

DRUCK MARKT

28. Oktober 2012

impressions 58

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



worldwide published



Renovierungsbedarf? Die Zeitung im Veränderungsprozess

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Publishing: Erst der Inhalt, dann die Technik. Seite 16.

Medientechnik: World Publishing Expo 2012. Seite 22.

Print: Offset und Inkjet ziehen an einem Strang. Seite 28.

Print & Finishing: Werte erhalten. Seite 34.

Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 46.

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt.ch 

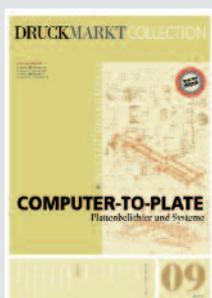
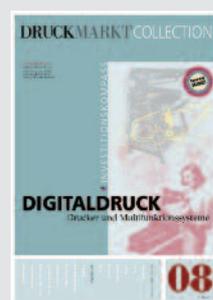
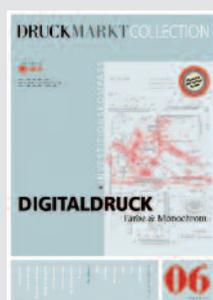
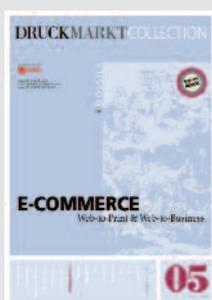


DIE Schlaumacher

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« bündelt »Druckmarkt« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

www.druckmarkt.com



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 19,90 Euro (24.90 CHF) zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



Renovierungsbedarf bei den Zeitungen?

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 07 Ryobi übergibt den Vertrieb an Ferrostaal
- 09 Branche rechnet mit anhaltendem Preisdruck
- 11 Zeitungen 2012/13: Zahlen, Daten, Fakten
- 12 Menschen

Publishing

- 14 The Publishers Market
- 16 Erst der Inhalt, dann die Technik
- 18 E-Paper oder App?
- 20 Viel Effekt bei wenig Aufwand
- 22 World Publishing Expo 2012

Print & Finishing

- 28 Offset und Inkjet ziehen an einem Strang
- 32 Rund um den wasserlosen Zeitungsdruck
- 33 Ein Rohdiamant für maschinelles Einstecken
- 34 Werte erhalten
- 36 Update der bestehenden Maschine
- 38 Kein Widerspruch: Tradition und Moderne
- 41 Colorman e:line in Kempten auf Kurs
- 42 Nachrichten

Termine, Bildung & Events

- 46 Terminkalender
- 47 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen
- 51 Business to Business

Drücken wir es einmal ganz vorsichtig aus: Die Zeitungsindustrie sucht seit geraumer Zeit nach Möglichkeiten, ihre Produktionsumgebungen zu optimieren und gleichzeitig ein ausgewogenes sowie profitables Verhältnis zwischen der konventionellen Druckproduktion und dem digitalen Publishing zu realisieren.

Doch dabei scheinen Welten aufeinander zu prallen. Was die schwere Technik angeht, dürfte eine Optimierung vielen Zeitungshäusern bereits gelungen sein. Doch was das Thema eines profitablen digitalen Publishing angeht, besteht offenbar noch erheblicher Diskussionsbedarf. Denn die gedruckte Zeitung steht bei einigen Medienmanagern einmal mehr in der Kritik, nachdem die Auflagen weiter sinken.

Zwar scheint in der Verlagswelt Übereinstimmung zu herrschen, dass Apps, das Digitalgeschäft und Paid-Content richtig und wichtig sind – doch unterscheiden sich die Einschätzungen massiv, wenn es um die Perspektiven von Print geht. Für die einen ist Print weiterhin eine tragende Säule auch für das zukünftige Geschäft, für andere ist Print ein Auslaufmodell. Im Moment noch wichtig (weil umsatzträchtig und profitabel), tendenziell aber immer weniger. An der einen und der anderen Denkrichtung in der Verlagswelt wird sich wohl so schnell nichts ändern.

In dieser Ausgabe wollen wir uns deshalb auch gar nicht den Geschäftsmodellen im Verlagsbereich widmen, sondern mehr den Techniken zuwenden, die heute gebraucht werden. Und da besteht offenbar genügend Renovierungsbedarf. Denn es wäre sicherlich unklug, die Drucktechnik schleifen zu lassen und sich statt dessen nur noch digital zu geben.



Ihr Druckmarkt-Team
Klaus-Peter und Julius Nicolay

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 2012



Fedrigoni hat sein exklusives Sortiment auf der Frankfurter Buchmesse ausgestellt. Fedrigoni konnte einen starken Anstieg der Besucherzahl mit einer durchweg positiven Resonanz feststellen. Präsentiert wurde unter anderem der Fedrigoni-Verlagsfächer, der über 70 Papiere rund um die Buchgestaltung enthält.



Kama hat eine neue Website mit Videos, Veredelungsbeispielen und dem ersten ›Maschinenfinder‹ für Druckweiterverarbeitung. Mit diesem interaktiven Konfigurator lässt sich herausfinden, welche Maschinenausstattung die gewünschten Finishing-Aufgaben unterstützt. www.kama.info



Das Poster ›The Beautifulk‹ des Prägeföliensherstellers Kurz wurde bei zwei Awards ausgezeichnet. Das Motiv des Posters, das eine luxuriös geschmückte junge Frau zeigt, wurde speziell entwickelt, um Veredelung als reizvolle Zierde zu präsentieren und zu zeigen, wie edle Verhüllung Schönheit unterstreicht.



Kama ist Vorzeigebispiel für die Initiative ›5000 x 50‹, die Regierungschef Tillich vor zwei Jahren gemeinsam mit der sächsischen Landesarbeitsagentur, Gewerkschaften und Partnern aus der Wirtschaft auf den Weg gebracht hat. Ziel der Initiative ist es, mehr Menschen im Alter von über 50 Jahren in Beschäftigung zu bringen. Auf dem Bild erläutert Kama-Geschäftsführer Steffen Pieper Ministerpräsident Stanislaw Tillich und Arbeitsagenturchefin Jutta Cordt den Antrieb der Kama-Stanzmaschinen. Anlass für den Besuch war die Personalpolitik des Maschinenbauers, der auch Fachkräften der Generation 50 plus eine Chance gibt.



Die Achilles Präsentationsprodukte GmbH bietet ab sofort die neue und kompakte Innovationsbox. Mit der 35 x 19 x 31 cm großen Box können 19 verschiedene Verpackungsarten und über 40 Druckveredelungskombinationen gezeigt werden. Ob Box, Schreib-, Presse- oder Fächermappe, Multimediapack, Stehsammler, Schubler, Faltschachtel oder Klappkassette – alle Verpackungsvarianten sind in einem leicht zu transportierenden Koffer mit Magnetverschluss untergebracht. Neben Spezial-Matt, Iridium-, Relief- und Strukturlacken werden Fensterkaschierung, Spezial-Soft, Flock und weitere hochwertige Veredelungsmöglichkeiten auf den Verpackungen gezeigt.



Neben einem breiten Angebot an Hardware, Medien, Displays und Tools der Marke euromedia bietet Fujifilm auch Lösungen für Befestigungssysteme. Zurückgreifen können die Fujifilm-Experten dabei auf die Produkte ihrer Partner von SignWare und jetzt ganz neu Burkhardt Leitner.



Deutsche Papier erweitert ihre Produktfamilie Hello um eine weitere Bilderdrucksorte. Hello Hot Silk New ist ab sofort exklusiv beim Augsburger Großhändler erhältlich. Das dreifach gestrichene Papier bietet schnelles Farbwegschlagverhalten, hohe Opazität und Oberflächen-glätte.



Die Edelman Gruppe hat ein Projekt mit dem Label ›Verpackung CO₂ kompensiert‹ realisiert. Für eine Kosmetikmarke produzierte der Verpackungshersteller ›Green Luxury‹ Faltschachteln nach Vorgaben des Konzepts zur prozessübergreifenden CO₂-Bilanzierung. Ergebnis ist die CO₂-kompensierte Verpackung.

IFRA Expo & Conference
29 - 31 Oct, Frankfurt, Germany

World Publishing Expo 2012

Die führende Technologie-Messe für Lösungen
rund um das Publizieren auf Tablet-Computern,
Mobiltelefonen, in gedruckter Form und online.



Deutsche Papier

BAUBEGINN DES NEUEN LOGISTIKZENTRUMS

Mit dem traditionellen Spatenstich hat Deutsche Papier am 8. Oktober mit dem Bau des neuen Logistikzentrums in Biebesheim begonnen. Der Standort in Südhessen soll Platz schaffen für Wachstum des Papiergroßhändlers und ein breiteres Servicespektrum bieten. Im April 2013 soll das Logistikzentrum eröffnet werden.

Vertriebsvereinbarung

ESKO UND IGEPA ADOC MACHEN GEMEINSAME SACHE

Seit 10. Oktober 2012 vertreibt die Igepa Adoc AG das Kongsberg-Portfolio für die digitale Weiterverarbeitung exklusiv in der Schweiz und Liechtenstein. Igepa Adoc vertreibt bisher Hersteller wie Roland, 3M, Orafol, Sigmajet, Flexa, Rolls-Roller etc. und betreibt drei Standorte in der deutsch- und französisch-sprechenden Schweiz.

Laserline Druckzentrum

TEENAGER MIT ZWEI PRODUKTIONSSTÄTTEN

In diesem Herbst feiert das Berliner Druckzentrum Laserline sein 15-jähriges Bestehen. Aus dem kleinen Fünf-Mann-Betrieb ist die größtmittelständische Druckerei der Hauptstadt geworden, die an zwei Produktionsstätten jedes Jahr fast 90.000 Druckaufträge aus dem In- und Ausland abwickelt.

➤ www.laser-line.de

Bobst

VERTRETUNGSVEREINBARUNG ERGÄNZT DAS ANGEBOT

Bobst hat mit Impack Packaging Equipment Design eine Vertretungsvereinbarung abgeschlossen, die es dem Unternehmen ermöglicht, die Abpackanlagen Virtuo und Ergosa von Impack weltweit zu verkaufen. Die Impack Anlagen ergänzen die Reihe der derzeit von Bobst angebotenen Abpacklösungen.

Weichenstellung für die drupa MESSE DÜSSELDORF DEMENTIERT GERÜCHTE

Zurzeit kursieren in der Branche zahlreiche Gerüchte und Spekulationen um die drupa. Dies veranlasste die Messe Düsseldorf zu einer Klarstellung, worin demontiert wird, dass die nächste drupa im Jahre 2015 stattfindet. »Richtig ist, dass wir derzeit im Dialog mit internationalen Ausstellern und Besucher-Verbänden verschiedene Optionen prüfen, wie die drupa der Zukunft zu gestalten ist. Neben inhaltlichen Weichenstellungen und einer möglichen Laufzeitverkürzung ist auch zu klären, ob der drupa-Zyklus von vier auf drei Jahre verändert werden soll«, so der Wortlaut der Mitteilung. Diese wichtigen Weichenstellungen treffe die Messe Düsseldorf – wie stets im Lauf der mehr als 60-jährigen Geschichte der drupa – in sorgfältiger Abstimmung und im Dialog mit der Branche. Hierüber wird das drupa-Komitee in seiner nächsten Sitzung am 2. November 2012 entscheidend beraten und informieren.

➤ www.messe-duesseldorf.de

Druck- und Medienverbände BRIEFUMSCHLAGINDUSTRIE TRITT KLIMAINITIAIVE BEI

Der Bundesverband Druck und Medien und der Verband Deutscher Briefumschlagindustrie (VDBF) sowie die Global Envelope Alliance (GEA) mit Sitz in den USA, kooperieren in der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Damit nutzen nun auch die Unternehmen der deutschen und weltweiten Briefumschlagindustrie den Klimarechner der Druck- und Medienverbände und bieten ihre Produkte klimaneutral an.

Klaus Schulz, Geschäftsführer des VDBF: »Für unsere Mitgliedsunternehmen und deren Kunden hat das Thema Nachhaltigkeit einen besonderen Stellenwert. Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich. Unsere Produktionsprozesse werden kontinuierlich verbessert, um einen effizienten Umgang mit unseren Ressourcen zu gewährleisten. Die Ermittlung seriöser Angaben der mit Druckaufträgen verbundenen CO₂-Emissionen durch den Klimarechner der Verbände ist für uns eine sinnvolle und richtungweisende Initiative.«

➤ www.klima-druck.de

➤ www.vdbf.org

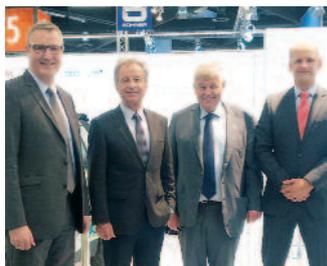
➤ www.globalenvelopealliance.org

➤ www.bvdm-online.de

Kooperation

FFI UND PRINTXMEDIA SÜD GMBH ARBEITEN ZUSAMMEN

Der FFI und die printXmedia Süd arbeiten zukünftig im Service- und Beratungsangebot intensiv zusammen. Auf der FachPack in Nürnberg wurde die Kooperation, nach der sich der FFI an der printXmedia Süd GmbH beteiligen wird, bekannt gegeben. Die printXmedia Süd GmbH ist in Technik, Betriebswirtschaft und Umwelt spezialisiert auf die Druck- und Medienindustrie sowie die Papierverarbeitung. Als Fach-



FFI und printXmedia Süd schließen Kooperationsvertrag (v. l.): Christian Schiffers (FFI Geschäftsführer), Lothar Ruhnke (FFI Vorstandssprecher), Michael Hüffner (Geschäftsführer vdm Baden-Württemberg), Jens Meyer (Geschäftsführer printXmedia Süd).

verband ergänzt der FFI sein Leistungsangebot um weitere Facetten im Bereich des Know-how-Transfers für seine Mitgliedsunternehmen.

➤ www.ffi.de

➤ www.inspiration-verpackung.de

flyeralarm

20.000 TONNEN CO₂ AUSGEGLICHEN

Nach zweieinhalb Jahren zieht flyeralarm eine positive Bilanz aus der Einführung des klimaneutralen Drucks: Bei mehr als 400.000 Bestellungen hätten sich die Kunden bisher für den klimaneutralen Druck entschieden. Dadurch seien rund 20.000 t CO₂ kompensiert worden – Tendenz steigend.

»Durch den klimaneutralen Druck geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, einen wichtigen Beitrag für die Umwelt zu leisten und die eigene CO₂-Bilanz zu verbessern«, sagt Tanja Hammerl, Geschäftsführerin von flyeralarm. Im Mai 2010 hatte flyeralarm als erste Online-Druckerei in Deutschland den klimaneutralen Druck angeboten.

Neben diesem Angebot trägt flyeralarm nach eigenen Angaben auch selbst zur Verminderung von CO₂-Emissionen bei: Neben dem effizienten Herstellungsverfahren setzt das Unternehmen mehr und mehr umweltfreundliches Material ein, reduziert den Verpackungsmüll, vermeidet Lkw-Leerfahrten und nutzt die Maschinenabwärme zur Heizung einer Produktionshalle.

➤ www.flyeralarm.de



Ryobi übergibt den Vertrieb an Ferrostaal

Nachdem die C. Illies & Co. KG kürzlich mitteilte, den Geschäftsbetrieb der Illies Graphik zum 31. Dezember 2012 aufzugeben und damit auch nicht mehr wie bislang als Generalimporteur von Ryobi-Druckmaschinen zur Verfügung stehe, etabliert Ryobi in Europa eine neue Vertriebsstruktur. Die Vertriebsrechte werden an das Unternehmen Ferrostaal übertragen.

Die Generalvertretung und Vertriebsrechte betreffen Deutschland, Polen, Russland, Ukraine, Weißrussland und die baltischen Staaten Litauen, Estland und Lettland. Ferrostaal ist schon seit 15 Jahren Vertriebspartner für Ryobi in Nord- und Südamerika und hatte zudem im vergangenen Jahr die Generalvertretung für USA und Kanada übernommen. »Mit der Erweiterung auf den deutschen und die osteuropäischen Märkte sind wir nun im Druckmaschinengeschäft global aufgestellt«, sagt Bernd Ahlmann, Leiter Equipment Solutions bei Ferrostaal.

Demgegenüber bedauert Illies Graphik in einem Rundschreiben die Entscheidung: »Leider ist es uns trotz intensivster Bemühungen nicht gelungen, Ryobi von einer Neugründung auf der Basis des bestehenden Team zu überzeugen«, informierte Dr. Horst Steppat, General Manager von Illies Graphik die Geschäftspartner.

Die Länder Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland und Island werden in Zukunft direkt durch Ryobi betreut. Für die Schweiz und Österreich bleibt die Schweizer Chromos AG weiterhin als Partner verantwortlich.

FERROSTAAL – KEINE UNBEKANNTE Ferrostaal baut mit den Vertretungen in Europa das Druckereimaschinengeschäft aus. Dabei ist Ferrostaal in der grafischen Branche keine unbekannt GröÙe und war lange Zeit Vertriebspartner von manroland. Die fast 50 Jahre Branchenerfahrung resultieren aus der Übernahme des Händlers Intergrafica, der von Lateinamerika nach Asien, Afrika und Australien expandierte. Ferrostaal gehörte lange Zeit zur GHH Gutehoffnungshütte, einem Vorgängerunternehmen von MAN. 2009 veräußerte MAN 70% der Ferrostaal-Anteile an eine Investmentgesellschaft, kaufte diese aber wegen der Korruptionsaffäre um den Verkauf von U-Booten (Ferrostaal wurde zu einem Bußgeld von rund 140 Mio. € verdonnert) wieder zurück. Im Zuge der Entflechtung aus dem MAN-Konzern kündigte manroland 2009 den Vertretungsvertrag mit Ferrostaal. Im März 2012 übernahm das Hamburger Handelshaus MPC Münchmeyer Petersen & Co. das Unternehmen. Mit rund 4.300 Mitarbeitern erwirtschaftete Ferrostaal 2010 einen Umsatz von 1,8 Mrd. €, der 2011 bei noch rund 1,0 Mrd. € lag.

› www.ferrostaal.com



RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!



Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

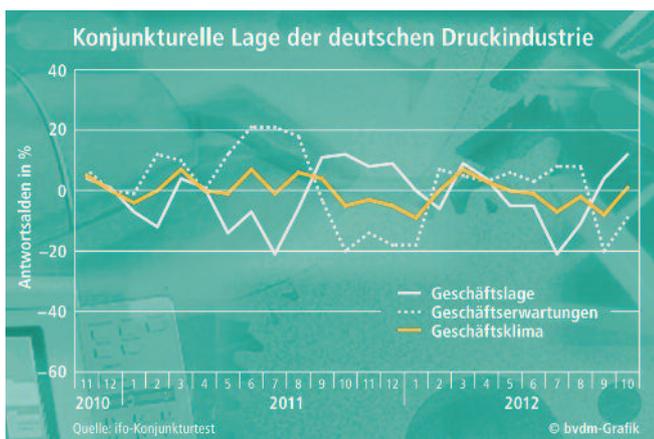
**Graphische
Maschinen**

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050



manroland VERKAUF GESCHEITERT Die Verkaufsverhandlungen für das Plauener Werk von manroland sind nach einem Bericht der ›Freien Presse‹ erneut gescheitert. Damit bleibt die Zukunft des traditionsreichen Druckmaschinenherstellers im Vogtland weiter ungewiss. Nach der Insolvenz von manroland vor knapp einem Jahr erhielt in Plauen jeder Zweite der rund 700 Mitarbeiter die Kündigung. Potenzielle Investoren, mit denen über den Standort verhandelt wurde, machten bisher alle Rückzieher. Zuletzt hatte sich nach dem Bericht der in Chemnitz erscheinenden Tageszeitung ein Hersteller von Maschinen zur Druckweiterverarbeitung um die Plamag beworben.

Konjunkturtelegramm STIMMUNG BESSER Den zweiten Monat in Folge haben sich die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie verbessert: im Oktober um weitere 8% auf 12 % der Antwortsalden. Im Oktober 2011 waren sie gleichhoch. Denn die Beurteilungen der Nachfrage und des Auftragsbestandes des Vormonats sind mit +9% beziehungsweise +5% nahezu konstant geblieben. In der Gesamtindustrie beträgt die Geschäftslagebeurteilung +4%, hat sich im



Vergleich zum September um 7% verschlechtert und wird damit schlechter eingeschätzt als in der Druckindustrie, meldet der bvdM. Das Geschäftsklima liegt mit +1% über der Nulllinie. Auch die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind mit 2% der Antwortsalden leicht verbessert. Die Geschäftserwartungen, die seit Februar 2012 durchgängig positiv waren, sind den zweiten Monat in Folge negativ, aber um 11% auf -9% verbessert. Im Oktober erwarten 15% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, aber 24% eine Verschlechterung, 61% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen um 11% schlechter.

E-Books NUTZUNG LEGT ZU 11% der Deutschen konsumieren inzwischen E-Books über Tablet-PCs, Smartphones und E-Reader – mehr als doppelt so viele wie noch 2010. Noch stärker verbreitet sind mit 13% Zeitungen in Form von Apps und E-Papers auf mobilen Geräten. Das geht aus einer Studie hervor, die Forsa im Auftrag des Hightech-Verbands Bitkom durchgeführt hat. Die Nutzung der E-Books zieht sich danach gleichmäßig durch alle Altersgruppen mit Ausnahme der Generation 60 plus. Bei dieser liegt der Anteil der elektronischen Leser derzeit bei 3%.

Druckfarben KEINE ENTSPANNUNG AN DER PREISFRONT

Die Druckfarbenhersteller in Europa leiden nach eigenen Angaben noch immer unter den Folgen der massiven Rohstoffpreiserhöhungen der letzten zwei Jahre. Die Kosten für chemische Vorprodukte, die für die Produktion von Druckfarben benötigt werden, verharrten auf einem Allzeithoch, bestätigte der europäische Druckfarbenverband EuPIA. In den Jahren 2010 und 2011 seien die Rohmaterialpreise insbesondere für Bindemittel und Pigmente um mehr als 10% pro Quartal gestiegen und damit über eine Zweijahresperiode um 80% gestiegen. Seit Anfang 2012 gingen die Wachstumsraten der Kostensteigerungen zwar zurück, trotzdem blieben Rohmaterialien aller Art extrem teuer. Die Druckfarbenhersteller berichten über Gesamtpreiserhöhungen in Europa von mehr als 15% für das Jahr 2010. Im Jahr 2011 stiegen die Preise nochmals um 15%. Die erste Jahreshälfte 2012 sei von moderateren Preissteigerungen von 3% bis 5% gekennzeichnet. Das dritte Quartal 2012 zeige erstmals seit vielen Jahren Preisstabilität für Rohstoffe. Rohstoffe haben einen Anteil von ungefähr 50% an den Gesamtkosten der Druckfarbenproduktion. Es ist daher unvermeidlich, dass gestiegene Preise der Hauptkomponenten von Druckfarben starken Einfluss auf die Profitabilität haben. Wie bereits in der Vergangenheit seien die EuPIA-Mitglieder bestrebt, die zunehmenden Kosten durch interne Prozessoptimierung, verbesserte Rezepturen und gesteigerte Produktionseffizienz auszugleichen. Allerdings müsse festgehalten werden, dass eine kurzfristige Entspannung der Situation nicht in Sicht sei, teilt EuPIA mit.

► www.cepe.org

›Neues Denken‹ ÜBER 1.000 BESUCHER BEIM FORUM VERLAGSHERSTELLUNG

›Neues Denken‹ – dieses Motto der Frankfurter Buchmesse 2012 kann auch als Motto des 8. Forums Verlagsherstellung zur Buchmesse gelten. Über 1.000 Fachbesucher informierten sich auf dem dreitägigen Fachforum zur Buchmesse vom 10. bis 12. Oktober in Frankfurt. Neue Geschäftsmodelle, Self Publishing, Monetarisierungsstrategien, Vernetzung zu Enhanced Books, Lean & Green, Print oder E-Books,



gekauft oder geliehen – das Forum Verlagsherstellung zur Frankfurter Buchmesse 2012 bot viele Ansätze für die Verlage und Medienhäuser der Zukunft.

In zwölf Panels diskutierten rund 70 Fachleute aus der Verlags- und Zulieferbranche zu Strategien, Produktionsprozessen und Gestaltung von innovativen, erfolgreichen Verlagsprodukten. Es zeigte Trends und Technologien, die helfen, Märkte zu erschließen. Das Fachforum für Verlagsleiter, Hersteller, Gestalter und Medienproduktionser war auch in diesem Jahr wieder der zentrale Treffpunkt rund um neue Trends und Publishing Services. Mit zwei konzeptionellen Neuerungen und Erweiterungen ging das Forum in diesem Jahr an den Start: einem international ausgerichteten, englischsprachigen Thementag sowie einem Green Publishing-Thema an allen drei Fachtagen.

► www.bvdm-online.de

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!

Herbstumfrage von Apenberg+Partner

DRUCKINDUSTRIE RECHNET MIT ANHALTENDEM PREISDRUCK

Die Konsolidierung ist noch nicht beendet – viele Betriebe der deutschen Druckindustrie rechnen wegen steigender Kosten und sinkender Abgabepreise mit schwachen Ergebnissen im Jahr 2013. Etwas positiver gestimmt sind die Zulieferer, da in ihrem Segment viele Kapazitäten abgebaut wurden.

Insgesamt 455 Unternehmen aus Druck, Verlagen und der Zulieferindustrie beteiligten sich an der Herbstumfrage des Hamburger Personal- und Unternehmensberaters Apenberg+Partner, die bereits zum zehnten Mal stattfand.

Nach dieser Umfrage erwarten im Druck 52% der Umfrageteilnehmer eine rückläufige Marktentwicklung im kommenden Jahr, 47% rechnen mit weiter fallenden Verkaufspreisen. »Es gibt offenbar immer noch zu viele Druckereien, die keine kostendeckenden Preise am Markt durchsetzen können«, kommentiert Apenberg+Partner das Ergebnis. Dies sei vor allem deshalb bemerkenswert, weil in den vergangenen zehn Jahren bereits 3.901 Unternehmen den Markt verlassen hätten.

Bei den Verlagen hat sich der Umfrage zufolge die verhaltene Stimmung aus dem Vorjahr weiter eingetrübt. Während 2011 nur 31% der Teilnehmer eine rückläufige Marktentwicklung vorhersagten, erwarten jetzt 67% einen Rückgang. Der Trend zum Ausbau der Wertschöpfungskette sei ungebrochen. 46% (Vorjahr: 41%) der Unternehmen wollen damit ihr Umsatzpotenzial vergrößern. Hier werde vor allem auf das digitale Geschäft gesetzt.

Bei der Erwartung der Ergebnisentwicklung sind die Verlage so pessimistisch wie lange nicht mehr: 44% (Vorjahr: 20%) erwarten nach der Studie einen Ergebnisrückgang. Am negativsten seien die Einschätzungen der Zeitungsverlage – 71% von ihnen gehen für 2013 von einem rückläufigen Unternehmensergebnis aus. Vor diesem Hintergrund nehme die Bereitschaft zum Personalabbau deutlich zu.

Auch die Zulieferindustrie rechnet für das kommende Jahr mit einem eher schwachen Marktumfeld. Wie im letzten Jahr erwarten 32% der Manager eine rückläufige Marktentwicklung für 2013. In Bezug auf das eigene Unternehmensergebnis dagegen zeigen sich laut Umfrage viele Unternehmen optimistisch. Erklären lässt sich das am ehesten mit der Verringerung der Kapazitäten, die zeige, dass die Branche ihre Kostenstrukturen an die geringere Nachfrage angepasst habe.

Dieser Prozess wird sich der Studie zufolge 2013 fortsetzen: 37% (Vorjahr: 20%) der befragten Unternehmen wollen ihren Personalstand reduzieren, lediglich 14% (Vorjahr: 19%) planen, neues Personal einzustellen. 45% der befragten Manager erwarten für kommendes Jahr ein höheres Ergebnis als im Vorjahr. Am zuvorsichtlichsten sind die Hersteller der Segmente Press und Papier, die jeweils zu 50% mit einem Ergebniszuwachs rechnen.

Die Studie kann gegen eine Schutzgebühr von 95 € zzgl. 19% Mehrwertsteuer als PDF bei Apenberg+Partner bestellt werden.

➤ www.apenberg.de



:Azura TS

Die chemiefreie Druckplatte von Agfa Graphics für den umweltschonenden Akzidenzdruck – leistungsstark bei niedrigen Betriebskosten.

- Kein Wasserverbrauch
- Kein Gefahrgut im Produktionsprozess
- Einleitung ins Abwassernetz möglich *
- pH-neutrale Substanzen
- minimaler Reinigungsaufwand
- stabile, vereinfachte Prozesse
- Wegfall kritischer Einflussgrößen
- Auflagenstabilität bis 100.000

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

Für mehr Informationen, schauen Sie einfach unter www.agfagraphics.de

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Germany GmbH & Co. KG
Paul-Thomas-Str. 58
40599 Düsseldorf
www.agfagraphics.de



FFI ehrt Azubis auf der FachPack HERVORRAGENDE WETTBEWERBSIDEEN

Der FFI trägt die Faltschachtel in seinem Namen. Daher liegt nichts näher, als ein zentrales Instrument der Kommunikationsmittel, die Imagebroschüre, in Form einer Faltschachtel-Verpackung herauszugeben. Da die Mitglieder oft die besten Ideen haben und junge Menschen viele frische Einfälle, hat er diese Aufgabe im Mai 2012 als Ideenwettbewerb unter den Azubis des Verbandes ausgeschrieben.



Wichtig war dabei die attraktive Präsentation des Verbands, seiner Ziele und Aktivitäten. Die Inhalte sollten zum Teil direkt auf einer cleveren Faltschachtel, zum Teil aber auch auf auswechselbaren, aktualisierbaren Bestandteilen der neuen dreidimensionalen Imagebox Platz finden. Das Ergebnis sollte die Neugier der Leser wecken, informieren und Wertigkeit ausstrahlen. Geschäftsführer Christian Schiffers freute sich, die Preise in einem attraktiven Rahmen persönlich zu übergeben: Der 1. Platz ging an Odette Hänchen (CD Cartondruck GmbH, Obersulm), der 2. Platz wurde zweimal – an Carina Klumpe (Cosack GmbH & Co. KG, Arnsberg) sowie an das Team der STI-Group, Lauterbach, vergeben.

➤ www.ffi.de

➤ www.inspiration-verpackung.de

WorldSkills-Weltmeisterschaft DIE BESTEN NACHWUCHSDRUCKER

Vom 15. bis 18. Oktober 2012 herrschte reges Treiben an der Speedmaster SX 52 im neu gestalteten Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG, dem weltweit größten Kundenvorführcentrum der Printmedien-Industrie. Die besten Nachwuchsdrucker Deutschlands traten im WorldSkills Germany-Wettbewerb gegeneinander an. Die acht Teilnehmer – darunter diesmal drei junge Frauen –



Elena Singer, Siegerin des Vorentscheidens, wird Deutschland im Juli 2013 bei den 42. WorldSkills in Leipzig vertreten.

hatten sich durch ihre IHK-Ausbildungsabschlüsse für das Finale qualifiziert und waren aus über 20 Bewerbern ausgewählt worden. Nach einem Tag Einweisung und Training an der Maschine wurde es ernst. Im Wettbewerb mussten die Finalisten an einer Speedmaster SX 52 einen vierfarbigen Druckjob unter Produktionsbedingungen herstellen. Am besten gelang dies Elena Singer von der Verlag C.H. Beck oHG, die als Siegerin aus dem Wettbewerb hervorging. Der zweite Platz ging an Maximilian Lang von der Vogeldruck & Medienservice GmbH, der dritte Platz an Clemens Brunner von der STI Verpackung GmbH.

➤ www.worldskillsgermany.com

➤ www.heidelberg.com

Graphisches Centrum Empelde UMFASSENDES KNOW-HOW UND KURZE WEGE

Im südwestlich von Hannover gelegenen Empelde wird eine Vision zur Wirklichkeit: Seit Anfang dieses Jahres gibt es das Graphische Centrum GraCE auf dem Gelände der ehemaligen Druckerei Grütter. Ins Leben gerufen hat das Projekt die Integralis Gruppe. »Wir wollten ein Netzwerk weiterverarbeitender Betriebe realisieren, das durch räumliche Nähe die Nutzung von Synergien und Know-how zum Vorteil der



Starke Partner im GraCE (v. l.): Roland Girke (Girke Logistic), Stefani Helbig (HG Logistic GmbH), Bernd Wilkening (BBW Mail & More GmbH), Torsten Riedel (Achilles), Detlev Bürger (BBW Mail & More GmbH), Norbert Dahms (Becke GmbH), Frank Volland (Integralis Gruppe) und Roland Poehl (Integralis Gruppe).

Kunden ermöglicht«, beschreibt Geschäftsführer Roland Poehl die Idee. Inzwischen konnten mehrere Partner dafür gewonnen werden. Die Unternehmen der Integralis Gruppe sorgen für die Buchbinderei, den Lettershop und das Fulfillment, Becke für die Werkzeugherstellung zum Stanzen, Prägen und Verkleben. Die Girke Gruppe zeichnet für die Logistik verantwortlich. Die Brigade Eins Markenmanufaktur ist auf Marketing und Design spezialisiert, BBW Mail & More auf Direktwerbung, Sepona auf Personal-Dienstleistungen, Technobrau auf Codierfolien. Artes et Libri sorgt für die Buchbinderei und Karton Tech für die Lieferung von Kartonaugen. Für die Sicherheit zeichnet der Sicherheitsdienstleister Servex verantwortlich.

➤ www.grace-welt.de

Heidelberger Druckmaschinen VERTRIEB STARTET SYSTEM- SERVICE-HERBSTKAMPAGNE

Ein moderner Maschinenpark leistet einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Produktivität einer Druckerei. Doch erst in Verbindung mit dem dazu passenden Dienstleistungspaket könnten Anwender das gesamte Potenzial der eingesetzten Technologien ausschöpfen. Davon ist die Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) überzeugt und startet ihre



Systemservice Herbstkampagne. Im Fokus des Angebots stehen ein Partnerbrief, mit dem sich Kunden ein maßgeschneidertes Servicepaket für ihren Maschinenpark zusammenstellen können, zudem die Remotesupport Plus Pauschale, ein Remote-Gesamtvertrag für sämtliche Heidelberg-Maschinen einer Druckerei. Diese erhalten Interessenten im Rahmen der Herbstkampagne im ersten Vertragsjahr zum Preis von 25% der üblichen Vertragsgebühr. Darüber hinaus erhalten Kunden für den Easy Check, mit dem Druckereien ihre Druckmaschinen von einem Heidelberg-Experten fachgerecht überprüfen und beurteilen lassen können, ein attraktives Angebot.

➤ www.heidelberg.com



digi:media 2013 POSITIVES FEEDBACK AUS DEM MARKT

Die digi:media 2013, Fachmesse für commercial publishing & digital printing, stößt nach Angaben des Veranstalters bei ihrer zweiten Auflage auf positives Feedback – das gelte sowohl für die Messe als auch für das breit gefächerte Fachprogramm. »Vor allem die lösungsorientierte Ausrichtung der Kongressmesse und die Fokussierung auf die Interessen der verschiedenen Besucherzielgruppen wird ausdrücklich begrüßt«, zieht Manuel Mataré, Director der digi:media, eine erste Zwischenbilanz.

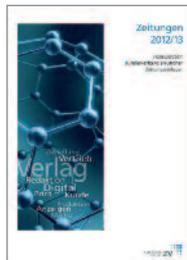
Unter dem Motto »Content trifft Technik trifft Business« ist die digi:media als Kongressmesse für die crossmediale, alle Medienkanäle abdeckende Kommunikation konzipiert. Es geht um »Kommunikation mit allen Tools und auf allen Kanälen«. Unabhängig davon, ob es um Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Corporate Publishing, Marketing-, Mailing- oder Werbekampagnen geht, immer steht der Dreiklang von Content, Technik und Business im Fokus. Dementsprechend richtet sich die digi:media an Kreativ- und Werbeagenturen, Druckdienstleister, Copy- und Lettershops, Marketingentscheider und die Verlagsbranche. Voraussichtlich werden rund 160 Aussteller bei der digi:media im April 2013 dabei sein.

➤ www.digimedia.de

Bundesverband deutscher Zeitungsverleger

ZEITUNGEN 2012/13 – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN FÜR DIE BRANCHE

Zeitungsverlage werden als Sieger aus dem digitalen Wandel hervorgehen, wenn sie das analoge Geschäft stärken, Investitionen in neue Geschäftsfelder tätigen und den Digitalbereich ausbauen. Das ist die zentrale Aussage des soeben erschienenen neuen Jahrbuchs des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Anhand von internationalen Best-Practice-Beispielen und Studien präsentieren darin 23 namhafte Wissenschaftler, Digitalexperten und Verlagsmanager Ansätze für die Verlagsagenda 2015. Dabei gehen sie unter anderem den Fragen nach: Wie sehen erfolversprechende Ansätze für hyperlokalen Journalismus aus? Welche medienpolitischen Rahmenbedingungen braucht es im Wettbewerb mit multinationalen Großkonzernen? Und wie können Leser, Nutzer und Anzeigenkunden langfristig an das Medium Zeitung gebunden werden?



Der Medienjournalist Christian Meier analysiert: »Verlage müssen ihr Businessmodell ändern. Es geht nicht länger um den Verkauf gedruckter Zeitungen, sondern um den Vertrieb von Reichweiten über viele Kanäle«. Dafür bedürfe es jedoch neuen Know-hows, speziell im Technikbereich. Sein Rat: »Technologieexperten müssen überall im Verlag mitreden.«

Neue Wege gelte es auch im Online-Geschäft einzuschlagen, zeigt sich Verlagsberater Gregor Waller überzeugt. Er empfiehlt: »Bezahlschranken im Netz und Mobile-Angebote müssen ein Teil der Gesamtverlagsstrategie sein. Losgelöste Ideen sind kontraproduktiv und zum Scheitern verurteilt.«

Wie lassen sich einzigartige und unterscheidbare Inhalte herstellen, die den Lesern einen besonderen Mehrwert bieten? Aus Sicht von Prof. Stephan Weichert von der Macromedia Hochschule in Hamburg heißt die Lösung: »In den Redaktionen müssen sich interdisziplinäre Teams aus Video- und Printjournalisten, Rechercheuren, Programmierern, Gestaltern und Illustratoren bilden, die zusammen ein publizistisches Projekt begleiten.«

Zentrale Bestandteile von »Zeitungen 2012/13« sind außerdem Fachaufsätze zu den Themen Pressefreiheit, Innovationsmanagement in Unternehmen und Social-Media-Recht sowie der ausführliche Bericht zur wirtschaftlichen Lage der Verlage mit sieben Schaubildern und 31 Tabellen. Das Jahrbuch kann bei der ZV zum Preis von 24 € bestellt werden.

➤ www.zv-online.de

Fujifilm MEHR ALS 10.000 EURO FÜR WATERAID

In den ersten drei Monaten der einjährigen Initiative, die im Mai startete, sind bereits 10.680 € zusammengekommen. Fujifilm spendet einen Teil des Umsatzes von jedem in Europa, dem mittleren Osten und Afrika verkauften Quadratmeter der Brillia HD PRO-T3, der prozesslosen Offsetplatte, an WaterAid. Für die Verarbeitung dieser Druckplatten ist kein Wasser erforderlich. »Fujifilm fühlt sich in besonderem Maße der



Umwelt verpflichtet. Wir freuen uns daher, WaterAid mit Spenden aus dem Verkauf der PRO-T3 zu unterstützen«, erklärt Yasufumi Morimoto, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. »Wir haben unser Ziel für zwölf Monate auf 30.000 € festgesetzt. Daher sind wir mit der bisher erreichten Summe sehr zufrieden.«

WaterAid ist eine internationale Wohltätigkeitsorganisation zur Verbesserung des Zugangs zu sauberem Trinkwasser sowie der sanitären Grundversorgung und Hygiene in den weltweit ärmsten Dörfern.

➤ www.pro-t3.com

➤ www.fujifilm.eu

➤ www.wateraid.org

Knapp, kurz und bündig

WoodWing, Anbieter von Workflow-Lösungen für Multi-Channel-Publishing, hat Dutchsoftware, einen der Vorreiter im Digital Asset Management-Bereich, übernommen. • **bwebsystems** srl ist der neue, exklusive Vertriebs- und Servicepartner von **manroland web systems** für Italien. Geschäftsführer ist Dipl.-Ing. Trino Barnabò. • Die Wiener Unternehmen **Druckwerker**, **Edelbacher** sowie die zur **Ueberreuter**-Druckgruppe gehörende **Print Advice** bündeln unter dem Dach der **Stadtdrucker** ihre Aktivitäten im Bereich des Digital- und Kleinoffsetdrucks.



Fedrigoni Deutschland wird 25! JUBILÄUMSFEIER IM BERLINER REICHSTAG

Seit einem viertel Jahrhundert ist der italienische Feinpapierhersteller Fedrigoni im deutschen Markt vertreten. Anfangs als Zenith Feinpapier Handelsgesellschaft, seit 1999 als Fedrigoni Deutschland GmbH. Mittlerweile mit fünf Showrooms und einer neuen Hauptniederlassung mit Zentrallager bei München. Zum 25-jährigen Jubiläum lud das Unternehmen deutschlandweit eine Auswahl an Kunden im September



2012 in den Berliner Reichstag ein. 130 Gäste folgten der Einladung und genossen im Käfer-Dachgartenrestaurant direkt neben der Glaskuppel, begleitet von einem atemberaubenden Blick über die Stadt, ein 5-Gänge Gala-Dinner mit exquisiten Gaumenfreuden und erlesenen Weinen.

Marcus Lange (Prokurist der Fedrigoni Deutschland GmbH) begrüßte seine Gäste in seiner Ansprache und präsentierte dabei unter anderem die neue Fedrigoni Imagebrochure. Für musikalische Begleitung sorgte die Jazz-Band »Jazzvisite«; und einen bleibenden Eindruck hinterließ ein Pyrografie-Künstler, der mit Wunderkerzen Portraits brannete. Anschließend wurde in der Sky.bar im 14. Stock des Andel's Hotels zusammen mit allen Kunden bis in die frühen Morgenstunden weiter gefeiert. 2013 folgt das 125-jährige Jubiläum der Fedrigoni Spa (Italien).

➤ www.fedrigoni.de

Druck + Form 2012 BESUCHER- UND AUSSTELLER- RÜCKGANG

Die Druck + Form 2012 verzeichnete zwar einen Besucher- und Aussteller-Rückgang im Vergleich zum Vorjahr, der Veranstalter zeigt sich dennoch zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Die 18. Druck + Form in Sinsheim registrierte 110 Aussteller und knapp 4.000 Besucher. Damit fielen die Zahlen im Vergleich zum Vorjahr (4.923 Besucher und 139 Aussteller) deutlich schlechter aus. Die Innovationsfreude der Anbieter aus Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen sei groß gewesen und das Begleitprogramm mit Print Factory Academy und Media-Lounge sei gut angenommen worden.

Die 18. Ausgabe der Druck + Form habe sich auch im drupa-Jahr als Ordermesse präsentiert, so der Veranstalter. Trotz des Besucherrückgangs seien die Aussteller mit dem Messeverlauf zufrieden gewesen. Die Qualität der Besucher sei sehr gut gewesen und auch Abschlüsse hätten getätigt werden können.

»In der grafischen Industrie sind in allen Bereichen große Veränderungen zu verzeichnen. Damit die Druck + Form auch 2013 eine für Aussteller und Besucher interessante Messeplattform bleibt, werden wir die 19. Druck + Form diesen Veränderungen anpassen«, kündigt Prokurist Andreas Wittur an. Die nächstjährige Veranstaltung soll vom 9. bis 12. Oktober stattfinden.

Menschen & Karrieren



Am 1. Juli 2012 übernahm **DR. HAUKE BERNDT** die Vertriebsleitung bei ppi Media. Er folgt damit auf Christian Finder, der ab sofort das Auslandsgeschäft (Südostasien) bei ppi Media intensiver wahrnimmt. Dr. Hauke Berndt ist seit über 10 Jahren in verschiedenen Positionen bei dem Hamburger

Softwarehersteller für Verlagslösungen, ppi Media, tätig. • **RENATE BECKER-NAUEN** ist die neue Leiterin der Integrated Marketing Organisation (IMO) der Xerox GmbH. Die Diplom-Kauffrau ist seit 1991 in unterschiedlichen Vertriebs- und Marketing-Positionen bei Xerox Europe und bei der Xerox GmbH beschäftigt. Zuletzt verantwortete sie das gesamte Produktmanagement in Deutschland. •



FERENC HOSSZU unterstützt seit März 2012 als Gesamtbetriebsleiter die Düsseldorfer Druckstudio Gruppe. In seiner Position leitet der 43-Jährige die gesamte Produktion und unterstützt die Positionierung des Unternehmens als moderner Mediendienstleister. Hosszu bringt langjährige Erfahrung als Betriebsleiter und technischer Berater in der Druckbranche mit. •

Wan-Ifra-Präsident Jacob Mathew gab die Ernennung von **VINCENT PEYRÈGNE** zum neuen Chief Executive Officer der Organisation bekannt. Zu seinen Hauptaufgaben wird es gehören, neue Strategien und Konzepte für Wan-Ifra, den internationalen Verband der Zeitungen und Nachrichtenmedien, zu entwickeln. •



Die Planatol Adhesive GmbH hat mit **DR. MARTIN WELLER** einen neuen Leiter Forschung und Entwicklung eingestellt. Seit 1. August 2012 leitet Weller das Klebstofflabor der Planatol Adhesive. Der Diplom-Chemiker verfügt über 11 Jahre Berufserfahrung in der Forschung und Entwicklung von Klebstoffen. • Am

1. Oktober 2012 wurde **MARKUS GLEISSNER** Regional Business Manager der Durst Phototechnik Group, LFP für die Region Osteuropa-Asien-Afrika. Er löst den langjährigen Sales Manager, Gerhard Gamper ab, der zum neuen International Sales Manager Textil berufen



wurde. • Aus persönlichen Gründen zieht sich **MANUEL MATARÉ**, Director der drupa und digi:media, Beginn des kommenden Jahres schrittweise aus dem operativen Geschäft zurück. Gleichzeitig wird er seiner Nachfolgerin **SABINE GELDERMANN** sukzessive die Projekte übergeben, sodass Kontinuität gewährleistet ist. Bis Ende des zweiten Quartals wird diese Übergangsphase dauern, danach steht Mataré den drupa- und digi:media-Teams weiter beratend zur Seite. •





Bewährtes kann immer noch verbessert werden!

Die neue PRO-VN2

Chemiearm ohne Qualitätsverluste

Brillia PRO-VN2

Fotopolymerplatte für
den Zeitungsdruck

**Die Brillia PRO-VN2 bietet Zeitungsdruckern
Vorteile, die teilweise schon von der PRO-VN
her bekannt sind:**

- einfache Reinigung und Wartung der platz-
sparenden Finishing-Einheit
- weniger zu entsorgender Abfall
- keine Kontrolle des ph-Werts notwendig
- einfache Upgrades bestehender Fotopolymer-
Systeme

Weitere Merkmale der neuen Druckplatte:

- höhere Auflagenfestigkeit
- verbesserte Widerstandsfähigkeit gegen
Chemikalien
- robusteres Aluminium

Brillia PRO-VN2. Einfach besser.

Besuchen Sie uns in Frankfurt/Main:
IFRA Expo 2012 in Halle 8 (Stand 450).

lo-chem

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM





The Publishers Market

Die media.expo will sich neben der World Publishing Expo etablieren:
Nach der Auftaktveranstaltung soll es 2013 weitergehen

Wohin führt der Weg der Verlage? Wie verändert sich die Zeitungsproduktion? Die Fragen sind nicht neu, dafür aber nicht weniger dringend. Rund 30 Aussteller hatten sich am 5. und 6. September 2012 in der Rheingoldhalle in Mainz eingefunden, um Antworten zu liefern und neue Wege aufzuzeigen. Themen wie Crossmedia-Selling, digitales Publizieren, digitale Medienproduktion oder Cloud Computing standen dabei im Vordergrund. Etwa 400 Besucher kamen nach Mainz – für die erste Ausgabe eine respektable Zahl, bewertet der Veranstalter.

Medien und Verlage im Umbruch

Dass sich die Branche bewegen müsse, daran bestehe kein Zweifel, stellte Christian Jakubetz in seiner Keynote fest. »Alte Zöpfe abschneiden« – so nannte es der Journalist und Buchautor. Eloquent und ein wenig bissig riet der Redner zum Umdenken: Die Medien- und Verlagsbranche stehe vor einem Umbruch, doch das sei in den Köpfen mancher Verantwortlicher noch nicht recht angekommen. Mit seiner kurzweiligen Rede definierte Jakubetz den roten Faden der

media.expo: Die Medien- und Informationskanäle werden vielschichtiger und komplexer, das Leseverhalten wandelt sich und der Informationsanspruch steigt. Entsprechend steigen auch die Anforderungen an Journalisten, an die Verlags- und Medienhäuser. Sie stehen vor der Aufgabe, sich auf die gestiegene Komplexität einzustellen, die Kosteneffizienz zu steigern und Erlösquellen zu sichern.

»Der Strukturwandel der Medien kann zu neuen Höhen führen – wirtschaftlich für Verleger, inhaltlich für Leser. Denn Erfolgsdenken führt zu Innovationen, Lösungen und Konzepten, mit denen die neue Komplexität gestaltbar wird. Auf der media.expo zeigen wir die Chancen«, hatte Dietmar Müller, Geschäftsführer der AdFlow Systems GmbH, im Vorfeld stellvertretend für die Aussteller gesagt.

Damit will sich die media.expo als Ergänzung zur World Publishing Expo etablieren, die ab 29. Oktober die Erweiterung der klassischen Printmodells in den Vordergrund stellt. Bei der Mainzer Messe standen Software, Produkte und Dienstleistungen für Verleger über alle Kanäle im Mittelpunkt. Die Messe betrachtet also die analoge, digitale und soziale Welt, in der sich die Mediengruppen heute bewegen, als Einheit.

Unter dem Motto ›Publishing im 21. Jahrhundert – Die Branche startet in die Zukunft‹ ging die media.expo 2012 in ihre erste Runde. Gezeigt wurden Software-Lösungen und Dienstleistungen für Verlage, Druckereien und publizierende Unternehmen. Das Fazit: Der Markt besitzt großes Potential und die media.expo will sich als neue Messe etablieren. Der Anfang ist gemacht.

VOLL Treffer

Dies stellte die Agenda aus zahlreichen Fachvorträgen, Informationspunkten sowie einer Podiumsdiskussion unter Beweis.

Digital, crossmdial, regional

»Wie werden Zeitungsverlage stark, gesund und zukunftsfähig?«, fragte etwa Mark Jopp von der JJK Gesellschaft für innovative Verlagssoftware mbH in seinem Vortrag. Die Präsentation zeigte Prozesse und Workflows für Anzeigen, Produktion, Vertrieb und Redaktion. Mit einem JJK-System könnte eine Verlagsgruppe laut Jopp sämtliche Verlage, Druckvorstufen und Druckstandorte mit einem durchgehenden digitalen Workflow verbinden – mit teilweise deutlichen Verbesserungen in Sachen Produktivität und Profitabilität.

Digitales und mobiles Publizieren stand beim Vortrag der L.N. Schaffrath DigitalMedien GmbH im Fokus: »Mobile Publishing – App-Lösungen im Überblick: Adobe Digital Publishing Suite, native App, Web-App, HTML5 und PDF-App«. Das Gelderner Unternehmen zeigte Lösungen für mobile Apps, die Verlagen den Einstieg ins digitale Publizieren ermöglichen. Printausgaben von Zeitungen und Magazinen lassen sich damit um multimediale Inhalte wie Videos, Bilderserien, Panoramaansichten und Anzeigen erweitern. Breit diskutiert wurde darüber hinaus das Phänomen des lokalen und hyperlokalen Journalismus. »Regional verwurzelte Medienhäuser haben als vertrauenswürdige Partner vor Ort deutliche Wettbewerbsvorteile – analog, digital oder in sozialen Medien«, erklärt Dietmar Müller von AdFlow Systems. Mit entsprechenden Software-Lösungen ließe sich die Werbeproduktion auf sämtlichen Kanälen verzahnen – dadurch könnten Medienhäuser neue Erlösquellen erschließen.

Mit dabei: die Logistik

Die Podiumsdiskussion »Zeitungsstellung in den nächsten zehn Jahren« behandelte drängende logistische Fragestellungen. Wie fangen Zeitungszusteller Umsatzeinbußen im Zuge sinkender Druckauflagen auf? Wie lassen sich angesichts des demografischen Wandels und des Zulaufs der Ballungsräume auch künftig noch ländlichere Regionen abdecken?

Unter der Moderation von Christian Eggert, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V., diskutierten Logistiker und Branchenkenner wie der Logistikberater Markus Bohl, Andreas Erzkamp, Geschäftsbereichsleiter Gesamtlogistik bei der »Leipziger Volkszeitung«, Uwe Groß, Leiter Systemlogistik bei der Verlagsgesellschaft Madsack, Philipp Prinz von Thurn und Taxis, Geschäftsführer der Presse-Zustelldienst GmbH sowie Verlagsleiter Heiko Reckemeyer. Die Diskussionsrunde war sich einig: Die Zeitungszustellung benötigt eine Professionalisierung, Medienunternehmen müssten Prozesse neu definieren und Vertriebs-Management-Systeme sind gefordert, mit denen sich Personalaufwand, Stückzahlen etc. sehr viel genauer planen lassen.

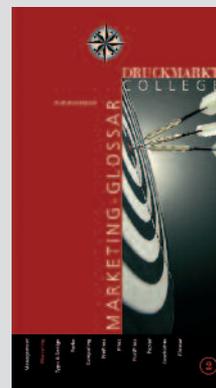
Networking und Ausklang

Neben Fachkongress und Ausstellung stand bei der Messe auch der Austausch unter den Teilnehmern im Vordergrund. Als Informationsplattform für neue Lösungen sowie Networking und Austausch hat sich die media.expo bewährt – so das Urteil von Besuchern und Ausstellern. Sie besitzt Potenzial, das Themenspektrum ist gehaltvoll, das Ambiente stimmig – es gibt also Gründe, die Messe fortzuführen.

› www.media-expo.de



Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das »Marketing-Glossar« konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



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

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

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.
www.druckmarkt.com



Erst der Inhalt, dann die Technik

Ein Gespräch mit dem Publikationsmanager und Medien-Spezialisten Pascal Bommeli über crossmediale Auftritte

Es ist immer wieder das gleiche Spiel: Ein Bedarf scheint latent vorhanden, die Umsetzungen sind technisch vorgedacht oder gar realisiert, doch es mangelt an Kunden und Auftraggebern. Natürlich ist vielen Unternehmen bewusst, dass sie auf vielen unterschiedlichen Medienkanälen präsent sein müssen, um ihre Zielgruppen zu erreichen, doch gerade darin steckt ein Problem, das viele zurückschrecken lässt. Eine im Hochformat DIN A4 für den Druck konzipierte Broschüre lässt sich eben nicht 1:1 auf ein iPhone bringen, eine iPad-Applikation hat andere Anforderungen als eine Internetseite und die Kommunikation via facebook oder Twitter ist wieder eine andere Baustelle.



Deshalb machen uns die Aussagen stutzig und haben uns bei **Pascal M. Bommeli**, einem ausgewiesenen Crossmedia-Experten in der Schweiz, schlau gemacht. Er beschäftigt sich seit längerer Zeit mit diesen Themen und stellt ganz klar fest: »Erst wenn die Inhalte stehen, wenn sie durchdacht und stringent logisch sind, wenn sie mit dem Erscheinungsbild eines Unternehmens übereinstimmen, lässt sich an die Technik denken. Umgekehrt wird kein Schuh daraus.«

Was nichts anderes heißt, dass man das Pferd eben nicht von hinten aufzäumen kann. Es sind zunächst auf Kundenseite wesentliche Voraussetzungen notwendig, um erfolgreich multimedial zu kommunizieren.

Corporate Identity

Was Corporate Identity ist, dürften die meisten in unserer Branche zumindest ansatzweise wissen. Üblicherweise versteht man darunter die Identität eines Unternehmens in seiner Gesamtheit. Das Konzept der Corporate Identity (CI) beruht nämlich auf der Annahme, dass Unternehmen als soziale Systeme ebenso wie Personen wahrgenommen werden können. Es ist daher in erster Linie eine Aufgabe der Kommunikation, dem Unternehmen zu einer entsprechenden Identität, zu einer quasi menschlichen Persönlichkeit, zu verhelfen. Diese Identität ergibt sich für den Beobachter normalerweise aus der optischen Erscheinung sowie der Art und Weise, wie ein Unternehmen kommuniziert und handelt. Ergeben diese Teile ein einheitliches Ganzes, entsteht eine stabile Wahrnehmung mit einem spezifischen Charakter – eben die Corporate Identity.

Hört sich kompliziert an, ist es auch. Denn viele Komponenten und Einzeldisziplinen müssen unter einen

Man könnte in Begeisterung ausbrechen, wenn einem ständig erzählt wird, wie kinderleicht Multimedia ist. Mit der einen oder anderen Software sei crossmediale Kommunikation auf Knopfdruck machbar. Ist ja super, wenn die Technik funktioniert, aber das Ganze hat einen Haken: Wer erstellt eigentlich die Inhalte?

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Hut gebracht werden, um das Ziel zu erreichen. Dabei können externe Dienstleister nur unwesentlich Einfluss auf das Handeln eines Unternehmens nehmen – sehr wohl aber auf dessen Kommunikation und vor allem auf das optische Erscheinungsbild.

Medienunabhängige Konzeption

Genau darin sieht Pascal M. Bommeli die große Herausforderung bei der Umsetzung visueller Kommunikation. »Wer dies ernsthaft betreiben will, muss Projektmanagement betreiben, analysieren, Konzeptionen erstellen und Programmierungen andenken. Zu den damit direkt oder indirekt verbundenen Dienstleistungen gehören Kommunikationsberatung, strategische Planung, Produktion und Realisation von Public Relations, Werbung und die verschiedensten Verkaufsförderungsmaßnahmen«, erläutert Pascal Bommeli. »Das alles sind Teile ganzheitlicher Kommunikationslösungen.«

Auch das hört sich kompliziert an, beschreibt aber genau das Problem, das oftmals unter den Tisch gekehrt wird. Dabei läuft im Grunde genommen alles auf eines hinaus: Es geht um medienunabhängige Konzeptionen und einen medienübergreifenden, einheitlichen Auftritt. Und dazu

sind eben sehr unterschiedliche Disziplinen zu beherrschen.

Praxis als Pflicht und Kür

Pascal Bommeli kommt aus der Druckvorstufe, hat lange Zeit in der Zeitschriftenproduktion gearbeitet, wo er die Produktion einschließlich der Druckabwicklung betreute, und sämtliche Schritte in einer Agentur bis zum Art Director hinter sich gebracht. Dabei hat er seine Affinität zum gedruckten Produkt nie vernachlässigt und sich aufgrund dieser Kompetenz zugetraut, sein Know-how um crossmediale Elemente wie individuelle Software einschließlich Social-Media-Komponenten, Blogs und Shops etc. zu erweitern. »Aber alles auf einer einheitlichen Plattform.«

Konzept, Projekt, Realisation

Generell sieht er bei crossmedialen Auftritten die größte Herausforderung darin, die elektronischen Medien und den visuellen Print-Auftritt eines Unternehmens zu verbinden. Eine solche Aufgabe deckt zu einem Teil das klassische Agentur-Geschäft ab, erweitert die Dienstleistung jedoch um eine größere Medienvielfalt und schließt dabei auch das Konzipieren und Programmieren von Software ein. Im Klartext: Ein

ganzheitliches Kommunikationskonzept reicht vom Entwurf eines Logos und einer CI für Printprodukte und umfasst auch Internetauftritt, Social Media, Radio- und TV-Werbung. Und das ist zweifellos etwas mehr als ein Logo zu vergrößern oder zu verkleinern und in eine Visitenkarte, ein Plakat oder eine Internetseite einzubauen.

»Gerade bei multimedialen Arbeiten ist es wichtig, fundierte Kenntnisse von dem zu haben, was man anbietet«, sagt Pascal Bommeli und erläutert diesen scheinbar banalen Satz: »Es geht auch bei diesem Job nicht ohne Betriebswirtschaft, Personal- und Projektmanagement. Gerade bei ganzheitlichen und medienübergreifenden Projekten in der visuellen Kommunikation gehören diese Disziplinen gleichwertig zum handwerklichen Können.«

So bestehe bei der Medienplanung und -umsetzung keinerlei Unterschied zu einer normalen Investition im täglichen Geschäft. »Ganz gleich in welcher Branche – die Methoden sind überall gleich. Man konzipiert, projiziert und realisiert. Und das alles muss schließlich auch bezahlbar sein.«

Publikationsmanagement

Dabei sei ihm die Schweizer Ausbildung zum Druckkaufmann und zum

Publikationsmanager an der Kaderschule «gib» Zürich sehr hilfreich gewesen. »Diese Ausbildungswege sind essenziell, wenn man eine solche breite Palette an Dienstleistungen abdecken will«, erläutert Bommeli. »Kommunikation hatte schon immer und hat noch immer großes Gewicht. In diesem Zusammenhang kommt auch dem Begriff Publikation ein enorm hoher Stellenwert zu. Alle Publikationen haben ihre Wurzeln in den papiergebundenen Medien. Das sollte man beim Umgang mit elektronischen Medien nie vergessen und dies muss man bei der täglichen Arbeit im Medienumfeld immer berücksichtigen.« Daher lautet Pascal Bommeli's Tipp an alle, die sich in diesem Umfeld betätigen wollen: »Man muss sich sogar als Einzelperson als ›Denkfabrik‹ verstehen, die konzeptionell auf eine Kommunikationslösung hinarbeitet.«

Seinen eigenen Vorteil gegenüber anderen sieht er vor allem darin, dass er zwar den Umgang mit verschiedenen Medien beherrscht, dennoch aber die Sprache der Auftraggeber spricht und sich als Dolmetscher versteht zwischen der elitären, kaum verständlichen Sprache der Werber, Medienspezialisten und Web-Master, den Druckern und denjenigen, die das alles bezahlen sollen – den Kunden.



Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

Tel. +49 (0) 54 67 - 535
Fax +49 (0) 54 67 - 565

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

Willkommen in der Welt von
*CtP, Workflow und der JDF-gestützten Integration
der digitalen Druckvorstufe in der Druckerei.*

Den Newsletter ›Newsbox‹ lesen Sie unter
www.mittelhaus.com





E-Paper oder App?

Schritt für Schritt bewegen sich Verlage von starren Printmedien zur dynamischen Inhaltsvermittlung

Erster Schritt auf dem Weg zur papierlosen Publikation ihrer Medieninhalte waren zunächst umfangreiche Homepages der Verlage. Im zweiten Schritt wurden den Lesern (bezahlt oder kostenlos) die PDF-Seiten der gedruckten Zeitungsausgaben als sogenanntes E-Paper zur Verfügung gestellt. Als Replika blieb die Struktur der Zeitung zwar erhalten, doch ist die Lesefreundlichkeit eines beispielsweise Nordischen Formats auf einem PC-Monitor eingeschränkt und erfordert Scrollen und Zoomen, um Einzeltexte lesen zu können.

Für Verleger bietet sich allerdings der Vorteil, dass die Herstellung dieser E-Paper quasi ein Abfallprodukt der gedruckten Version ist. Wichtiger aber ist, dass diese Form von digitaler Zeitung als verkaufter Werbeträger gilt, der zum Beispiel bei der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) in Deutschland gezählt und gewichtet wird. Werden analoger und digitaler Konsum der Zeitungstitel kumuliert betrachtet, steigt der Wert des Produktes als Werbeträger.

Aktuell werden in Deutschland über 80% der Tageszeitungstitel als E-Paper auf den Homepages der Verlage angeboten, in der Schweiz und Österreich sind es mittlerweile über 90% der Titel.

E-Paper als App

Viele Verlage haben mit der steigenden Verfügbarkeit von Smartphones und Tablets das E-Paper in Form einer APP auf den Markt gebracht oder ihr Produkt in einen digitalen Kiosk gestellt. Der Kunde kann einzelne Ausgaben kaufen, auf das jeweilige Ausgabegerät laden und lesen. Probeexemplare oder Probeabos sollen für Kundenbindung und -akquise sorgen. Zwischen 55% und 65% aller Tageszeitungstitel werden so in Deutschland, Österreich und in der Schweiz angeboten.

Das Lesevergnügen ist allerdings von Angebot zu Angebot sehr unterschiedlich. Teilweise bieten die APPs nichts anderes als eine PDF-Datei der gedruckten Zeitung, teilweise sind die APPs mit zusätzlichen Funktionen wie Wahlmöglichkeiten unter einzelnen Ressorts, Einzeldarstellung von Artikeln, zusätzlichen Bildergalerien und Videos, Suchfunktionen und Liveticker-Informationen über RSS Feeds ausgestattet.

Der technische Aufwand, die Inhalte für diese APPs aufzubereiten ist unterschiedlich hoch. Einfache 1:1-Umsetzungen des Druckformates in ein E-Paper sind mit weniger Arbeitsaufwand verbunden als APPs, die Zusatzmöglichkeiten bieten. Das Lesevergnügen und die Attraktivität mit zusätzlichen Funktionen ange-

Zuerst war die Zeitung, dann kam der Internet-Auftritt, dem folgte das E-Paper und inzwischen bieten die Verlage ihre Inhalte außer auf dem Medium Papier auch als Apps für Tablets und Smartphones an. Daraus ergeben sich völlig neue Möglichkeiten der Leseransprache und auch der Vermarktung von Inhalten und Werbeformaten.





In den letzten Monaten wurden APPs entwickelt, die losgelöst vom gedruckten Zeitungsformat speziell für die verfügbaren Ausgabemedien Smartphones und Tablets gestaltet und programmiert wurden.



reicherter digitaler Angebote ist wesentlich höher und langfristig erfolgreicher als die einfache Kopie des Druckproduktes.

Was die wirtschaftlichen Erfolge der E-Paper-APPs angeht, äußern sich viele Verlage eher zurückhaltend. Leseangebote, Probeabos über längere Zeiträume, vereinzelte Testkäufe oder kurzzeitige Abonnements bringen nur eingeschränkte Umsatzerfolge bei teilweise hohen Investitionen in Technologie und Mitarbeiter. Häufig wird mit solchen Angeboten lediglich das Konsumverhalten getestet.

Multimediale Inhalte

Um das gesamte Spektrum multimedialer Inhalte als Konsum- und Leseerlebnis erfolgreich umzusetzen, sind in den letzten Monaten APPs entwickelt worden, die völlig losgelöst vom gedruckten Zeitungsformat speziell für die verfügbaren Ausgabemedien Smartphones und Tablets gestaltet und programmiert wurden. Je nach Umfang, Güte und Qualität der Inhalte, die idealerweise weitgehend automatisiert von einem Content-Management-System bereitgestellt werden, bieten die APPs alle Grundlagen für ein zukunftsorientiertes Produkt.

Die Verbreitung dieser APPs beträgt aktuell im deutschsprachigen Raum zwischen 25% bis 40%. Die Abdeckung von Wochenzeitungen oder Anzeigenblättern ist zurzeit noch deutlich geringer.

Rund um die Uhr aktualisieren

Warum aber ist diese Form des digitalen Publizierens zukunftssträftig? Digitale Zeitungs-APPs kennen keinen Redaktionsschluss. Je nach Recherche und Verfügbarkeit aktueller Informationen können die Inhalte rund um die Uhr aktualisiert werden. Redakteure können mit ihren Lesern über soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter direkt kommunizieren und auf Rückmeldungen reagieren. Verknüpfte Informationsdienste (Wetter, Börse, Sportereignisse, Wahlen, Horoskope) können rund um die Uhr zu den journalistischen Inhalten kombiniert werden. Werbung in Form von Anzeigen kann frei gestaltet werden und mit dem Leser in direkte Interaktion treten. Über den Link zu den Homepages der Anzeigenkunden kann die Werbewirkung zusätzlich intensiviert werden.

Nutzer der APP können mit einer Vorselektion Resorts und Themenblöcke ausblenden, um nur die spezifisch interessanten Informationen zu erhalten. Diese Selektion, die

einer personalisierten Tageszeitung nahekommt, wird allerdings noch immer bezüglich der Vermittlung von allgemeinem Wissen diskutiert: Sollte man nicht auch überraschende Artikel entdecken können, statt nur in seinem bekannten Wissensspektrum zu bleiben?

Doch nachdem sich gedruckte, personalisierte Tageszeitungen bisher nicht durchgesetzt haben, besteht über die elektronischen Medien die Chance, personalisierte journalistische Inhalte anzubieten und auch personalisiert zu werben.

Maßgeschneiderte Angebote

Umfangreiche Analysemöglichkeiten geben Verlagen und Anzeigenkunden Informationen über das Leseverhalten, um noch zielgerichtete Angebote maßzuschneidern. Wird dies noch in die Beziehung zu den Geodaten, also den Standort- und Verbindungsdaten der Mobilfunk-Kommunikation gesetzt, können die Daten ausgewertet werden, um Profile anzulegen und die Anwender in Kategorien einzuteilen. Diesen Profilen werden dann Kaufkraft und Interessen zugeordnet, um Marketing, Werbung und Ansprache zu optimieren.

In ›Stream circles‹ kann sich ein Interessenzirkel um einen Nutzer mo-

biler Kommunikationsgeräte bilden, der beispielsweise Personen im Umkreis von 20 km verknüpft und alle relevanten Artikel über das lokale Geschehen bietet. Der Weg zur Realisierung dieses Szenarios ist jedoch noch offen, da mobile Werbung hohen rechtlichen Anforderungen unterliegt und auch der Datenschutz Grenzen setzt. Zudem kann jeder User das Senden der Positionsdaten ausschalten und lässt damit keine Analysen zu.

Ertrag und Aufwand

Bei der Herstellung solcher digitaler APPs ist (wie bei anderen Medien auch) der wirtschaftliche Ertrag dem technischen Aufwand gegenüber zu stellen. Häufig arbeiten viele Mitarbeiter täglich an der Darstellung und Umsetzung der APPs. Zudem werden die Designs für die unterschiedlichen Ausgabemedien teilweise im nativen Programmiermodus erstellt. Veränderungen sind dadurch zeitaufwändig und komplex, da Stil und Inhalt fest miteinander gekoppelt sind.

So bleiben für Verlage, die auf Kosten achten müssen und die ihre Personaldecke nicht weiter erhöhen können, nur eingeschränkte Realisierungsmöglichkeiten übrig.



Über die Ertragsituation aus diesen digitalen Zeitungs-APPs lässt sich nur so viel sagen, dass häufig keine schwarzen Zahlen aus dem Verkauf dieser APPs für Android- oder Apple-Geräten erzielt werden.

Crossmediales Angebot erweitern

Aus dieser Situation ergibt sich die Erkenntnis, dass Lösungen geschaffen werden müssen, die mit einem hohen Automatisierungsablauf und geringen zusätzlichen Ressourcen funktionieren. Verbunden mit einem anspruchsvollen, von den unterschiedlichen mobilen Ausgabesystemen unabhängigen Design, und der Einbindung von Abonnenten und Abrechnungssystemen kann der Verlag in Zukunft das crossmediale Angebot erweitern.

Reagiert haben mittlerweile auch die bereits erwähnten Organisationen wie IVW in Deutschland. Ab 2013 werden stufenweise auch Prüfungen für Websites, mobile Endgeräte, Apps und andere kostenpflichtige Online-Angebote eingeführt, um den Konsum dieser Medien gewichten zu können.

Zudem ist davon auszugehen, dass immer schneller immer neue Endgeräte auf den Markt kommen werden. Deshalb muss die Erstellung verschiedener plattformspezifischer Ausgaben sehr effizient und schnell vorgenommen werden können.

HTML5 bietet gegenüber nativ erzeugten APPs die plattformübergreifende Kompatibilität und Flexibilität an, die auf zukünftige Entwicklungen anpassbar sind.

Quelle: Agfa Graphics Newsletter e•pression, Oktober 2012

Viel Effekt bei wenig Aufwand

Für Zeitungsverlage, die ihr Geschäft durch Publishing auf mobilen Geräten erweitern wollen, bietet Agfa Arkitek Eversify an, ein cloud-basierter Service, der die Produktion von Apps vereinfachen soll.

Mit Agfa Arkitek Eversify können Zeitungen auf unterschiedliche Tablet- und Mobilsysteme gebracht werden. Arkitek Eversify arbeitet mit HTML 5, womit 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 wird. Eingebettete Javascript-Funktionen ermöglichen das Suchen von Textstellen, Lesezeichen und den Zugriff auf andere Online-Links wie Facebook und Twitter sowie weitere verlagsspezifische Funktionen.

Ebenso wie Agfa Produkte bietet, Inhalte auf die Druckplatte und schließlich auf Papier zu bringen, können Inhalte jetzt mit Arkitek Eversify auf eine mobile Plattform übertragen werden. Dabei ist Agfa Graphics fest davon überzeugt, dass elektronische und Print-Medien auch in Zukunft nebeneinander existieren und eine wertschöpfende Symbiose eingehen werden. Genauso glaubt das Unternehmen, dass Zeitungsverleger mit Arkitek Eversify mehr Einnahmen aus elektronischen Medien erzielen können, ohne große Investitionen in Technik und Personal vornehmen zu müssen.

SO FUNKTIONIERT EVERSIFY Inhalte werden mit dem Arkitek-Eversify-Server von einem beliebigen Content-Management-System übernommen, das heute bei einer Zeitung im Einsatz ist. Da die Eversify-Software in einer laut Agfa sicheren Cloud-Umgebung

betreut wird, erfordert dieser Dienst keine Investitionen auf Kundenebene – weder in Hardware noch in Software. Stattdessen zahlt der Verlag eine Grundgebühr an Agfa, die den SaaS (Software as a Service) bereitstellt.

Die Daten werden mittels intelligenter Mapping- und Template-Technologien analysiert und automatisch für die Ausgabe verarbeitet, die für eine Vorschau bereitsteht und von der Redaktion geändert werden kann. Die endgültige Publikation wird an eine beliebige Host-Umgebung geliefert, die über die zugehörige markenspezifische oder eigene Reader-Applikation aufgerufen werden kann. In der APP, die auch dynamische Inhalte unterstützt, kann dem Leser ein interaktives Umfeld geboten werden.

Als Vorteil von Arkitek Eversify nennt Agfa Graphics, dass die normalen Produktionsabläufe für die Zeitungsherstellung nicht gestört werden. Stattdessen würden die bestehenden Methoden der Zeitung für die Druckproduktion genutzt. Für die Redaktion bedeutet dies ein Minimum an Aufwand bei voller Kontrolle über die Aufmachung und Gestaltung. Und im Gegensatz zu anderen Programmen für elektronische Medien orientiert sich Eversify nicht an Design-Programmen, die zeitaufwändig und kostspielig in ihrer Nutzung sind.

Agfa Graphics Mobile Publishing Experten übernehmen neben den Dienstleistungen in der Cloud die komplette Projektierung und Realisierung der verlagsspezifischen APP basierend auf Arkitek Eversify Technologie. Damit stehen wichtige technische und wirtschaftliche Grundlagen zur Verfügung, um Verlagen kosteneffiziente und kurzfristige Umsetzungen ihrer elektronischen Zeitungen im crossmedialen Umfeld zu ermöglichen.

› www.agfa-graphics.de



Unser Know-how und die Technologie liefern kundenorientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

Unser Mix aus innovativen Technologien und Beratung motiviert Druckunternehmen, ihr bestehendes Angebot durch neue Anwendungen und Services schrittweise in Richtung heutige Multimedia-Welt zu erweitern, und dies genau in dem Tempo das ihr Geschäft verlangt.

Druckereibetriebe nutzen unsere umfassende Unterstützung und den vorzüglichen Service, um ihr Geschäft aufzubauen. Wir besitzen ein umfassendes Portfolio an integrierten Hardware- und Software-Lösungen für Druckanforderungen in Unternehmen aus allen Bereichen.

Pro C

Pro C™-Serie

BDP

Business Driver Programm

Web-to-Print

Variable Data Printing

RICOH SCHWFIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
Tel.: +41 (0)844 360 360
Web: www.ricoh.ch
E-Mail: info@ricoh.ch



IFRA Expo & Conference
29 - 31 October, Messe Frankfurt, Germany

World Publishing Expo 2012

Das Klima des Wandels, in dem sich die Zeitungsbranche befindet, wird auch bei der vom 29. bis 31. Oktober in Frankfurt stattfindenden World Publishing Expo spürbar sein. Die Expo, die der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) ausrichtet, bietet Vertretern der Zeitungs- und Medienwelt Gelegenheit, sich über neue und bewährte technische Lösungen für das Publizieren in Print sowie auf Tablets, Mobiltelefonen und im Online-Medium auf den neuesten Stand zu bringen. Über 250 Aussteller aus 30 Ländern präsentieren auf dem Messegelände in Frankfurt auf einer Ausstellungsfläche von mehr als 9.000 m² ihr Angebot: Hersteller aus den Bereichen Prepress, Druck und Versand sind ebenso vertreten wie Anbieter von kreativen Lösungen für den Redaktions- und Anzeigenbereich. Zu der vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) veranstalteten dreitägigen Messe werden rund 8.000 Besucher erwartet.

Die Aussteller präsentieren Produkte und Lösungen für alle Aspekte des Zeitungsgeschäfts: Mobile, Tablet, Redaktion, Anzeigen, Prepress oder Druck und Weiterverarbeitung. Dieses breite Spektrum findet seinen Widerhall auch in den vielfältigen Konferenzen und Seminaren, die im Rahmen der World Publishing Expo (Ifra Expo & Conference) angeboten werden.

PRINT, DIGITAL, TABLETS UND MEHR Die World Publishing Expo, bisher unter dem Namen Ifra Expo bekannt, hat ihr Angebot an Begleitveranstaltungen wie Konferenzen und Seminare weiter aufgestockt, um noch attraktiver zu werden.

Im Rahmen der Expo werden eine ganze Reihe informativer Veranstaltungen angeboten: Der »Media Port« als zentrale Präsentationsplattform für Fallstudien und Technologietrends bietet Sessions zu den Themenbereichen Tablet- und Mobile-Trends, innovatives Anzeigengeschäft, digitale Innovationen, Social-Media-Nutzung und Excellence in Printing. Die »Power of Print«-Focus-Sessions sind folgenden Themen gewidmet: Innovationen im Zeitungsdruck, Vermarktung der Zeitungsdruckerei und Retrofit von Druckmaschinen. Zu den weiteren Veranstaltungen zählen der »5. Tablet & App Summit«, der »Advertising Summit« sowie ein »FAZ Talk«-Podiumsgespräch zum Thema Bezahlhalte.

➤ www.wan-ifra.org



Adobe

KOMPLETTLÖSUNG FÜR DIGITAL PUBLISHING

Adobe Systems stellt die Adobe Digital Publishing Suite für digitales Publizieren vor. Die Komplettlösung unterstützt Verlage, Medien- und Kommunikationsunternehmen dabei, Inhalte und Publikationen für Tablet-Geräte zu erstellen, bereitzustellen, zu vermarkten und zu optimieren.

➤ www.adobe.com

Agfa Graphics

NEUE PERSPEKTIVEN FÜR DEN PRINT-SEKTOR

Die Zeitungsindustrie sucht nach neuen Möglichkeiten, ihre Produktionsumgebung zu optimieren und dabei ein ausgewogenes und profitables Verhältnis zwischen ihrer konventionellen Druckproduktion und dem digitalen Publishing zu realisieren.

Agfa Graphics blickt auf langjährige Erfahrungen in der Automatisierung druckbezogener Produktionsabläufe zurück und bringt eigenen Angaben zufolge diesen Ansatz jetzt in das mobile Publishing mit Arkitex Eversify und andere Diensten ein (lesen Sie dazu auch den Beitrag auf Seite 20). Die neuen Dienstleistungen bieten eine spezielle Cloud-Infrastruktur, die es erlaubt, die Produktionsabläufe für Druck-Erzeugnisse auf Papier, aber auch für mobile Geräte zu optimieren.

Darüber hinaus wird Agfa Graphics auch VeriPress for Arkitex, eine Proofing-Lösung für den Druckmaschinenraum in einer Druckproduktionsumgebung, und den neuen schnellen Plattenbelichter Advantage N HS für Zeitungsdruckereien mit hohem Produktionsvolumen zeigen, die beide auf der letzten drupa angekündigt worden waren.

➤ www.agfa.com

callas

PDFTOOLBOX 6 UND PDFAPILOT 4

callas software wird seine Preflight-Champion-pdfToolbox sowie den neuen pdfaPilot, das Tool zur Prüfung und Erstellung von standardkonformen PDF/A-Dateien, präsentieren. Mit der neuen Version von pdfaPilot wird es nun auch möglich sein, getaggte PDFs nach ePub zu exportieren.

callas software, Entwickler der in Adobe Acrobat eingesetzten Preflight-Technologie, bietet eine Reihe von Desktop- und Serverprodukten zur interaktiven oder automatischen Verarbeitung von PDF-Dateien. Die pdfToolbox-Produktreihe ist auf die Print- und Verlagsbranche ausgelegt, die pdfaPilot-Serie ist eine PDF-basierte Langzeit-Archivierungslösung für verschiedene Branchen.

➤ www.callassoftware.com

ContiTech und Grimm

TREFFEN AM MEETING POINT VON CONTITECH

ContiTech steht für umweltfreundliche Lösungen in zig Anwendungsfeldern. Conti-Air Entropia TR2 mit der AIR2 Technologie ist nach Angaben des Schweizer Händlers Grimm, der seine Kunden zu ContiTech einlädt, das ideale Tuch für Satelliten- und Gummi-Gummi-Maschinen, insbesondere bei direkt angetriebenen Zylindern. Nicht nur die gewebebasierenden Gummi-drucktücher, auch die Metalback Blankets seien für unterschiedliche Anwendungsbereiche optimiert. So werde die optimale Balance für Förderverhalten und Energieverbrauch erreicht.



DotLine

PURE EFFIZIENZ AUF WACHSTUMSKURS

DotLine wird seine effektivste CtP-Linie zur Verarbeitung von umweltfreundlichen, chemiefreien Druckplatten zeigen. Mit dem VMAX Belichter trägt DotLine nach eigenen Angaben zu möglichen Produktivitätssteigerungen in der Druckvorstufe bei. Späterer Redaktionsabschluss, höhere Flexibilität und Sicherheit bei reduzierten Kosten seien die Folge. Das kompakte System bietet ein Leistungsspektrum



von 100 bis zu 400 Platten/Stunde bei 1.270 dpi. Reduzierter Raumbedarf und Klimatisierungsaufwendungen beeinflussen die Energiebilanz positiv. Eine automatische Verarbeitung mehrerer Plattenformate ist möglich. Die Anzahl der Plattenformate pro System kann wie die Plattenleistung vor Ort aufgerüstet werden.

➤ www.dot-line.de

Elpical

CLARO-PRODUKTSORTIMENT FÜR DIE BILDOPTIMIERUNG

Elpical Software, Anbieter von Bildoptimierungs- und Workflow-Lösungen, zeigt die neunte Version des Claro-Produktsortiments für die automatische Bildoptimierung. Mit Claro 9 wird die Technologie von Claro für die Einzelbildanalyse noch weiter verbessert. Das Ergebnis sind lebendig wirkende Gesichter, realistische Hauttöne und ein stärkerer Kontrast, kombiniert mit noch besserer Tiefenzeichnung.

➤ www.elpical.com

Enfocus

DIE VIELFALT VON SWITCH 11

Enfocus stellt gemeinsam mit Impressed GmbH, seinem Distributor für Deutschland, Österreich und die Schweiz, auf der Ifra Expo (29. bis 31. Oktober in Frankfurt) die wichtigsten Neuerungen der Automatisierungslösung Switch 11 und Pit-Stop Server 11 für die PDF-Prüfung und -Korrektur in den Mittelpunkt. Crossroads, die Community rund um Enfocus Switch, will der Zeitungsbranche zeigen, wie sich



dynamische Automatisierungsroutinen in bestehende Systeme integrieren lassen. Die weiteren Crossroads-Anwendungspartner vorort sind axaio, callas, Chili Publish, Elpical und seit kurzem auch Esko. Durch die schier endlosen Kombinationsmöglichkeiten von Switch 11 und PitStop Server 11 beginnt auch für die Zeitungsbranche eine neue Ära in der Preflight-Prüfung und Workflowautomatisierung: »Gemeinsam mit unseren Crossroads-Partnern möchten wir den Messebesuchern die Stärken einer Automatisierungslösung wie Switch hautnah vorführen. Sie sollen sehen, wie leicht Switch mit bestehenden Lösungen verbunden werden kann. Das lässt sich bei keiner Gelegenheit besser erklären als in Live-Demos mit unseren Partnern am Stand«, erklärt Sukerti Van Schoorisse, Marketing Manager bei Enfocus.

➤ www.crossroads-world.com

➤ www.enfocus.com

Fujifilm

LO-CHEM STRATEGIE UND DIGITALDRUCK

Fujifilm will die Expo nutzen, um mit der Brillia PRO-VN2 die nächste Generation seiner Zeitungsplatten zu starten. Die neue Platte ist eine robustere Version der Brillia PRO-VN, die eine gesteigerte Auflagenfestigkeit von bis zu 300.000 Überrollungen aufweist. Zusätzlich zur verbesserten Haltbarkeit verfügt sie nach Angaben des Herstellers über die »Lo-Chem-Merkmale«. Fujifilm wird den Messestand-Besuchern



auch die Produktlinie diverser Offsetplatten und Drucksaal-Lösungen vorstellen, um Zeitungsdruckereien bei der Optimierung ihrer Druck-Ergebnisse zu unterstützen. Mit den neuen Fujifilm-Technologien können Zeitungsdruckereien nach Angaben des Herstellers die Effizienz verbessern, Kosten senken und ihre Umweltbelastung minimieren. Zusammen mit der Arbeitssicherheit für das Personal sind all dies Themen, die in der modernen Zeitungsproduktion Bedeutung haben.

Zusätzlich wird das Unternehmen über die Jet Press W informieren, einer digitalen Maschine für den Inkjet-Rollendruck, die erstmalig zur drupa 2012 vorgestellt worden ist. Die Maschine ist für den Druck kleiner Zeitungsaufgaben geeignet und ermöglicht mit Fujifilms Vividia-Tinten den beidseitigen Druck in hoher Bildqualität in einem kompakten Single-Tower-Design auf einer vergleichsweise kleinen Stellfläche.

➤ www.fujifilm.eu

Goss

»SEE THINGS DIFFERENTLY« AUCH FÜR DIE ZEITUNG

Goss International will mit seinem drupa-Motto »See Things Differently« den Fokus auf seine Konzepte für die Herausforderungen im Verlagswesen richten.

Das jüngste Produktangebot von Goss ist das Colorliner-CPS-Kompaktdruckmaschinensystem. Diese Maschine wurde anlässlich der Ifra Expo im vergangenen Jahr vorgestellt, die erste Installation läuft zurzeit bei der Druckerei DC Thomson in Dundee, Schottland.

Das Colorliner-CPS-System führt bewährte Technologien in einer kompakten Konfiguration zusammen, deren Vorteile in höherer Druckqualität, geringem Personalbedarf und einer verbesserten CO₂-Bilanz liegen. Die Zylinder- und Farbwerkskonfiguration ermöglicht einen kurzen Druckstellenabstand. Die auf 2,7 m verkürzte Bahnlänge zwischen der ersten und der vierten Druckwerksebene führt zur Reduzierung des Fanout-Effekts und zu besserer Registergenauigkeit.

Für den einfachbreiten Markt bietet Goss die Zeitungsrotation Magnum HPS. Das auf der drupa 2012 ausgestellte Modell wurde schon an zwei Standorten in China installiert. Mit Fortdruckgeschwindigkeiten von bis zu 70.000 Ex./h baut die Rotation auf den Zeitungs- und Semicommercial-Rotationen auf. Neu ist unter anderem eine ergonomische H-Druckwerkskonstruktion.

Daneben wird Goss seine Ersatzteil-, Service- und Maschinenerweiterungsprogramme präsentieren, die entwickelt wurden, um die Lebensdauer der Druckmaschinensysteme zu verlängern und die Produktivität insgesamt zu verbessern.

➤ www.gossinternational.com



InterRed

REDAKTIONSSYSTEM AUF DER WORLD PUBLISHING EXPO 2012

InterRed präsentierte das Redaktionssystem, mit dem seit Anfang des Jahres die Zeitungen ›Bild‹ und ›Bild am Sonntag‹ produziert werden. Die Gesamtlösung rund um das Multi Channel Publishing bietet die Möglichkeit, Inhalte medienneutral zu speichern und in allen gängigen Kanälen zu publizieren. Das Redaktionssystem unterstützt auch prozessoptimierende Mechanismen in der Zeitungsproduktion. Für Printmedien mit festem, statischem Layout und für Objekte mit freiem Layout bietet InterRed die Basis. Auch für das Web-Content-Management bietet InterRed eine Lösung.

➤ www.interred.de

Impressed

LÖSUNGEN VON ENFOCUS, CALLAS UND ELPICAL

Die Impressed GmbH ist zusammen mit Enfocus, callas software und Elpical vertreten. Impressed bietet Lösungen für Prepress- und Redaktions-Workflows an. Schwerpunkte bilden die Prüfung und Übertragung von Daten sowie die Automatisierung von Prozessen in der Vorstufe. Im Mittelpunkt steht Enfocus Switch, die Lösung für die Automatisierung von Produktions-Arbeitschritten. Neben dem Datenhandling bietet Switch Funktionen zum Filtern, Sortieren und Routen von Daten. Switch bildet damit das Bindeglied zwischen MIS-, Auftrags- bzw. Job- Planungs-Systemen, Web-Portalen, Datenbanken und Druckvorstufen-Workflowsystemen samt Ausgabe-RIPs.

➤ www.impressed.de

KBA

MODERNE TECHNIK UND BREITES SERVICEANGEBOT

Nachdem in den letzten Jahren die am Markt erfolgreichen Hightech-Kompaktanlagen Commander CT und Cortina den KBA-Messeauftritt dominierten, wird in diesem Jahr auch die vor zwölf Monaten auf der Ifra Expo in Wien neu vorgestellte Commander CL (CL = CLassic) das Interesse bestimmen. Diese Achterturmrotation mit H-Druckeinheiten ist fast so kompakt wie die High-End-Maschinen Commander CT und



Cortina und für die jeweiligen Anwenderbedürfnisse modular automatisierbar, zum Beispiel auch nachträglich beim Plattenwechsel. Neben technischen Neuentwicklungen im Druckbereich hat KBA sein Service-Portfolio für die Branche konsequent ausgebaut. So wurde erst kürzlich eine enge Zusammenarbeit mit den Automatisierungsexperten von EAE in Ahrensburg bei den am Markt zunehmend gefragten Retrofits für ältere Rotationsanlagen bekannt gegeben.

➤ www.kba.com

Krause

PROGRAMM FÜR DIE WORLD PUBLISHING EXPO 2012

Krause wird eine neue Version des HighSpeed-Belichters LS Jet vorstellen, der mit einem Trolley mit bis zu 1.000 Druckplatten im Zugriff eine Alternative zum LS Jet Multifomat darstellt und bei Bedarf vor Ort hochgerüstet werden kann. Beide LS Jet-Varianten verfügen jetzt über eine Ausgabegeschwindigkeit von bis zu 400 Druckplatten pro Stunde und zählen zu den leistungsfähigsten CTP-Belichtern.



Krause LS Jet Multifomat mit BlueFin.

Im JetNet-Workflow wird das neue Modul JetNet Web-Portal zur Einbindung externer Verlagskunden in die Workflow- und Produktionsumgebung zur Planung und Freigabe ihrer Aufträge gezeigt.

➤ www.krause.de

Kodak

EFFIZIENTE & WIRTSCHAFTLICHE ZEITUNGSPRODUKTION

Kodak präsentiert neu auf dem Markt eingeführte Systeme und Lösungen. Zu den vorgestellten Technologien, die die Messebesucher kritisch unter die Lupe nehmen können, zählen eine neue vorerwärmungsfreie Zeitungsdruckplatte, die neue prozessfreie Kodak Sonora News Platte, das Kodak Prosper S30 Eindrucksystem (siehe auch den Beitrag auf Seite 28), der neue Kodak Intelligent Prepress Manager



Das neue Prosper S30 System kann personalisierte Informationen wie Gewinnspiel- und Lotterienummern bei voller Produktionsgeschwindigkeit von Zeitungsrotationen ein-drucken.

2.0 sowie Kodaks kontinuierlich weiterentwickelte CTP-Lösungen.

➤ www.graphics.kodak.com

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Die neue KBA C16. Drucken, wenn andere noch rüsten.

Der Akzidenzmarkt ist im Wandel. Die Auflagen und Lieferzeiten sinken, der Kostendruck steigt. Die neue 16-Seiten-Rolle KBA C16 liefert die richtigen Antworten. Mit extrem schnellen Jobwechseln, geringer Makulatur und Wartung, hoher Produktflexibilität, hervorragender Bedienergonomie und innovativen Lösungen vom Rollenwechsler bis zum Falzausgang. Im Leistungsbereich von 55.000 bis 65.000 Zyl. U./h. Mehr Details? Anruf genügt!

Koenig & Bauer AG

Tel. 0931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com

 **KBA**
People & Print



Müller Martini

EINSTECKSYSTEM FLEXLINER MIT PAKETBILDUNGS-SYSTEM

Müller Martini präsentiert unter dem Motto ›Fit for difference‹ sein Einstecksystem FlexLiner in Kombination mit dem neuen Paketbildungs-System FlexPack. In Live-Vorfürungen will Müller Martini Zeitungs- und Mailingproduzenten zeigen, wie sie sich durch Beilagenmarketing und attraktive Produktgestaltung differenzieren können. Der FlexLiner basiert auf dem Konzept der selektiven Hauptprodukt-Zuführung und sei mit bis zu 30.000 Takten pro Stunde das ideale Einstecksystem für Zeitungsbetriebe sowie für Hersteller von Anzeigenblättern und Mailings mit sehr grossen Auflagen.

Das Paketbildungssystem FlexPack bietet nach Angaben von Müller Martini optimale Platzausnutzung und erstklassige Paketqualität. Sämtliche Abläufe wie Stapeln, Zuführen des Unterbogens, Beschriftung, Deckblatt-Druck und -Auflage sowie Paketumreifung sind in der kompakten Maschine vereint. Der FlexPack kann mit den Einstecksystemen FlexLiner und ProLiner kombiniert werden.

Auch mit der Integration eines Sammelhefters zur Veredelung von Beilagen mittels Falzen und Heften inklusive Glanzumschlag oder zusätzlich eingehafteten Beilagen bietet neue Möglichkeiten.

Das Marktsegment von im Digitaldruck hergestellter Zeitungen wird ebenfalls Thema am Messestand sein.

➤ www.mullermartini.com

Mit einer weiteren Premiere im Bereich des FlexAd-Konzepts zeigt Müller Martini am neuen Einstecksystem FlexLiner, wie im Versandraum zusätzlicher Mehrwert generiert werden kann.



NELA

MESSSCHWERPUNKT PROZESSAUTOMATION

Just-in-time Lieferung druckfertiger Platten an die Rotation, Integration von Prepress Workflow, Plattenherstellung und Druckmaschinenleistung, Registerregelsysteme für die Druckmaschine: dies sind schon seit einigen Jahren die Leitmotive bei der Brüder Neumeister GmbH Lahr (NELA). Auch auf der World Publishing Expo in Frankfurt hat der Systemlieferant aus Baden hierzu wieder interessante Neuerungen und Projekte vorgestellt.

NELA präsentierte eine neue Lösung mit dem Plate ReOrganizer. Der kompakte und extrem schnelle Turm sortiert druckfertige Platten genau in der Reihenfolge, wie sie an der Rotation benötigt werden. Die NELA PlateFlow Software überwacht dabei genau, welche Druckplatte auf welchen Druckzylinder montiert werden muss. Der ReOrganizer kann bis zu 800 Platten pro Stunde verarbeiten und wird insbesondere bei hochregionalisierten Tageszeitungen mit vielen Mutationen eingesetzt.

Ein weiterer Messeschwerpunkt bei NELA war das OnPress Register Control-System, das vollautomatisch für präzises Schnitt- und Farbregister sorgt und sich problemlos nachträglich an jeder Druckmaschine ergänzen lässt.

➤ www.nela.de

ppi Media

360°-LÖSUNGEN FÜR EINE INTEGRIERTE VERLAGSBRANCHE

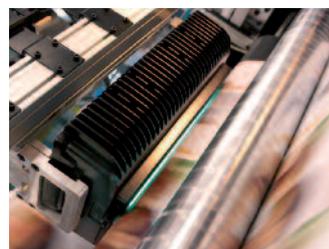
ppi Media hat sich eigenen Angaben zufolge intensiv mit dem Wandel in der Medienindustrie auseinandergesetzt und Software entwickelt, über die alle Medienkanäle bedient werden könnten, die ein praktikables Paymentmodell für digitale Angebote, Standardisierung und Responsive Webdesign bietet. Auf der World Publishing Expo stellt ppi Media die 360°-Module vor. Dazu zählen AdX, Content-X, OM portal und mediaPrelight zur Überprüfung von Anzeigen und Videos in den für die Ausgabekanäle spezifischen Formaten sowie die Mobile-Plattform moboom mit Responsive Design.

➤ www.ppimedia.de

QuadTech

ACCUCAM AUF DER WORLD PUBLISHING EXPO 2012

QuadTech, Anbieter von Druckmaschinen-Regelungstechnologien, will Neuheiten bei der Farbregelung und Bahneninspektion zeigen. Das durch eine Wasserregelungsfunktion erweiterte automatische Farb-



regelungs- und Bahneninspektionssystem mit AccuCam bietet eine bildbasierte Farbregelung und zuverlässige Warnungen vor einer Vielzahl typischer Druckfehler wie Tonen, Knitterfalten, transponierten Druckplatten, Plattenrissen und Plattenkanten.

➤ www.quadtechworld.com

Toray

DIE PERFEKTE DRUCKKOMBINATION

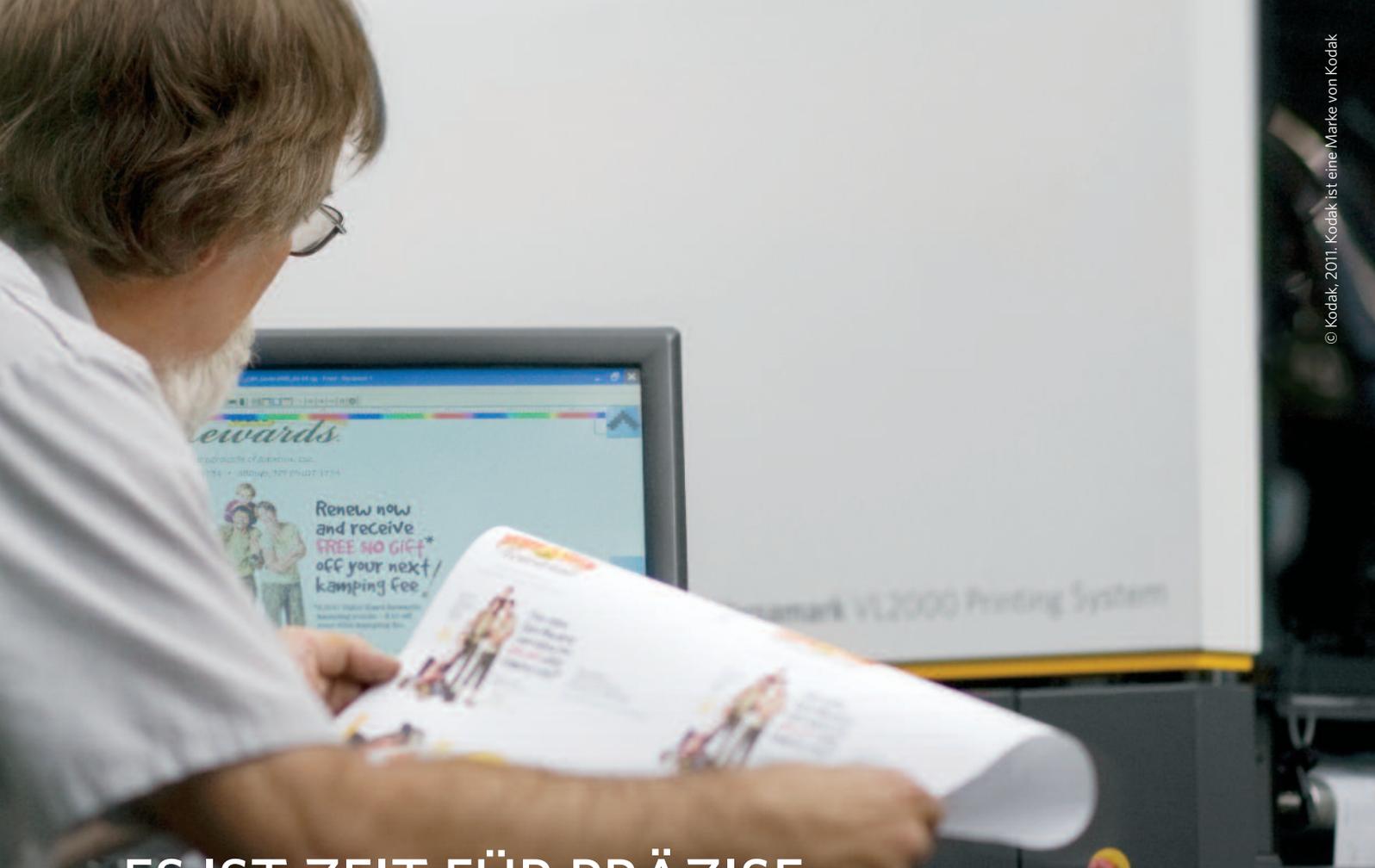
Toray will auf der Expo zeigen, wie wirtschaftliches und ökologisches Drucken eine Einheit bilden. Seit ihrer Markteinführung im April berichten die Kunden, die mit der MX10 arbeiten, von einer bis zu 40% längeren Laufzeit auf der Druckmaschine. Die wasserlose CtP-Offset-Druckplatte MX10 von Toray können auf zertifizierten Plattenbelichtern wie Trendsetter News 100/200, Generation News V-



X-Z oder Xjet Waterless mit einer Auflösung von bis zu 175 lpi bebildert werden. Sie erreichen Auflagenhöhen von 250.000 und 400.000 Exemplaren auf ungestrichenem beziehungsweise gestrichenem Papier. Die wasserlose Plattenentwicklung kommt nach Angaben des Herstellers mit einem Bruchteil der von konventionellen Platten benötigten Chemikalien aus und minimiert damit die Umweltbelastung.

➤ www.toray.com

➤ www.waterless-print.com



ES IST ZEIT FÜR PRÄZISE
INDIVIDUELLE ANSPRACHE
UND
BESSERE KUNDENBEZIEHUNGEN.

Es ist Zeit für zielgenauere Angebote **UND** höhere Responsequoten.

Es ist Zeit für mehr Ideen **UND** nahtlose Integration.

Möchten Sie Ihren Kunden effektivere Möglichkeiten für die Nutzung der ganzen Vielfalt von Verbraucherdaten bieten? Dann brauchen Sie eine **Kodak** Lösung. Wir bieten Ihnen alles, was Sie für eine effiziente, innovative und profitable Produktion benötigen: Tools, Erfahrung, Support und einen robusten Workflow. Es ist Zeit für Lösungen, die den Ansprüchen von Menschen und den Zielen Ihres Unternehmens gerecht werden.

Es ist Zeit für Sie **UND** Kodak

Gerne beraten wir Sie persönlich. Kontaktieren Sie Reinhold Frech, Tel. 0711.406-2610, Reinhold.Frech@kodak.com. Oder besuchen Sie kodak.com/go/connect



Offset und Inkjet ziehen an einem Strang

Die Druckerei Hamburg-Ahrensburg der Axel Springer AG nutzt das Kodak Prosper S30 Eindrucksystem für den hybriden Zeitungsdruck

Ganz auf dieser strategischen Linie liegt das Engagement im hybriden Zeitungsdruck. Eine der sechs Colorman-Zeitungsrotationen der Druckerei wurde mit einem Kodak Prosper S30 Eindrucksystem ausgestattet. Die Kombination von konventionellem Coldset-Rollenoffset- und Hochgeschwindigkeits-Inkjetdruck in dieser weltweiten Pilotinstallation ermöglicht das Eindrucken variabler Daten in statische Inhalte, ohne die Produktivität der Rollenoffsetdruckmaschine zu beeinträchtigen. Damit hat sich die Druckerei eine technische Lösung ins Haus geholt, mit der sich das Traditionsmedium Zeitung für die Leser wie auch für Werbekunden attraktiver machen lässt. Das digitale Eindrucken erlaubt die Versionierung oder Individualisierung von Werbekampagnen durch die Anreicherung statischer Werbeeinhalte mit variablen Informationen und Bildkomponenten. So werden die Voraussetzungen geschaffen, um Druck-Erzeugnisse in crossmediales Marketing einzubinden und Brücken zwischen der Online- und Offline-Welt zu schlagen. Beispielsweise sorgen fortlaufende Gewinnnummern, variable QR-Codes und wechselnde URLs oder Grafiken dafür, dass sich Anzeigen

von Zeitungsexemplar zu Zeitungsexemplar unterscheiden und im Rahmen von Multichannel-Kampagnen zentrale Anreizfunktionen übernehmen. Zudem bekommen Zeitungsverlage mit dem variablen Eindrucken ein Instrument an die Hand, mit dem sie für die Leser ihrer Titel attraktive Gewinnspiele veranstalten können, um den Verkauf anzukurbeln und die Leser-Blatt-Bindung zu fördern.

Eindrucksystem für den variablen, einfarbigen Druck

»Durch die Zielsetzung, für unsere eigenen Verlage und Kunden am Akzidenzmarkt attraktiver zu werden, beschäftigen wir uns seit Langem mit verschiedenen technischen Neuheiten. Wir pflegen einen sehr engen Kontakt mit unseren Herstellern. Auf diesem Weg lernten wir auch Kodak und das Thema digitales Eindrucken kennen«, berichtet Thomas Drensek, Werkleiter der Offsetdruckerei Ahrensburg. »Anfängliche Überlegungen gab es bereits 2006, als manroland mit Tests im eigenen Werk begann. 2010 installierten wir dann das erste Eindrucksystem von Kodak, ein Versamark DH6240 System, in einem Versuchsaufbau in der Rotation.«

Im September 2011 wurde das System durch das Kodak Prosper S30

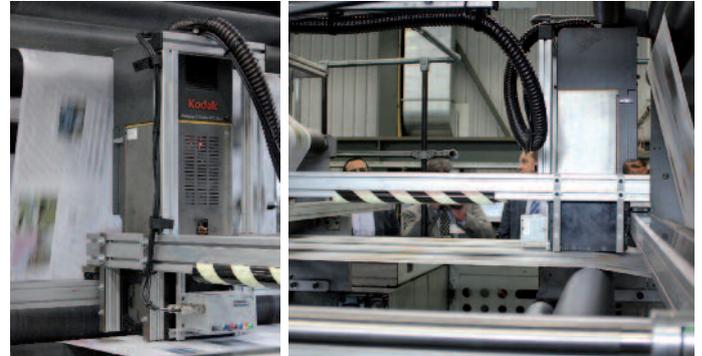
»Mehr als herkömmlicher Zeitungsdruck« lautet die Devise bei der Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensburg der Axel Springer AG. Mit seinem Leistungsangebot will das Unternehmen für die eigenen Verlage des Medienunternehmens attraktiver werden und auch im Akzidenzgeschäft mehr Aufträge gewinnen.



Die Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensburg ist eine von drei Verlagsdruckereien der Axel Springer AG.



Volker Wehmeyer (Leitung Planung und Steuerung), Thomas Dresek (Werkleiter) und Holger Benthack (Produktionsmanagement Druck) treiben bei Axel Springer das Projekt ›Hybrider Zeitungsdruck‹ voran.



Die Rotation produziert mit Bahngeschwindigkeiten bis 13,2 m/s, womit die Kapazität des Prosper S30 Systems (max. 15 m/s) noch nicht ganz ausgereizt wird. Der Druckkopf wird über eine Traverse in Position gefahren.

Eindruckssystem ersetzt. Dieser bislang schnellste Eindruckkopf von Kodak liefert bei 600 x 200 dpi und Bahngeschwindigkeiten der Rotation bis 900 m/Min. (15 Meter pro Sekunde) Resultate in gleich bleibend guter Qualität. Die Ansteuerung und Belieferung des Hochgeschwindigkeitssystems mit Druckdaten erfolgt über einen Kodak Versamark CS410 Systemcontroller und für die Aufbereitung der variablen Daten steht die Software Versamark IJ Data Prep zur Verfügung, die Druckdaten im IJPDS-Format generiert.

Der variable, einfarbige Druck ist bei Springer mit dem Prosper-System in einer 105,6 mm breiten Zone über die gesamte Abschnittlänge der jeweiligen Produkte möglich. Das System arbeitet mit wasserbasierender Pigmenttinte, die auf Zeitungspapier eine dem Offsetdruck vergleichbare Schwarz-Dichte erreicht.

»Die Geschwindigkeit ist wesentlich. Wir dürfen nicht ausgebremst werden. Natürlich benötigen wir eine hohe Eindruckqualität, möglichst auf Offsetniveau. Eine weitere Anforderung ist, dass wir die Bewegungsfreiheit für das Personal in der Maschine nicht einschränken. Und aus Kundensicht kommen die Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit dazu«, so umreißt Holger Benthack,

Produktionsmanagement Druck, die generellen Anforderungen an die Eindrucklösung. »Das Prosper S30 System bietet uns alles, was wir in diesem Zusammenhang benötigen. Mit dem DH6240 System konnten wir nur bei 240 mal 120 dpi und bis maximal 35.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde einducken. Heute fahren wir mit dem S30 System 42.500 Zylinderumdrehungen, das entspricht 13,2 Meter pro Sekunde. Das heißt, es gibt noch Spielraum. Außerdem haben wir die höhere Auflösung und erreichen ein intensiveres Schwarz. Das sind die entscheidenden Fortschritte.«

Freie Bahn für flexibles Einducken

Das Kodak Prosper S30 System wurde im Überbau einer Colorman-Rotation eingebaut. Die Anordnung sorgt dafür, je nach Bahnführung eine der Papierbahnen von zwei verschiedenen Drucktürmen zu bedrucken. Durch diese Platzierung lassen sich variable Elemente nicht nur auf die Außenseiten, sondern auch ausgewählte innen liegende Seiten von Zeitungen drucken.

Für die Integration des Eindruckssystems nahm manroland web systems eine Anpassung der Papierbahn-Einziehwege vor. Verschiedene Papierleitwalzen wurden eingebaut und

Traversen eingesetzt, um den Druckkopf und weitere mechanische Komponenten aufzunehmen. Um die wenigen Millimeter Abstand zwischen Druckkopf und Papierbahn konstant zu halten, befindet sich die Inkjet-Druckzone über einer Leitwalze.

»Wir haben uns verschiedene Inkjet-Technologien angesehen und sind der Meinung, dass es zu Prosper S30 keine Alternative gibt. Nur dieses System erlaubt die hohe Druckgeschwindigkeit und liefert dabei diese Qualität. Ein Vorteil besteht auch darin, dass der Inkjet-Kopf an jeder gewünschten Stelle über die Bahnbreite positioniert werden kann«, sagt Thomas Dresek.

Er hat neben den technologischen Aspekten auch die Frage der Marktimplementierung im Auge: »In dieser Hinsicht beschreiten wir unterschiedliche Wege. Selbstverständlich stehen wir mit unseren eigenen Marketingorganisationen im Hause Axel Springer in engem Kontakt. Zusätzlich nutzen wir unsere Verbindungen zu Kreativen, da wir glauben, dass wir nur gemeinsam mit den Marketingbereichen und den Kreativen Geschäftsmodelle entwickeln können, die zum Erfolg führen.« In diesem Zusammenhang ergänzt Volker Wehmeyer, Leitung Planung und Steuerung der Dr-

OFFSETDRUCKEREI HAMBURG-AHRENSBERG

Die im Jahr 1984 in Betrieb genommene Offsetdruckerei Hamburg-Ahrensberg mit rund 300 Beschäftigten ist eine von drei Verlagsdruckereien der Axel Springer AG. Weitere Zeitungsdruckereien unterhält das Unternehmen in Berlin-Spandau sowie in Essen-Kettwig. Am Standort Ahrensberg, rund 20 km nordöstlich von Hamburg, wurde im Zeitraum von 1998 bis 2006 die Technik komplett erneuert. Heute stehen für den Zeitungsdruck sechs Colorman-Zeitungsoffsetrotationen mit insgesamt 144 Druckwerken zur Verfügung, auf denen pro Jahr etwa 60.000 t Papier bedruckt werden. Zusätzlich wird ein jährliches Aufkommen von 280 Millionen Beilagen verarbeitet. Verlags-eigene Zeitungsobjekte lasten die Druckerei zu rund 70% aus; Fremdaufträge füllen die übrige Produktionskapazität. Das Produktionsprogramm umfasst Titel der Axel Springer AG, wie das »Hamburger Abendblatt«, »Bild«, »Bild am Sonntag«, »Die Welt«, »Welt Kompakt« und »Welt am Sonntag«. Dazu kommen im Lohnauftrag gedruckte Teilaufgaben überregionaler Tages- und Wochenzeitungen sowie unterschiedlichste Akzidenzaufträge.



Hybrider Druck im Einsatz zur Förderung der Leser-Blatt-Bindung: Das ›Cash Million‹-Gewinnspiel in ›Bild‹ wurde via Digital-Eindruck realisiert.



Beim Event für Zeitungsexperten im September wurde eine Sonderausgabe der ›Welt Kompakt‹ mit Informationen über das Hybriddruck-Projekt produziert.

ckerei: »Mit der Inkjet-Individualisierung können wir unseren Verlagskunden zwei Schwerpunkte bieten. In Zeiten sinkender Auflagen und Umfänge sind Instrumente gefragt, die ein Gegensteuern ermöglichen. Da bieten sich Gewinnspiele an, die wir mit der Eindrucklösung realisieren können und die die Leser dazu bringen, dem Produkt über mehrere Tage hinweg treu zu bleiben. Das zweite Thema ist jedwede Vermarktung im Anzeigenbereich. Wir leisten bei Verlagen sehr viel Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit, um die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass das erklärungsbedürftige Produkt inhaltsvariable Anzeige den Werbekunden näher gebracht wird.«

Hybrid zeigt Wirkung

Nach umfangreichen Tests wurde im Oktober 2011 in Zusammenarbeit mit Kodak in einer Branchenbeilage für das ›Hamburger Abendblatt‹ die erste reale Produktion mit versionierter Anzeigenwerbung gefahren. Jeder der 220.000 Drucke eines Kodak Anzeigenmotivs erhielt per Inkjet-Eindruck einen Gewinncode, über den bei einer Verlosung ein Drucker zu gewinnen war.

In den Bereich der Maßnahmen zur Förderung der Leser-Blatt-Bindung fällt eine groß angelegte, mehrwöchige Aktion, die ›Bild‹ für das Hamburger Stadtgebiet im April und Mai 2012 durchführte. Beim ›Cash Million‹-Gewinnspiel erschienen jeweils zu Wochenbeginn in der Zeitung Spielscheine mit individuellen, per Inkjet eingedruckten Zahlenkombinationen. Die Leser mussten dann ihre Zahlen mit den täglich veröffentlichten Glückszahlen vergleichen und konnten am Ende der Aktion attraktive Geld- und Sachpreise gewinnen.

Eine ähnliche Verlosungsaktion lief im Mai mit täglich 35.000 Exemplaren der ›Welt Kompakt‹. Über einen individuellen Gewinncode auf der Titelseite der Tabloid-Zeitung waren begehrte Elektronikartikel zu gewinnen. Ursprünglich auf einen Zeitraum von zwei Wochen angelegt, entschied sich der Verlag aufgrund des Erfolgs der Kampagne zur Verdoppelung der Laufzeit.

Großes Zukunftspotenzial

Nach den positiven Erfahrungen ist zu erwarten, dass die hybride Druckproduktion auf der Rotation weiter zunehmen wird. Kommt das Prosper S30 System zum Einsatz, sind bisher 20 Minuten zusätzliche Einrichtezeit eingeplant, da die Druckkopfposi-

tion manuell angepasst werden muss. Eine Software von manroland web systems regelt die Position des Inkjet-Druckbildes in Druckrichtung. »Wir fahren die Maschine zunächst mit Andruckgeschwindigkeit. Dann werden alle Offset-Parameter eingestellt und der Inkjet-Kopf justiert«, erläutert Holger Benthack. »Danach ist noch ein Halt nötig, um nachzumessen und genau zu justieren. Zukünftig entfällt dieser Halt.«

Die weitere Optimierung der Installation in der Zusammenarbeit zwischen der Druckerei, manroland web systems und Kodak zielt in Richtung Rüstzeitverkürzung auf wenige Minuten, mehr Bedienerfreundlichkeit und Verbesserung des Registers. Dies wurde inzwischen durch einen motorischen Antrieb und die Fernverstellung der Druckkopfposition auf einer Traverse vom Rotationsleitstand erreicht sowie durch eine Reduzierung der Registertoleranz auf 0,1 mm über die gesamte Geschwindigkeitsskala hinweg.

»Wir sehen in der Technologie mit ihren Möglichkeiten zur Individualisierung großes Zukunftspotenzial«, resümiert Thomas Drensek.

- › www.graphics.kodak.com
- › www.offsetdruckerei-ahrensburg.de
- › www.axelspringer.de

Event für Experten

RUND UM INDIVIDUALISIERTE ZEITUNGEN

Wie lässt sich die gedruckte Zeitung für Leser, Werbetreibende und auch für Verlage attraktiver machen?

Eine Frage, die am 25. September 2012 zahlreiche Führungskräfte aus der Zeitungsbranche in der Offsetdruckerei Ahrensburg der Axel Springer AG zusammenführte und auf die in technischer Hinsicht manroland, Kodak und die Techniker des Zeitungshauses die Antworten lieferten.

Mit dem variablen Druck bekommen Verlage ein Instrument in die Hand, mit dem sie in ihren Titeln Gewinnspiele und ähnliches durchführen können. Dies mit dem Ziel, den Verkauf und die Leser-Blatt-Bindung zu fördern. Natürlich lässt sich das Inkjet-Eindrucken auch für redaktionelle Zwecke nutzen, etwa um Zeitungen während der Produktion fortlaufend mit neuesten Nachrichten zu aktualisieren oder nach Zielgruppen getrennte Inhalte einzudrucken. Exakt solche Anwendungen sind es, denen Prof. Karl Malik, Unternehmensberater und Fachpublizist, in seinen Ausführungen eine entscheidende Funktion dafür beimaß, dass die gedruckte Zeitung lebt. Wichtig für den Erfolg sei das Angebot von Mehrwerten in und mit der Zeitung sowie eine konsequente Weiterentwicklung von Print. Diese solle sich nahe an den Medienkonsum-Gewohnheiten der Menschen orientieren.

Einen Höhepunkt der Veranstaltung bildete die Live-Demo des Hybriddrucks mit dem Kodak Prosper S30 Eindrucksystem. Die Besucher hatten die Möglichkeit, die im Überbau der Colorman-Rotation installierte Eindrucklösung aus nächster Nähe in Aktion zu erleben.





GLOBALISIERUNG HAT EIGENTLICH JETZT ERST RICHTIG **begonnen!**

Cloud Computing ist der Mega-Trend: HP 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. HP 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



Rund um den wasserlosen Zeitungsdruck

Am 19. und 20. September trafen sich Anwender der im umweltfreundlichen wasserlosen Offsetverfahren druckenden Rotationsanlage KBA Cortina aus europäischen Zeitungshäusern und aus dem Emirat Dubai bei der Rheinisch Bergischen Druckerei in Düsseldorf zum achten Cortina User Workshop.

Waren es beim ersten Workshop 2005 noch ganze sechs Teilnehmer, diskutierten dieses Mal rund 70 Vertreter von Zeitungshäusern und der Zulieferindustrie aus neun Ländern über ihre Erfahrungen und Strategien mit dem wasserlosen Zeitungsdruck, die eingesetzten Materialien, maschinen- und verfahrenstechnische Weiterentwicklungen und neue Optionen wie die Inline-Lackierung für anspruchsvolle Coldset-Druckprodukte in akzidenzähnlicher Qualität. Diese Möglichkeit bietet verfahrenstechnisch nur der wasserlose Zeitungsdruck.

Zum ersten Mal waren auch Vertreter des jüngsten Cortina-Anwenders, des Medienhauses Al Nisr Publishing LLC in Dubai anwesend. Dort produziert seit einigen Monaten eine große Cortina-Linie mit vier Heißlufttrocknern die renommierte englischsprachige Zeitung ›Gulf News‹ und andere Titel ohne das in der Region besonders knappe und entsprechend kostbare Wasser.



Rund 70 Cortina-Anwender und Vertreter der Lieferindustrie trafen sich zum 8. Cortina User Workshop bei der ›Rheinischen Post‹. Zwei Tage lang drehte sich beim Meeting in Düsseldorf alles um den wasserlosen Zeitungsdruck.

ERFAHRUNGSBERICHTE Bei der Rheinisch Bergischen Druckerei in Düsseldorf produziert seit gut zwei Jahren eine Cortina von KBA die ›Rheinische Post‹ und viele weitere Produkte in hoher Qualität.



Matthias Tietz, Geschäftsführer der Druckerei und besonders engagierter Anhänger des auf Qualität, Umwelt und Wirtschaftlichkeit in der modernen Zeitungs- und Commercial-Produktion ausgerichteten Cortina-Konzepts, begrüßte die Teilnehmer und präsentierte den Verlag. Einmal mehr begründete er die Entscheidung für die Cortina mit dem Satz: »Wir wollten zwei Akzidenzmaschinen, die auch Zeitungen drucken.« Dass mit der KBA Cortina bei Zeitungen, Beilagen, Anzeigenblättern oder Sonderpublikationen auf diversen Papieren eine außerordentliche Druckqualität auch ohne energieintensiven Trocknereinsatz möglich ist, hat das renommierte Düsseldorfer Medienhaus oft bewiesen. Beispiele dafür nannte der Techni-

sche Leiter Jens Koudmani bei der Vorstellung der eingesetzten Technik. Neben den Berichten der bisher 18 Cortina-Anwender aus Benelux, Deutschland, Frankreich, Skandinavien, der Schweiz und Dubai stellten die anwesenden Farb-, Papier-, Gummituch- und Druckplattenlieferanten den aktuellen Stand ihrer Verbrauchsmaterialien für den wasserlosen Zeitungsdruck vor. Darunter waren neben dem aktuellen Druckplattenlieferanten Toray auch Vertreter des amerikanischen Plattenherstellers Presstek mit einer auf der Basis ausgiebiger Praxistests für die Anforderungen des Hochleistungs-Rollendrucks konzipierten neuen Wasserlos-Platte. Die Diskussion gemeinsamer Projekte und betriebswirtschaftliche Fragen sowie der Vermarktung des wasserlosen Drucks standen ebenfalls auf der Tagesordnung des Düsseldorfer Anwendertreffens.

› www.kba.com



Schlaumacher Computer-to-Plate hat sich etabliert. Dabei geht es heute jedoch immer weniger um die Maschinen-Hardware der Belichter, als vielmehr um die Druckplatten, die verarbeitet werden sollen. Um die Plattentechnologien ist ein Kampf entbrannt, der die Diskussionen bei Computer-to-Plate bestimmt. Die beiden Ausgaben schaffen Klarheit mit Grundsatzartikeln und Marktübersichten.

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com



Ein Rohdiamant für maschinelles Einstecken

Zur drupa 2012 hatte Ferag mit MiniSert ein Konzept für den einfachen und kostengünstigen Einstieg in den maschinellen Einsteckprozess angekündigt. Jetzt feierte die Einstecklinie in Hinwil ihre Weltpremiere.

Von Julius Nicolay

Knapp vier Monate nach der Ankündigung präsentierte Ferag am Hauptsitz der Ferag AG im schweizerischen Hinwil MiniSert erstmals als serienfertige Lösung im Produktionseinsatz. MiniSert richtet sich vor allem an jene Zeitungsmärkte, in denen

Dazu ist MiniSert modular aufgebaut. Hauptkomponenten sind die Anlegergruppe, das Einsteckmodul und die Paketauslage. Nach nur einwöchiger Montage- und Schulungsphase ist MiniSert nach Angaben von Ferag produktionsbereit.

ständige Endprodukte in den Vertrieb gehen. Die fertigen Pakete werden der Auslage entnommen und im Nearline-Verfahren manuell umreift. Mit Zweiermodulen ist der Anlegerbereich schrittweise von zwei auf vier und auf (derzeit maximal) sechs Einsteckprodukte ausbaubar. Die bequem und einfach zu bedienenden Anleger »InterHopper« zeichnen sich wie die gesamte Einstecklinie durch eine ausgezeichnete Ergonomie und ihr völlig unkritisches Verhalten gegenüber einem breiten Format- und Produktspektrum aus.



bislang noch manuell eingesteckt wird, das Beilagenvolumen aber den Wechsel zum maschinellen Einsteckprozess rechtfertigen würde.

MiniSert richtet sich an jene Zeitungsmärkte, in denen bislang manuell eingesteckt wird, das Beilagenvolumen aber den Wechsel zum maschinellen Einsteckprozess rechtfertigen würde.

ECHTES MARKTBEDÜRFNIS Dieses System sei ein echtes Marktbedürfnis, betonte Ferag-Chef Jürg Möckli bei der Vorstellung in Hinwil. Durch MiniSert erhielten Zeitungsdrucker die Möglichkeit, diesen Wechsel mit relativ geringen finanziellen Mitteln umzusetzen. Der Einsteckprozess könne bei vergleichsweise niedrigen Betriebskosten und einer ungleich höheren Produktionssicherheit auf ein neues Leistungsniveau gebracht werden.

MiniSert produziert bis zu 20.000 Endprodukte pro Stunde in Formaten von DIN A4 bis A3 im Überformat. Der Einsteckvorgang arbeitet nach dem bei Ferag bewährten rotativen Prinzip. Das sichert hohe Prozessstabilität bei ruhigen Bewegungsabläufen bis in obere Geschwindigkeitsbereiche. Die Hauptprodukte werden synchron zur rotativen Bewegung über einen Vorfalzüffner geöffnet. Eine integrierte Fehlbogenkontrolle stellt sicher, dass nur voll-

EIN ROHDIAMANT Bei den Fähigkeiten des Systems liegt eine Verwendung auch im Akzidenz- und Magazinbereich nahe. Doch Ferag hat MiniSert erst einmal ausschließlich für die Zeitungsproduktion am unteren Ende seiner Einstecksysteme positioniert. »MiniSert ist ein Rohdiamant«, stellt Jürg Möckli fest. »Es steht dem grundsätzlich nichts im Wege, die Maschine auch für den Magazinmarkt auszubauen. Dazu bedarf es lediglich anderer Öffnungsmechanismen statt des Vorfalzes.«



› www.ferag.com

UniCover40 Umschlaganleger MIT PLANOBOGEN DIREKT IN DIE UNIDRUM

Bekannte Umschlaganleger erreichen ihre Leistungsgrenzen spätestens bei 20.000 Exemplaren pro Stunde. Der neue UniCover40 von Ferag durchbricht erstmals diese Mauer. Mit bislang unerreichten 40.000 gefalzten Bogen pro Stunde arbeitet der von Ferag neu entwickelte und Mitte September in Hinwil als Weltneuheit vorgestellte Umschlaganleger mit der doppelten Geschwindigkeit herkömmlicher



Mit dem UniCover40 ist die Inline-Verarbeitung von Zeitschriftenumschlägen als Planobogen direkt vom Bogenoffset herkommend auf der Sammelhefttrommel möglich.

Lösungen. Damit kann UniCover40 direkt an die Hochleistungssammelhefttrommel UniDrum angebunden werden.

Für die Praxis heißt das: Die Inline-Verarbeitung von Zeitschriftenumschlägen ist jetzt als Planobogen direkt vom Bogenoffset herkommend auf der Sammelhefttrommel möglich. Der zeit- und kostenintensive Zwischenschritt auf einer Falzmaschine samt interner Transportwege entfällt damit komplett. Zeitschriften- und Magazinhersteller können mit UniCover40 mehr Leistung und Wertschöpfung ins eigene Haus bringen und haben so die volle Kontrolle über die Verarbeitungsqualität und den zeitlichen Horizont der Produktion.

› www.ferag.com





Werte erhalten

Der Trend zu RetroFit und Upgrades entspricht Technikmodifikationen nach Maß und führt relativ kostengünstig zur praktischen Neuwertigkeit

Der Begriff RetroFit kommt aus dem englischen und bedeutet nachrüsten oder umrüsten. Dabei geht es um die Modernisierung oder den Ausbau bestehender, meist älterer und oft nicht mehr wirtschaftlich produzierender Anlagen. Für bestehende Anlagen kann ein RetroFit durchaus sinnvoller sein als eine Ersatz- oder Neuinvestition. Denn durch den Austausch veralteter Komponenten und das Hinzufügen von neuen, zeitgemäßen Weiterentwicklungen werden bestehende Anlagen wieder auf den technologisch neuesten Stand gebracht. Der Vorteil für den Betreiber entsprechender Anlagen liegt in der Modernisierung und der damit in Verbindung stehenden Erhöhung der Produktivität bei deutlich geringeren Kosten im Verhältnis zur Neuanschaffung.

RetroFits sind im Maschinen- und Anlagenbau eine durchaus gängige Form der Modernisierung. Man denke nur an Werkzeugmaschinen in der Autoindustrie, an ganze Gebäudekomplexe, an Papiermaschinen, die sich üblicherweise nicht so einfach ersetzen lassen – aber auch an Rotationsmaschinen, die nicht mal so nebenbei ausgetauscht werden können.

Spätestens seit Ausbruch der Krise hat diese Dienstleistung einen enormen Auftrieb erhalten.

Alle sind dabei

Man kann eigentlich keinen Anbieter von Druckmaschinen oder Weiterverarbeitungsanlagen bei diesem Geschäft ausschließen (wer hier nicht genannt ist, gehört also trotzdem dazu). Sie alle bieten entsprechende Lösungen. Nur heißt es bei den verschiedenen Herstellern oftmals unterschiedlich. Keine großen Umschweife machen KBA oder Ferag, die ihre entsprechenden Programme und Angebote zum RetroFit schlicht und einfach RetroFit nennen. Doch lässt sich dieses Business durchaus auch differenzierter betrachten.

Wirft man einen PC weg, nur weil er eine neue Software braucht? Upgrade heißt das in der IT. Und nichts anderes, wenn auch etwas schwergewichtiger, ist ein RetroFit für eine Produktionsmaschine.

Selbst Gebrauchtmachines haben üblicherweise nach einer Überholung (beim Händler oder im Werk mit Originalersatzteilen) den Status ›Refurbished‹. Im wirklichen Leben sagt man wohl ›generalüberholt‹. Entsprechend hat sich manroland web systems mit ihrem ›pressupdate‹-Angebot aufgestellt: Refur-

Dass sich die Zeitungsindustrie seit einiger Zeit mit neuen Investitionen zurückhält, ist wirklich keine neue Erkenntnis. Dass Zeitungsdrucker aber dennoch mit der aktuellen Technik Schritt halten wollen und müssen, um ihre Kosten im Griff zu behalten, ist ebenfalls Tatsache. Darauf antworten die Maschinenbauer mit verschiedenen RetroFit-Konzepten.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Wohl kein Industriezweig kommt mehr an modernen Betriebsprozessen und Automatisierungssystemen vorbei. Eine wirtschaftliche Alternative zur Neu-Investition sind die RetroFit-Programme der Hersteller von Druck- und Weiterverarbeitungsanlagen. Auch das sind »Modern Times«.

bishment, RetroFit, Rekonfiguration und Upgrade sind nach Angaben des Unternehmens gefragte Maßnahmen. Wie etwa bei der Drukkerij Noordholland in Alkmaar. Hier wurde via RetroFit der Druck-, Falz- und Steuerungstechnik die Maschinenverfügbarkeit für die nächste Dekade gesichert. Zusätzlich wollte die Druckerei die Farbkapazitäten erweitern. Die seit 2000 druckende Colorman wurde um einen Druckturm, die Cromoman von 2001 um zwei Türme erweitert. Außerdem wurde die Maschine mit einer zeitgemäßen Pecom-Steuerungselektronik versehen. Das erhöht nachweislich die Systemleistung, der Produktionsprozess wird effizienter und die Diagnosemöglichkeiten wurden aktualisiert, wodurch auch die schnelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen gesichert ist.

Mechanik und Steuerung im Kontext

Allerdings sind solche Maßnahmen gelegentlich eine »Operation am offenen Herzen«, da sie während des laufenden Betriebs erfolgen müssen. Tagelang abschalten kann man eine Zeitungsrotation nur in den seltensten Fällen.

Vergleichsweise einfach sind Elektronik-RetroFits mit entsprechenden



Modernisierungs-Kits. Jedoch steckt auch hier der Teufel im Detail.

Deshalb hat KBA erst jüngst mit der Ahrensburger EAE einen Kooperationsvertrag für diesen Bereich unterzeichnet. Dabei sollen RetroFits »Step by Step« oder als vollumfängliche Lösung möglich sein. »Wenn eine Zeitungsdruckmaschine überholt und für die nächsten acht bis fünfzehn Jahre produktions sicher gemacht werden soll, müssen Mechanik, Steuerung und Elektronik immer in einem Kontext gesehen werden. Aus diesem Grunde setzen wir insbesondere bei den älteren Maschinen auf den Steuerungsspezialisten EAE und schaffen so wirtschaftliche Lösungen für unsere Kunden«, erläutert Jens Maul, Bereichsleiter After Sales Service und verantwortlich für das RetroFit-Geschäft bei KBA in Würzburg.

»RetroFit« ist auch der Weg, um mit älterer Ferag-Technik weiterhin auf Spitzenniveau produzieren zu können. Mechanische und elektronische Komponenten werden durch neue Technologie ersetzt, Steuerungssys-

teme früherer Generationen auf aktuelle Hardware und ein modernes Betriebssystem hochgerüstet. WRH Marketing, die Vermarktungsgesellschaft der Ferag, hat ein RetroFit-Konzept in ihr Dienstleistungspaket ValuePlus integriert. WRH Marketing übernimmt die Verantwortung, Techniker der Ferag übernehmen die »RetroFit«-Arbeiten.

Transparente Kostensicherheit

»RetroFit« steht für bedarfsspezifisch zusammengestellte Produkte und Leistungen im mechanischen und steuerungstechnischen Bereich. Sie umfassen Bedarfsanalysen, Lieferung und Einbau neuer Maschinenteile oder die Erneuerung durch ganze Modifikations-Kits (Standard und kundenspezifisch). RetroFit kann sich auf den Austausch einzelner Teile beschränken oder im Rahmen eines Projekts auf das gesamte Produktionssystem ausgeweitet werden. Die Leistungen sind systematisch in Pakete gegliedert. Der de-

finierte Leistungsumfang und der fixe Preis geben den Kunden Transparenz und Kostensicherheit.

RetroFit zahlt sich aus

Der Trend zu RetroFits und Upgrades zeichnete sich bereits seit Längerem ab. Mit RetroFits können Systeme und Anlagen zu vergleichsweise kostengünstigen Bedingungen auf den modernsten Stand der Technik gebracht werden, indem alte Teile nicht einfach nur ausgetauscht, sondern mit der jeweils neuesten Technologie ersetzt werden. So erfahren die Systeme substantielle Verbesserungen, die zu höherer Zuverlässigkeit, Effizienz und Wirtschaftlichkeit führen.

Und was sich inzwischen im Zeitungsdruck etabliert hat, wird sicher auch noch weitere Kreise im Akzidenzdruck ziehen.



Update der bestehenden Maschine

Mit ihrer generalüberholten Maschine will das Pressehaus Stuttgart mindestens weitere zehn Jahre lang profitabel produzieren – und ist sich sicher, mit der installierten Technologie diesen Zeitraum auch souverän zu meistern.

Amir Alicic leitet den Druck im Pressehaus Stuttgart und ist verantwortlich für den wirtschaftlichen Betrieb einer KBA Commander 4/2 mit 10er-Sat, bestehend aus sechs Maschinen à zwei Türmen, die jeweils mit einem Falzapparat kombiniert sind. Über fast 20 Jahre hat er sich vom Rolleur als Hilfskraft über immer qualifiziertere Einsatzbereiche im Haus in diese Position hochgearbeitet. Er kennt die Maschinen wie kaum ein anderer im Unternehmen. Mit dem Leiter für



Amir Alicic (Pressehaus Stuttgart) und Klaus Wiedemann (technotrans AG) an einem nachgerüsteten Sprühfeuchtwerk ›deltaspray‹.

Instandsetzung und Wartung, Bernhard Bähler, wird die Maschine immer perfekt gewartet und für die täglichen Herausforderungen optimiert.

»Die Maschinenkonfiguration, wie sie heute im Einsatz ist, wurde zwischen 2000 und 2001 in Betrieb genommen«, erklärt der Druckleiter. »Nach zehn Jahren war es nun Zeit für ein technisches Update.« Zu den Hauptthemen gehörten eine Aktualisierung der Leitstand-Technologie inklusive des Workflows sowie eine Steigerung der Betriebssicherheit und Qualität der Sprühfeuchtwerke.

NEUE SPRÜHFEUCHTWERKSTECHNOLOGIE Eine Entscheidung stand unmittelbar bevor, als Amir Alicic auf der Ifra 2010 die Sprühfeuchtwerkstechnologie ›deltaspray‹ der technotrans AG kennenlernte. »Dort behaupteten die Verkäufer allen Ernstes, ein Sprühfeuchtwerk zu haben, das nahezu wartungsfrei ist.« Kaum vorstellbar für den Fachmann, der es gewohnt war, täglich mehrere Sprühdüsen aus den Feuchtwerken ausbauen und reinigen zu lassen. »An jedem Druckturm stand eine kleine Schüssel, in der die Düsen über die Nacht gesammelt wurden, damit sie später gereinigt und zur nächsten Schicht als Ersatz wiederum anderer verstopfter Düsen genutzt werden konnten. Das war völlig normal – allein für diese Aufgabe wurde bei uns ein Mitarbeiter in Vollzeit beschäftigt.«

technotrans bot an, sich erfolgreiche Installationen von deltaspray-Sprühfeuchtwerken in verschiedenen Zeitungsdruckereien weltweit anzusehen und mit den dortigen Experten über deren Erfahrungen sprechen zu können. »Das wären mit Sicherheit interessante Reisen gewesen«, sagt Alicic, »aber

jede Zeitungsdruckmaschine ist anders. Insofern hätte der Besuch bei den Kollegen wenig Überzeugungskraft gehabt.« Also ging technotrans einen Schritt weiter, wie Gebietsverkaufsleiter Klaus Wiedemann erklärt: »Wir sind von der Qualität unserer Lösung hundertprozentig überzeugt, deshalb haben wir angeboten, in einem Turm vier Farbwerke als Test mit unseren Sprühfeuchtwerken auszustatten.«

Die Selbstsicherheit überzeugte Amir Alicic. »Ich habe mir gedacht, dass die das nicht machen würden, wenn es ein Risiko gäbe.« Im April 2011 wurde eine Testinstallation im unteren ›H‹ des Turm 12 mit vier deltaspray-Sprühfeuchtwerken durchgeführt. Die Produktion mit dem neuen Equipment lief problemlos und zeigte auch nach einigen Wochen keine negativen Auffälligkeiten. Im Juni 2011 wurden dann auch im oberen ›H‹ des Turms die Sprühfeuchtwerke ersetzt, um eine komplette Bahn 4/4 bewerten zu können. »Von da an hatten wir in Sachen Wartung und Pflege mit dem Turm 12 nichts mehr zu tun«, sagt der Druckleiter. Trotzdem wartete das Pressehaus Stuttgart noch beinahe ein Jahr die Ergebnisse ab, bis im April 2012 der Auftrag an technotrans erteilt wurde, sämtliche Maschinen auszustatten. Der Einbau von 48 deltaspray in sechs weitere Türme erfolgte im Juni 2012, seither laufen sieben Türme mit 56 technotrans-Systemen. »Die ersten acht Sprühfeuchtwerke in Turm 12 haben wir seit der Installation nicht mehr beachten müssen und kommen ohne den Einsatz zusätzlicher Druckluft aus«, zeigt sich Amir Alicic überzeugt. Die übrigen fünf Türme werden im Januar 2013 ebenfalls nachgerüstet.

»Die Lösungen haben uns überzeugt«, resümiert Alicic. »Neben der Wartungsfreiheit der deltaspray können wir auf die Druckluft zur Vermeidung von Verstopfungen verzichten. Druckluft ist kostenintensiv und langfristig auch ein guter Grund, mehr in die deltaspray zu investieren, weil es sich über die Betriebszeit rechnet.« Als weiteren Vorteil der Technik nennt Alicic die Steuerung der Geräte, die er als unempfindlich, präzise und zuverlässig beschreibt. Die Sprühverteilung über die Druckplatten ist sehr gleichmäßig, damit konnte die Wasserführung weiter gesenkt werden. Es fällt weniger Makulatur an, die Farbführung wurde verbessert und es treten nahezu keine Dichteschwankungen bedingt durch Wasser auf. Für die jüngste Aufnahme seiner Zeitung in den ›International Newspaper Color Quality Club‹ macht Amir Alicic ebenfalls die neue Technologie verantwortlich.

› www.technotrans.de



Quark Publishing System 9

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

Selbst konfigurierbare iPad Kiosk-App mit integriertem In-App-Purchase

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

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.™**





Kein Widerspruch: Tradition und Moderne

Neue Commander CT bei den Badischen Neuesten Nachrichten

Wer die ›Fächerstadt‹ Karlsruhe über die Linkenheimer Landstraße nach Norden verlässt, kann den Verlags- und Druckereikomplex der Badischen Neuesten Nachrichten Baden-Druck GmbH kaum übersehen. Seit den frühen 70er-Jahren wird hier eine der großen Tageszeitungen für den Südwesten produziert, 1986 zogen auch Redaktion und Verwaltung an den Stadtrand. Und wenn die ›Badischen Neuesten Nachrichten‹ (BNN) von sich sagt, man sei »zwischen Tradition und Moderne« angesiedelt, so erweckt das Verlagshaus auch von innen den Eindruck eines Felsens in der Brandung.

Kontinuität wird groß geschrieben

Hans Wilhelm Baur ist erst der zweite Verleger, der das Karlsruher Blatt führt – obgleich die dritte Generation in der Person von Klaus Michael Baur schon als Herausgeber und Chefredakteur die operative Leitung der Zeitung inne hat. Mit seinen 86 Jahren ist Hans Wilhelm Baur nach wie vor jeden Tag in ›seinem‹ Unternehmen. Kontinuität und Berechenbarkeit prägen das Karlsruher Haus. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, haben Baur und seine 2004 verstor-

bene Frau Brunhilde ihr Unternehmen bereits 1994 in die gemeinnützige Wilhelm-Baur-Stiftung eingebracht, die die publizistische Unabhängigkeit des Medienunternehmens dauerhaft sichern soll und zugleich Ausdruck der sozialen Einstellung des Unternehmers ist. Während in vielen Unternehmen der Druckbranche das Controlling die Firmenpolitik beherrscht, gehört es zum Credo von Hans Wilhelm Baur, dass niemand seinen Job verliert, nur weil neue, höher automatisierte Technologie ins Haus einzieht.

Auf sechs verlagseigenen Rotationen wurde die BNN bislang gedruckt, seit das Blatt 1946 von den Amerikanern lizenziert wurde. Fünf Maschinen lieferte Koenig & Bauer. In den vergangenen elf Jahren wurde allerdings auf zwei doppeltbreiten Maschinenlinien unterschiedlicher Hersteller produziert – einer 1996 in Betrieb genommenen KBA Commander und einer 2000 installierten Colorman. Beide Maschinen waren noch für das breite Format der BNN – 400 x 520 mm – ausgelegt, das erst im Frühjahr 2012 mit dem Anlauf der neuen KBA Commander CT gegen das Rheinische Format (350 x 510 mm) getauscht wurde.

So aufwendig es war, auf zwei unterschiedlichen Maschinen mit zwei verschiedenen Automatisierungspa-

Zeitungsverlage denken langfristig, denn Investitionen in die ›schwere Technik‹ müssen sich über fünfzehn Jahre hinweg als richtig erweisen. In puncto Langfristigkeit und Stabilität sind die ›Badischen Neuesten Nachrichten‹ eine Benchmark unter den deutschen Regionalzeitungen. Aber auch sonst sind das Karlsruher Druck- und Verlagshaus und die jüngst installierte Produktionstechnik alles andere als gewöhnlich.



Das Druckerei- und Verlagsgebäude der BNN an der Linkenheimer Landstraße.

Text und Bilder: KBA



Passt genau: Gerade einmal 40 Zentimeter Platz sind noch zwischen dem Überbau der Commander CT und der Hallendecke.



Niedriger Rollenkeller: Im Vordergrund die Wiegestation der KBA-Logistiklösung Patras A.



Einer der drei ErgoTronic-Leitstände: Links der Monitor für die Registersteuerung, in der Mitte der Softproof-Monitor, rechts der Touchscreen für die Maschinensteuerung.

keten zu produzieren, konnte der Technische Leiter Georg Siepman, der seit 2002 im Unternehmen ist, zwei Hersteller, ihre Produktionsmittel und deren Serviceorganisation direkt vergleichen.

Das jüngste Investitionspaket beinhaltete neben der Commander CT auch ergänzende beziehungsweise neue Technik für die CtP-Vorstufe, den Plattenworkflow und den Versand. Für die neue Druckmaschine galt: Sie musste in das vorhandene Druckereigebäude passen, ihre Installation bei laufendem Betrieb erfolgen und der Umstieg von einem Tag auf den anderen geschehen.

Die neue Rotation hat wunderbar gepasst

Die Planung und Auswahl der BNN fand ausschließlich durch hauseigene Fachleute ohne externe Berater statt. »Wir haben mit einer motivierten Mannschaft wirklich gute Ergebnisse erzielt«, stellt Georg Siepman fest. Das Verfahren mündete nach einem halben Jahr im Sommer 2010 in die Bestellung einer KBA Commander CT 6/2, die damals in 6-Plattenbreiter Konfiguration nur bei der New York Daily News in den USA im Einsatz war.

Mit 29,4 m Länge, 6,45 m Breite (ohne Treppen) und nur 10,6 m Höhe fügt sich die Kompakt-Unterbaumaschine exakt in den zur Verfügung stehenden Raum ein. Siepman: »Das hat wunderbar gepasst.« Die Rotation erlaubt mit vier Drucktürmen und zwei Falzapparaten die Produktion einer 96-seitigen Broad-sheet-Zeitung oder – was in Karlsruhe häufiger der Fall ist – die Parallelproduktion von zwei bis zu 48-seitigen Zeitungen.

Die beiden an den Seiten der Rotationshalle stehenden Vorgängermaschinen waren von Leitständen in einer gemeinsamen Einhausung in der Mitte der Halle gesteuert worden. Während der Umbauphase wurden die Pulte unmittelbar an die jeweilige Maschine verlegt, die Einhausung demontiert und an dieser Stelle durch das dort vorhandene dritte Hallentor die Commander CT eingebracht. Aufgrund des geringen Spielraums (nur 40 cm Platz zwischen Überbau und Hallendecke) war dies eine echte Herausforderung.

Die neue Maschine kann mittels 5/12-, 7/12- und 11/12-Bahnbreiten auch innovative Werbeformen wie Spadia, Halfcover oder ein (geleimtes) Superpanorama produzieren. Die vier Rollenwechsler werden über eine automatisierte Papierlogistik

KBA Patras A mit Auspackstation versorgt. Allerdings erforderte auch die Dimension des Rollenkellers angepasste Logistiklösungen. Vollbreite, bis zu 2,10 m messende Rollen können dort nur liegend gelagert werden.

Neue Technik in Vorstufe, Druck und Versandraum

Die für Wartungszwecke in der Mitte auseinanderfahrbaren Drucktürme sind mit PlateTronic-Plattenwechselautomaten, RollerTronic-Walzenschlössern, NipTronic-Lagertechnik, Fanout-Kompensation, CleanTronic-Gummituch- und Farbwerkwascheinrichtungen sowie zentraler Farbversorgung ausgestattet. Hinzu kommen vier Doppelwendeinrichtungen, zwei Falzapparat-Überbauten mit drei Trichtern, zwei Klappenfalzwerke KBA KF 5, Schnittregisterregelungen sowie Einrichtungen zum Leimen und für die Superpanorama-Produktion.

Gesteuert wird die Commander CT 6/2 über drei ErgoTronic-Leitstände. Zudem ist die neue Rotation in das Produktionsplanungs- und Voreinstellsystem Print 5 von EAE integriert. Das Gesamtpaket sprach laut Georg Siepman letztlich für KBA. Durch die Formatumstellung war in Karlsruhe keine Mischproduktion auf den alten beziehungsweise der

neuen Maschine möglich, lediglich im CtP-Bereich gab es einen Stufenplan. Dort wurden die beiden seit 2003 betriebenen Agfa-Polaris-Belichter um einen Advantage-Belichter für das Rheinische Format ergänzt und anschließend ebenfalls an die neuen Plattengrößen angepasst. Neu ist auch die Stanz- und Abkantanlage von Bareschee mit zwei »Platetower«-Speicherstationen für je 128 nicht abgekantete Platten. Eine Förderstrecke, verbindet die drei Belichter mit den zwei Stanz- und Abkantstationen und führt bis zu einem Plattenbahnhof im großzügigen Leitstand-Raum. Die Arbeitsplätze der Drucker verfügen über je drei Bildschirme – einen Hochformat-Bildschirm für die Softproof-Wiedergabe, einen Touchscreen für die Maschinensteuerung und den Überwachungsbildschirm für die Registersteuerung von Q.I. Press Controls.

Spürbarer Qualitätssprung

Nach entsprechenden Testdrucken legte die BNN in der Nacht vom 11. auf den 12. März 2012 den Hebel um. Mit Erfolg. »Wir sind jeden Tag erschienen und hatten nie eine brenzlige Situation«, versichert Georg Siepman. Nach den ersten fünf



Der zufriedene BNN-Technikchef Georg Siepmann (links) mit Druckern am Leitstand.

Monaten ist er mit seinem Produkt zufrieden. Man habe einen deutlich spürbaren Qualitätssprung gemacht. Auch in seiner Entscheidung für eine Gummi-Gummi-Maschine sieht sich Siepmann bestätigt: »Im Flächenausdruck hat diese Technik deutliche Vorteile.«

Neue Buchstruktur parallel zum Formatwechsel

Die »Badischen Neuesten Nachrichten« mit einer IVW-geprüften Auflage von 143.305 Exemplaren erscheinen in neun Lokalausgaben, deren kleinste bei 1.700 Exemplaren liegt. Sie hat mit dem Formatwechsel auch eine geänderte Buchstruktur erhalten, die das Blatt übersichtlicher macht und dem Produktionsworkflow entgegenkommt. Deutlich kürzere Einrichtezeiten erlauben eine frühere Zustellung: spätestens um 6:00 Uhr müssen alle Abo-Exemplare in den Briefkästen sein. Sie bieten aber auch die Möglichkeit, am späten Abend zu Ende gehende Sportereignisse in der Gesamtauflage unterzubringen. Die drei vorderen Mantel-Bücher werden erst gegen 23:30 Uhr ange-druckt, nachdem zuvor schon die Lokalteile (das vierte Buch) mit ihren zahlreichen Umfangswchseln über die Rotation gingen. Diese Entflechtung reduziert Stillstandszeiten und

ist durch eine konsequente Offline-Produktion im Versandraum möglich. Alle Produkte werden dort zunächst aufgewickelt und später zusammengeführt.

Auch im Versandraum hat die BNN ihren Technologiepartner gewechselt und eine aus zwei nahezu identischen Linien bestehende Ferag-Weiterverarbeitung installiert.

Im Markt aktiv

Noch werden in Karlsruhe im Wesentlichen die drei eigenen Titel produziert: Neben der an sechs Tagen erscheinenden BNN noch die in einem sehr modernen Design gehaltene siebte Ausgabe »Der Sonntag« mit rund 240.000 Exemplaren sowie das wöchentliche Anzeigenblatt »Kurier« mit rund 400.000 Exemplaren. Nach dem Wechsel ins markt-gängige Rheinische Format bemüht sich das Verlagshaus auch offensiv um zusätzliche Fremdaufträge. Auf seinem sorgsam ausbalancierten Weg hat das Karlsruher Medienhaus zwischen Tradition und Moderne eine »Runderneuerung« erfahren, urteilt Georg Siepmann. Mit dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung meint es die BNN ernst: 2013 soll die Produktionsweise noch einmal überprüft werden.

» www.kba.com



Mundschenk in Soltau

MIT EASYSERT DIE KOSTENSTRUKTUR VERBESSERN

Seit über 140 Jahren liefert Mundschenk hochwertige Druck-Erzeugnisse – von Zeitungen über Akzidenzdrucksachen bis hin zu Organisationsmitteln. Den Grundstein für das Unternehmen legte Leonhard Mundschenk mit der Gründung der »Böhme Zeitung« im Jahr 1864. Die Auflage liegt bei rund 13.000 Exemplaren. Neben der Tageszeitung verlegt das Unternehmen drei Anzeigenblätter, deren Gesamtauflage sich bei 67.000 Exemplaren bewegt. Produziert werden die Coldset-Produkte auf einer 16-seitigen Vier-Farben-Zeitungsrotation, die bis zu 32.000 Exemplare in der Stunde herstellen kann. Um die Kostenstruktur im Versandraum zu verbessern, stand eine Ersatzinvestition an.



Mundschenk hat EasySert mit sechs JetFeeder-Anlegern für die 6-in-1-Produktion ausgestattet.

Fündig wurde man bei Ferag, die mit EasySert eine Einstecklinie mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten kann. »Mit EasySert hat es Ferag geschafft, eine Einstecklinie zu entwickeln, die voll und ganz auf die



Anforderungen kleiner und mittlerer Anwender zugeschnitten ist. Wir konnten mit EasySert unsere Kostenstruktur nachhaltig verbessern und hier vor allem auch die Personalkosten senken«, erklärt Mundschenk-Geschäftsführer **Dr. Martin Mundschenk**. Das Unternehmen hat EasySert mit sechs Jet-Feeder-Anlegern für die 6-in-1-Produktion ausgestattet. Im

Vergleich zur alten Versandraumtechnik brachte EasySert für Mundschenk eine um den Faktor fünf gesteigerte Leistung.

Ein weiterer Bereich, den Mundschenk im Rahmen des Projekts vollkommen neu gestaltete, ist die Paketerstellung. Mit einer Reihe in Linien geschalteter Komponenten wie der MultiStack-Paketiereinheit, einem Foliensystem und dem Inline-Kreuzumreifungssystem SmartStrap konnte die Paketerstellung inklusive Deckblattproduktion vollkommen automatisiert werden.

» www.ferag.com



Colorman e:line in Kempten auf Kurs

Seit September klopfen Lkw täglich an die Pforten des Allgäuer Zeitungsverlags und bringen Druckeinheiten sowie weitere Komponenten der Colorman e:line aus dem 130 km entfernten Versand der Augsburger manroland web systems. Die Installation und Inbetriebnahme der Colorman e:line schreitet planmäßig voran – Anfang 2013 steht der Produktionsstart an.

Für Markus Brehm, Geschäftsführer des Allgäuer Zeitungsverlags, verkörpert die Druckmaschine die sich bietenden unternehmerischen Möglichkeiten. Profiteure der wegweisenden Technologie seien Kunden, Leser sowie Mitarbeiter und das gesamte Unternehmen nach dem Anspruch des Allgäuer Zeitungsverlags: »Qualität ist Zukunft«. »Qualität in Belangen der Technologie, der Redaktion, der Mitarbeiter sowie der Kunden- und Leserbetreuung«, sagt Brehm.



Das Installationsteam in Kempten, elf Mann von manroland web systems und der Allgäuer Zeitung, nehmen die Komponenten der Colorman e:line in Empfang. Dann geht alles routiniert-schnell: Abladen, Einbringen, Justieren.

FLEXIBLER ARBEITEN Ein Blick auf die Technologie zeigt, wie intensiv man in Kempten Richtung Qualität investiert hat. Bei der »Allgäuer Zeitung« entschied man sich für eine 3. Farbauftragswalze für attraktive Druckqualität. Von den Automatisierungen bei Mess- und Regelsystemen sowie in der Plattenlogistik verspricht sich Produktionsleiter **BASTIAN KORBEL** viel.



»Die erwirken Effizienz und Qualität, sie sind eine Arbeitserleichterung und sichern Arbeitsplätze. Unsere acht lokalen Teilausgaben der »Allgäuer Zeitung« werden künftig auf einem System statt auf zwei separaten Rotationen produziert. So können wir bis zur Rampenendzeit um zwei Uhr nachts noch flexibler arbeiten.« Korbel weiter: »Wichtiges Element ist der robotergestützte Plattenwechsel APL, der die Rüstzeiten und damit die Produktion beschleunigt. Den Prozess des Plattenwechsels steuert der Bediener von der Leitstandebene aus, dort werden die Platten in Transportkörbe gesetzt. Dann fahren die Platten mit einem eigenkonstruierten Lift zum APL-Roboter und werden dort ausgetauscht.«

Die ergonomischen Vorteile der Colorman e:line spielten von Anfang an eine wichtige Rolle in der Entscheidungsfindung, bekräftigt Korbel: »Wir wollen ein homogeneres Arbeiten mit hoher Arbeitsqualität. Neben der beschriebenen Plattenlogistik sind Regelsysteme von Bedeutung, ebenso der Schallschutz. Dazu zählt der verglaste Leitstandraum, der neueste Leitstandtechnologie bietet: Zur einen Seite blicken die Kollegen auf die Colorman e:line, zur anderen Seite auf die Versandstraßen.

E:LINE HEISST PLANUNGSSICHERHEIT Die Colorman e:line ist mit vier Drucktürmen im Gummi-Gummi-System, vier Rollenwechslern und zwei Falzwerken ausgestattet. Bei einer Bahnbreite von 1.400 mm und einem Zylinderumfang von 1.020 mm wird die Maschine mit bis zu 45.000 Zylinderumdrehungen in der Stunde die Ausgaben der »Allgäuer Zeitung« im Rheinischen Format produzieren. Tagsüber kommen Anzeigenblätter und Lohndruckaufträge hinzu. 90.000 Zeitungsausgaben pro Stunde bei einer Druckgeschwindigkeit von 12,75 m/s können gedruckt werden.

Im Allgäu wird sie erstmals an den Start gehen, konzipiert ist die Colorman e:line für Druckhäuser, die Effizienz und Investitionssicherheit suchen. Denn die e:line-Ausstattung ermöglicht die schrittweise Auf- und Nachrüstbarkeit des Zeitungsdrucksystems. Qualitäts-, Geschwindigkeits- und Commercialpakete stehen zur Auswahl. Alle autoprint-Module, etwa für die Plattenlogistik, Auftragswechsel oder Prozessregelung, können je nach Bedarf zusammengestellt oder nachgerüstet werden.

Für Markus Brehm führt kein Weg an regelmäßigen Neuinvestitionen vorbei, das fünfte Mal in seiner Karriere war er jetzt an einem solchen Projekt beteiligt. »Unternehmerisches Risiko muss sein. Ich möchte Neues erleben, um das Unternehmen voranzubringen. Dazu gehe ich mit Emotionen an Projekte ran, das möchte ich den Kollegen vorleben.«

› www.manroland-web.com





**Flint Group
TIEFDRUCKPLATTEN FÜR TABAK-
VERPACKUNGEN VON AMCOR**

Mit rund 35.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von ca. 10 Mrd. Euro ist Amcor der weltweit größte Verpackungshersteller. Vom Firmensitz in Melbourne und mehr als 300 Standorten in 43 Ländern aus werden Kunden in aller Welt beliefert. Um die Auftragsabwicklung noch effizienter zu gestalten, hat Amcor für die Tabakverpackungsproduktion am Schweizer Standort Rickenbach in eine neue Bogentiefdruck-



Am Schweizer Standort Rickenbach hat Amcor in eine neue Bogentiefdruckmaschine 1-TBR Compact von Moog investiert.

maschine 1-TBR Compact von Moog investiert. Mit dem Druckwerk der 1-TBR Compact kann gedruckt, lackiert, geprägt und kalandriert werden. Seit der Installation im Dezember 2011 werden zusätzlich zu Metallzylindern die photopolymeren nyloprint WSA 52 Digital Druckplatten von Flint Group Flexographic Products für den Bogentiefdruck eingesetzt. Hauptanwendungsgebiete sind Mock-ups, Muster und Drucke mit geringen Auflagen. Die neue 1-TBR Compact in Kombination mit nyloprint WSA 52 Digital Druckplatten erhöht die Flexibilität und ermöglicht Amcor einen schnelleren Marktzugang im Segment hochwertiger Tabakverpackungen.

➤ www.flintgrp.com

**Tamedia Druckzentrum Zürich
ZUSAMMENFÜHRUNG VON
FERAG-KOMPONENTEN**

Tamedia Druckzentrum Zürich stellt auch bisher in Oetwil am See produzierte Tages- und Wochenzeitungen her. Flaggschiff ist der Tagesanzeiger als reichweitenstärkste Kaufzeitung der Schweiz. Konzentration der Fertigung, vermehrter Abtransport auf dem Postweg und Zusatznutzen machten den Ausbau erforderlich.

Stapel-, Folier- und Umreifungsmaschinen des Druckereibetriebs Oet-



Das Einstecksystem MSD2-C ist Teil einer erfolgreichen Zusammenführung genutzter und neuer Ferag-Komponenten.

wil wurden im Druckzentrum Zürich integriert. Neu ist eine fünfte Ferag-Linie mit dem Einstecksystem MSD2-C, ohne die zusätzliche Produkte in der Prime Time nicht hätten bewältigt werden können. Jede Nacht verlassen 30.000 Zeitungen die Druckerei auf dem Postweg. Zu den fünf Linien von Ferag gehören das Wickeln und Einstecken von Vorprodukten und Fremdbeilagen, die Adressierung und Aufbereitung des Postversands und die routengerechte Bildung von Standard-, Spitzen- und Kleinspitzenpaketen mit MultiStack und der Abtransport über den Pakettransporteur PKT. Zudem ermöglichen neue Paketsammler markante Einsparungen beim Personaleinsatz.

➤ www.ferag.com

**Der Wickelfalz-Beihefter
MIT PRODUKTEN
EINE GESCHICHTE ERZÄHLEN**

Eller repro+druck präsentiert den Wickelfalzbeihefter. Durch diesen wird erstmals eine emotionale Werbewirkung auf horizontalem Format ermöglicht. Der neue Beihefter eignet sich vor allem für Kampagnen und Produkte, die durch eine Geschichte oder mehrere Abbildungen besonders zur Geltung kommen. Beim Durchblättern der Zeitschrift greift der Leser automatisch nach dem Beihefter. Durch die verborge-



nen Bildteile wird die Neugierde geweckt und der Leser ist motiviert den Beihefter komplett »aufzuwickeln«.

Bei der Verlagsanlieferung ist der Beihefter zunächst seitlich mit transparenten Klebepunkten verschlossen, was eine problemlose Verlagsverarbeitung garantiert. Im Verarbeitungsprozess der Zeitschrift wird der Beihefter dann mitsamt der Zeitschrift beschnitten. Der »Wickel-Effekt« ist nun voll funktionsfähig. Der Beihefter kann in der Zeitschrift ohne Verklebung einfach nach unten aufgewickelt werden. Mit unterschiedlich gestalteten Bildern und Sequenzen kann so eine emotionale Geschichte zu den Produkten oder der Kampagne erzählt werden. Dem Betrachter bleibt jeweils das nächste Bild verborgen. So wird die Motivation gesteigert, den Beihefter vollständig aufzuwickeln. Schlussendlich ergibt sich ein Panoramabild, das bisher in keiner Zeitschrift Platz gefunden hat. Die emotionale Wirkung garantiert eine hohe Wiedererkennung.

➤ www.eller.de

**Heidelberg Packaging Days
HEI END
VERPACKUNGSLÖSUNGEN**

Rund 120 internationale Kunden und Branchenexperten haben sich am 25. und 26. September im Rahmen der Packaging Days der Heidelberger Druckmaschinen AG im Print Media Center am Standort Wiesloch-Walldorf über die Verpackungslösungen des Unternehmens informiert. Im Vordergrund stand dabei das Zusammenwirken von Technologie, Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien für erfolg-



Die Packaging Days informierten in Praxisvorführungen entlang vollständiger Wertschöpfungsketten über das integrierte Portfolio von Heidelberg für die Faltschachtelproduktion.

reiche Geschäftsmodelle im Verpackungsdruck beziehungsweise bei der Faltschachtelklebeproduktion. Besonderes Augenmerk lag zum einen auf dem Thema HEI Productivity durch eine intelligente Materiallogistik. Zum anderen bildete das Thema HEI Quality durch die automatisierten Farbmess- und Regelsysteme Prinect Inpress Control und Prinect Image Control sowie die Inline-Inspektionssysteme Prinect Inspection Control und Diana Inspection Control einen Schwerpunkt der Präsentationen. Ein eigener Veranstaltungstag entfiel zudem auf die Präsentation der Vorteile optimierter Produktionsabläufe durch den Einsatz des Prinect Packaging-Workflows.

➤ www.heidelberg.com



Höhn-Gruppe

KONGSBERG-TECHNOLOGIE FÜR DIE FLEXIBLE MUSTERFERTIGUNG

Tradition fortgesetzt: Im Jahr 1985 hatte die Höhn-Gruppe aus Ulm eine der allerersten Kongsberg-Maschinen in Deutschland installiert. Jetzt hat sie mit dem Kauf zweier Kongsberg XL20-Anlagen von Esko ihre Treue der leistungsstarken Weiterverarbeitungsanlagen gegenüber erneut unter Beweis gestellt. Der Spezialist für Faltschachteln und Displays setzt die beiden neuen Hochleistungsschneideanlagen vor



allein für den Musterbau und die Fertigung von Kleinserien ein. Gerade in der zeitnahen Produktion schätzt Höhn die vielseitigen Arbeitsköpfe PowerHead und Flexi-Head, mit denen Höhn Wellpappe bis zu 12 mm Stärke, Vollkarton bis zu 4 mm sowie PVC-Folien schneidet und verarbeitet. Das Kamerasystem i-cut Vision ist für Höhn ebenfalls eine unentbehrliche Funktion, denn es sorgt für die exakte Passergenauigkeit zwischen Schnitt und Grafik. Das Kamera-Erkennungssystem arbeitet mit strategisch platzierten Passermarken, die dann den Schnittpfad des Arbeitskopfes vorgeben. Verzerrungen und Materialabweichungen werden dabei automatisch ausgeglichen. Ein weiterer Vorteil liegt in der Bauweise mit Zahnstangenantrieb: Denn dadurch arbeitet die Kongsberg XL20 (Arbeitsbereich von 1.680 x 1.270 mm) nicht nur sehr schnell und präzise, sondern ist auch ausgesprochen wartungsarm.

➤ www.hoehn-gruppe.com
 ➤ www.esko.com

Stiftung Warentest

HP TONER UND TINTEN HABEN BESSERE QUALITÄT

Die Stiftung Warentest bestätigt in ihrem aktuellen Test von HP Toner-kassetten und Fremdtoner, dass die HP Produkte bessere Druckqualität bieten. In der Ausgabe 10/2012 wurden die HP Tonerdruckkassetten für den HP LaserJet Pro CM 1415fn mit drei Fremdtonern verglichen. Das Ergebnis: Die HP Toner liefern eine deutlich bessere Qualität – sowohl bei Texten als auch bei Grafiken und Fotos. Ein weiteres Plus der HP Druckkassetten ist ihre Wischfestigkeit. Grund genug für die Stiftung Warentest, die HP Toner mit der Bewertung ›gut‹ (Note: 1,9) auszuzeichnen. Die HP Tinten überzeugten die Stiftung Warentest bereits zum fünften Mal in Folge: Die Tintenpatronen erhielten ein ›gut‹ (Note: 2,0) in der Gesamtwertung.

➤ www.hp.com

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

DRUCKMARKT
impressions
www.druckmarkt.com

Neues Herma Haftmaterial

EXQUISITES FÜR DAS WEINETIKETT

Ein feines Segment: Haftetiketten für Wein zu produzieren ist ein anspruchsvolles, aber wachsendes Feld. Herma nutzt deshalb jetzt seine innovative Mehrschichttechnologie auch für spezielles Haftmaterial, das bei Weinetiketten zum Einsatz kommt. Hermaexquisite heißt das Sortiment, das vor allem auch durch seinen besonderen Haftkleber ›62W‹ heraussticht. Dieser zeichnet sich nicht nur durch



Hermaexquisite heißt ein neues Sortiment an Haftmaterial. Sein Haftkleber 62W ist ›kühlerfest‹.

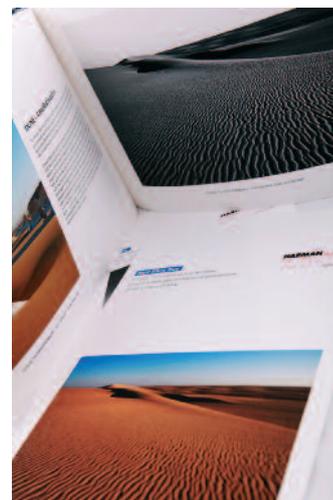
seine exzellenten Hafteigenschaften unter kühl/feuchten Bedingungen aus, denen Weinflaschen bei Lagerung immer mal wieder ausgesetzt sind. Sondern der Haftkleber meistert selbst den besonders kritischen ›Kühlertest‹ mit Bravour: Ein solches Etikett löst sich auch nach einem längeren Bad im Weinkühler nicht von der Flasche ab. Die Mehrschichttechnologie von Herma sorgt dafür, dass Hersteller von Etiketten für diesen Vorteil jedoch keine Kompromisse eingehen müssen. Das Sortiment von Hermaexquisite bietet ein breites Spektrum an hochwertigen Etikettenmaterialien. Es enthält in erster Linie verschiedene strukturierte und feuchtigkeitsbeständige Papiere, aber auch gestrichene Papiere, Alupapiere und Folien.

➤ www.herma.de

Matt Fibre Dou

NEUES FINE ART PAPIER FÜR FOTOBÜCHER UND ALBEN

Matt Fibre Dou ist der Newcomer 2012 im Produktportfolio von Harman by Hahnemühle für individuelle Fotobücher oder Alben. Das warmtonige, glatte Papier garantiert eine edle Anmutung jedes Portfolios mit schwarz-weiß oder farbigen Motiven. Das Matt Fibre Dou ist beidseitig bedruckbar und genügt mit seinem Flächengewicht 210 g/m² dem Anspruch an ein Fine Art Papier.



Der italienische Fotograf Nik Barte hat für den Produktlaunch beeindruckende Fotos seiner Serie ›Dunes – unveiled beauties‹ zur Verfügung gestellt.

Gleichzeitig ist es dünn und flexibel genug zum Binden. Bei einem Buch sollten die Papierfasern immer parallel zum Rücken des Einbandes verlaufen, um das Umblättern zu erleichtern und ein Brechen des Buchrückens zu vermeiden. Deshalb ist die Laufrichtung der Papierfasern in allen Bögen gleich und auf jeder Verpackung angegeben. Hahnemühle empfiehlt die beidseitig bedruckten Bögen mit dem Hahnemühle Protective Spray zu schützen.

➤ www.harman.hahnemuehle.com



Lösungen für Premium-Geschäftsberichte

Geschäftsberichte und Firmenpublikationen sind die Visitenkarten vieler Unternehmen. Um die Macher dieser anspruchsvollen Druckwerke für neue Möglichkeiten in der Gestaltung und der Konzeption zu begeistern, präsentieren peyer graphic, Geese Papier und Kösel nun gemeinsam die aufwendig gestaltete Geschäftsbericht-Musterbox ›Das Geschäft meines Lebens‹.

Die Musterbox enthält vier Muster-Berichte von Menschen und ihren ›Kleinen Geschäften‹, die zahlreiche neue Gestaltungsmöglichkeiten direkt am Objekt vorführen und obendrein viel Lesespaß machen. So erzählt der Muster-Bericht ›Million Dollar Home‹ davon, wie ein junger Amerikaner es fertig gebracht hat, eine Million Pixel auf einer Internetseite zu je einem Dollar zu verkaufen, um sein Studium zu finanzieren. Verpackt ist diese schöne Erfolgsstory in einem lederartigen, durch Glanzlack veredelten Einband, der

Imageteil kann man nun ganz bequem separat studieren. Unterstützend wirkt dabei die lesefreundliche Färbung des eingesetzten Papiers EOS-Script, das auch optisch die Zweiteilung hervorhebt.

Geschäftsmodell Supermodel – in einem weiteren Musterbericht aus der Box bekommt man Einblicke ins Mode-Business aus Sicht des international bekannten Topmodels Debra Shaw. Die Afro-Amerikanerin ist seit mehr als 20 Jahren auf allen Laufstegen der Welt zuhause und zeigt Mode von Yves



Konzept und Design der Geschäftsbericht-Musterbox ›Das Geschäft meines Lebens‹ kommt von der Hamburger Design- und Branding-Agentur Juno.

nobel anmutet und durch das Lederfasermaterial Cabra Natur dunkel von peyer graphic gut in der Hand liegt. Im Innenteil wird dieser Eindruck durch das fühlbare Naturpapier Alster Werkdruck noch verstärkt. Nebeneffekt: Durch ein erhöhtes Volumen im Papier können auch seitenschwache Berichte eindrucksvoll wirken. Weiterer Augenschmeichler: Der 4-farbige Kösel-Farbschnitt. Durch ihn erhalten die Schnittkanten des Berichts eine spannende Fernwirkung.

Ganz anders der Musterbericht ›Mia‹. Hier sieht man die Welt aus den Augen einer Neunjährigen, die ihre alten Spielsachen gegen Geld für neue tauscht. Produktionstechnisch interessant daran: Anhand eines Geschäftsberichts aus strapazierfähigem, gut bedruckbarem Naturkarton wird hier eine Book-in-Book-Lösung gezeigt, die es ermöglicht, einen Teil des Berichts herauszunehmen. Das ist außergewöhnlich und vor allem sehr komfortabel, den

Saint Laurent, Lagerfeld, Versace, Valentino und anderen. Passend dazu ist der Einband, des mit großformatigen Fotos illustrierten Berichts ›Debra Shaw‹, aus feinstem Comtesse-Gewebe. Die hervorragende Bildqualität mag dabei manchen Betrachter überraschen. Denn ein derartig hochwertiges und mit feinem Raster erzielt 4C-Druckergebnis auf Buchleinen ist nicht alltäglich.

Anfang November 2012 soll der erste Musterbericht ›Mia‹ an 300 ausgesuchte Agenturen versandt werden. Die gesamte Box ist im Anschluss daran bestellbar und wird persönlich überreicht.

- › www.peyergraphic.de › www.geese-papier.de
- › www.koeselbuch.de › www.juno-hamburg.com



DER SCHLAUMACHER

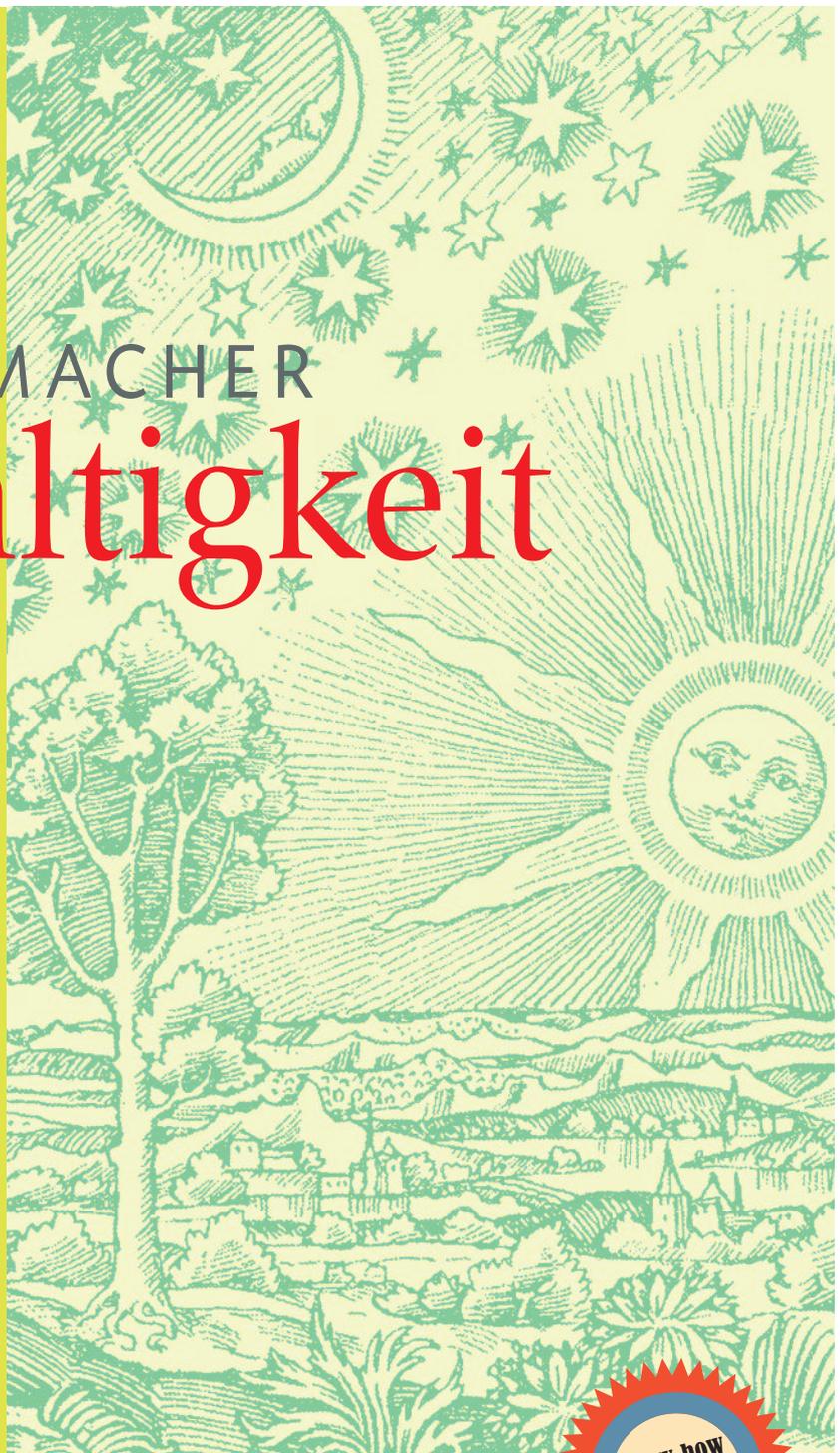
Nachhaltigkeit

Die Verschwendung von und der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Maß angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer humanen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schließlich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, den eigenen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.



Dossier
Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit muss Teil der Medienproduktion werden. Wie? Das Heft informiert umfassend.
März 2012.
44 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.



Know-how
aktuell!

Diese und weitere Ausgaben der Druckmarkt Collection sind im Internet zu bestellen:
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.ch



TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2012			
29. 10. - 31. 10. 2012	World Publishing Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Frankfurt	 www.wan-ifra.org
30. 10. - 31. 10. 2012	Fogra Anwenderforum, UV-Druck	München	 www.fogra.org
2013			
22. 01. - 24. 01. 2013	Grafische Vakbeurs, Fachmesse für Grafik	Gorinchem	 www.evenementenhal.nl
24. 01. 2013	Fogra Symposium, Digital Publishing	München	 www.fogra.org
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 innovationdays.hunkeler.ch
19. 03. - 21. 03. 2013	ICE Europe, 8. International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
10. 04. - 12. 04. 2013	digi:media	Düsseldorf	 www.digimedia.de
17. 04. - 20. 04. 2013	Graphispag.digital	Barcelona	 www.graphispag-digital.com
30. 05. - 02. 06. 2013	Mainzer Minipressen-Messe, Buchmesse Kleinverlage & Handpressen	Mainz	 www.minipresse.de
19. 06. - 20. 06. 2013	mailingtage, Fachmesse für Kundendialog	Nürnberg	 www.mailingtage.de
25. 06. - 29. 06. 2013	Fespa	London	 www.fespa.com
04. 09. - 06. 09. 2013	PostPrint	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
08. 09. - 12. 09. 2013	Print Chicago	Chicago	 www.gasc.org
24. 09. - 26. 09. 2013	FachPack	Nürnberg	 www.fachpack.de
24. 09. - 27. 09. 2013	Labelexpo Europe	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
07. 10. - 09. 10. 2013	World Publishing Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	 www.wan-ifra.org
08. 10. - 09. 10. 2013	EcoPrint Europe	Berlin	 www.ecoprintshow.com
09. 10. - 12. 10. 2013	19. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
09. 10. - 13. 10. 2013	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 11. - 14. 11. 2013	InPrint, Industrial Print	Köln	 www.inprintlive.com
2014			
26. 03. - 02. 04. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	 www.interpack.com
20. 05. - 23. 05. 2014	Fespa Digital	München	 www.fespa.com
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2012, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.





Müller Martini

VERPACKUNGSDRUCK-SEMINAR IN MAULBURG

Nach einer Studie der PIRA betrug der Umsatz der Verpackungsindustrie im Jahr 2010 weltweit rund 670 Mrd. US-Dollar. Bis 2016 soll er auf 820 Mrd. \$ ansteigen, da sich der Konsumsektor auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten als überaus stabil erweist. Deshalb erweitern immer mehr grafische Betriebe ihre Geschäftszweige um den Druck flexibler Verpackungen, Etiketten und Kartonagen.

Die bei Verpackungen etablierten Verfahren Flexo- und Tiefdruck werden dabei in jüngster Zeit durch den stufenlos formatvariablen Rollenoffsetdruck mit seinen neuen Möglichkeiten ergänzt. Müller Martini als Anbieter von Rollenoffsetmaschinen im Verpackungsdruck, thematisiert am 20. November (auf Deutsch) und 21. November (auf Englisch) im Training Center Druck in Maulburg im Seminar »Einstieg in den Verpackungsdruck durch die Rollenoffsettechnologie« die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und Chancen des standardisierten Offsetdrucks in diesem Bereich.

Themenschwerpunkte des Seminars sind das Datenhandling und die Druckformherstellung im Offsetdruck, Farbsysteme, einsetzbare Materialien (wie PE oder PLA) und die Einsatzbereiche der stufenlos formatvariablen Rollenoffsettechnologie. Während der Veranstaltung wird auch die zur drupa 2012 vorgestellte VSOP-Maschinengeneration vorgestellt.

➤ www.mullermartini.com

Echt oder falsch

DIE FASZINATION DER FALSCHEN FÜNFZIGER

Am 13. Oktober trafen sich 80 Experten aus der Geldherstellung mit Banknotendesignern, Falschgeldsachverständigen und Sammlern zu den inzwischen 18. Leipziger Typotagen. Der Themenschwerpunkt der Fachtagung im Museum für Druckkunst, zu der die Gesellschaft zur Förderung der Druckkunst jährlich einlädt, lautete »Echt oder falsch? Geld zwischen Gestaltung, Herstellung und Fälschung«. Die Vorträge beleuchteten neben Gestaltung, Typografie, Herstellung und Umgang mit Geldscheinen auch die Fälschungsproblematik sowie die Gründe, die Künstler und Sammler dazu bringen, sich mit Geld jenseits seines Nennwertes zu beschäftigen. Die Direktorin des Museums, Dr. Susanne Richter, zeigte sich begeistert von der Veranstaltung: »Die Leipziger Typotage haben es in diesem Jahr geschafft, aus einem enorm heterogenen Themenspektrum heraus, ein vollkommen rundes Programm mit vielen unterschiedlichen Blickwinkeln zu entfalten. Dabei ergab sich ein roter Faden in Bezug auf die Ausstellung »Echt oder falsch? Eine Ausstellung um Geld und seine Fälschungen« im Museum für Druckkunst, der sich mit vielen Exponaten in der Tiefe auseinandersetzte.« Bis zum 7. Dezember 2012 gewährt die Ausstellung anhand von rund 150 Exponaten aus der bedeutenden HVB Stiftung Geldscheinsammlung in München Einblicke in die Welt des Geldes und seiner Fälschungen. In der Gegenüberstellung von Kopie und Original erfährt der Besucher viel über »falsche Fünzig«, »Superdollars« und seltene historische Fälschungen.

➤ www.typotage.de

ADC

CRAFT WORKSHOPS

»LAYOUT & ART DIRECTION«

Wie schafft man ein unverwechselbares Layout? Wie entwirft man Plakate und Anzeigen mit Charakter? Und wie überträgt man dieses Wissen auf die digitale Welt? Vom 30. November bis 1. Dezember zeigen drei ADC Referenten, mit welchen Tipps und Tricks man schnell passgenaue Layouts kreiert, Sehgewohnheiten nutzt oder bricht, Typografie kreativ einbindet und die Möglichkeiten und Beschränkungen mobiler Endgeräte grafisch ausnutzt.

Das Seminar richtet sich an Art Direktoren mit gewisser Berufserfahrung, die neue Techniken lernen, bestehende Fertigkeiten aufpolieren und sich neu inspirieren lassen möchten.

➤ www.adc.de

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

SVI bietet mit dem SVI Pharma-Verpackungsforum am 6. bis 7. November 2012 in Basel eine Plattform für den Informationsaustausch zwischen der pharmazeutischen Industrie und den zuliefernden Industriezweigen. Beide Seiten erhalten hier die Möglichkeit, sich über die neuesten Entwicklungen zu informieren, Know-how auszutauschen sowie das Netzwerk zu pflegen. Experten referieren zu den gestiegenen Anforderungen an Pharmaprodukte, sinkende Arzneimittelpreise und wie diesen Veränderungen durch optimierte Systeme und Verpackungskosten begegnet werden kann. Angereichert wird das Forum durch praktische Beispiele aus der Pharmaindustrie und Lösungsvorschlägen von Packmittel- und Maschinenlieferanten.

➤ www.svi-verpackung.ch

Online Print Symposium

LEITVERANSTALTUNG DER ONLINE PRINT INDUSTRIE

E-Business Print, Online-Shop und Web-to-Print sind die Schwerpunktthemen der Online-Druckindustrie und stehen im Mittelpunkt des Online Print Symposiums von bvdn, Fogra und zipcon consulting. Die zweitägige Konferenzveranstaltung findet am 21. und 22. Februar im Sheraton Arabellapark Hotel in München statt und adressiert vorwiegend Medienmacher sowie Druck- und Mediendienstleister aus



Deutschland, Österreich und der Schweiz.

➤ www.online-print-symposium.de

➤ www.fogra.org

IRD Automatisierungskongress MIS UND DIE ANFORDERUNGEN DES MARKTES

Das Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie e. V. (IRD) ist das Knowledge-Institut der Druckindustrie. Unternehmen der Branche schaffen durch die Kompetenz des IRD optimierte Produktions- und Managementprozesse und dies unter Einbindung von Kunden und Lieferanten. Prozessoptimierung ist die Kernkompetenz des IRD. In diesem Zusammenhang veranstaltet das IRD unter dem Thema »MIS und die Anforderungen des Marktes! –Wie viel Automatisierung sollte ein MIS bieten?« den VII. IRD-Automatisierungskongress am 15. und 16. November in Böblingen.

➤ www.ird-online.de



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2012	Veranstaltung	Ort
30. 10.	Heidelberg PMA, Kompetent über Printdesign sprechen	Heidelberg
30. 10.	SVI, JIG-Tagung ›Migrationsanalyse: Wie? Und darum!‹	Olten
05. 11. - 06. 11.	Fogra, Computer-to-Plate: Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
05. 11. - 06. 11.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
06. 11.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
06. 11.	Heidelberg PMA, Print Buyer University	Heidelberg
06. 11.	Ink Academy, Druck-Erzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	Kirchheim b. M.
06. 11. - 07. 11.	SVI, 7. SVI Pharma Verpackungsforum	Basel
07. 11.	Ink Academy, Sensorik von Verpackungen	München
10. 11.	tgm, WebFontDay 2012 – Type goes Interface	München
13. 11.	cleverprinting, ICC-Colormangement in der Praxis	Frankfurt
14. 11.	cleverprinting, Acrobat 10 und PDF/X für Grafik und PrePress	Frankfurt
15. 11.	Heidelberg PMA, PDF/X-4 Neuer Standard der Druckvorlagen	Heidelberg
15. 11.	cleverprinting, InDesign CS4/CS5-Schulung	Frankfurt
15. 11.	zdm-bayern, Auch mit schwierigen Kunden Umsatz machen	Ismaning
16. 11.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Frankfurt
19. 11. - 20. 11.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
20. 11.	Heidelberg PMA, Strategischer Drucksacheneinkauf	Heidelberg
21. 11.	Heidelberg PMA, Technische Aspekte Drucksacheneinkauf	Heidelberg
21. 11. - 22. 11.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
23. 11. - 24. 11.	tgm, push conference	München
26. 11.	cleverprinting, ICC-Colormangement in der Praxis	Hannover
26. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen – kompakt	München
27. 11.	cleverprinting, Acrobat 10 und PDF/X für Grafik und PrePress	Hannover
27. 11. - 28. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Fehler vermeiden – Kosten senken	München
28. 11.	cleverprinting, InDesign CS4/CS5-Schulung	Hannover
29. 11.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Hannover
29. 11.	Heidelberg PMA, ProzessStandard Offsetdruck / ISO 12647	Heidelberg
03. 12. - 04. 12.	Fogra, Farbe im Druck messen und bewerten	München
05. 12. - 06. 12.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München
06. 12.	Heidelberg PMA, Grundlagen des Farbmanagements	Heidelberg
07. 12.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
10. 12.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
10. 12. - 11. 12.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N PRO	Hofheim
11. 12.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
11. 12.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Heidelberg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- › www.cleverprinting.de
- › www.fogra.org
- › www.svi-verpackung.ch
- › www.zdm-bayern.de
- › www.ink-academy.de
- › www.print-media-academy.de
- › www.polar-mohr.com

**Impressed on the Road again
DIE SMART AUTOMATION
ROADSCHOW MIT IMPRESSED**

Auf der Smart Automation Roadshow bietet Impressed die Gelegenheit, einen komprimierten Überblick über die Automatisierungsmöglichkeiten zu erhalten, die es in der Produktion gibt. Das Zusammenspiel einzelner Tools ist dabei entscheidend. Anhand von Beispielen aus der Praxis werden Lösungen für einen Automatisierungsprozess vorgestellt. Dabei kommt ein spezielles Portfolio verschiedener Produkte und Hersteller zum Einsatz. Beleuchtet werden der Preflight, die Textprüfung, die Druckbogenoptimierung und die Ausgabe. Termine sind am 13. November 2012 in Hamburg, 15. November in Hannover, 20. November in Lünen, 21. November in Darmstadt, 28. November in Stuttgart und am 29. November in München.

› www.impressed.de/schulungen

**›Sprechen Sie haptisch?‹
HAPTİK ALS TRÄGER DER
KOMMUNIKATIONSBOTSCHAFT**

Das Seminar ›Sprechen Sie haptisch?‹ führt in die Welt der erfuhrten Kommunikation ein. Ein theoretischer Teil klärt, was Haptik ist und wie sie sich definiert. Es wird demonstriert, wie der spontane Aha-Effekt auf den ersten Griff ausgelöst wird. Anhand von Beispielen wird erarbeitet, auf welchen psychischen und biologischen Grundlagen sich das haptische Sensorium aufbaut, was haptische Kommunikation kann, wie und warum sie funktioniert. Das branchenübergreifende Seminar am 22. November 2012 in Frankfurt ist für alle, die in einer bildüberfluteten Zeit einen neuen Weg der Kundenansprache suchen, ein Muss.

› www.koenig-konzept.com

ICH

BIN

DAS

EINZIGE

WAS

SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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



Future Summit 2012

**›THE POWER OF PRINT‹
IN MÜNCHEN**

Die Veranstaltung ist ein branchenübergreifender Event für Marketingentscheider sowie Druck- und Verlagshäuser in München, organisiert von Cluster Druck und Printmedien Bayern in Kooperation mit Print Power Deutschland und dem Verlag Werben und Verkaufen GmbH.

Auf dem ganztägigen Kongress am 21. November 2012 im Verlagshaus der Süddeutschen Zeitung, zeigen Experten aus Unternehmen und Agenturen, wie das Medium Print Werbe-Kampagnen erfolgreicher machen kann und wie Unternehmen ihre Kommunikationsziele glaubwürdiger und langfristig dauerhafter erreichen.

Das Get-together am Vorabend der Konferenz findet im Münchner ›Club P1‹ statt. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist nur mit einer personalisierten Einladung möglich. Die Teilnehmerzahl an beiden Veranstaltungstagen ist begrenzt. Die Vergabe der Plätze erfolgt gemäß dem Eingang der Anmeldung. Anmeldeschluss ist der 5. November 2012.

- › www.print.de
- › www.cluster-print.de

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

**f:mp.-Campus
KNOW-HOW RUND UM
DIE MOBILE KOMMUNIKATION**

Internetfähige Tablets, Smartphones, PDAs und Netbooks sind im Informationszeitalter unverzichtbarer Bestandteil des Alltags geworden. Im gleichen Maß steigt auch das Interesse der Werbetreibenden am Online- und Mobile Publishing. »Gerade die mobile Kommunikation birgt jedoch große Herausforderungen für die Medienproduktion«, sagt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbands



Medienproduktions e. V. (f:mp.). »Das gilt sowohl für die technische Umsetzung als auch für die Auswahl der Inhalte. So müssen die Botschaften für den Empfänger, und nicht nur für den Werbenden, einen konkreten Nutzen beinhalten, um überhaupt erst wahrgenommen zu werden«, fügt Christina Fuchs, f:mp.-Vorstand für den Bereich Aus- und Weiterbildung, hinzu.

Der f:mp. wirft deshalb am 6. November 2012 in Frankfurt mit einem neuen Seminar unter dem Dach des f:mp.-Campus einen Blick auf die Potenziale des digitalen Publizierens. Unter dem Titel ›Online- und Mobile Publishing‹ können Interessierte dort die Grundlagen des Publishings für iPad, Android-Geräte und E-Book-Reader schaffen. Das Seminar gibt zudem einen grundsätzlichen Überblick über die Arbeitsweise und die Struktur bei der Erstellung von digitalen Magazinen mit der Digital Publishing Suite von Adobe InDesign.
› www.f-mp.de

CAMPUS AKADEMIE Im November 2012 startet das zwölfmonatige Programm der Campus Managementakademie für Druck und Medien gmbh. Die Unternehmerverbände der Druck und Medienbranche setzten sich damit gemeinsam mit dem bvdM für die Sicherung und Förderung der Branche durch nachhaltige Weiterbildungsprogramme ein. Das spezielle Weiterbildungsprogramm wurde aus den Impulsen des Juniorenkreises des VDM NRW für den Führungskräftenachwuchs der Druckindustrie entwickelt. › www.campus-mdm.de › www.bvdM-online.de

HUNKELER INNOVATIONSDAYS Vom 11. bis 15. Februar 2013 werden die Hunkeler Innovationdays zum zehnten Mal ausgetragen. Aufgrund der wachsenden Internationalisierung und des großen Interesses an der im Zweijahresrhythmus durchgeführten Veranstaltung verlängert Hunkeler das Branchentreffen auf dem Gelände der Messe in Luzern von bisher vier auf fünf Tage. Rund 80 Hersteller von Digitaldrucksystemen, Software-Lösungen sowie Verbrauchs- und Veredelungsmaterialien werden auf 7.000 m² Fläche ihre Produkte präsentieren. Dabei werden integrierte und workflowübergreifende Druck- und Finishing-Lösungen gezeigt und die unterschiedlichsten Szenarien für den Transaktions-/Transpromotionsdruck, Print-on-Demand (Bücher, Zeitungen) und die Mailing-Produktion direkt zu vergleichen sein. › www.hunkeler.ch

EXLIBRIS Noch bis zum 13. Januar 2013 zeigt das Mainzer Gutenberg-Museum, das mit über 100.000 Blättern eine der weltweit größten Exlibris-Sammlungen besitzt, mehr als 300 Bucheignerzeichen bibliophiler Theaterfreunde und Stars von Bühne und Film. Es handelt sich um Gebrauchsexlibris sowie aufwändige Sammlergrafiken aus der Zeit zwischen 1760 und 2011. Im Bild rechts ist das Exlibris des Schauspielers Gustaf Gründgens in seiner Paraderolle als Hamlet zu sehen. Die Radierung entstand 1956 nach einem Bühnenfoto von Walter Steinecke. Exlibris (latein: »aus den Büchern von ...«) sind kleinformatige Druckgrafiken mit Namensvermerk, die, seit es gedruckte Bücher gibt, in diese eingeklebt werden, um sie als individuellen Besitz zu kennzeichnen. › www.gutenberg-museum.de



›CREFELDER PRINT COCKTAIL XI‹ Die Faber GmbH, grafischer Fachhändler in Nordrhein-Westfalen und RGF-Mitglied, lädt vom 7. bis 9. November zum 11. ›Crefelder Print Cocktail‹ ein. Auf einer Ausstellungsfläche von etwa 2.000 m², präsentieren namhafte Firmen ihre Neuheiten und Highlights. Im Fokus stehen die digitale Printproduktion und das Datenmanagement. › www.crefelderprintcocktail.de



DESIGN & TYPOGRAFIE

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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

Sreifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsmaschinen

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG Lettershop
Hertistrasse 23 Laserprint
CH-8304 Wallisellen Fulfillment

Telefon 043 233 44 44 www.mediamail.ch
Telefax 043 233 44 45 info@mediamail.ch

WEITERVERARBEITUNG

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung

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

MAILINGPRODUKTION

EZCO
switzerland

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

Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

TECHKON

Wir messen Farbe
und mehr ...

- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
info@techkon.com • www.techkon.com

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie
unser
„know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

WEITERBILDUNG

gib
Zürich

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

DRUCKFARBEN

EPPLE
Druckfarben

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

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

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

NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com

FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION

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

schär

binderhaus
BINDMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

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

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

Gütesiegel

Q
Publikation
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

Nicht etwa, dass wir den »Druckmarkt« als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angeordnet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** »Druckmarkt« bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, vierzehntägig das PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die »Druckmarkt COLLECTION«, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.

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

DRUCK  **MARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher