführer Niklas Nilsson sagt, dass das Unternehmen den Kunden immer wieder Fragen stellt: »Wir reden selten über die Vor- oder Nachteile von Prozessen. Stattdessen stellen wir unseren Kunden Fragen und erwarten Antworten. Wir fragen, warum ein bestimmter Artikel benötigt wird, welches Problem gelöst werden und was erreicht werden soll? Anschließend agieren wir als Berater, die eine Lösung vorschlagen, die von den Kundenanforderungen geprägt ist und nicht davon, was unsere Maschine können.«

Mit dieser Strategie hat Printus ein Geschäft für variablen Datendruck entwickelt, der rund 85% aller Aufträge des Unternehmens ausmacht – obwohl Nilsson den Ausdruck ›variabler Datendruck‹ nicht benutzt: »Stattdessen sprechen wir über Print, der von den Anforderungen des Auftraggebers geprägt wird. Unsere Aufgabe ist die Produktion von Marketing-Kommunikationsmaßnahmen, die eine Unterhaltung in Gang setzen.«

Unternehmerische Einstellung ist also unerlässlich. Druckereien sind Teil der Kommunikationsbranche, die sich im permanenten Umbruch befindet. Verschiedene Medienkanäle gewinnen an Bedeutung und die Anforderungen der Kunden werden komplexer. Die sich derart fortentwickelnde Branche bietet also spannende Herausforderungen. Deshalb: Wer jeden Tag mit der Einstellung eines Unternehmensgründers beginnt, wird erfolgreich sein.

› www.canon.ch



DAS

EINZIGE

WAS

DER

IDEE

FEHLT

BIN

ICH

I am the power of print.

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

Mehr über Printmedien unter www.print-power.info



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen. Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

 **PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER



Die Trennung von Inhalt und Form

Haben Content-Management-Systeme das Redaktionssystem ersetzt?

Wer jedoch ein passendes System für seine Anwendungen sucht, steht jedoch vor dem Dilemma, dass sich selbst kleinste Lösungen zum Einstellen von Texten oder Bildern ins Internet mit dem Begriff Content-Management-System (CMS) schmücken. Die Suche nach einem CMS gestaltet sich daher als nur schwer zu durchschauende Materie. Da hilft nur, die Struktur eines CMS zu analysieren und seine Eigenschaften mit den eigenen Anforderungen zu vergleichen.

Zwei Seiten der Medaille

Die Kommunikationsfähigkeit von Unternehmen – und nicht nur die von Verlagen – ist zu einer wichtigen Aufgabe geworden, um gegenüber Öffentlichkeit und Mitarbeitern eine Kommunikation zu ermöglichen, die Vertrauen aufbaut. Folglich müssen verschiedene Kommunikationsaufgaben bewältigt werden. In diesem Zusammenhang ist Content Management zum Modewort geworden und wird gleichzeitig als technologischer Oberbegriff verwendet.

Content Management stellt dabei die organisatorische Seite dar. Content-Management-Systeme als technologische Seite der Medaille haben

dagegen die Aufgabe Daten medienneutral vorzuhalten und die Inhalte für die verschiedenen Präsentationsformen bereitzustellen.

Dies gilt ganz allgemein für jede Form der Unternehmenskommunikation, betrifft aber genauso die Aktivitäten eines Verlags, wo diese Systeme zusätzlich die Aufgabe der Printmedienproduktion und Logistik abdecken müssen.



Aus Sicht von **Maximilian Spies**, in Beratung und Vertrieb bei der Neo 7even GmbH Software Solutions in Siegen tätig, gibt es dabei zwei vordringliche Herausforderungen.

Einmal die Aufgabe, die Daten und Formate zu verwalten, zum Zweiten, diese Leistungen auch verkaufen zu können. Allerdings führe die zunehmend unüberschaubare Zahl an Personen, Abteilungen, Inhalten und Medienkanälen häufig zu ineffizienten Arbeitsabläufen. »Zum Teil redundant werden auf den verschiedensten Systemen, Datenbanken oder Laufwerken Bilder, Logos, Texte, Videos und andere Dokumente gespeichert, ohne dass diese mehrfach genutzt werden könnten. Eine medienneutrale Datenhaltung ist aber erst dann wirklich sinnvoll und effizient, wenn sie eine Mehrfachnutzung zulässt.«

Gibt es keine Redaktionssysteme mehr? Auf dem Papier wohl nicht mehr – funktionell sehr wohl. Doch alle Anbieter, die den Zeitungsverlagen bisher Redaktionssysteme verkauft haben, befleißigen sich seit geraumer Zeit, den Begriff nur noch hinter vorgehaltener Hand zu benutzen. Stattdessen ist die Rede von Content-Management-Systemen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Auch das Arbeiten mit einem Content-Management-System will geübt sein. Denn viele Betriebe arbeiten vergleichbar wie in früheren Zeiten recht chaotisch. Zum Teil redundant werden auf den verschiedensten Systemen, Datenbanken oder Laufwerken Bilder, Logos, Texte, Videos und andere Dokumente gespeichert, ohne dass diese mehrfach genutzt werden könnten. Und dabei wird das Auffinden von Daten zum Abenteuer.

Inhalte bereitstellen

In diesem Zusammenhang wird also deutlich, dass die Begriffe Content-Management-System und Redaktionssystem nicht gleichzusetzen sind mit CMS für Web-Anwendungen und Redaktionssystem für Print. Es handelt sich zwar um verschiedene Welten, die historisch und begrifflich getrennt sind, doch technisch sieht dies völlig anders aus. Beide werden genutzt, um Informationen aufzubereiten und von beiden Systemen werden crossmediale Funktionen erwartet – allerdings mit unterschiedlicher Ausprägung.

Denn die Prozesse für Print und Online sind durchaus vergleichbar. Hier wie dort werden Inhalte unabhängig vom Medium recherchiert, erfasst und gespeichert, für den Publikationsprozess aufbereitet und dann schließlich veröffentlicht. Somit ist es logisch, dass Redaktionssysteme ebenso wie Content-Management-Systeme auf Datenbanken zugreifen und über Autorenwerkzeuge verfügen müssen. Die Unterschiede stellt man lediglich im Komfort fest. Dabei trennt sich jedoch sehr schnell die Spreu vom Weizen.

Der eigentlichen Bedeutung der Begriffe folgend, müssen die Funktionalitäten der Mediensysteme zu-





Unternehmensbedürfnis	Online-Redaktionssystem	Web-CMS	Enterprise CMS	Crossmedia-Lösung
Website-Bereitstellung	■	■	■	■
Internet/Extranet	■	■	■	■
Unternehmensportal	■	■	■	■
E-Commerce-Portal		■	■	■
Content im Medienmix				■

Die stark abstrahierte Grafik vermittelt einen groben Überblick über die Funktionen der unterschiedlichen CMS. Dabei wird von einem modernen Medienproduktionssystem erwartet, dass es einerseits Funktionen wie Content-Bereitstellung im Internet, Web-to-Print und E-Commerce integriert, andererseits als Multichannel-Publishing-System die Anforderungen der Verlage und Druckereien bei der Printproduktion, bei Corporate-Publishing-Produktionen oder beim Katalog-Management erfüllt.

mindest ein Redaktionsmodul (Autorenwerkzeuge, Editoren, Bildbearbeitung etc.) und ein Content-Management-System (Datenhaltung etc.) beinhalten. Denn idealerweise wollen die von printorientierten Zeitungshäusern zu Multimedia-Providern mutierenden Zeitungs- und Verlagshäuser eben nicht für jedes Medium (Print oder Internet) unterschiedliche Systeme einsetzen.

»Verlage und verlagsähnlich arbeitende Mediendienstleister, die hochvolumiges Publishing mit zahlreichen Titeln und umfangreichen Inhalten betreiben, benötigen ein System, mit dem sie Standardaufgaben automatisieren können, ohne das nötige Maß an Flexibilität aufgeben zu müssen«, erläutert Max Speis. »Hierfür müssen workflowrelevante Steuerungselemente die Produktion und die integrierten Layout- und Produktionstechniken erleichtern. Für das Marketing stehen dagegen Qualität und kurzer Time-to-Market im Mittelpunkt. Hier müssen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollelemente eine integrierte Marketingkommunikation ermöglichen.«

Trennung von Inhalt und Form

Wesentlich ist in jedem Fall die Trennung von Inhalt und Form. Dies ist eminent wichtig, da Informationen

nur so effizient erfasst, verarbeitet, weiter- und wiederverwendet werden können – nicht umsonst ist XML als medienneutrale Sprache zur Schlüsseltechnologie im Bereich der Medien geworden.

Die medienspezifische Aufbereitung der Information, also die Verschmelzung von Inhalt und Form, wird im Prozess so weit wie möglich nach hinten verschoben. Erst ab dem Zeitpunkt des ›Umbruchs‹ oder der Seitengestaltung in Drucklayout oder Website steht die Verwendung unwiderruflich fest. Denn das zeitungstypische Artikel-Layout taugt wenig fürs Internet und HTML lässt sich schlecht drucken. Zudem müssen die Inhalte für das Internet anders, vor allem knapper, aufbereitet werden als für eine Zeitung.

Integriert, nicht Stand Alone

Das Problem insbesondere für Verlage besteht darin, dass es bei der Frage nach dem Einsatz eines CMS beziehungsweise Redaktionssystem nicht ›entweder oder‹, sondern ›sowohl als auch‹ heißt.

Das Medien- und Verlagssystem der Zukunft besteht daher neben Modulen für Logistik, Marketing und Verwaltung aus einem Redaktionssystem, einem Content-Management-System und einem Produktionssystem. Integriert werden diese durch

Workflow-Systeme, die die dynamischen Abläufe steuern und auf die spezifischen Anforderungen beim Einsatz im Print- und Online-Bereich eingerichtet sind.

Die Qual der Wahl für eine zukunftssichere Lösung in einem stark fragmentierten CMS-Markt ist daher auch mit unterschiedlichen Entscheidungskriterien verbunden.

- Welches Content-Management-System kann am besten in die IT-Architektur des Unternehmens eingebunden werden?
- Ist das CMS besser für Internet- oder Intranet-Lösungen geeignet, als Portallösung oder vielleicht sogar für eine Crossmedia-Lösung?
- Wie hoch sind die Kosten?

Dabei setzen die auf dem Markt erhältlichen Content-Management-Systeme innerhalb der Prozesse Erstellung, Speicherung, Bereitstellung, Präsentation, Verwaltung, Kontrolle, Verbreitung und Abruf unterschiedliche Schwerpunkte und können aufgrund ihres Funktionsumfangs abermals in vier große Kategorien klassifiziert werden.

1. Online-Redaktionssysteme sind Lösungen für Websites und Unternehmenspräsenzen. Zu den Kerneigenschaften zählt die Unterstützung redaktioneller Prozesse bei der Erstellung, Verwaltung und Veröffentlichung von Websites.

2. Web-Content-Management-Systeme

dienen der Verwaltung von Inhalten auf Websites und Portalen und bieten außerdem die Möglichkeit, geschützte Intranetbereiche oder auch E-Commerce mit Bezahlfunktionalität zu integrieren.

3. Enterprise-Content-Management-Systeme

zielen schwerpunktmäßig auf unternehmensspezifische Informationsumgebungen wie Unternehmensportale und Extranets für B2B (Business to Business) oder Intranets.

4. Cross-Media-Lösungen

sind Weiterentwicklungen klassischer Redaktionssysteme mit der Fokussierung auf die simultane Nutzung von Inhalten in unterschiedlichen Online- und Offline-Medien. Deshalb werden sie gelegentlich auch als Cross-Media-Publishing-Systeme bezeichnet.



GLOBALISIERUNG HAT EIGENTLICH
JETZT ERST RICHTIG

begonnen!

Cloud Computing ist der Mega-Trend: Hiflex bietet seine mehrfach ausgezeichneten Softwarelösungen zur Automatisierung kaufmännischer und technischer Geschäftsprozesse jetzt im Internet an. Sie benötigen keine eigenen Server, Administratoren oder Speicherplatten mehr, sondern mieten bei Bedarf entsprechende Kapazitäten in der ›Wolke‹ an. Keine Investitionen in teure Infrastruktur, keine Lizenzen, sondern Miete: Software as a Service. Hiflex Enterprise Cloud Computing ermöglicht von überall und zu jeder Zeit den vollen Zugriff auf das Management Information System über das Internet. **Flexibler. Günstiger. Sicherer.**

www.hiflex.com

HIFLEX
MIS · JDF · Web-to-Print
Enterprise Cloud Computing



Idealzustand: Alle Dokumente stehen medienneutral zur Verfügung und lassen sich auf Knopfdruck für die jeweilige Präsentationsform aufrufen.



Printmedium erfordert Disziplin

»Ein webbasiertes Medienproduktionssystem muss aus Sicht der Druckindustrie gleichzeitig Web-to-Print, Marketing-Management und die crossmediale Medienproduktion auf einer kompletten Lösungsplattform vereinen. Ob Marketingexperte oder Medienproduktionsprofi – sie alle greifen auf dieselben verbindlichen Inhalte zu und arbeiten mit der gleichen Lösung. Somit wird die Kompetenz unterschiedlicher Fachleute direkt für den Produktionsprozess nutzbar gemacht«, umschreibt Max Spies die Anforderungen an ein zeitgemäßes Medienproduktionssystem.

Dabei muss ein reines Print-Redaktionssystem die flexible Zusammenarbeit vieler Redakteure unter dem Diktat eines straffen Produktionsplanes berücksichtigen, da es in eine Produktionsumgebung aus Prepress, Press und PostPress eingebunden ist und zudem Rücksicht auf Anzeigen, Vorprodukte, Regionalausgaben und deren Distribution nehmen muss. Dies erfordert deutlich mehr Disziplin von erheblich mehr Mitarbeitern als es im Online-Bereich der Fall ist.

Dieser hat mit seiner technischen und organisatorischen Struktur ganz

andere Vorgaben. Er kann und muss gegen die Gegebenheiten des Printbereichs verstoßen. Dabei benötigen Online-Redaktionssysteme Automatismen für das Freischalten von Informationen, benutzerspezifische Funktionen wie personalisierte Seiten und Profile sowie detaillierte Nutzungsstatistiken.

Dabei sind auch hier die Grenzen bereits fließend, nachdem es längst möglich ist, Anzeigen online aufzugeben, die automatisiert in den Umbruch einfließen. Und mehr und mehr wird auch der Leser in die redaktionelle Arbeit bei Rubriken wie Veranstaltungskalendern und ähnlichem eingebunden.

Auf den Betrieb zugeschnitten

Zu den generellen Bewertungskriterien, die bei jedem Content-Management-System von Bedeutung sind, zählen sicherlich Zukunftssicherheit, technischer Innovationsgrad, Benutzerfreundlichkeit und Anpassbarkeit an die Unternehmensbedürfnisse.

Aus technischer Sicht lässt sich daher für einen Verlag definieren: Informationen müssen sowohl medienneutral als auch medienspezifisch bereitgestellt, aufbereitet und produziert werden. Dazu muss das System betriebsspezifisch auf den Verlag eingerichtet werden können,

um die Verlagsziele im Online- und Print-Bereich gleichermaßen erfüllen zu können.

Für die Entwicklung eines crossmedial eingesetzten Content-Management-Systems für das Print- und Online-Publishing in einer Verlagsumgebung sind daher Know-how und tiefgehende praktische Erfahrungen in der Realisierung von komplexen Verlagslösungen unabdingbar und nicht einmal so nebenbei realisierbar.

Design macht den Unterschied

In diesem Zusammenhang darf eine ganz wesentliche Bedingung nicht ungenannt bleiben, ein Faktor, der sich täglich und immer wieder aufs Neue beweisen muss: Das Kommunikationsdesign.

Bewährte Zeitungsstrukturen und -layouts sind mehr als nur das banale Zusammenstellen von Seiten mit Grafik und Typografie. Layout und Struktur einer Zeitung sind Teil eines über lange Zeiträume gewachsenen Kommunikationsdesigns, das den Leser durch das Informationsangebot führt und an das sich die Leserschaft üblicherweise gewöhnt hat. Selbst die kleinsten Änderungen an Struktur und Design führen immer wieder zu ungeliebten Irritationen bei den Lesern.

So lange ein Content-Management-System nur für interne Publikationen genutzt wird, spielt diese Vorgabe nur eine untergeordnete, wenn auch nicht unwichtige, Rolle.

Für Online-Medien, die auch Kunden und die Öffentlichkeit ansprechen, ist es eine vergleichbar große Aufgabe, gutes Kommunikationsdesign zu realisieren. Dies gilt erst recht für Verlage, die neben ihren gedruckten Medien zudem Online-Medien publizieren. Dann nämlich müssen die Fähigkeiten dieses Mediums über die üblichen Internet-Eigenschaften hinaus auch den Gesetzen eines guten Kommunikationsdesigns folgen. Dies beginnt bei der Navigation (vergleichbar mit dem Aufbau einer Zeitung oder eines Magazins) und hört bei guter Lesbarkeit noch lange nicht auf.

Allerdings liegt die Benutzer-Navigation in vielen Online-Angeboten in Sachen Ergonomie und Handlichkeit weit hinter der Zeitung zurück. Und bei vielen Angeboten spürt man, dass man sich zu sehr an die technikbedingten Strukturen hält. Sonst würden nicht so viele Portale gleich aussehen.





Agfa Arkitex Eversify

AGFA STEIGT MIT EIGENER LÖSUNG INS MOBILE PUBLISHING EIN

Agfa Graphics hat seinen Einstieg in das Mobile-Publishing bekannt gegeben und angekündigt, bis Mitte 2012 die Software-as-a-Service-Lösung Arkitex Eversify zur automatischen Verbreitung von Zeitungen auf Mobilgeräten zur Verfügung zu stellen. Zeitungen sollen mit Arkitex Eversify automatisiert auf unterschiedliche Tablet- und »intelligente« Mobilsysteme gebracht werden können. Dabei arbeitet Eversify laut Agfa mit HTML5, was eine klare Trennung des Stils vom Inhalt und eine attraktive Präsentation in Form anspruchsvoller Funktionen für die Handhabung von Bildern, Audio-Elementen und Video-Animationen ermöglicht. Eingebettete Javascript-Funktionen sollen das Suchen, Le-sezeichen und den Zugriff auf andere Online-Links wie Facebook und Twitter sowie weitere verlags-spezifische Funktionen ermöglichen.

Nach Informationen von Agfa Graphics werden Inhalte mit dem Arkitex Eversify-Server von einem beliebigen Content-System erfasst oder angeliefert, das heute bei einer Zeitung im Einsatz ist. Die Daten würden sodann mittels der Content-Mapping- und Template-Technologie von Agfa Graphics analysiert und automatisch verarbeitet

(im Stile eines Newsfeeds), um eine Ausgabe (Hoch- und Querformat-Variante) zu produzieren, die für die Vorschau bereit ist und bei Bedarf noch geändert werden kann. Die endgültige Publikation werde an eine beliebige Host-Umgebung geliefert, die über die zugehörige markenspezifische oder eigene Reader-App aufgerufen werden könne. In der App, die auch dynamische Inhalte unterstützen soll, sollen dem Leser dann eine interaktive und übersichtliche Leseerfahrung geboten werden.

Für den Produktionsablauf werden also die bestehenden Methoden der Zeitung für die Druckproduktion genutzt. Dies bedeutet für den Verlag einen minimierten Aufwand, jedoch volle Kontrolle über Aufmachung und Gestaltung – was für Branding-Zwecke wichtig ist.

Mit der kompletten Eigenentwicklung (auch das Framework kommt von Agfa Graphics) orientiere man sich bewusst nicht an zeitaufwändigen und kostspieligen Design-Programmen. Für den Cloud-Service Eversify macht sich Agfa die Erfahrung des Geschäftsbereichs Healthcare zunutze, in dem Software-as-a-Service bereits eine große Rolle spielt. Ein Prototyp der Lösung ist derzeit bei der BNN, »Badische Neueste Nachrichten«, Karlsruhe im Erfahrungstest, um künftig großflächig alle Praxisbedürfnisse von Kunden abbilden zu können.

➤ www.agfagraphics.de



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.



Bindeglied zwischen Kunde und Druck

Enfocus PitStop Connect 10 bietet automatisierten Preflight samt Datenübertragung

Enfocus verfügt über langjährige Erfahrungen bei der Entwicklung der PitStop-Produktfamilie, die PDF-Dokumente analysiert und automatisch Probleme behebt, um eine fehlerfreie Ausgabe zu ermöglichen. PitStop Connect 10 nutzt die neuen Leistungsmerkmale von PitStop Pro 10, unterstützt PDF/A- und PDF/X-4-Dateien und verwendet die neuesten Preflight-Profilen und Aktionslisten zur Prüfung und Korrektur von PDF-Dateien.

»PitStop Connect stellt Druckereien und Verlagen eine einfache und kostengünstige Anwendung zur Verfügung, die sie an Kunden verteilen können, die vielleicht nur selten Dateien für professionelle Produktionen herstellen«, erläutert Elli Cloots, Director Product Management bei Enfocus. »Enfocus wollte ein einfaches Tool auf den Markt bringen, das die Kommunikation zwischen den Empfängern von Dokumenten und weniger versierten Benutzern ohne Berechnung von Klickkosten oder sonstigen versteckten Gebühren erleichtert. Mit PitStop Connect bieten wir genau so eine Lösung an.« Enfocus hat die eigenen Erfahrungen und die seiner Kunden mit PitStop Connect ausgewertet und die neue Version 10 um einige Leistungsmerkmale erweitert. So unter-

stützt das Programm jetzt Metadaten, die auf Empfängerseite vom automatischen Workflowsystem Enfocus PowerSwitch genutzt werden können.

Was ist ein Connector?

Der Connector wird auf einen Desktop geladen, ohne diesen jedoch installieren zu müssen. Die Connectors erfordern keine Administratorrechte und keinen IT-Support, was von Vorteil ist. Soll eine Datei übertragen werden, wird diese lediglich auf das Connector-Symbol gezogen. Der Connector erkennt den Dateityp automatisch, behebt Probleme in PDF-Dateien und sendet die Datei dann an die Zieladresse – ohne komplizierte Anmeldeverfahren oder eine FTP/SFTP-Client-Software.

»Damit kann ein Dienstleister immer sicher sein, dass die von einem Connector übertragenen PDF-Dateien immer den richtigen Spezifikationen entsprechen«, sagt Cloots. »Das ist besonders bei der automatischen Produktion von Vorteil, vor allem beim Einsatz mit einer der von der Produktfamilie Enfocus Switch angebotenen Workflow-Automatisierungen. Wenn eine PDF-Datei Fehler enthält, werden diese noch vor der Übertragung erkannt, sodass der Absender den eventuellen Mehraufwand im Voraus akzeptiert hat und

PitStop Connect 10 ist ein Preflight- und Dateiübertragungssystem. Und mehr noch: Druckereien können Connectors genannte Anwendungen generieren und ihren Kunden zur Verfügung stellen. Diese Connectors überprüfen die Datei und sorgen für die automatische Weiterleitung an einen Server sowie die direkte Einbindung in einen Enfocus Switch-Workflow.



PitStop Connect 10 ist die Weiterentwicklung des im vergangenen Jahr von Enfocus eingeführten Preflight- und Dateiübertragungssystems.

Text und Bilder:Enfocus



PitStop Connect 10 ist ideal für Druckereien, Verlage und andere Dienstleister, die Dateien von unterschiedlichen Kunden erhalten, die nicht notwendigerweise über das technische Know-how verfügen, um korrekte PDFs zu erstellen.



der Empfänger über den Dateistatus bei Lieferung informiert ist.«

Ein Connector kann auch so eingestellt werden, dass er beliebige Dateitypen wie native Dokumente aus Adobe InDesign oder Quark XPress, Flash-, Audio-, Video- und Bilddateien, akzeptiert. Diese werden dann nicht überprüft, sondern direkt an die Empfängeradresse übertragen. Wenn auf Empfängerseite jedoch eine Enfocus PowerSwitch-Lösung verwendet wird, können diese Dateien auch Metadaten des Absenders enthalten. Die anderen Dateitypen werden automatisch erkannt, an einen entsprechenden Flow oder an die Zieladresse zur Verarbeitung weitergeleitet.

Beliebig viele Connectors

Der Dokumentenempfänger zahlt für PitStop Connect 10 einen Einmalbetrag von 3.999 €. Diese Softwarelizenz erlaubt es, eine unbegrenzte Anzahl von Connectors ohne zusätzliche Gebühren zu erstellen und zu verteilen. PitStop Connect steht für Mac OS X und Windows zur Verfügung. Beide Plattformversionen erzeugen gleichzeitig Connectors für beide Betriebssysteme.

Die Connectors werden auf einer Website oder einer FTP-Site zur Verfügung gestellt, von der die Kunden sich diese herunterladen können. Ein Connector überträgt die Dateien immer nur an die vom Absender vorgegebene Adresse. Die Kunden sind also »gesperrt« und haben die zusätzliche Gewissheit, dass ihre Dateien immer korrekt ausgegeben werden.

PDFs werden automatisch überprüft und können auf Grundlage der vom Dokumentenempfänger vorgegebenen Spezifikationen auf dem Desktop des Absenders korrigiert werden. So ist es möglich, die PDF-Dateien an die PDF/X-Spezifikationen anzupassen, RGB-Farben in CMYK umzuwandeln, Normalschwarz durch Tiefschwarz zu ersetzen oder dünne Linien gegen druckbare Stärken auszutauschen. Auch wenn eine Schriftart fehlt, die aber auf dem System, auf dem der Connector läuft, vorhanden ist, kann diese automatisch eingebettet werden. Der Umfang der PDF-Überprüfung wird vom Dokumentenempfänger,

der den Connector erstellt hat, festgelegt und kann für jeden Kunden unterschiedlich sein. Die Kontrollen können sich auf Elemente wie fehlende Schriftarten, Auflösungen oder Farbäume beschränken oder man lässt alle Fehler prüfen, die für einen automatischen Produktionsworkflow relevant sind. Es ist ebenfalls möglich, den Connector so einzustellen, dass er ausgewählte Fehler »verweigert« und die Datei erst überträgt, wenn sie korrigiert wurde, oder dass er diese Fehler akzeptiert und sie mit einem Warnhinweis an den Empfänger übermittelt. Auch der Absender wird entsprechend informiert und der Preflight-Bericht vor der Übertragung der Datei angezeigt. Darüber hinaus kann bei vielen Prüfungen vorgegeben werden, dass der Absender diese vor der Abgabe der Datei »abzeichnet«. Diese Freigabe wird dann permanent in die eingereichte PDF-Datei eingebettet und kann später bei Bedarf jederzeit wieder aufgerufen werden.

So funktioniert PitStop Connect

Die Erstellung eines neuen Connectors ist denkbar einfach. Nach dem Start wird ein Fenster mit vier Werkzeug-Schaltflächen geöffnet. Diese erlauben, ein neues Connector-Projekt zu erstellen oder als einsatzbereiten Connector zu exportieren, Projekte zu kopieren, um eine neue Version mit geringfügigen Änderungen zu erstellen, ohne alle Daten noch einmal eingeben zu müssen oder Projekte zu löschen. Zur Einrichtung eines neuen Connector-Projekts sind die Zuweisung eines Namens und anschließend in sechs Registerkarten-Menüs die benötigten Verarbeitungsschritte und Prüfungen sowie optionale Farbmanagementmethoden und die Zieladresse für die Dateiübertragung zu definieren. Vorhandene Connectors können in der Projektliste angezeigt und bearbeitet werden.



Jeder Connector kann optisch an die Marke oder Corporate Identity des Dokumentenempfängers (sogar an den jeweiligen Auftrag) angepasst werden, indem ein entsprechendes Symbol importiert wird. Das Hauptfenster des Connectors lässt sich mit einem Titel, einer Beschreibung, einem Web-Link und einem Hintergrundbild anpassen.

Die Preflight-Registerkarte in PitStop Connect enthält eine Liste von gängigen Aktionen: Beispielsweise zum Umwandeln von RGB-Farben in CMYK sowie Preflight-Profile, die festlegen, welche Prüfungen und Korrekturen vor der Übertragung, zum Beispiel eine Konvertierung in das PDF/X-1a-Format und Verifizierung, auszuführen sind. PitStop Connect 10 erweitert die von der vorhergehenden Ausgabe des Programms bereitgestellte Unterstützung auf die neuesten PDF/A- und PDF/X-4-Versionen.

Zusätzliche Aktionslisten und Preflight-Profile stehen zum kostenlosen Download von der Enfocus-Website zur Verfügung. Connectors können auch neue Aktionslisten und Preflight-Profile nutzen, die in Enfocus PitStop Pro oder PitStop Server erstellt wurden. Es ist auch möglich, den Connector anzuweisen, aus der PDF-Originaldatei des Kunden eine Certified PDF zu erstellen, wobei der Preflight-Verlauf eingebettet wird und eine »Rückgängig«-Funktion ermöglicht es, den Ausgangszustand der Datei wiederherzustellen.

Auf der Registerkarte zur Dateiübertragung wird die Zieladresse für die Dateien vorgegeben, die der Connector über FTP/SFTP oder Enfocus Switch verteilen soll. Für einen FTP- oder SFTP-Server sind der Name, der Port und der Benutzername sowie das Anmeldekennwort einzutragen. Es besteht auch die Möglichkeit, die Verbindung zu testen und in das ent-

sprechende Verzeichnis zu wechseln. Die hochgeladenen Dateien können zudem komprimiert und im Zip-Archiv mit einem Kennwort geschützt werden.

Bei Verwendung eines Switch-Workflows wird eine Zieladresse (IP-Adresse oder Hostname) angegeben. Bei der Arbeit mit PowerSwitch besteht die Option, ein Formular für Metadaten innerhalb des Flows festzulegen. Dieses Formular wird den Absendern zum Ausfüllen angezeigt, wenn sie den Connector verwenden. Die Formulare können intelligente Funktionen beinhalten, bei denen vorgegeben werden kann, dass Felder nur Daten in bestimmten Formaten wie Buchstaben, Ziffern, Datum und andere Zeichenfolgen akzeptiert werden. Weiterhin gibt es voneinander abhängige Felder, bei denen die in ein Feld eingegebenen Daten den in einem anderen Feld geforderten Datentyp bestimmen. So wäre es beispielsweise möglich, die Metadaten so einzustellen, dass spezifische Farb- oder Positionsoptionen auf Grundlage der konkreten Publikationsvorgaben einer Zeitschriftenausgabe angezeigt werden.

Effiziente Aktualisierung

Bei der vorherigen Version von PitStop Connect wurde dem Absender ein Warnhinweis angezeigt, wenn ein Connector aktualisiert worden war, aber die Aktualisierung selbst musste noch manuell heruntergeladen und der alte Connector komplett ersetzt werden. Bei PitStop Connect 10 werden nur die im Connector vorgenommenen Änderungen heruntergeladen und automatisch auf den vorhandenen Connector angewendet, sodass sich dieses Verfahren für den Absender vereinfacht und beschleunigt. Aktualisierte Connectors sind auf einem FTP-Server gespeichert. Der Zugriff erfolgt automatisch, wenn der

Absender einen älteren Connector startet.

Connectors in Aktion

Nach Eingabe der Daten in die Registerkarten des Connector-Projektes wird der Connector über einen einfachen Klick automatisch für Mac OS X und Windows generiert. Der Connector wird lokal auf dem Rechner gespeichert oder auf einen Server hochgeladen.

In Abhängigkeit von der enthaltenen Korrekturspezifikationen und Farbmanagementinstellungen können die Connectors bis zu 100 MB für Mac und etwa die Hälfte für Windows, groß sein. Da dieses Volumen für einen E-Mail-Anhang zu umfangreich ist, sollte man die Connectors direkt von einem FTP-Server oder einer Website herunterladen. Der Absender muss den Connector jetzt nur noch an einen beliebigen Platz auf dem Desktop, zum Beispiel in ein Dock-Menü oder eine Werkzeugleiste, ziehen, wo ein einfacher Zugriff gewährleistet ist.

Zum Versenden einer oder mehrerer Dateien werden diese auf das Connector-Symbol gezogen. Hat ein PDF alle Prüfungen des Connectors bestanden oder automatisch umgewandelt, wird die Datei ohne weitere Eingriffe übertragen. Stellt die Prüfung dagegen nicht behebbare Fehler fest, wird eine Warnmeldung angezeigt, das PDF geöffnet und mit Textmarken und Kommentaren versehen, die über Hyperlinks mit den Problemstellen verknüpft sind. Der Kunde kann dann die empfohlenen Änderungen vornehmen und die Datei erneut auf das Connector-Symbol ziehen. Ist für den Connector ein Metadaten-Formular vorgegeben, wird es sich automatisch öffnen. Die Datei kann erst versandt werden, wenn alle geforderten Felder ausgefüllt sind.

Bei jedem Start prüft der Connector, ob auf dem angegebenen FTP-Server eine neuere Version vorhanden ist. In diesem Fall wird der Anwender darüber informiert, dass der Connector aktualisiert werden muss. Nach Zustimmung durch den Anwender wird die Aktualisierung automatisch heruntergeladen und die Änderungen werden angewandt. Hier ist es möglich, eine Karenzzeit von einem Tag bis zu mehreren Wochen festzulegen, in der der ursprüngliche Connector weiter verwendet werden kann.

Einstieg in den automatisierten Produktionsworkflow

Anwender von PitStop Connect bestätigen immer wieder, dass die Arbeit mit dem Connector zu einem Wettbewerbsvorteil geworden ist, der ihnen hilft, sich mit ihren Dienstleistungen vom Wettbewerb abzuheben. Die Kunden schätzen die einfache Arbeit und die Gewissheit, dass die Dateien immer korrekt ausgegeben werden können.

PitStop Connect leistet als autonomes Programm in Verbindung mit einem FTP- oder SFTP-Server gute Dienste, bietet sich aber auch als Einstiegspunkt für einen automatisierten Produktionsworkflow an.

Die neu eingeführte Unterstützung von Metadaten erleichtert es den Absendern von Dateien, spezifische Informationen einzubetten, die genutzt werden können, um die Dateien in Verbindung mit Enfocus PowerSwitch automatisch weiterzuleiten.

Ein Demo-Video steht zur Verfügung unter:

<http://www.youtube.com/user/EnfocusCommunity#p/u/9/lzkv1BzW-Xw>

► www.enfocus.com



Quark Publishing System 9

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



NEU: App Studio für Quark Publishing System

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

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

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

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

Revolutionizing Publishing. Again.™





Qualitätsschub frei Haus

Rundum-Service für die Vorstufe im Flexodruck

»Mir macht es Spaß, Markenartiklern und Druckern das Qualitätsniveau zu präsentieren, das mit dem Flexcel NX System erzielt wird. Das ist der größte Qualitätssprung, den ich in meiner über 30-jährigen Berufslaufbahn erlebt habe. Das System liefert eine im Flexodruck noch nie dagewesene Qualität, die



alle Kunden in Stauen versetzt«, erklärt **Reinhard Deim**, Verkaufsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei Repro

Busek in Wien. Im selben Atemzug legt er eine vierfarbige Testform auf den Tisch und meint: »Die Flexcel NX Klischees ermöglichen Druckresultate, die dem Tiefdruck in jeder Hinsicht ebenbürtig und teilweise sogar überlegen sind.«

Die Bilder der Testform zeigen, welchen Schub an Qualität die Flexcel NX Klischees dem Flexodruck mit nur vier Farben bescheren. Die Sättigung der Bilder überzeugt und mit den hohen Farbdichten lässt sich ein wesentlich größerer Farbraum abdecken. Selbst bei feinen Rastern (im konkreten Fall ein 82er-Raster) kann der komplette Tonwertumfang von 0,4 bis 99,6% reproduziert werden. Damit ist eine optimale Basis für den

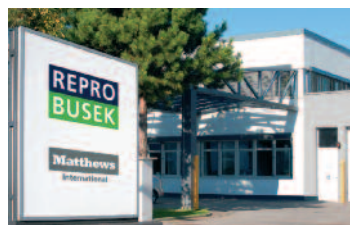
Druck glatter Farb- und Tonwertverläufe gelegt, ohne dass es dabei zu einem Punktabriss in den kritischen Lichterbereichen kommt. »Aus Qualitätsgründen gibt es jetzt keinen Grund mehr für den Tiefdruck. Wir erreichen mindestens die Qualität des Tiefdrucks, wobei die Betonung auf mindestens liegt«, kommentiert Reinhard Deim die Entwicklung.

Auszeichnungen dokumentieren den Qualitätsanspruch

Repro Busek verfügt über mehr als 40 Jahre Erfahrung in der Druckvorstufe. Heute ist das Unternehmen ein international renommierter Spezialist für Dienstleistungen rund um die Vorstufe und Klischeeherstellung für den Flexodruck. Zahlreiche Auszeichnungen aus den letzten Jahren dokumentieren die qualitative Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Seit 2003 gehört das Unternehmen zur weltweit tätigen Matthews International und übernimmt innerhalb der Unternehmensgruppe die Funktion, neben dem lokalen Markt auch Märkte in Zentral- und Südosteuropa zu betreuen.

2005 hat Repro Busek einen neuen Standort bezogen und damit den notwendigen Platz für die weiteren Expansionsschritte geschaffen. Dazu gehörte unter anderem eine Investition in Technik zur Fertigung von

Repro Busek ist anerkannter Spezialist für Dienstleistungen rund um die Vorstufe und Klischeeherstellung für den Flexodruck. Mit dem Kodak Flexcel NX System liefert das Wiener Unternehmen seinen Kunden nun einen Qualitätsschub und ein im Flexodruck nie dagewesenes Qualitätsniveau frei Haus.



Repro Busek hat im Jahr 2005 einen neuen Standort in Wien bezogen und damit Platz für eine weitere Expansion geschaffen.

Text und Bilder: Kodak



Das Bebilderungssystem wurde Anfang Juni 2011 bei Repro Busek installiert und bereits nach drei Tagen liefen die ersten Aufträge auf der Anlage.



Der Thermal-Imaging-Träger wird im Laminator in einem rein mechanischen Vorgang ohne Temperatureinwirkung auf die NX Flexoplatte laminiert.

Endlossleeves. In den letzten Jahren hat sich die Kundenstruktur des Unternehmens maßgeblich verändert. Wurden ursprünglich hauptsächlich Druckereien betreut, machen heute Markenartikler rund 50% der Klientel von Repro Busek aus. Dementsprechend hat das Unternehmen auch sein Dienstleistungsspektrum in Richtung Beratung, Designentwicklung sowie Drucküberwachung erweitert.

Lösungen für internationale Marken

»Wir sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild von Marken, egal welches Druckverfahren und welcher Bedruckstoff zum Einsatz kommt«, schildert Geschäftsführer **Gyula Marlok**. Gleichzeitig betont er, dass man innerhalb der Matthews-Gruppe konsequent den Service für Markenartikler weiter ausbauen werde. Ziel ist es, Lösungen anzubieten, mit denen die Qualität der unterschiedlichsten Druckprodukte im Rahmen der Markenführung europa- oder weltweit standardisiert werden kann. Um alle Beteiligten in den Workflow einzubinden, setzt man



bei Repro Busek auf Internet-Portale, die auf die Anforderungen des einzelnen Kunden adaptiert werden. Auf diesem Weg lassen sich Abstimmungsprozesse verkürzen, der Auftragsstatus jederzeit verfolgen sowie Daten auf direktem Weg austauschen und überprüfen.

Sehr zufrieden ist man bei Repro Busek mit der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung. Die ersten Monate des laufenden Geschäftsjahres verliefen positiv und auch auf die kommenden Monate blickt man optimistisch. Dabei sei das Flexcel NX System ein wesentlicher Baustein zur Absicherung des Geschäftserfolgs, betont Gyula Marlok. Es sei ein ideales Tool, um bestehende Kunden zu halten und neue zu gewinnen. Die Tatsache, dass das Flexcel NX System bei Reproservice Eurodigital in München, einem weiteren Mitglied der Matthews-Gruppe, seinen Betatest absolvierte, erleichterte Repro Busek den Einstieg in die neue Druckformherstellungstechnik (siehe auch den Kurzbericht auf der folgenden Seite).

Drucker mit breitem Grinsen

Der Know-how-Transfer startete bereits ein halbes Jahr vor der Installation des Systems in Wien. »Wir haben bereits Anfang des Jahres damit begonnen, unseren Workflow auch

auf das neue Bebilderungsverfahren abzustimmen. Die Daten wurden dann nach München zur Klischeeherstellung geschickt. Von dort wurden die Flexoplaten direkt an die Kunden ausgeliefert«, beschreibt Gyula Marlok die Zeit vor der Installation. Die Kunden und vor allem auch die Drucker sind von der mit den Klischees erzielbaren Qualität begeistert. »Bisher hat noch jeder Drucker ein breites Grinsen aufgesetzt, denn so eine Qualität hat er bisher noch nicht erzielt«, sagt Reinhard Deim. »Bisher mussten Druckereien für jeden Qualitätssprung ordentlich Geld in die Hand nehmen. Mit den Klischees aus dem Flexcel NX System liefern wir dem Drucker einen enormen Qualitätsschub frei Haus.« Und selbst bei preiswerten Bedruckstoffen zeigt sich eine deutliche Qualitätssteigerung.

Geringere Punktzunahme

Das Bebilderungssystem wurde Anfang Juni bei Repro Busek angeliefert und produzierte nach drei Tagen die ersten Aufträge. Aufgrund des eingespielten Workflows konnten die Prepress-Profis den sprichwörtlichen Schalter im Workflow umlegen und die Daten auf das Flexcel NX System schicken.

Die Klischee-Herstellung beginnt mit der thermisch-ablativen Bebilderung des Thermal-Imaging-Trägers im Flexcel NX Mid Belichter. Die Squarespot-Bebilderung stellt dabei die Grundlage für die Prozessstabilität und Reproduzierbarkeit des digitalen Verfahrens her. Die Sub-Pixel-Auflösung von 10.000 dpi – viermal feiner als die Auflösung jedes einzelnen Bebilderungspixels – und das konstant hohe Energieprofil sorgen für präzise Punkte mit scharfen Kanten, die sich auch zuverlässig wiederholen lassen. Selbst Rasterpunkte, die 10 x 10 µm groß sind, stehen als druckende Elemente stabil auf der Platte. Dabei weisen die Punkte flache Plateaus mit einer klar definierten druckenden Fläche auf. In der Praxis hat sich gezeigt, dass die Flexcel NX Platten unempfindlich auf Schwankungen in der Druckbeistellung reagieren und auch die Punktzunahme deutlich geringer ausfällt.

Repro Busek hat sich für einen NX-Mid-Belichter entschieden, der eine Druckform im maximalen Format von 1.143 x 838 mm in rund sechs Minuten bebildert – was wesentlich schneller sei als alle anderen im Haus installierten Belichtungssysteme. Auch der Bedienung und dem



KODAK FLEXCEL NX

Das Kodak Flexcel NX System ist eine integrierte Komplettlösung für die digitale Flexodruckformherstellung, die sich einer Reihe von Kodak-Technologien, darunter der hochauflösenden Squarespot Thermobildung, bedient. Das System besteht aus dem Flexcel NX Belichter und dem Flexcel NX Laminator (beide in unterschiedlichen Formaten), dem NX Thermal-Imaging-Träger und NX Flexoplatten. Der Flexcel NX Belichter kann über die Kodak TIFF-Front-End-Software mit 1-Bit-TIFF-Ausgabedaten versorgt werden, die von beliebigen Druckvorstufen stammen, oder direkt vom Kodak Prinergy Powerpack Workflow-System angesteuert werden.

Das Flexcel NX Plattenmaterial ist in den Formaten 610 x 762 mm, 800 x 1.067 mm, 1.067 x 1.524 mm sowie in den Stärken 1,14 mm und 1,70 mm (für den Etiketten- und Foliendruck) und 2,84 mm (für den Wellpappendirektdruck) lieferbar.

Handling des Thermal Imaging-Trägers stellt Gyula Marlok ein positives Zeugnis aus. Bei größeren Formaten bis 1.067 x 1.524 mm kann Repro Busek auf die Kollegen in München zurückgreifen, die dafür den Flexcel NX Wide Belichter installiert haben.

Anschließend wird der Imaging-Träger im Flexcel NX-Laminator in einem rein mechanischen Vorgang ohne Temperatureinwirkung auf die Platte laminiert. Dabei wird Luftsauerstoff an der Plattenoberfläche durch den auflaminierten Thermal-Imaging-Träger ausgeschlossen. Das verhindert bei der fotopolymeren Platte die Sauerstoffinhibition mit den bekannten Nachteilen.

Anschließend erfolgen die UVA-Rückseiten- und Hauptbelichtung in normalen Belichtern. Nach dem Abziehen des Thermal-Imaging-Trägers wird die Platte ausgewaschen und in den üblichen Prozessschritten verarbeitet.

Anzahl der Druckfarben reduzieren

Die mit dem Flexcel NX System hergestellten Klischees offenbaren auf der Flexorotation eine Reihe an Vorzügen. Mag. Engelbert Hundsberger, Geschäftsführer der Flexopack-Verpackungen GmbH, Allhaming (A), bestätigt die bessere Farbübertra-

Reinhard Deim, Verkaufsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei Repro Busek: »Mir macht es einfach Spaß, Markenartiklern und Druckern das Qualitätsniveau zu präsentieren, das heute mit dem Kodak Flexcel NX System erzielt werden kann.«

gung und den größeren Farbraum beim Einsatz der Flexcel NX Platten. Darüber hinaus sei es überhaupt kein Problem, Sujets im 60er- oder 80er-Raster zu drucken – was den Flexodruck qualitativ einen großen Schritt näher an den Tiefdruck heranführe. Einen weiteren Vorteil sieht der Flexopack-Geschäftsführer in der Möglichkeit, in Verbindung mit den Flexcel NX Klischees die Anzahl der Druckfarben zu reduzieren. Dadurch lassen sich Kosten für die Klischeeherstellung reduzieren und auch die Rüstzeiten an der Flexorotation senken. Bei der Flexopack-Verpackungen GmbH ist man jedenfalls von den Flexcel NX Platten dermaßen überzeugt, dass man bei Neuaufträgen nicht mehr auf die Vorteile verzichten möchte.

► www.kodak.com



REPROSERVICE EURODIGITAL

Die 1983 gegründete Reproservice Eurodigital GmbH ist wie Repro Busek eine Tochtergesellschaft von Matthews Brand Solutions Europe and Asia. Matthews Brand Solutions Europe verfügt über ein Netzwerk von Verpackungsvorstufenbetrieben in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, Polen und anderen Ländern. Zum Portfolio zählen Verpackungsdesign, Verpackungsreproduktion und Brand Solutions ebenso wie die Herstellung von Druckformen für den Flexo-, Buch- und Trockenoffsetdruck sowie die Lieferung druckfertiger Daten für den Verpackungstiefdruck. Das in München angesiedelte Unternehmen hat 32 Mitarbeiter und bedient vorwiegend Kunden in Deutschland, Österreich, Italien und der Schweiz.

Das Münchener Unternehmen hat als einer der ersten Betriebe im Februar 2011 das Kodak Flexcel NX Wide Flexographic System in Betrieb genommen und war als Beta-Tester wesentlich an der Einführung des Systems beteiligt. Mit dem System lassen sich bis zu 1.067 x 1.524 mm große Flexodruckplatten herstellen.

Zur hohen Qualität der Druckformherstellung kommt eine enorme Produktivität. »Bei Einsatz der Digi-cap NX Rasterung ist das volle Format in acht Minuten bebildert. Das entspricht einem Durchsatz von



annähernd 13 Quadratmetern je Stunde«, rechnet **Peter Hamm**, Geschäftsführer Reproservice, vor. »Damit bietet

Flexcel NX Wide eine rund dreimal höhere Produktivität bei der Bebilderung als aktuelle LAMS-CtP-Systeme, die in den Hochqualitätsbereich zielen.«

► www.reproservice.net



Workflow setzt sich in ›der Wolke‹ fort

Fujifilm hat seine cloudbasierte Web-to-Print-Lösung ›XMF Print Centre‹ freigegeben. Auf Basis der Erfahrungen, die sich Fujifilm bereits durch die cloudgestützte Produktion von mehr als fünf Millionen Fotobüchern alleine im Jahr 2010 erworben hat, wurde die Lösung jetzt auf die speziellen Anforderung der Druckindustrie angepasst.

Von der Erweiterung durch das ›XMF Print Centre‹ sollen nach Aussage von Fujifilm nun sowohl Offsetdrucker als auch Digitaldruckereien bei der Erweiterung ihrer Angebote über das Internet profitieren können. Denn ›XMF Print Centre‹ ermöglicht es, für Druckerei-Kunden individuell einzelne oder mehrere Portale für Onlinebestellungen zu erstellen, die das Arbeiten mit statischen oder variablen Templates bieten. Durch die leicht anpassbare Oberfläche der Web-Shops an kundenspezifische Designs oder Zielgruppen sei dieses Tool für Akzidenzdrucker im Offset und Digitaldruck genauso geeignet wie für Anbieter von großformatigen LFP-Anwendungen.

John Davies, Business Strategy Manager, Workflow, Fujifilm Europe, erläutert die Strategie: »Wir sind zuversichtlich, dass unsere Web-to-Print-Lösung das Beste aus zwei Welten bietet: Erfahrungen mit gehosteten und cloudbasierten Systemen aus anderen Teilbereichen unseres Unternehmens, gekoppelt mit der etablierten XMF-Workflow-Technologie.« XMF Print Centre sei sehr schnell installiert und implementiert, in der Regel unter nur einer Woche, zeigt sich Davies überzeugt.

Rob Gutteridge, Technischer Direktor bei Gildenburgh in Großbritannien, wo die ersten Beta-Tests stattfanden, bestätigt diese Aussage: »Nach den umfangreichen Tests in den letzten Monaten sind wir sicher, dass diese Lösung als Web-to-Print-Tool ein enormes Potenzial bietet. Dies erkennen wir auch aus den positiven Rückmeldungen von unseren Kunden und den bereits neuen Geschäften.«

Nach den strengen Beta-Tests sind eine Reihe neuer Leistungsmerkmale hinzugekommen. Dabei wurde viel Wert auf die Entwicklung der Benutzeroberfläche gelegt, um sicherzustellen, dass sie extrem einfach zu bedienen ist.

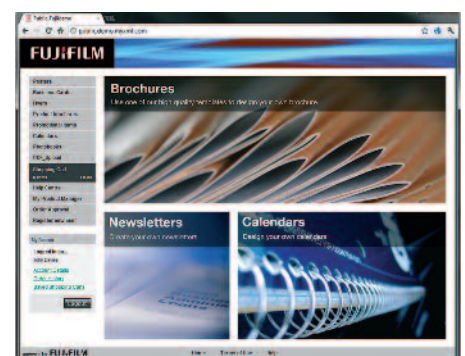
Drucksachen-Einkäufer finden eine einfache Produktauswahl, einen interaktiven Job-Editor mit Job-Updates in Echtzeit und vertraute Systeme zum Erkennen von Zahlungs- und Lieferbedingungen. Der Job-Editor bietet eine verbesserte Textbearbeitung sowie die Möglichkeit zum Hochladen und zur Kontrolle von PDF-Dateien für den Druck. Alle Online-Bestellungen können automatisch zu einem oder mehreren Druckstandorten für die Auftragsabwicklung weitergeleitet werden. Die zusätzliche Unterstützung von Sonderfarben ermöglicht die Umsetzung weiterer Auftragsvarianten.

Das Backoffice von XMF Print Centre bietet umfangreiche Tools für die Verwaltung der Online-Druckumgebung. Anbieter können ihre Preismodelle inklusive kundenspezifischer Rabatte festlegen, neue Produkte anbieten und weitere Kriterien verwalten, die bei künftigen Projekten hilfreich sein können – zum Beispiel die Erstellung von Gutscheinen und der Versand eines Newsletters.

Das XMF Print Centre harmoniert nicht nur mit Fujifilms XMF-Workflow, sondern ist auch kompatibel mit anderen Produktionsumgebungen auf dem Markt, so dass potenzielle Anwender XMF Print Centre in eine vorhandene Workflow-Infrastruktur integrieren können.

»Wir glauben nicht, dass Web-to-Print-Systeme die direkte Kundenbeziehung der Druckereien für komplexe Druckaufträge ersetzen kann, aber einige der einfacheren Bestellungen lassen sich viel wirtschaftlicher online abwickeln. Daher wird Web-to-Print sicherlich zum Erfolg der Druckereien am Markt beitragen«, ist John Davies überzeugt.

› www.fujifilm.de

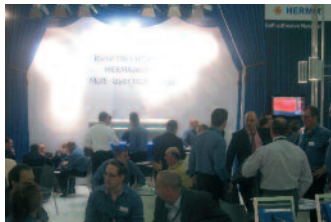




Die Rajapack GmbH, Verpackungs-großhändler für Industriebetriebe und Händler, hat ihr Produktsortiment kräftig aufgestockt: Mit den in verschiedenen Farben und Formen erhältlichen Geschenkpapieren, -beuteln und -taschen sowie dem passenden Zubehör lassen sich ausgewählte Präsente nicht nur stilvoll, sondern auch einfach und schnell verpacken.



Sie sind ein ungleiches Geschwisterpaar, das gleicher kaum sein könnte: Die Blackbox Paper Collection und ihre Schwester Whitebox, die das Berliner Druckzentrum Laserline jetzt als Fortsetzung des Erfolgsmodells der Druckmustersammlungen entwickelt hat. Die Blackbox wurde frisch überarbeitet, erweitert und mit wichtigen neuen Funktionen ausgestattet. Die äußerlich im krassen Gegensatz stehende Whitebox geht mit all diesen Neuerungen direkt an den Start. Ihr großes Plus: Die Papiermuster sind alle neutral gestaltet und können so vor allem in der Beratung zum unersetzlichen Planungsinstrument werden.



Dank der innovativen Mehrschicht-technologie verzeichnete Herma auf der LabelExpo 2011 eine deutlich höhere Besucherzahl, mehr Neukontakte und viele konkrete Projektanfragen. Mit der Hermaperfect genannten Technologie gelingt es, zwei unterschiedliche Klebstoffschichten gleichzeitig aufzutragen.



Accord Carton, ein seit mehr als 70 Jahren bestehender Verpackungsdrucker in den USA, ist der weltweit zweite Verpackungsdrucker, der eine Siebenfarben Roland 900 im Format 6 mit Lackwerk in Betrieb nimmt. Die Fertigstellung der Installation ist für Ende Februar 2012 geplant. Seit mehr als 70 Jahren bringt der Familienbetrieb Accord Carton aus den USA die Produkte seiner Kunden durch unverwechselbare und attraktive Verpackungen zur Geltung. Das Unternehmen hat Standorte in Alsip, Illinois und Grand Rapids, Michigan.



Traditionell ging es im Sommer bei der Gautschfeier in der Ottweiler Druckerei zu. Gemäß den Regeln der Tradition wurden zehn ehemalige Auszubildenden mit der feucht-fröhlichen Zeremonie in den ehrwürdigen Stand der Druckergilde aufgenommen. Eine Urkunde bestätigt ihnen nach der Taufe, dass sie jetzt zur Zunft der edlen Schwarzkünstler gehören. Die O/D blickt inzwischen auf über 70 Jahre Geschichte zurück. Heute liegen die Geschicke des Familienunternehmens in den Händen der dritten Generation. Petra Krenn Paul und Dominique Paul führen das Unternehmen seit mehr als zehn Jahren und fühlen sich der Familientradition verpflichtet.



Auf einer Roadshow quer durch Deutschland präsentierte Hell im September 2011 PremiumFlexo. Auf dem 18 m langen und 25 t schweren Hell-Truck war ein voll funktionsfähiger PremiumSetter S1300 installiert. Vor der Haustür von zwölf Unternehmen präsentierte Hell dann die 3D-Technologie zur Herstellung hochqualitativer und reproduzierbarer Flexo-Druckformen. Das Programm beinhaltete die Live-Vorführung des PremiumSetters ebenso wie die Präsentation der Arbeitsabläufe und die Hintergründe der hochauflösenden Direktgravur.



Die Sorte Xposé ist exklusiv bei Deutsche Papier erhältlich und eröffnet mit ihrer Transparenz ungeahnte Möglichkeiten für ausgefallene Designs. Die Grammaturvialt von 82 g/m² bis 285 g/m² und eine nach Angaben des Anbieters exzellente Bedruckbarkeit machen Xposé zum Eyecatcher für Broschüren, Kataloge oder Gruß-, und Einladungskarten. Ein »Hingucker« ist auch die neue Mustermappe Xposé, die ab sofort erhältlich ist.



Detektive am Mikroskop

Auf der Jagd nach illegalem Tropenpapier und Zellstoffen wird ein geeignetes Verfahren zur schnellen Herkunftsbestimmung von Papier und Zellstoff entwickelt.

»Das Abholzen der Tropenwälder schreitet rasant voran. Zwar gibt es erste Legalitätsnachweise für importiertes Holz, doch noch immer fehlt eine Methode zum Aufspüren illegaler Papier- und Zellstoffquellen aus den Tropen. Weltweit werden jährlich etwa 400 Millionen Tonnen Papier produziert, ein Herkunftsnachweis wird dringend benötigt. Wir wollen das Entwickeln eines geeigneten Verfahrens jetzt vorantreiben«, erklärt Dr.-Ing. E. H. Fritz Brickwedde, Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU).

Mit 284.000 € unterstützt die Stiftung ein Forschungsvorhaben der Technischen Universität Darmstadt, in dem Methoden zur schnellen und eindeutigen Bestimmung von Baumarten in Papier- und Zellstoffprodukten entwickelt werden sollen. Kooperationspartner sind das Zentrum Holzwirtschaft – Chemische Holztechnologie der Universität Hamburg und die ISEGA Forschungs- und Untersuchungsgesellschaft in Aschaffenburg.

»Tropische Wälder stabilisieren das ökologische Gleichgewicht unserer Erde. Das Abholzen schafft in mehrfacher Hinsicht große Probleme: Zum einen wird damit Lebensraum vernichtet und das Aussterben von Arten beschleunigt, zum anderen stellt das Roden einen massiven Eingriff in das Klima und die Stoffkreisläufe dar. Für den Erhalt tropischer Urwälder ist das Projekt also von großer Bedeutung«, begründete Brickwedde die DBU-Förderung.

»Anhand einzelner Holzfaserproben aus den Produkten wollen wir schnell und eindeutig ermitteln können, ob die für das Papier oder den Zellstoff verwendeten Hölzer aus tropischen Regenwäldern oder von geschützten Arten stammen«, erläutert Projektleiter Dr. Heinz-Joachim Schaffrath vom Fachgebiet Papierfabrikation und Me-



Im nun von der DBU geförderten Projekt sollen geeignete und wirtschaftliche Prüfverfahren entwickelt werden, um Tropenholzfasern in Papier und Zellstoff sicher identifizieren zu können.

chanische Verfahrenstechnik an der Uni Darmstadt die Projektziele. »Im ersten Schritt soll ein Faseratlas für mindestens 20 bis 30 relevante Tropenhölzer entstehen. Dieser wird die Faserformen und -strukturen bildlich darstellen und eine Identifizierung der Fasern durch Mikroskope erleichtern«, ergänzt Dr. Jürgen Odermatt vom Zentrum Holzwirtschaft. Im zweiten Schritt stehe dann das Entwickeln eines passenden Mikroskopieverfahrens im Fokus. »Geprüft werden also potenzielle Möglichkeiten auch die Rasterelektronenmikroskopie und die Chemotaxonomie, also die Analyse der biochemischen Zusammensetzung«, erklärt Odermatt. In einem dritten Schritt werde dann die Lichtmikroskopie so weit wie möglich automatisiert, um Zeitaufwand und Kosten bei der Papierüberprüfung zu verringern.

»Große Teile der weltweit produzierten Papier- und Zellstoffprodukte kommen mittlerweile aus China. Dafür importiert das Land auch große Mengen Tropenholz zum Beispiel aus Indonesien. Durch diese langen Transport-, Handels- und Produktionsketten ist es aber schwierig, die Legalität des geschlagenen Holzes lückenlos nachzuweisen. Unser zweijähriges Projekt soll da sichere Entscheidungskriterien schaffen«, erklärt Schaffrath.

»Von einem praxistauglichen und gerichtsfesten Prüfverfahren werden auch die betroffenen Importeure und Unternehmen profitieren. Sie können einen schnellen Nachweis für die Legalität ihrer Ware erbringen. Konkurrenten, die mit illegalen Produkten handeln, werden so vom Markt abgewehrt und der Wettbewerb deutlich weniger verzerrt«, erläutert ISEGA-Geschäftsführer Dr. Ralph Derra.

► www.dbu.de

KBA Report

BUNTES PRINT-SZENARIO RUND UM DEN GLOBUS

Die Tendenzen und Variantenvielfalt von Print rund um den Globus im Internet-Zeitalter beleuchtet einmal mehr die soeben erschienene Nr. 39 des KBA Report. Neben aktuellen Fachthemen wie migrationsarmer Verpackungsdruck oder UV-LED-Trocknung im Bogenoffset haben internationale Anwenderberichte aus bedeutenden Drucksegmenten vom Akzidenz- bis zum Zeitungs-



KBA Report Nr. 39 beleuchtet auf 52 Seiten die internationale Druckszene und gibt Antworten auf aktuelle technische Fragen.

druck traditionell in der KBA-Kundenzeitschrift besonderes Gewicht. Obwohl sich die Wirtschaft und die Druckbranche in Südeuropa, Nordamerika und in vielen anderen Teilen der Welt immer noch nicht von den negativen Folgen der Finanzkrise und der auch daraus resultierenden staatlichen Schuldenkrise erholt hat, wird auch außerhalb der »Emerging Markets« weiter in Print investiert. Dafür finden sich in der neuen Report-Ausgabe wiederum viele Beispiele. Doch ist das wachsende Gewicht von Asien, Lateinamerika und europäischer Randzonen auf der Print-Landkarte unverkennbar. Dort zählen Druck und Verpackungen zu den Wachstumsbranchen, während dies in den hochentwickelten Industriestaaten und im unmittelbaren Medienbereich kaum noch der Fall ist.

► www.kba.com





**KBA
COMPACT-PLATTFORM AUCH IN
ITALIEN GEFRAGT**

Poligrafici Printing wird den Produktionsstandort in Bologna mit einer Commander CT-Heatset-Anlage von KBA erweitern. Die kompakte Achterturm-Rotation mit Heißlufttrockner wird im Herbst 2012 die Produktion aufnehmen. Poligrafici Printing ist eines der größten italienischen Medienkonzerne. www.kba.com

**Erster Kunde
ST-LUC LABELS&PACKAGING
KAUFT HP INDIGO WS6600 DP**

Das belgische Unternehmen St-Luc Labels&Packaging hat die erste HP Indigo WS 6600 Digital Press erworben. Das Modell wurde bei der Labelexpo Europe in Brüssel eingeführt, hat eine Produktionsgeschwindigkeit von 40 m/min und verfügt über eine Inline-Primereinheit, die die Bedruckstoffbehandlung vereinfacht.

**Wenzel
NEUER PLATTEN-
UND BANNERDRUCKER IMPALA**

Die Wenzel Gruppe erweitert ihren Maschinenpark um einen Platten- und Bannerdrucker Impala von Swissqprint. Damit reagiert das Münchner Druck-, Scan- und Mediaunternehmen auf die steigende Nachfrage im Bereich Direktdruck. Nach mehreren verschiedenen Investitionen ist dies die fünfte Anschaffung dieses Jahres.

**Seal mit Absatzrekord
500. ENTRY-LEVEL-
ROLLENLAMINATOR**

Vor knapp einem Jahr auf den Markt gebracht, hat Seal den Rollenlaminator 54 EL nun zum 500. Mal verkauft. Ausgestattet ist der Seal 54 EL mit sämtlichen Basis-Funktionalitäten, die das professionelle Aufziehen von hochwertigen Veredelungs- und Schutzfolien sowie doppelseitigen Klebefolien ermöglichen.

**Ricoh Aficio GX e7700N
GELSPRINTER: PRODUKTIV
UND UMWELTFREUNDLICH**

Basierend auf der GelSprinter-Technologie hat Ricoh das neue Modell Aficio GX e7700N vorgestellt. Der Drucker ist mit dem Economy Color-Modus ausgestattet und reduziert damit die Kosten für Farbdrucke nahezu auf Schwarz-Weiß-Niveau, teilt Ricoh mit. Die ergiebigen Gel-Kartuschen seien langlebig und einfach zu verwenden. Der GelSprinter verbrauche wenig Energie, arbeite leise und gebe weder Staub noch Ozon an die Umwelt ab. Das System ist nach Herstellerangaben mit dem Blauen Engel und dem Energy Star ausgezeichnet.

Das LCD-Bedienfeld des Systems ist für Nutzer gut einsehbar und einfach zu verwenden. Helle, animierte Menüs bieten klare Anweisungen. Der vollständige Zugriff von vorne, auch auf Papiermagazine und Kartuschen, erleichtert die Nutzung. Mit einer Druckgeschwindigkeit von 29 Farb- oder Schwarz-Weiß-Seiten pro Minute erledigt der Aficio GX e7700N Druckjobs von DIN A6 bis DIN A3 schnell und zuverlässig, teilt Ricoh mit. Papiertypen und Grammatoren bis zu 256 g/m² handhabe der GelSprinter problemlos.

➤ www.ricoh.de

**SDV Winter GmbH
INBETRIEBNAHME
GROSS GEFEIERT**

»Wir glauben fest an die Zukunft von gedruckten Dialogmedien und deshalb werden wir weiter investieren«, sagte Christoph Deutsch, Vorstandsvorsitzender des Sächsischen Druck- und Verlagshauses, zu der die SDV Winter GmbH in Weidenberg bei Bayreuth gehört. »Bei der Investitionsentscheidung von über zwei Millionen Euro haben wir die aktuellen drucktechnischen Anforderungen des Marktes genauso berücksichtigt wie das eigene breite Produktionsspektrum. Dieses wer-



Müller-Martini Alprinta 52 bei der SDV Winter GmbH in Weidenberg.

den wir nun um einiges erweitern können – dank der Alprinta 52 V mit ihren unterschiedlichen Möglichkeiten der Lackierung«, erklärte Deutsch vor versammelter Mannschaft und geladenen Gästen. Ausschlaggebend seien ebenfalls die konstante Druckqualität bei effizienter Druckgeschwindigkeit und kurzen Rüstzeiten gewesen.

➤ www.mullermartini.com

Kyocera: neuer Weltrekord

**LANGLEBIGKEIT
DURCH NEUE PHOTOLEITERTROMMEL**

Mit dem Launch einer neuen Photoleitertrommel der Kyocera Mega-Surface-Serie aus amorphem Silizium (a-Si) bietet Kyocera die Kernkomponente elektrofotografischer Druckerzubehörs mit einzigartiger Langlebigkeit. Damit nutzt Kyocera nach eigenen Angaben erstmals in der Branche erfolgreich einen harten, amorphen Kohlenstoff (a-C)-Dünnschicht für die äußere, die Oberfläche der Trommel schützende Schicht. Test bei Kyocera hätten bewiesen, dass mit einer einzigen Trommel etwa eine Million A4-Seiten bedruckt werden könnten. Damit habe Kyocera den durch das Vorgängermodell aufgestellten bisherigen Branchen-Rekord mehr als verdreifacht. Die zuvor als langlebigstes Modell bekannte herkömmliche A4-a-Si-Photoleitertrommel von Kyocera erzielte eine geschätzte Lebensdauer von ca. 300.000 A4-Seiten.

Beim elektrofotografischen Drucken überträgt die Photoleitertrommel Toner auf das Papier. Durch die vom Papier verursachte Reibung verschleißt im Laufe der Zeit die photoleitende Oberfläche der Trommel.

Folglich muss diese Komponente in regelmäßigen Abständen ausgetauscht werden.

Mit der neuen Serie sei es Kyocera gelungen, die Trommelhärte im Vergleich zu herkömmlichen Produkten um das Fünffache zu erhöhen. Mit der geschützten, dünnfilmbildenden Technologie von Kyocera, wird auf die Oberfläche der Trommel ein harter, amorpher Kohlenstoff (a-C)-Dünnschicht aufgebracht. Durch die verbesserte Langlebigkeit muss die Trommel seltener ausgetauscht werden. Damit werden die Betriebskosten beim Anwender minimiert und gleichzeitig die Umweltbelastung reduziert.

Kyocera verbessert die Leistungsfähigkeit seiner a-Si-Photo-rezeptor-Technologie fortlaufend. Darüber hinaus plant das Unternehmen, diese bisher in Büroequipment genutzte Technologie auf kommerzielle Druckanwendungen auszuweiten, bei denen das Drucken mit hoher Geschwindigkeit und hoher Auflösung erforderlich ist.

➤ www.kyocera.de



Jetriion 4900 von EFI DIGITALE ETIKETTENPRODUKTION

EFI hat mit der Jetriion 4900 ein UV-Inkjet-Digitaldrucksystem für Etikettenhersteller vorgestellt, das hohe Digitaldruckqualität mit einem In-line-Lasersystem zur Weiterverarbeitung verbindet.

Als Gesamtlösung vom Druck bis zur Weiterverarbeitung ermöglicht das System nach Angaben von EFI beträchtliche Einsparungen – sei es bei Druckplatten, Stanzformen oder Rüst- und Umrüstzeiten. Das System verbinde die Leistung der UV-Digitaldrucksysteme EFI Jetriion mit einem belastbaren Weiterverarbeitungs- und Transportsystem von der Rolle. UV-härtende Tinten in vier Farben und hochdeckendes Weiß lassen sich in einem Durchgang auftragen, um wärme-, kälte- und chemikalienbeständige Etiketten in flexogleicher Qualität zu produzieren – auf bestimmten Substraten auch mit UL-Zertifizierung. Das Weiterverarbeitungssystem mit Doppellaser von SEI Laser Converting ermöglicht Anwendungen wie Stanzen, Längsschneiden oder rückseitiges Rillen. Verarbeitet werden Papiere, Kunststoffe und Metallfolie sowie Sondermaterialien.

► www.efi.com/jetriion

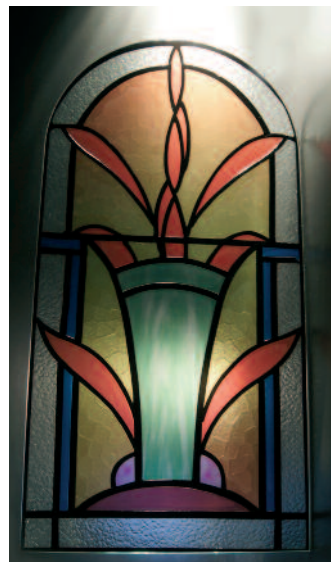


Vielversprechende Kooperation im 3D-Druck

LUXEXCEL GROUP UND TREE HOLDING BIETEN NEUE ANWENDUNGEN

Unter dem Namen Luximpress B. V. haben die LUXeXcel Group B. V. und die Tree Holding Goes B. V. ihre Kräfte in einem Jointventure vereint.

LUXeXcel ist Pionier im dreidimensionalen Druck. Boom Communicatie gehört zur Tree Holding und bietet spezifisches Wissen für Marketing-, Grafik- und Kommunikation. Luximpress bietet Reliefdrucke mit



Bleiglas wird perfekt imitiert.

transparenter Tinte an. Die Technik ermöglicht den Druck auf verschiedenen Flächen wie Glas und Plexiglas.

Richard van de Vrie, CEO der LUXeXcel Group: »Die Kombination der Ideen von Boom Communicatie mit der neuen 3D-Basistechnologie von

LUXeXcel sorgt für neue Produkte und besondere Konzepte. Zurzeit konzentrieren wir uns im Rahmen dieses Jointventures auf Anwendungen in den Bereichen Kunst und Dekoration.« Hans van den Boom, Geschäftsführer von Boom Communicatie: »Wir sind in der Lage, jeglichem Druckwerk tatsächlich eine dritte Dimension zu verleihen. Das beginnt bereits mit dem Verkauf eines Druckkonzepts für beispielsweise nachhaltige Ersatzstrukturen für Bleiglas, 3D-Visitenkarten und Flaschenetiketten.«

In Kürze eröffnet das junge Jointventure einen Webshop für Anwendungen mit Bleiglas-Effekten. »Mit dem Webshop wird diese Technologie direkt einem großen internationalen Publikum zugänglich«, erklärt Van den Boom. Van de Vrie ergänzt: »Da es sich um einen dreidimensionalen Druck handelt, ist er von echtem Bleiglas fast nicht zu unterscheiden. Außerdem ist unser Verfahren nachhaltig. Wir benötigen kein Blei und das Produkt verursacht keine Probleme mit Kondenswasser oder Zugluft, da der Bleiglas-Effekt auch für Doppelglasfenster eingesetzt werden kann. Sollte dennoch ein Fenster kaputt gehen, drucken wir einfach nach!«

► www.luxexcel.com

NÄCHSTE AUSGABEN

Die Fülle an Nachrichten, Neuheiten, Ankündigungen und neuen Lösungen, die in jüngster Zeit (vor allem während des zurückliegenden Messe-Marathons) bekannt wurden, können wir leider nicht in einem Magazin unterbringen. Deshalb werden wir die folgenden Ausgaben von »Druckmarkt impressions« mit entsprechenden Schwerpunkten vorbereiten. Dabei werden wir die relevanten Informationen der Label Expo, der Ifra Expo, der Buchmesse, der Druck+Form sowie der Viscom berücksichtigen, ohne die laufenden Nachrichten zu vernachlässigen.

Geplant sind Schwerpunktausgaben zu folgenden Themen:

- Rollenoffset und Zeitungstechnik
- Digitaldruck
- Verpackung und Veredelung

Zudem ist das **75. Druckmarkt-Heft** in Vorbereitung. In dieser »kleinen« Jubiläumsausgabe werden wir nicht nur gut 15 Jahre Druckmarkt, sondern auch das Jahr 2011 Revue passieren lassen und einen kleinen Ausblick auf das anstehende drupa-Jahr 2012 geben.

Es lohnt sich also, den Druckmarkt auch im Internet zu verfolgen.

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die saudi-arabischen Druckereien **Al Kifah Carton Factory** und **Al Nasher Al Arabi** haben sich für das gleiche System von **manroland** entschieden: den Allrounder Roland 700 HiPrint. • **QuadTech** wird bei **Mondi** seine Inspektionstechnologie in spezielle Bogen-Wellpappen-Druckmaschinen mit Inline-Stanzfähigkeiten integrieren. • Mit Everyone Print führt **Konica Minolta** eine neue Software für mobiles, treiberloses Drucken von Smartphones, Tablet PCs und Notebooks ein. Durch die Authentifizierung vor der Druckausgabe wird das vertrauliche Drucken von Dokumenten sichergestellt. • Mit dem Laminiersystem Lotus ist **Steinemann Technology** weltweit auf Erfolgskurs. Insbesondere in den Märkten des Asien-Pazifik-Raums verdrängt das lösungsmittelfrei arbeitende Laminiersystem zunehmend manuelle oder automatische Wasserlaminiermaschinen. • Nach erfolgreichen Installationen in Europa, Asien und Lateinamerika haben im Frühjahr 2011 bei Pro-Print Ltd. in Congella bei Durban kurz nacheinander zwei **KBA Rapida-75E**-Anlagen für eine Doppel-Premiere in Südafrika gesorgt.



»Für unsere Drucker ein Fest«

Remmert Dekker installiert erste Bogenoffsetmaschine mit Inline-Veredelung in den Niederlanden, die mit 18.000 Bogen/h produzieren kann

Die neue Mittelformatmaschine ersetzt eine sieben Jahre alte Vierfarben mit Lackausstattung. Im Vergleich mit der alten Maschine stellt



Direktorin **Annemarie Dekker** eindeutige Verbesserungen fest. »Wir produzieren mit Höchstgeschwindigkeit von

18.000 Bogen pro Stunde. Dies ist deswegen möglich, weil bei der Qualitätskontrolle große Schritte nach vorne gemacht wurden. Früher wurde ein Bogen per Hand aus der Auslage genommen und die Farbe nach visueller Bewertung nachgestellt. Heute erfolgt die Regelung der Druckqualität inline mit QualiTronic Color Control. Sobald die Farbdichten außerhalb der vorgegebenen, engen Toleranzen liegen, korrigiert die Rapida 106 dies sofort automatisch.«

Annemarie Dekker stellt dabei fest: »Wir haben fantastische Drucker mit viel Gefühl für die Technik. Bei aller Automatisierung sind sie es, die das beste Ergebnis aus so einer Maschine herausholen. Mit der Rapida 106 können wir unseren Kunden eine noch höhere Qualität anbieten. Wir drucken völlig ohne Alkohol mit höchster Punktschärfe und höchster

Effizienz in einer konstanten Qualität. Drucken bleibt ein Handwerk, aber diese Maschine macht es leichter, Top-Ergebnisse zu erreichen.«

Platzsparende Stapellogistik

Annemarie Dekker hat die neue Rapida 106 mit einigen Besonderheiten ausstatten lassen. Zusammen mit der älteren Rapida steht die neue Maschine auf einem verbreiterten Podest, sodass die Drucker meist auf einer Ebene arbeiten können. Außerdem entsteht unter der Maschine Raum für die Papierlogistik. Die Paletten, auf denen das Papier in den Anleger gelangt, werden nach dem Stapelwechsel über ein Transportsystem unter der Druckmaschine hindurch zur Auslage gefahren, um dort die Auslagestapel aufnehmen zu können. Da Remmert Dekker viel für die Lebensmittelindustrie produziert, wird ausschließlich mit standardisierten Kunststoffpaletten gearbeitet.

Die Rapida 106 verfügt über eine dreifache Auslageverlängerung von 3,8 m, damit die veredelten Bogen auch bei maximaler Druckleistung trocken auf den Auslagestapel gelangen. Damit ist die neue Maschine derzeit die einzige Bogenoffsetmaschine mit Inline-Veredelung in den Niederlanden, die mit 18.000 Bg/h bei höchster Lackqualität produ-

Seit Juni läuft bei Remmert Dekker in Wormer, nördlich von Amsterdam, die mittlerweile fünfte KBA-Bogenoffsetmaschine der niederländischen Druckerei. »Die neue Fünffarben-Rapida 106 mit Lackturm ist eine Top-Druckmaschine. Für unsere Drucker ist es ein Fest, damit zu arbeiten«, freut sich Direktorin Annemarie Dekker.



Annemarie Dekker: »Drucken bleibt ein Handwerk, aber die Rapida macht es sehr einfach, zu Höchstleistungen zu gelangen.«

Text und Bilder: KBA



Verpackungen für die Lebensmittelindustrie sind die Hauptprodukte, die an den beiden Mittelformat-Rapidas bei Remmert Dekker hergestellt werden.



ziert. Eine weitere Neuerung bietet die QualiTronic-Live-Kamera kurz vor der Auslage. Die Bilder werden auf den Leitstand übertragen und helfen dem Drucker bei einer ersten Sichtkontrolle.

Im Wettbewerb kreativ

Mit der Investition in die Rapida 106 reagiert Dekker auf den hohen Wettbewerb im Kartonagendruck und setzt auf aktuelle Trends für die Produktion von Verpackungen unter anderem für die Lebensmittelindustrie. Eine hohe Automatisierung der Rüstprozesse, wodurch auch kleine Auflagen schnell und rentabel produziert werden können, gehört zu einem Schwerpunkt der Druckerei. Ein anderer besteht aus Kreativität, Kompetenz und Innovation. In Zusammenarbeit mit einem Hersteller

entwickelte Remmert Dekker einen Karton, auf dessen Oberseite eine Folie geschweißt wird, wodurch dieser wasser- und gasdicht ist. Für diese Entwicklung wurde ein Patent angemeldet. »Dieses Produkt ist für das Verpacken von frischen oder tiefgekühlten Mahlzeiten, Snacks, Gemüse, Eis und vielen anderen Produkten ideal«, erläutert Annemarie Dekker. »Die Verpackungen können direkt aus der Tiefkühltruhe entnommen und in der Mikrowelle oder im Ofen erhitzt werden.« Abgesehen von den Verpackungen für den Lebensmittelmarkt ist Remmert Dekker auch im Bereich Versandverpackungen und Direktwerbung tätig. »Käufe über das Internet werden immer beliebter. Bisher verschickten Lieferanten ihre Produkte in einer anonymen Verpackung. Sie können aber mit ihren

Versandverpackungen zur Entwicklung ihrer Marke und ihres Image beitragen. Eine schöne Verpackung mit starker Ausstrahlung hilft dabei natürlich.«

Nachhaltig wirtschaften

»Unser Unternehmen hat die Messlatte höher gelegt«, freut sich Annemarie Dekker. »Der Maschinenpark ist Up-to-date, die Mitarbeiter sind hervorragend geschult. Außerdem zeichnen wir uns durch eine umweltfreundliche Produktion aus. Nachhaltiges Wirtschaften ist für uns selbstverständlich. Wir verwenden Erdwärme für die Gebäudeheizung und -kühlung. Wir verfügen über alle erforderlichen Zertifikate, drucken bereits seit 1992 ohne Alkohol, verwenden keine schädlichen Lösungsmittel und drucken mit Farben auf Sojabasis. Es ist nicht die einfachste technologische Kombination, aber sie ist genau auf die Märkte zugeschnitten, für die wir arbeiten. Unsere Mitarbeiter haben das voll im Griff. Und mit der neuen Druckmaschine erfüllen wir die hohen Ansprüche unserer Kunden.«

› www.kba.com

**Ostsee-Zeitung hält Kurs
VERSANDRAUM MIT FERAG-
TECHNOLOGIE ERNEUERT**

Die Ostsee-Zeitung ist eine regionale Tageszeitung aus dem nordöstlichen Mecklenburg-Vorpommern, die entlang der deutschen Ostseeküste vertrieben wird und mit ihren zehn Lokalausgaben die auflagenstärkste Tageszeitung in der Region ist. Seit 2009 ist die Ostsee-Zeitung ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Lübecker Nachrichten. 2010 stand bei der Ostsee-Zeitung die Erneuerung des Versandraums



Das RollStream-Vorsammelsystem ist mit insgesamt zehn Anlegern ausgestattet und erfüllt den Trend zum regionalisierten Einstecken.

an. Das erklärte Ziel war es, die Abläufe zu vereinfachen und gleichzeitig die Qualität und Flexibilität zu steigern. Durch die Installation einer Einstecktrommel MSD2-Compact in Kombination mit dem RollStream-Vorsammelsystem konnte das Layout deutlich vereinfacht und die Anzahl der Linien von drei auf eine reduziert werden. Dadurch wurde der Personalaufwand im Versandraum gesenkt und die Effizienz gesteigert.

Das RollStream-Vorsammelsystem ist mit zehn Anlegern ausgestattet und erfüllt somit den Trend zum regionalisierten Einstecken. Die Beilagen werden an der Einstecktrommel MSD2-C offline mit einer maximalen Geschwindigkeit von 40.000 Exemplaren in der Stunde in das Hauptprodukt eingesteckt.

› www.ferag.com



Über die QualiTronic-Kamera für die Inline-Qualitätsregelung erhält der Drucker auch ein Vorschaubild direkt auf den Leitstand.





Großbritannien

ERSTE DOPPELBREITE ZEITUNGSROTATION VON GOSS

Der schottische Zeitungsverleger D C Thomson & Company Ltd., ein familiengeführtes Verlags- und Druckhaus mit Sitz in Dundee, erweitert seinen Maschinenpark mit einer Goss Colorliner CPS Zeitungsrotation mit acht Drucktürmen und Heatsetrockner. Es ist die erste kompakte doppelbreite Zeitungsrotation von Goss.

Canon erweitert uniFlow SICHERE SPAREFFEKTE BEIM MOBILEN DRUCKEN

Canon wird mit der uniFlow-Version 5.1 die Lösung zur Steuerung von Druck- und Scanprozessen um die Unterstützung mobiler Geräte wie Smartphones und Tablet-PCs erweitern. Die neue Lösung sorgt für den sicheren Einsatz mobiler Geräte und ermöglichte eine effektive Steuerung der hiermit verbundenen Kosten, so Canon.

APPSolut Revive! DEUTSCHE PAPIER PRÄSENTIERT NEUE REVIVE-APP

Die App unterstützt unterwegs bei einer schnellen und umweltbewussten Papierauswahl. Auf der Startseite der App erhält der Nutzer einen ersten Überblick über den Recyclinganteil verschiedener Papiere und deren Vorteile. Der integrierte Druckereifinder zeigt zudem alle Druckereien im Umkreis an, die Revive im Angebot haben.

Develop ERMÖGLICHT NUN AUCH MOBILES DRUCKEN

Develop bietet mit der Softwarelösung EveryonePrint die Möglichkeit, im eigenen Unternehmen eine interne Cloud Printing-Umgebung zu schaffen. Durch die Allianz mit der Cortado AG ist nun auch die Nutzung einer öffentlichen Cloud-Printing Umgebung, mit der unterwegs auf Develop Drucksystemen gedruckt werden kann, möglich.

Für die Zukunft aufgestellt FABERS 10. CREFELDER PRINT COCKTAIL

Die Faber GmbH, grafischer Fachhändler und RGF-Mitglied, sowie Partner aus Industrie und Handel, begrüßten auch im Jubiläumsjahr zahlreiche Besucher. Im Fokus standen aktuelle Themen wie »Print vs. App«. Der Treff präsentierte auf einer Fläche von 2.000 m² namhafte Hersteller, die den Besuchern Rede und Antwort standen. Die Veranstaltung von Faber hat sich im Laufe der Jahre die Reputa-



Die Veranstalter und Geschäftsführer Timo und Marc Faber freuen sich über das große Interesse an den Systemen von Konica-Minolta.

tion einer kleinen, feinen grafischen Fachmesse erarbeitet und findet jährlich in einer Veranstaltungshalle auf dem historischen Firmengelände statt.

- www.crefelderprintcocktail.de
- www.faber-gmbh.de
- www.rgf.de

Optimierte Ecosys-Technologie NACHHALTIGKEIT VON DRUCK- UND KOPIERSYSTEMEN

Immer mehr Unternehmen erkennen die wirtschaftliche Relevanz von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen. Deshalb hat Kyocera die Umwelteigenschaften seiner Drucker- und Kopierer nach eigenen Angaben noch einmal verbessert. Intelligente Systemkomponenten, ein neues Tonerkonzept sowie einfache Druckereinstellungen würden dazu beitragen, den Energieverbrauch der jeweiligen Geräte weiter zu senken und somit deren Wirtschaftlichkeit zu erhöhen. Ohnehin sei der Produktlebenszyklus der Kyocera-Geräte darauf ausgelegt, Ressourcen zu schonen und Umweltbelastungen auf ein Minimum zu reduzieren. Dies umfasse sowohl das Verpackungskonzept als auch einzelne Produktkomponenten. So habe Kyocera einen neuen Toner entwickelt, der sich durch eine runde Form und Feinkörnigkeit auszeichne. Dadurch verbessere sich nicht nur die Qualität der Ausdrucke: im Vergleich zu herkömmlichen Systemen werde der Energieverbrauch um 20%, der Tonerverbrauch gar um 30% gesenkt.

- www.kyoceramita.de

EasySert eröffnet neue Perspektiven

AUFBEREITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB MIT TECHNIK VON FERAG

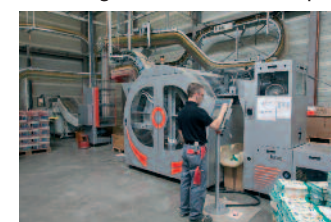
Das Vorarlberger Medienhaus gilt als eines der innovativsten Medienunternehmen in Europa. So startete in Schwarzach 1993 die Geoman Nr. 1, die es dem Unternehmen ermöglichte, die »Vorarlberger Nachrichten« erstmals durchgängig vierfarbig zu produzieren. Eine weitere Stärke des Vorarlberger Medienhauses ist auch sein



Eine wichtige Komponente, um die Leistungsfähigkeit der EasySert abzusichern, sind die JetFeed-Anleger.

flächendeckendes Vertriebssystem. Über 1.000 Zusteller garantieren hier maßgeschneiderte Lösungen für die eigenen Verlagsprodukte und in immer stärkerem Maß auch für Fremdprodukte. Seit Anfang 2011 nutzt ein Kunde das Vertriebs-Know-how des Vorarlberger Medienhauses für die landesweite Prospektverteilung an alle 137.000 Vorarlberger Haushalte.

Um dieses Volumen mit maximal fünf Beilagen effizient für den Versand aufzubereiten, hat das Unternehmen die Technik im Versandraum mit einem EasySert für die 4-in-1-Produktion der Ferag aufgerüstet. Der Investitionsentscheidung ging eine intensive Evaluierung voran. Mit einer maximalen Geschwindigkeit von 25.000 Exemplar-



Mit einer maximalen Geschwindigkeit von 25.000 Exemplaren in der Stunde hat EasySert ganz klar die Nase vorn.

ren in der Stunde habe EasySert im Vergleich zu anderen Lösungen ganz klar die Nase vorn gehabt. Die EasySert stellt für das Vorarlberger Medienhaus aber auch das Sprungbrett in die Produktion von Semicommercials dar.

- www.ferag.com



Deutsche Papier CHROMOKARTON ARKTIKA PRÄSENTIERT

Arktika ist ein einseitig, doppelt glänzend gestrichener Chromokarton. Die weiße Rückseite ist pigmentgestrichen und ermöglicht eine hervorragende Bedruckbarkeit. Um beste Qualität sicherzustellen, wird der Karton aus erstklassigem Zellstoff hergestellt. Die hohe Steifigkeit verleiht Arktika eine hohe Stabilität. Arktika ist in den Grammaturen 200, 215, 230, 250, 275, 300, 325, 350 g/m² verfügbar und



geeignet für Konzepte, mit zum Beispiel Gold- oder Silberprägungen, Lackapplikationen, Folien-Beschichtungen und mehr. Die Glätte der Vorderseite, die auf einem speziellen Strichverfahren basiert, gewährleistet eine ausgezeichnete Druckqualität, lebhafte Farben und scharfe Kontraste sowohl im Offset als auch im Tiefdruck.

Arktika ist besonders für Druckereien geeignet, die hochwertige Magazine-, Bücher- und Katalogeinfaltungen, DVD/CD-Hüllen, Ansichtskarten und Postkarten herstellen.

➤ www.deutsche-papier.de

Neuer Fiery XF proServer DURCHSATZERHÖHUNG VON EFI VUTEK-TINTENSTRAHLDRUCKERN

EFI hat den Fiery XF proServer auf dem Markt vorgestellt, eine leistungsfähige Produktionslösung für die Reihe an EFI VUTEK UV-Tintenstrahl Druckern im Superformat. Fiery XF proServer stellt eine Plattform zur Verfügung, die für eine schnelle Bildverarbeitung, erweiterte Softwareoptionen und Wartung optimiert ist, und bietet damit eine vollständige End-to-End-EFI-Lösung. Das Produkt ist für eine optimale Performance der Fiery XF Software ausgelegt und erhöht damit Produktivität, Performance und Effizienz jedes Jobs.

Fiery XF proServer ist ein skalierbares System, das mit der erweiterten Bandbreite an Fiery XF-Optionen, einer leistungsfähigen Hardwareplattform und einer Integration mit anderen EFI-Produkten wie dem Pace Managementsystem und der Digital StoreFront Web-to-Print-Plattform Druck-, Produktions- und Farbfunktionen verbessert. EFI installiert und konfiguriert den Fiery XF proServer mit einem VUTEK-Drucker, um sicherzustellen, dass die ganze Lösung problemlos arbeitet. Als zusätzlicher Vorteil steht Kunden ein kostenloser 13-monatiger Support- und Wartungsplan für Software und Hardware zur Verfügung, einschließlich kostenloser Software-Upgrades und einem Hardware-Ersatz, sofern dieser erforderlich ist.

➤ www.efi.com

Farbiges Büropapier mit PEFC und EU-Ecolabel

BERBERICH NIMMT ADAGIO INS SORTIMENT

Mehr Leben, mehr Spaß und einen höheren Aufmerksamkeitsgrad: Farbiges Büropapier bringt Pfiff in die Kommunikation. Die Carl Berberich GmbH hat ihr farbiges Büropapier-Sortiment um Rey Adagio erweitert. Der Papiergroßhändler ergänzt somit seine farbige Produktpalette um die Fabrikmarke Rey Adagio, die exklusiv in Deutsch-

land ein hervorragendes Kommunikationsmittel, das sich von der Masse abhebt.

Berberich bietet Rey Adagio in A4 und A3 in den Flächengewichten 80, 120 und 160 g/m² an. Das Sortiment umfasst 20 helle und intensive Farben. Des Weiteren gibt es zwei attraktive, praktische Mix-Packungen in A4, 80 g/m², die



Neu im Sortiment bei Berberich: Rey Adagio – das farbige Büropapier.

land vertrieben werden.

Rey Adagio ist das erste farbige Sortiment in Europa, das mit dem PEFC und dem EU-Ecolabel ausgezeichnet ist. Das holzfreie Papier lässt sich hervorragend für Büroanwendungen einsetzen. Ob Flyer, Lieferschein, Mailing oder Antwortkarte: Es sorgt für mehr Aufmerksamkeit als weißes Papier und ist

pastellfarbig oder intensivfarbig sortiert sind.

Ein weiterer Pluspunkt ist die transparente, recycelbare Verpackung, die sich nach Belieben öffnen und schließen lässt.

➤ www.berberich.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

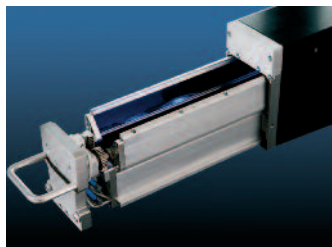
Ricoh Deutschland hat die grafischen Geschäftsbereiche der Firmengruppe **Nothnagel** als »Production Printing Partner« zertifiziert. Ricoh und Nothnagel mit den dazu gehörenden Unternehmen arbeiten bereits seit Jahren im Office-Sektor erfolgreich zusammen. • Die Verpackungsdruckerei **Talleres Graficos S.A.** in der argentinischen Provinzhauptstadt Santa Fe hat mit einer **KBA Rapida 105-6 CX** mit Lackturm in die Modernisierung ihrer Produktionskapazitäten investiert. • Ab sofort besitzt die **Carl Berberich GmbH** die neue Dachmarke Target in ihrem Produktportfolio. Der Heilbronner Papiergroßhändler hat die Exklusivrechte für den Vertrieb in Deutschland vom Hersteller, der **grupo Portucel Soporcel**, erhalten. • Mit dem Balkenrillgerät CRS-36 bietet **Horizon** eine günstige Variante zur Offline-Rillung von Materialien bis 350 g/m². Das Aggregat eignet sich als Ergänzung zu allen Ein-Zangen-Klebebindern und kann vollautomatisch Umschläge mit bis zu acht Rillungen positiv und negativ versehen.



High-End UV-Trockner für die Beschichtungsindustrie

**HÖNLE ZEIGT AUF DER ICE 2011
SPEKTRUM AN TROCKNUNGSSYSTEMEN**

Kompakte und einfach integrierbare Härtingssysteme für Beschichtungs- und Veredelungsanwendungen zeigt die Höhle Gruppe vom 8. bis 10. November 2011 auf der ICE Europe in München. Vertreten durch die Trocknungsspezialisten Höhle, Eltosch und PrintConcept präsentiert die Gruppe ihre gesamte Bandbreite an Härtingssystemen, die von IR-/Heißluft-Modulen über UV-Strahler bis hin zu inertisierten UV-Systemen reicht. Höhle zeigt unter anderem den Hochleistungstrockner pureUV. Dieser UV-Trockner der neuen Generation verfügt über eine einzigartige



Bauform und eine patentierte Reflektorengeometrie, die eine direkte Strahlung auf die Bahn verhindern. Unerwünschte IR-Strahlung wird sorgfältig herausgefiltert. Das führt zu einer hocheffektiven Bestrahlung mit nur geringer Temperaturbelastung und macht den pureUV ideal für die Trocknung temperaturempfindlicher Substrate.

Der Bogenoffset-Spezialist der Gruppe, Eltosch, zeigt sein UV-Mo-

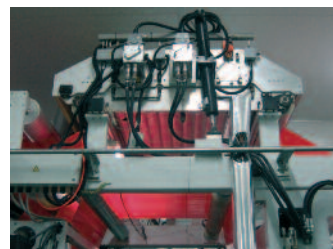


dul LightGuide. Die Vorteile: hohe Leistungsperformance mit reduziertem Energieverbrauch, einfach und schnell austauschbare Reflektoreinsätze und dadurch eine ideale Anpassung der UV-Intensität an den Prozess.

Ideal für alle Schmalbahnanwendungen zwischen 150 mm und 550 mm ist das innovative UV-System PC-1-A-ECO. Diese PrintConcept-Entwicklung garantiert neben einer hocheffektiven Aushärtung auch temperaturempfindlicher Substrate durch sein patentiertes Einschubsystem ein komfortables Handling. Für größere Bahnbreiten zwischen 450 mm und 2.800 mm hat PrintConcept das wassergekühlte UV-System PC-2-W-ECO entwickelt, bei der das Kühlwasser durch Aluprofile, Reflektoren und Gegenblende geleitet wird.

Das Flaggschiff der Höhle LED-Produkte ist die LED Powerline. Das geringe Gewicht dieses LED-Hochleistungs-Arrays und seine Größe von nur 88 x 20 x 50 mm erlauben die Integration in kleinste Zwischenräume. Je nach Anwendung und Kundenwunsch kann der Strahler in 40 mm-Stufen beliebig verlängert werden.

➤ www.hoenle.de



Schritte zur Automatisierung
**INVESTITION INS MULTISTACK-
PAKETIERSYSTEM VON FERAG**

Dar Al Khaleej ist eine relativ junge Tageszeitung, die 1970 gegründet wurde und von dem Verlagshaus Dar Al Khaleej Publishing in Sharjah verlegt wird. Heute ist Dar Al Khaleej die größte arabische Tageszeitung in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Bereits 2008 startete das Unternehmen eine Qualitätsoffensive im Druck und hat mit einer Cromoman-Rotation von Manroland die



Bei Dar Al Khaleej Publishing freut man sich über den erfolgreichen Einstieg in die Automatisierung des Versandraums.

Basis dafür gelegt. Kürzlich hat Dar Al Khaleej Publishing die ersten Schritte in der Automatisierung des Versandraums eingeleitet. Die Zeitungsübernahme an der Falzauslage ist jetzt über zwei UTR-Fördersysteme gesichert, bei Geschwindigkeiten von bis zu 70.000 Exemplaren pro Stunde. Die beiden UTR-Fördersysteme transportieren die Tageszeitungen auf kurzem Weg jeweils auf einen MultiStack-Paketausleger, der die Erstellung von Standardpaketen übernimmt. Der MultiStack wird ausschließlich mit Servomotoren angetrieben. Im Vergleich zu einem pneumatischen Antrieb sind Servomotoren im laufenden Betrieb wesentlich zuverlässiger und kostengünstiger.

Anschließend folgt die Fertigstellung der Pakete mit der SmartStrap-Umreifungstechnik und deren Zuordnung an die für Verladerrampe.

➤ www.ferag.com

Test mit nyloflex Next
**ERGEBNISSE AUF DER PROFLEX
UND LABELXPO VORGESTELLT**

Bei umfangreichen Druckversuchen hat Flint Group Flexographic Products mit der neuen Belichtungstechnologie nyloflex Next für die Herstellung von photopolymeren Flexodruckplatten Erfolge erzielt. Gedruckt wurde mit verschiedenen Farbsystemen auf unterschiedlichen Substraten bei mehreren Kunden in Europa. Auf der ProFlex in Stuttgart und der LabelExpo in Brüssel wurden die Ergebnisse vorgestellt.



nyloflex Next ist eine neue UV-Belichtungstechnologie von Flint, die exakte Reproduktionen digitaler Daten auf das Klischee ermöglicht. Dabei werden die Druckplatten mit UV-A-LEDs belichtet. Die hohe UV-Intensität verbessert die Wiedergabe von Motivdetails. Die verbesserten mechanischen Eigenschaften und die sogenannten »Flat Top Dots« ermöglichen auch bei hohen Auflagen eine gleichbleibende Druckqualität.

Die Flint Group Flexographic Products bietet zwei mit der nyloflex-Next-Technologie ausgerüstete Belichtertypen ab November an: den Belichter Next Exposure F III im Format 920 x 1.200 mm und den großformatigen NEX Exposure F V im Format 1.320 x 2.032 mm.

➤ www.flintgrp.com



Reduzierung von Makulatur und Rüstzeit

Große Massen wirken anziehend – das gilt ganz besonders für das Print Media Center (PMC) und die Informationstage ›Verpackungsdruck im Großformat‹. Mehr als 100 Kunden und Branchenexperten besuchten am 28. und 29. September 2011 das Werk Wiesloch-Walldorf der Heidelberger Druckmaschinen AG.

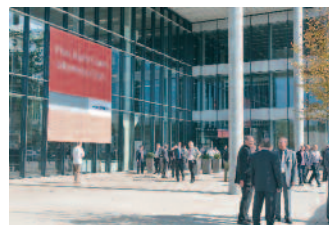
Vor Ort konnten sie sich ein eigenes Bild über die Leistungsfähigkeit der Großformatmaschinen Speedmaster XL 145 und XL 162 im Verpackungsdruck machen. Integriert in einen ganzheitlichen Verpackungs-Workflow vom ersten Design einer Faltschachtel bis zur Palettierung bietet Heidelberg ein durchgängiges, komplettes Software-, Service- und Maschinenportfolio. Rund 40% aller bisher von Heidelberg gebauten Großformatmaschinen gingen an Verpackungsdrucker in der ganzen Welt.

Auf der Veranstaltung berichteten zwei Anwender aus Deutschland und den USA über ihre Erfahrungen mit den beiden Maschinenreihen. Der Nachmittag stand ganz im Zeichen des ›Erfolgsfaktors Mensch‹ und der Frage, wie sich durch Führung, Motivation und Teamentwicklung die Leistungspotenziale von Menschen und Maschinen noch besser nutzen lassen.

MASCHINENKONZEPT IST AUF FLEXIBILITÄT AUSGERICHTET Die Kostensenkungspotenziale der beiden XL-Maschinenreihen im Format 6 und 7b sind bereits im Maschinenkonzept angelegt. Vom Presetting über paralleles Waschen, automatische Plattenwechsel, Inline-Messsysteme wie Inpress Control und ein für die Großformatproduktion angepasstes Color Management, die extrem flache Bogenführung und Hochleistungstrockner bis hin zu Non Stop-An- und -Auslegern bieten die ›großen Eisen‹ alle Voraussetzungen, um schnelle Jobwechsel und damit eine möglichst hohe Flexibilität im Verpackungsdruck zu erzielen. So berichteten Hendrik Heidenreich von Heidenreich Print aus Bünde, Deutschland, sowie Chuck Obermeyer und Kurt Wartner von RockTenn aus den USA über kürzeste Rüstzeiten, die in der Praxis – je nach Sujet-Jobwechsel – von zwölf bis 22 Minuten dauerten. Nach rund 150 Bogen Makulatur sind die Maschinen in Farbe. Produktionsgeschwindigkeiten von 12.000 bis 15.000 Bogen pro Stunde sind dabei gängige Praxis. Zum Vergleich: Der Industriestandard liegt derzeit bei rund 40 Minuten Rüstzeit und 400 Bogen Anlaufmakulatur pro Job sowie je nach Maschinenformat bei 12.500 (Format 6) beziehungsweise 9.000 (7b) Bogen pro Stunde.

Insbesondere das Inline-Messsystem Prinect Inpress Control trägt zur Rüstzeitenreduzierung und zur stabilen Produktion auch bei Höchstgeschwindigkeit entscheidend bei – ebenso wie die hohe Verfügbarkeit der Heidelberg Maschinen, zu der auch das umfassende Wartungs- und Service-Konzept Heidelbergs beiträgt. In einer anschaulichen Wirtschaftlichkeitsanalyse wurde gezeigt, wie sich durch diese Technologien im hochauflagigen Verpa-

ckungsdruck Kosteneinsparungen von bis zu 530.000 Euro pro Jahr, beziehungsweise Kapazitätssteigerungen von mehr als 30% realisieren lassen. Dies bestätigte auch Hendrik Heidenreich auf der Veranstaltung: »Die XL 145 ist im Vergleich zur Vorgängermaschine im selben Format eines anderen Herstellers eine komplette Schicht produktiver.« Eine Speedmaster XL 162 Fünffarben mit Lackierwerk und verlängerter Auslage erzielt im kurzauftragigen Verpackungsdruck für die Produktion von Displays beziehungsweise Aufstellern für den POS-Bereich nach Berechnungen von Heidelberg sogar Einsparungen von bis zu 730.000 Euro jährlich.



Zahlreiche Teilnehmer besuchten Ende September 2011 die Packaging Days, die Heidelberg in Wiesloch-Walldorf veranstaltete.



Beeindruckende Qualität: Druckbogen aus der Großformatmaschine von Heidelberg.

›**MAKE THEM GO**‹ IST CHEFSACHE Spitzentechnik braucht Spitzenleute – diesen einfachen Zusammenhang in der Praxis umzusetzen, ist oft gar nicht so leicht. Welche Voraussetzungen notwendig sind, um ein erfolgreiches Team im Drucksaal und in der Administration aufzubauen, diesem Thema widmeten sich am Nachmittag des Veranstaltungstages mehrere Vorträge. ›Make them go‹ – also Mitarbeiter einbinden, Teams entwickeln, Motivation ermöglichen – das ist vor allem die Aufgabe des Chefs, wenn er seine Rolle als Führungskraft ernst nimmt, so das Fazit von Prof. Dr. Jan Mayer. Als sportpsychologischer Betreuer zahlreicher deutscher Nationalmannschaften und der TSG Hoffenheim zeigte er in seinem Vortrag viele Parallelen zwischen Führungsaufgaben in Druckereien und Spitzensport auf – und die Voraussetzungen dafür, um mit dem besten Equipment und den besten Leuten langfristig und kontinuierlich erfolgreich zu sein.

› www.heidelberg.com





Vom Drucken zum Output-Management

Mehr als 1.200 Partner aus über 20 Ländern kamen am 14. Oktober auf der European Leadership Conference (ELC) 2011 der Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH nach München und bekamen einen Einblick in Geschäftsstrategie und Ziele des Konzerns sowie Produkte und Anwendungen.

Die aktuelle Geschäftsstrategie von Konica Minolta beinhaltet im Bereich der Business Solutions drei wesentliche Elemente: die Konzentration auf strategische Partnerschaften im IT-Dienstleistungsbereich, den Fokus auf vertikale Märkte und die Einführung einer neuen A4-Schwarz-weiß-Serie. Auf 1.500 m² Fläche zeigte die Begleitausstellung außerdem neue Produkte, Applikationen und Dienstleistungen.

PARTNERSCHAFTEN Konica Minolta will sich demnach noch stärker als Solution Provider profilieren. Um IT-Supportdienstleistungen anbieten zu können, setzt das Unternehmen nach den Worten von **Günther Schnitzler**, President und Geschäftsführer der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH, in Zukunft stärker auf Kooperationen mit Geschäftspartnern: »In Europa und Deutschland treffen wir auf immer komplexere IT-Strukturen und flexiblere Arbeitsprozesse. Das erfordert ständig neue Kombinationen aus Systemtechnik, Software und Applikationen. Neben Lösungen und Software benötigen wir spezielles Partner-Know-how, um auf individuelle Anforderungen unterschiedlicher Projekte reagieren zu können«, erläuterte Schnitzler.



VERTIKALE MARKTSTRATEGIE In den Vorträgen und der Begleitausstellung wurde zudem ein zweiter Schwerpunkt deutlich: Konica Minolta verfolgt eine vertikale Marktstrategie. Der Konzern konzentriert sich dabei auf die Bereiche Recht und Verwaltung, Bildung, Gesundheit und Finanzen. Hier werden maßgeschneiderte, integrierte Lösungen erarbeitet, die zu typischen Anwendungen dieser Zielgruppen passen.

Auch der Geschäftsbereich Optimized Print Services (OPS) expandiert und wird mittlerweile europaweit angeboten. Seit 2010 im Konzern etabliert, ist

das Segment für externe Druck- und Dokumentenservices ein richtungweisendes Tool im B2B-Geschäft geworden. Das hat auch im Bereich Hardware Konsequenzen: Zahlreiche Projekte hätten einen zusätzlichen Bedarf an A4-Systemen im Segment Schwarz-weiß aufgezeigt. Hier will Konica Minolta in Kürze mit neuen Systemen reagieren.

PRODUKTE UND APPLIKATIONEN Starkes Wachstum peilt der Konzern zudem im Bereich Production Printing an. »Hausdruckereien und Druckdienstleister werden neben hochwertiger Hardware vermehrt einen qualifizierten Mix aus Beratung und zusätzlichen Services nachfragen«, erläuterte Schnitzler. Auf der ELC stellte Konica Minolta die neue Version 5.0 von Printgroove JT Web, einer Web-to-Print-Lösung für Druckdienstleister und Unternehmen, vor, die in Sachen Komfort und Effizienz für Administratoren und Druckjob-Operateure neue Maßstäbe setzen soll.

Schnitzler betont weiterhin: »Wenn wir verstehen wollen, wie Business Solutions von morgen aussehen, müssen wir die Megatrends der Informationstechnologie im Blick behalten. Aktuell sind dies beispielsweise Cloud-Anwendungen und mobile IT-Lösungen, denen bereits zahlreiche Produkte, Applikationen und Services gefolgt sind.«


EFFIZIENTE, ORTSUNABHÄNGIGE KONZEPTE »Unsere Kunden und Partner haben auf der ELC 2011 fundierte Einblicke in das moderne Dokumenten- und Outputmanagement bekommen. Wer in dieser Branche vorn dabei sein will, muss effiziente, ortsunabhängige und netzwerkorientierte Konzepte für die Organisation von Arbeit bieten«, so das abschließende Fazit von Günther Schnitzler. Diese habe Konica Minolta auf der ELC 2011 geliefert.

› www.konicaminolta.de/business





DESIGN & TYPOGRAFIE



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch



Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten für Offset - direkt und indirekt

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



NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DIENSTLEISTUNGEN

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 einschließen
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

TECHKON

Alle Farben perfekt im Griff ...



- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

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

DRUCKMARKT

impressions

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

www.druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDENMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

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

binderhaus

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

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

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

WEITERBILDUNG



« gib »
Zürich


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

VERSCHIEDENES

SCHMUCK

B

BARBARA HAUSER



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

Gütesiegel



Publikation
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2011			
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
18. 04. 2012	Pro Carton Kongress	Düsseldorf	www.procarton.com
24. 04. - 25. 04. 2012	Verpackung, Schweiz	Zürich	www.easyfairs.com
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de
10. 05. 2012	Lean & Green, International Environmental Conference	Düsseldorf	www.printcity.de
20. 06. - 21. 06. 2012	mailingtage	Nürnberg	www.mailingtage.de
26. 06. - 28. 06. 2012	Zellcheming-Expo	Wiesbaden	www.zellcheming.de
12. 09. - 15. 09. 2012	PostPrint	Leipzig	www.postprint-leipzig.de
18. 09. - 23. 09. 2012	photokina 2012, World of Imaging	Köln	www.photokina.de
10. 10. - 11. 10. 2012	easyFairs, Print & Publishing Schweiz	Zürich	www.easyfairs.com
10. 10. - 13. 10. 2012	18. Druck+Form	Sinsheim	www.messe-sinsheim.de
10. 10. - 14. 10. 2012	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	www.buchmesse.de
25. 10. - 27. 10. 2012	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	www.viscom-messe.com
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Madrid	www.ifraexpo.com
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	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



ZDM AFTER-WORK-ACADEMIE FÜR DIE DRUCKINDUSTRIE

Der derzeitige wirtschaftliche Aufschwung kommt in den Druck- und Medienbetrieben offensichtlich nicht an. Grund genug, sich mit der strategischen Ausrichtung für sein Druckunternehmen zu beschäftigen.

Die After-Work-Akademie vermittelt das Rüstzeug, um sich künftig im Markt besser zu positionieren. In einer 5-teiligen Reihe beschäftigen sich die Teilnehmer mit den wichtigsten Elementen des Marketings: Verkauf, Kommunikationspolitik, Markt und Dienstleistung/Service. Die After-Work-Akademie richtet sich an Unternehmer, die sehr stark ins Tagesgeschäft eingebunden sind. Die Seminare finden deshalb zum Ende der Arbeitszeit, in den frühen Abendstunden, statt. Der Teilnehmer erhält in lockerer Atmosphäre – praxisnah und anschaulich dargestellt – das nötige Handwerkszeug, um erfolgreich neue Kunden zu gewinnen und zu halten. In Workshop-Atmosphäre werden die vermittelten Inhalte direkt auf die einzelnen Unternehmen zugeschnitten. So sind sie konkret im Unternehmen umsetzbar. Die Termine sind fünf aufeinander folgende Montage, erster Termin ist der 7. November 2011.

Fujifilm Anwenderforum LEBENSMITTELVERPACKUNGEN 2011

Mit dem »Anwenderforum Lebensmittelverpackungen 2011« in Düsseldorf knüpft Fujifilm am 10. November 2011 an Veranstaltungen an, die im vergangenen Jahr in der Branche für große Aufmerksamkeit gesorgt hatten. Das Ziel des diesjährigen, ebenfalls auf umfassende Fachinformationen ausgerichteten Anwenderforums ist eine aktuelle Bestandsaufnahme der Situation im Markt für lebensmittelkonforme Verpackungen vor dem Hintergrund der neuesten Gesetzgebungsvorhaben.

Mit der »Marzipan Box« wird Fujifilm auf dem diesjährigen Anwenderforum erneut ein konkretes Praxisbeispiel einer lebensmittelkonformen Verpackung präsentieren, um die aktuelle Rechtslage und Migrationsprüfung praxisnah beleuchten zu können. Die Marzipan Box wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Hammer Faltschachtelwerk in Lübeck entwickelt und produziert und gemäß Rahmenverordnung (EG) 1935/2004 von der FABES Forschungs-GmbH in München migrationsgeprüft.



Darüber hinaus werden Experten von Fujifilm die aktuelle Rechtslage und die daraus resultierenden Konsequenzen und Möglichkeiten bezüglich Lack, Feuchtmittel und Waschmittel beleuchten. Abgerundet wird das halbtägig ausgerichtete Anwenderforum mit einer offenen Podiumsdiskussion.

➤ www.fujifilm.de/alm_2011

WorldSkills 2011 in London

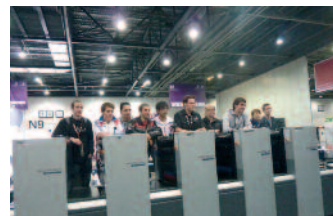
FRAUEN-POWER IN DER DISZIPLIN OFFSETDRUCK

Die 41. WorldSkills, die vom 5. bis 8. Oktober in London stattfanden, gipfelten am 9. Oktober 2011 in einer eindrucksvollen Schlussfeier in der vollbesetzten O₂-Arena in London. Mehr als 22.000 Besucher feierten die Gewinner. 1.000 Teilnehmer aus 51 Ländern und in 46 verschiedenen Berufszweigen ermittelten in vier Tagen ihre Weltmeister. Vor rund 200.000 Besuchern, darunter Englands Premierminister David Cameron und ihre königliche Hoheit, Prinzess Anne, sowie weitere hochrangige Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft hatten die Teilnehmer um Medaillen und Plätze gekämpft.

Gold und Silber in der Disziplin Offsetdruck gingen erstmalig an zwei junge Frauen. Das Rennen machte die 22-jährige Druckerin Makiko Ito aus Japan, die mit großem Vorsprung vor Susanna Virtanen aus Finnland gewann.

Makiko Ito arbeitet seit 2008 in der Asia Printing Corporation in Japan und hat ihre Fertigkeiten auf einer Heidelberg Printmaster PM 74 erlernt. Im Jahr 2010 war sie Landesiegerin im Drucken. Die Finnin Susanna Virtanen ist in einer im Ausbildungsinstitut in Turku integrierten Druckerei beschäftigt, die mit einer Heidelberg Printmaster PM 52 Vierfarben ausgestattet ist. Zusätzlich zu ihrem Job als Druckerin studiert die junge Frau am College im finnischen Jyväskylä. Sascha Epp, der sich im deutschen Finale gegen sieben Konkurrenten durchsetzen konnte, wurde Vierter und lag nur knapp hinter seinem belgischen Kollegen Oliver Deloge. Epp, Mitarbeiter bei der Heidelberger Druckmaschinen AG, wurde für seine hervorragenden Leistungen

mit der »Medallion for Excellence« ausgezeichnet: »Die Veranstaltung war ein beeindruckendes Erlebnis für mich; ich bin stolz, dass ich an den WorldSkills teilnehmen durfte. Die Aufgabenstellung war gut angelegt, und die Experten haben größten Wert auf faire und objektive Beurteilung der Leistung gelegt.«



Alle Teilnehmer am WorldSkills-Offsetdruck-Wettbewerb konnten wertvolle Erfahrungen mit nach Hause nehmen. Von links: Benjamin Phillips, USA; Julien Mercier, Frankreich; Olivier Deloge, Belgien; Michael Bieli, Schweiz; Tsz Fung Cheung, China; Tom Middlebro, Kanada; Susanna Virtanen, Finnland; Sascha Epp, Deutschland; Makiko Ito, Japan; Mads Aaby Nielsen, Dänemark.

Bernhard Nahm, Mitglied der Leitung des Print Media Centers Heidelberg, der als einer der Juroren in London die Leistungen der jungen Drucker bewertete, freute sich über den Erfolg der jungen Frauen: »Bei Heidelberg ist die Quote der weiblichen Drucker-Auszubildenden seit Jahren beeindruckend hoch. Im Moment bilden wir zehn junge Leute zu Druckern aus – vier davon sind hochmotivierte Mädchen. Die nächsten WorldSkills finden nach 40 Jahren erstmals wieder in Deutschland statt – vielleicht ist ja erneut einer von unseren Azubis 2013 als Finalist in Leipzig dabei.«

➤ www.worldskillsgermany.com



**A&F Computersysteme
INFOTAGE 2011 IN SURSEE:
HALBTAGESSEMINARE**

Am 23. und 24. November 2011 finden die A&F-Infotage 2011 in Sursee statt. In drei kostenlosen Halbtages-Seminaren stellt das Schweizer Systemhaus News aus den Bereichen Redaktions-, Verlags- und Anzeigesysteme vor. Die Platzzahl ist beschränkt, frühzeitige Buchung sichert den Platz.
 ▶ www.a-f.ch

**Techkon
SCHULUNGEN ZUR
MESSTECHNIK**

Techkon, Anbieter von Densitometern, Farbmessgeräten und Color-Management, bietet in regelmäßigen Abständen informative Schulungen zum Thema Qualitätssicherung und Messtechnik an. Es gibt nur noch wenige freie Plätze. Der nächste Termin ist der 24. November 2011.
 ▶ www.techkon.com

**ClusterForum Augsburg
DIE ROLLE VON PRINT
IM MEDIENMIX**

Am 21. November 2011 findet in Zusammenarbeit mit manroland und UPM-Kymmene das ClusterForum 2011 im historischen MAN-Museum in Augsburg statt. In Fachvorträgen und einer anschließenden Podiumsdiskussion analysieren die Referenten die zukünftige Stellung von Druckprodukten im Werbemix.
 ▶ www.cluster-print.de

**IRD-Fachtagung
PAPIER & LOGISTIK
AM 8. NOVEMBER IN HANAU**

Innovationen, die einen Vorsprung im Offsetdruck ermöglichen und für ein Mehr an Wirtschaftlichkeit und Qualität in der Produktion sorgen können, werden auf der IRD-Fachtagung ›Papier & Logistik‹ am 8. November in Hanau näher betrachtet. Dabei wird auch der aktuelle Stand des Paper Checkers präsentiert.

**Marktforum
DIE MEDIENPRODUKTION
DER ZUKUNFT«**

Die Print Media Academy lädt zum Marktforum ›Die Medienproduktion der Zukunft‹ nach Heidelberg in die Print Media Academy ein. Nachhaltiges Wirtschaften und Klimaschutz sind ein zentrales Ziel in der Medienproduktion. Das aktuelle Bestreben in der Wirtschaft und auch in der Medienproduktion ist es, Umweltbelastungen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg signifikant zu reduzieren. Bei der Erstellung von Medien bieten sich jedoch weit mehr Stellhebel an als ausschließlich eine klimaneutrale Druckproduktion. Welche das sind und wie Medienproduktionen weiterentwickelt und fit für die Zukunft gemacht werden können, erfährt man anhand anerkannter Referenten mit interessanten Fallbeispielen. Die Veranstaltung ist eine Kooperation von Star Publishing GmbH und der Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen.

**Quark eSeminar-Serie
DIE WELT DES DYNAMIC
PUBLISHING**

Quark veranstaltet eine Seminar-Serie, in der untersucht wird, warum und wie das Dynamic Publishing das traditionelle Publishing in Medienorganisationen, Kommunikationsagenturen und Unternehmen ersetzt. Die Serie wird sich damit befassen, die beste Methode für das Dynamic Publishing festzulegen, die Argumente für die Einführung der Dynamic-Publishing-Technologie zu erklären und die Auswirkungen auf den Prozess und die daran beteiligten Personen darzustellen. Die englischsprachigen Vortragsreihe präsentieren PG Bartlett, Akshay Mahajan und Mark Lewis von Quark. Sie werden von Branchenexperten wie Ann Rockley von The Rockley Group und Joann Hackos von Comtech Services begleitet. Die Termine der noch verbleibenden vier eSeminar-Veranstaltungen sind der 2. November (Digital Publishing für Unternehmen), der 16. November (Argumente für das Dynamic Publishing), der 30. November (Die Auswirkungen des Dynamic Publishing auf Menschen und Prozesse) und der 14. Dezember (Festlegen einer erfolgreichen Strategie für das Dynamic Publishing).
 ▶ www.quark.com

**Die Zukunft der Farbe
FOGRA COLOUR MANAGEMENT
SYMPOSIUM**

Am 2. und 3. Februar 2012 lädt die Fogra zur dritten Auflage des Colour Management Symposiums nach München ein. Es berichten international anerkannte Experten aus der Forschung und Praktiker in über 20 Vorträgen über die neuesten Erkenntnisse und Produkte auf dem Gebiet des Farbmanagements. Schwerpunktmäßig befassen sich sieben Themenblöcke mit den Herausforderungen des Farbmanagements für den klein- und großformatigen Digitaldruck sowie für konventionelle Druckverfahren. Neue Ansätze bei der Datenaufbereitung, -prüfung und -korrektur, einheitliche Farberscheinung über unterschiedliche Ausgabeverfahren und Bedruckstoffe, praktische Strategien zur Prozesskontrolle für den Digitaldruck, Farbwiedergabe auf dem Bildschirm und die Farbbehandlung im Textildruck sind nur einige Themen des Symposiums.
 ▶ www.fogra.org



**Neuer DFF-Praxisworkshop
WISSEN AUF GEBIETEN
ELEKTRONISCHER DISPLAYS**

Mit dem DFF-Praxisworkshop ›Flachdisplays: Grundlagen und Anwendungen 2 – Advanced Technologies‹ bietet das Deutsche Flachdisplay-Forum (DFF) im VDMA eine Aus- und Weiterbildungsveranstaltung an. Der Workshop wird in Kooperation mit Prof. Dr. Karlheinz Blankenbach am 10. und 11. November 2011 an der FH Pforzheim veranstaltet. Ziel ist die praxisnahe Vermittlung von Grundlagen zu Flachdisplays und ihrer Anwendung. Der Kurs ist in vier Themenblöcke aufgeteilt. Zunächst werden die Grundlagen der LCD-Display Produktion sowie ausgewählte neue Technologien wie 3D, Touch Displays und e-paper thematisiert. Für die Anwenderseite wird auf Messtechnik und Ansteuerung eingegangen. Die jeweiligen Themen werden in praxisbezogenen Vorträgen von Experten aus der Industrie und Forschung vorgestellt. Der Workshop findet in deutscher Sprache statt, alle Teilnehmer erhalten einen ausführlichen Tagungsband. Am Abend des ersten Tages ist ein ›Networking-Dinner‹ geplant.
 ▶ <http://training.displayforum.de>



Die Kunst des Lichtdrucks ORIGINALE WERKE VON ZEHN ZEITGENÖSSISCHEN KÜNSTLERN

Unter dem Titel ›Die Kunst des Lichtdrucks‹ zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig ab dem 23. November 2011 originalgrafische Werke von zehn zeitgenössischen Künstlern. Die Eröffnung findet am 22. November 2011, 18 Uhr statt. Bereits zum vierten Mal veranstaltet der Bund Bildender Künstler Leipzig e. V. und der Lichtdruck-Kunst Leipzig e. V. in diesem Jahr das Lichtdruck-Symposium (17. bis



Die Fülle an Halbtönen und die sehr feine Farbauflösung kennzeichnen das aufwändige Handwerk des Lichtdrucks, das heute nur noch in Leipzig und Kyoto gepflegt wird.

28. Oktober 2011). Der zweiwöchige Workshop bot den fünf von einer Jury ausgewählten Künstlern Bettina Franke, Ruth Mairgunther, Marko Raffler, Britta Schulze und Christiane Werner die Möglichkeit, sich intensiv mit der besonderen Technik des Lichtdruckverfahrens auseinanderzusetzen.

Die Ergebnisse des Workshops und weitere aktuelle Arbeiten der Künstler präsentiert die Ausstellung ›Die Kunst des Lichtdrucks‹.

Ergänzend werden die bisher nicht gezeigten Werke des 3. Leipziger Lichtdruck-Symposiums aus dem Jahr 2010 ausgestellt. Hierbei handelt es sich um Originalgrafiken der Künstler Franziska Möbius, Robert Pasitka, Karin Pietschmann, Vicky Ritter und Ulrike Schuckmann.

➤ www.druckkunst-museum.de

International Converting Exhibition ICE Europe 2011

MEHR AUSSTELLER, MEHR FLÄCHE, MEHR ANGEBOT IN MÜNCHEN

Für Besucher der ICE Europe, die vom 8. bis 10. November 2011 auf dem Messegelände München stattfindet, gibt es in diesem Jahr ein noch größeres Angebot an neuen Produkten und Systemen zur Veredelung sowie Verarbeitung von flexiblen Materialien. Unter den 380 Ausstellern aus 22 Ländern befinden sich rund 100 Neuaussteller. 43% aller Aussteller kommen aus dem Ausland, mehrheitlich aus Italien, Großbritannien, den USA, der Schweiz, den Niederlanden und Frankreich. Die Messe belegt eine Ausstellungsfläche von 9.800 m².



»Als Veranstalter sind wir stolz, dass wir dieses Jahr die größte Fachmesse für die Converting-Industrie präsentieren können. Auf dem neuen Ausstellungsgelände kann die ICE Europe 2011, verglichen mit der Vorveranstaltung, 16% mehr Aussteller und 22% mehr Fläche vorweisen«, erklärt Nicola Hamann, Messedirektorin ICE Europe, im Namen des Veranstalters Mack Brooks Exhibitions.

»Als internationale Leitmesse der Branche wird die ICE Europe von Converting Fachleuten als Trendbarometer gesehen. Rohstoffmangel, steigende Energiekosten sowie die Verarbeitung von neuen Materialien spielen derzeit in der Produktion eine große Rolle. Lösungen zur Effizienzsteigerung, zur Materialreduzierung sowie nachhaltige Fertigungsprozesse unter Einsatz von umweltfreundlichen, vollständig abbaubaren Materialien sind stark nachgefragt. Deshalb wird die ICE Europe 2011 ein wichtiger Marktplatz sein, um sich über aktuelle Technologien zu informieren und die richtigen Lösungen zu finden«, erläutert Nicola Hamann.

DAS AUSSTELLUNGSPROFIL der ICE Europe ist auf die Veredelung und Verarbeitung von flexiblen Materialien, wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffe gerichtet. Die Aussteller auf der ICE Europe 2011 zeigen Maschinen, Zubehör und Dienstleistungen zur Beschichtung und Kaschierung, zur Trocknung/Härtung, zur Vorbehandlung, zum Schneiden/Wickeln, zur Konfektionierung sowie nicht zuletzt zu den Druckverfahren Flexo- und Tiefdruck. Daneben werden Materialien, Software, Retrofits, Betriebs-

einrichtung sowie Consulting- und Lohnverarbeitungs-Dienstleistungen angeboten.

UMFASSENDE INFORMATIONEN zur Messe sind auf der Messewebseite (www.ice-x.de) verfügbar. Mit dem Online Messeplaner können Besucher vorab ihren individuellen Hallenplan erstellen. Eine Messevorschau mit hunderten von Firmenprofilen und Produktbeschreibungen ist auf der Webseite als Download sowie als Video-vorschau erhältlich.

Impressionen von vorangegangenen Veranstaltungen der ICE Europe. Fotos: Mack Brooks Exhibitions Ltd.

Am 9. November 2011 findet während der Messe eine Konferenz zum Thema ›Nachhaltige Verpackung – Prozesse und Materialien‹ statt. Die Konferenz wird vom Fraunhofer Institut organisiert; Information zum Programm und zur Teilnahme ist ebenfalls auf der ICE Webseite verfügbar.

Die ICE Europe 2011 findet in den Hallen B5 und B6 auf dem Münchener Messegelände statt. Eingang zur ICE Europe ist der Eingang Ost, der direkten Anschluss zur Münchener U-Bahn hat. Das Messegelände in München ist sowohl vom Stadtzentrum wie auch vom Flughafen aus leicht erreichbar. Während der Messe verkehren Pendelbusse zwischen dem Flughafen und dem Messegelände.

DIE ÖFFNUNGSZEITEN der ICE Europe sind Dienstag, 8. November, und Mittwoch, 9. November 2011, jeweils von 9:00 bis 17:00 Uhr; am Donnerstag, 10. November 2011, von 9:00 bis 16:00 Uhr.

Eintrittskarten sind im Vorverkauf verbilligt auf der Webseite erhältlich. Karten im Vorverkauf kosten 30 €, auf der Messe selbst 45 €.

➤ www.ice-x.de



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
03. 11.	Heidelberg PMA, Kompetent über Printdesign sprechen	Heidelberg
03. 11.	f:mp, Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion	Stuttgart
03. 11.	tgm, Bildoptimierung an drei Abenden – 2) Bilder vorbereiten	München
05. 11.	tgm, Screen Design – Part Eins – CSS und HTML	München
07. 11.	Heidelberg PMA, Web-tot-Print für Auftraggeber	Heidelberg
08. 11.	zdm-bayern, Anwendungstechnik: Druck unter der Lupe	Ismaning
08. 11.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Bregenz
08. 11.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Frankfurt
08. 11.	Heidelberg PMA, Einstieg in Web-to-Print Produktion	Heidelberg
09. 11.	zdm-bayern, Das Telefon als Wettbewerbsvorteil nutzen	Ismaning
09. 11.	Ink Academy, Scheuern – Letzte Neuigkeiten	Delmenhorst
09. 11. - 10. 11.	Heidelberg PMA, Druckqualität fachkundig beurteilen	Heidelberg
10. 11.	Ink Academy, Tobacco Packaging Printing	München
10. 11.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	Frankfurt
10. 11.	Ink Academy, Farben und Lacke für Tabakverpackungen	München
10. 11.	tgm, Bildoptimierung an drei Abenden – 3) Bilder korrigieren	München
10. 11. - 11. 11.	zdm-bayern, Kalkulationsgrundkurs zur Preisermittlung von Druckprodukten	Ismaning
11. 11.	tgm, Von der Kunst, edel zu drucken – Besuch bei HPH und Rieker	Leinfelden
11. 11.	Heidelberg PMA, PDF/X-4 Problemlösungen und neue Möglichkeiten	Heidelberg
14. 11.	Fogra, Farbverbindlicher Softproof – Workshop	München
15. 11.	zdm-bayern, Immer aktuell, doch oft falsch gemacht – der Vertragsschluss	Ismaning
15. 11. - 18. 11.	Heidelberg PMA, Print Buyer University	Heidelberg
16. 11.	zdm-bayern, PDF Spezial: PDF/X4: Der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Ismaning
16. 11. - 17. 11.	zdm-bayern, Von InDesign auf's iPad – E-Books erstellen	Ismaning
17. 11.	zdm-bayern, PDF-Masterclass	Ismaning
17. 11.	cleverprinting, Illustrator Einsteiger-Schulung	Frankfurt
17. 11.	Heidelberg PMA, Die Medienproduktion der Zukunft	Heidelberg
17. 11.	Ink Academy, Scheuern – Letzte Neuigkeiten	Stuttgart
18. 11.	cleverprinting, Illustrator-Schulung	Frankfurt
18. 11.	tgm, Typopassion – Im Rausch der Zeichen	München
18. 11.	zdm-bayern, Zeitschriften- und Magazingestaltung für iPad & Co.	Ismaning
18. 11.	tgm, Webfontday 2011 – Die Revolution frisst Ihre Kinder	München
21. 11.	Fogra, CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
21. 11.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT	Hofheim
21. 11.	zdm-bayern, Update auf Photoshop CS 5	Ismaning
21. 11. - 22. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen – kompakt	München
22. 11.	Heidelberg PMA, Professionelles Marketing für Druckereien	Heidelberg
22. 11.	zdm-bayern, Update auf InDesign CS 5	Ismaning
23. 11.	zdm-bayern, Photoshop Spezial: Professionelle Farbkorrekturen im Druck	Ismaning
23. 11.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Braunschweig
23. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Fehler vermeiden – Kosten senken	München
23. 11. - 24. 11.	zdm-bayern, Von InDesign auf's iPad – Digitale Magazine erstellen	Ismaning

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- › www.onevision.com
- › www.print-media-academy.de
- › www.fogra.org
- › www.tgm-online.de
- › www.ink-academy.de
- › www.zdm-bayern.de
- › www.cleverprinting.de
- › www.f-mp.de

manroland PraxisDialog 39
**BEDRUCKSTOFFE IM ZENTRUM
 DER QUALITÄTSSICHERUNG**

Wenn die Qualität nicht passt, stellt sich oft die Frage: Woran lag es? Am Bedruckstoff? An der Druckmaschine? An der Druckfarbe oder am Lack?

Die Wahrheit liegt oft in der Mitte. Und letztlich kann niemand haftbar gemacht werden. Umso wichtiger ist Vorbeugung. Durch Aufklärung über Bedruckstoff-Eigenschaften. Durch das Erkennen von Zusammenhängen verschiedener Faktoren



im Druckprozess. Tipps und Tricks von Fachleuten aus den einzelnen Bereichen und von Anwendern geben Sicherheit bei der Auswahl passender Bedruckstoffe.

Der PraxisDialog Nr. 39 am 10. November 2011 in Offenbach zeigt Möglichkeiten und Grenzen verschiedener Bedruckstoffe im Zusammenspiel mit anderen Systemkomponenten und gibt Tipps bei der Bedruckstoffauswahl im Bogenoffset. Zielgruppen sind technische Leiter, Qualitätsmanager, Einkäufer, Produktionsverantwortliche bei Druckereien, Agenturen und Markenartiklern.

› www.manroland.com



SVI Pharma-Verpackungsforum PHARMA UND VERPACKUNG – TRENDS FÜR DIE ZUKUNFT

Individualisierung der Medikation als Hebel für eine Verbesserung der Compliance, Serialisierung – Anforderungen an eine Supply Chain für individualisierte Medikationen von der Herstellung bis zum Anwender – und Fälschungssicherheit sowie Qualitätssicherung – Aspekte beim Herstellen und In-den-Verkehr bringen von individualisierter Medikation sind die Kernthemen der Veranstaltung.

Das 6. SVI Pharma-Verpackungsforum bietet eine Basis für den Informationsaustausch zwischen der pharmazeutischen Industrie und den zuliefernden Industriezweigen. Beide Seiten erhalten die Möglichkeit, sich über neue Entwicklungen aus dem jeweils anderen Bereich zu informieren.

Das SVI organisiert – gemeinsam mit fial – zudem in Zürich eine wichtige Veranstaltung zum Thema ›Lebensmittelsicherheit und Verpackung‹, an der auch Behörden informieren. Nachdem ein Großteil der Verpackungen in den Food-Bereich gehen und die Selbstverantwortung der Industrie (Compliance) künftig hoch gewichtet ist, wird die Zusammenarbeit in der Lieferkette zentral.

Termin ist der 23. November 2011 im Hotel Spürgarten, Zürich-Altstetten.

› www.svi-verpackung.ch

GKS prämiert Kaufkalender GRAPHISCHER KLUB STUTTGART VERGIBT 67 PREISE

Wie der Graphische Klub Stuttgart mitteilt, haben bei der traditionell vorgezogenen Jurierung der Kaufkalender für das Jahr 2012 insgesamt 67 Kalender einen Preis bekommen. Die Verlage können damit noch vor der eigentlichen Kalenderpräsentation im Januar 2012 für ihre ausgezeichneten Kalender werben.

Mit der jetzt erfolgten Auszeichnung der Kaufkalender 2012 und



dem großen Kalenderwettbewerb, der im Januar 2012 unter Einbeziehung der Werbekalender stattfindet, wird sich auch das Erscheinungsbild der bisherigen Internationalen Kalenderschau in Stuttgart ändern. Die Kalenderschau 2012 wird nicht nur ein neues Gesicht sondern auch einen neuen Namen und ein neues Logo bekommen. In Anlehnung an Papst Gregor XIII, der im Jahre 1582 den noch heute gültigen gregorianischen Kalender einführte, wird aus der Kalenderschau der gregor international calendar award.

Konica Minolta

VIRTUELLES UNTERNEHMEN – ECHTE WORKFLOWS

Auf der Solution Lounge präsentiert Konica Minolta seit 23. August und noch bis 15. Dezember 2011 das virtuelle Unternehmen GiveIT GmbH – Werbemittelproduktion und Vertrieb. Das Unternehmen ist zwar virtuell, die vorgestellten Workflows sind jedoch real und sollen Besuchern zeigen, wie sie ihre Prozesse einfacher und effizienter gestalten können. Dementsprechend lautet das Motto der Solution Lounge 2011 auch ›workflows@business‹.

So werden beispielsweise Rechnungs-, Bestell- und Korrespondenzeingänge digitalisiert, indiziert und automatisiert in den entsprechenden Ordnern abgelegt sowie revisionsicher archiviert. Es wird gezeigt, dass zur Rechnungsprüfung kein Papierverkehr mehr per Hauspost notwendig ist und wie



Das Porsche-Museum in Stuttgart, eines der Solution Lounge Locations.

dies elektronisch erfolgt. Die Besucher erfahren zudem, wie die Poststelle als zentrale Hausdruckerei fungieren kann. Zudem wird präsentiert, wie entstandene Druckkosten den jeweils verursachenden Abtei-

lungen zugeordnet werden. Auch sicheres und mobiles Drucken wird Bestandteil der Workflows sein.

Am 23. August startete die Konica Minolta Solution Lounge auf dem Nürburgring. Folgende Termine stehen noch aus:

- 8. November – Porsche Museum, Stuttgart
- 17. November – Colosseum Theater, Essen
- 24. November – SAP Arena, Mannheim
- 29. November – MACE, Unterföhring bei München
- 1. Dezember – Projekt Lux - Junge Kirche, Nürnberg
- 15. Dezember – ratiopharm arena, Neu-Ulm

› www.konicaminolta.de

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCK  **MARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher

→ 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!

