

DRUCK  MARKT

23. Mai 2013

impressions 66

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

Swiss Edition 

Offset und Inkjet ziehen an einem Strang

20 x im Jahr!

Ergänzend zum Heft:
das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Prepress: Das Rückgrat der Druckproduktion Seite 12.

Print: Offset und Inkjet ziehen an einem Strang. Seite 14.

Digitaldruck: Neue Wege für die Zeitung Seite 18.

Print: Eine kunterbunte Druck-Tankstelle Seite 26.

Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 44.

www.druckmarkt.ch



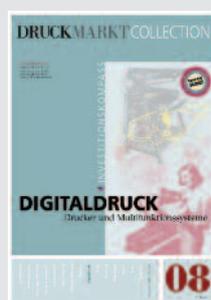
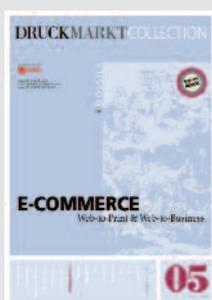


DIE Schlaumacher

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.ch



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 18.00 CHF zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Die Werbekrise

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Heidelberg: Verlust im Rahmen der Prognosen
- 05 KBA: Verlust im 1. Quartal

Prepress

- 08 Flexibles Planen und Ausschließen
- 10 E-Business Print: Markt und Lösungen
- 12 Das Rückgrat der Druckproduktion

Print & Finishing

- 14 Offset und Inkjet ziehen an einem Strang
- 18 Neue Wege für die Zeitung
- 20 Die Medienbranche im Umbruch
- 22 Ein Stück Zukunft des Versandhandels
- 24 100 Prozent digitaler Bücherdruck
- 25 Flexibles Finishing für Publikationen
- 26 Eine kunterbunte Druck-Tankstelle
- 30 Nachrichten
- 32 Mehr Volumen und weniger Aufwand
- 35 Die Lücke geschlossen
- 40 Neue Lösungen für Beilagen

Termine, Bildung & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen
- 51 Business to Business

Gestern hat der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) die Zahlen für das Werbejahr 2012 vorgelegt – und die sind ernüchternd. Insgesamt sind die Bruttoinvestitionen in Werbung, die sich aus Honoraren, Werbemittelproduktion und Medienkosten zusammensetzen, im vergangenen Jahr um 0,9% auf 29,74 Mrd. € gesunken. Die Netto-Werbeinnahmen der 13 vom ZAW untersuchten Medienarten sind gleichzeitig auf 18,42 Mrd. € zurückgegangen und liegen wieder auf dem Niveau von 2009. Denn das Minus von 3,2% bedeutet 600 Mio. € weniger Einnahmen als im Jahr zuvor. Doch verteilen sich die Rückgänge nicht gleichmäßig über alle Medien, sondern betreffen ausschließlich die Gedruckten. Fernsehen, Radio, Kino und Online-Medien hingegen haben zugelegt. Die Einnahmen der Online-Dienste in der Bundesrepublik haben dabei erstmals in der deutschen Internetgeschichte die Hürde von 1 Mrd. € Nettoumsatz übersprungen.

Das sind zwar noch immer nur 5,5% des gesamten Werbemarktes und auch die Zeiten zweistelliger Zuwachsraten sind vorbei, doch lässt sich aus den Zahlen ableiten, dass auch im vergangenen Jahr zahlreiche werbungstreibende Unternehmen ihren Mediasplit infrage gestellt haben, woraus sich Verschiebungen zwischen den Gattungen ergeben haben. Welche Gelder von welchem Medium zu einem anderen wechselten, lässt sich aus den vorliegenden Zahlen jedoch nicht errechnen.

Den Rückgang insgesamt erklärt der ZAW mit der Konjunkturdelle, die sich belastend auf den gesamten Werbemarkt gelegt hat. Mit anderen Worten: Der komplette Werbemarkt schrumpft! Das einzig beruhigende an diesen Zahlen ist die Tatsache, dass die gedruckten Medien den Werbemarkt noch immer mit einem Marktanteil von 68% dominieren.

Wenn also von einer kriselnden oder gar strauchelnden Printbranche geredet und geschrieben wird, ist das nur die halbe Wahrheit. Die Branche, die zu zwei Drittel von der Werbung lebt, befindet sich auch nicht wegen des Internets in der Krise, sondern deshalb, weil die Werbung an sich und in ihrer bisherigen Form in die Kritik geraten ist. Wir haben also keine Printkrise, sondern eine Werbekrise. Und die nicht nur in der Druckindustrie.



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 2013

ENDE DER INSOLVENZ RÜCKT NÄHER Der sich noch in der Insolvenz (Chapter 11) befindliche Kodak-Konzern weist für das 1. Quartal 2013 einen Gewinn von 283 Mio. US-Dollar aus. Im Vorjahreszeitraum meldete Kodak noch ein Minus von 366 Mio. \$. Der Umsatz ging im Vergleich zum Vorjahr jedoch um 9% auf 849 Mio. \$ zurück. Das profitable Quartalsergebnis beinhaltet neben gesteigerten Verkäufen im Bereich Digitaldruck (mit Minus 8 Mio. \$ zwar um 81 Mio. besser als im Vorjahr, allerdings noch immer nicht profitabel) jedoch auch die Einnahmen aus dem Patent-Verkauf aus dem Digitalfotobereich (535 Mio. \$) an ein Konsortium, zu denen Firmen wie Google, Apple und Samsung gehören. Zudem trennte sich Kodak nun endgültig von seinem ehemaligen Kerngeschäft, dem Film. Das sogenannte »Personalized Imaging and Document-Imaging-Geschäft« wurde für umgerechnet rund 493 Mio. € dem Pensionsfonds der britischen Kodak-Mitarbeiter, dem größten Gläubiger von Kodak, übertragen. Zudem soll der Fonds auf Forderungen in Höhe von 2,8 Mrd. \$ (2,12 Mrd. €) verzichten.

ZÜND ÜBERNIMMT ZÜND Die Zünd Benelux BV ist seit April 2013 eine Tochtergesellschaft der Zünd Holding AG. Zünd Benelux ging aus der Beta Services BV hervor und wurde von Joop Jacobs gegründet. Joop Jacobs steht als Berater weiterhin zu Verfügung. Zünd Benelux mit Sitz in Eersel bei Eindhoven war seit 1995 Vertriebs- und Servicepartner der Zünd AG in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg mit einem großzügig eingerichteten Ersatzteil- und Verbrauchsmateriallager sowie einem Showroom mit Zünd G3- und Zünd S3-Cuttern.

REPROZENTRUM WIRD ROSENBERGER GRUPPE Das Bielefelder Reprozentrum Rosenberger, seit 100 Jahren Dienstleister rund um Druck und Vervielfältigung, firmiert ab sofort unter dem Namen rosenberger und gliedert alle Aktivitäten in die Geschäftsbereiche rosenberger system, media und data. Unter rosenberger system werden dabei die Handelsaktivitäten des Unternehmens gebündelt. rosenberger ist zertifizierter Partner für Maschinen von Canon, Océ, HP, Medacom, Contex etc.

RAJA-GRUPPE Die Raja-Gruppe, spezialisiert auf Verpackungsmaterialien und -maschinen, hat 2012 einen Umsatz von 411 Mio. € erzielt. Damit übertraf die Gruppe die Bilanz des Vorjahres. Die deutsche Niederlassung Rajapack GmbH habe ihren Teil dazu beigetragen. Diese hatte 2012 ihren Hauptsitz nach Ettlingen verlegt und dazu rund 5 Mio. € in das 2.200 m² große Gebäude für 120 Mitarbeiter investiert.

GESCHÄFTSLAGE WIEDER NEGATIV Die aktuelle Geschäftslage in der deutschen Druckbranche wird erstmals seit sieben Monaten wieder negativ eingeschätzt. Dies zeigt das monatliche Konjunkturtelegramm des Bundesverbands Druck und Medien. Im April des Vorjahres wurde die Lage noch besser eingeschätzt. Das Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung ermittelt monatlich durch eine repräsentative Umfrage bei etwa 300 Betrieben die konjunkturelle Situation der Druckindustrie. Ausgewählte Ergebnisse gibt der Bundesverband Druck und Medien in Berlin in seinem Konjunktur-Telegramm bekannt.

Ungefähr 40% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen der Umfrage im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen und Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind nahezu unverändert schlecht. Die Erwartungen für das nächste Halbjahr sind den achten Monat in Folge negativ, haben sich allerdings verbessert. 18% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 21% eine Verschlechterung, 61% erwarten keine Veränderung.

Heidelberger Druckmaschinen AG

Wieder ein Verlust, aber im Rahmen der Prognosen

Nunmehr zum fünften Mal in Folge hat die Heidelberger Druckmaschinen AG ein Geschäftsjahr mit roten Zahlen abgeschlossen. Allerdings verbesserte sich das operative Ergebnis. Auch sende ein starkes viertes Quartal positive Signale aus, heißt es aus Heidelberg.

Trotz der hohen Aufwendungen für die drupa 2012 in Düsseldorf und einer positiven Bilanz nach der Messe konnte Heidelberg das Geschäftsjahr 2012/13 (es endete am 31. März 2013) nur mit einer Umsatzsteigerung um 5% abschließen. Der Anstieg von 2,596 Mrd. € im Vorjahr auf jetzt 2,735 Mrd. € Umsatz und Einsparungen durch das Kostensenkungsprogramm Focus 2012 ließen das operative Ergebnis nach den vorläufigen Zahlen zwar auf 28 Mio. € (Vorjahr 3,0 Mio. €) steigen, dennoch beläuft sich der Netto-Verlust auf 110 Mio. € (Vorjahr 230 Mio. €).

Damit hat Heidelberg jedoch die eigenen Prognosen erfüllt. »Mit dem Erreichen unserer Jahresprognose haben wir einen wichtigen



Meilenstein in Richtung Profitabilität geschafft«, sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.

»Focus 2012 bildet das Fundament, ab dem nächsten Geschäftsjahr wieder Gewinne zu erzielen. Gleichzeitig haben wir damit begonnen, das Unternehmen durch optimierte Strukturen besser an unsere Teilmärkte anzupassen und damit die künftigen Ergebnisbeiträge zu steigern.«

Das vierte Quartal, so heißt es in einer Mitteilung aus Heidelberg, sei im abgelaufenen Geschäftsjahr wie erwartet das stärkste Quartal gewesen. Der Umsatz stieg von Januar bis März auf 830 Mio. € (Vorjahr: 785 Mio. €). Auch der Auftragseingang lag im vierten Quartal mit 620 Mio. € über dem Niveau des Vorjahres (580 Mio. €).

Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit ohne Sondereinflüsse habe sich im Berichtsquartal auf 60 Mio. € nach 22 Mio. € im Vorjahr verbessert.

»Unser Effizienzprogramm Focus 2012 befindet sich planmäßig in der Umsetzung. Aufgrund der veränderten Marktbedingungen haben wir einzelne Maßnahmen intensiviert, um die Profitabilitätsziele abzusichern«, sagte Dirk Kaliebe, Finanzvorstand von Heidelberg.

»Heidelberg ist finanziell solide aufgestellt und verfügt über einen stabilen Liquiditätsrahmen.« Zum 31. März 2013 beschäftigte der Heidelberg-Konzern 14.215 Mitarbeiter und damit etwa 1.200 weniger als im Vorjahr.

Den testierten Konzernabschluss veröffentlicht Heidelberg Mitte Juni 2013.

➤ www.heidelberg.com

DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

Vorstand bleibt bei Umsatzprognose für 2013

Koenig & Bauer AG im ersten Quartal mit Verlust

Die Zurückhaltung bei Druckmaschineninvestitionen setzt sich global offenbar fort. KBA meldet gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Rückgang der Neubestellungen um 15,5% auf 200,0 Mio. €. Der Umsatz blieb ebenfalls unter dem Quartals-Vorjahreswert von 263,5 Mio. €. Mit 657,3 Mio. € lag der Auftragsbestand Ende März 17,7% unter dem Vorjahr. Der Umsatzrückstand wirkte sich zwangsläufig auf das Quartalsergebnis aus. KBA weist für ein negatives Ergebnis von 18,5 Mio. € aus. Im Vorjahr waren es noch -1,3 Mio. €.

Der Auftragseingang lag bei Bogenoffsetmaschinen 13,1% unter dem Vorjahreswert. Dagegen lag der Umsatz etwa auf dem Niveau des Vorjahres und das Auftragspolster wuchs bis Ende März um 3,4 % auf 207,8 Mio. €. Bei den Rollen- und Sondermaschinen beliefen sich die Neuaufträge auf 67,2 Mio. € (2012: 83,7 Mio. €), da Bestellungen kundenseitig verschoben worden seien, heißt es bei KBA. Durch die im Projektgeschäft üblichen Zyklen habe der Umsatz mit 92,5 Mio. € nur knapp 60% des Vorjahresvolumens erreicht.

Der Umsatz in Deutschland hat sich im 1. Quartal 2013 durch deutlich gestiegene Auslieferungen bei Rollen- und Bogenmaschinen fast verdoppelt. Entsprechend erreichte die Exportquote mit 71,2% (Vorjahr: 89,2%) einen für KBA niedrigen Wert. Ins europäische Ausland gingen 29,8% der Lieferungen und lagen weit unter dem langjährigen Mittel. Die Region Asien/Pazifik mit dem Hauptmarkt China trug mit 23,2% zum Konzernumsatz bei, der Anteil Nordamerikas erhöhte sich von 8,2% auf 10,9%. Auf Mittel-, Südamerika und Afrika entfielen 7,3% des Umsatzes.

Ende März beschäftigte die KBA-Gruppe inklusive der 340 Auszubildenden und Praktikanten weltweit 6.187 Mitarbeiter. Dies waren 107 weniger als vor einem Jahr. Trotz des Rückstands bei den Auftrags-, Umsatz- und Ergebniszahlen hält der Vorstand seine Ziele für das Geschäftsjahr 2013 für erreichbar. Danach soll ein ähnlicher Umsatz wie 2012 (rund 1,3 Mrd. €) und eine moderate Verbesserung des Ergebnisses erreicht werden. Bei seiner Prognose stützt sich das Management auf Lieferungen in den nächsten Monaten und auf erwartete positive Nachfrageimpulse für das Bogengeschäft durch die China Print in Peking im Mai. Auch bei Rollen- und Sondermaschinen wird im 2. und 3. Quartal mit positiven Abschlüssen gerechnet. So gab es im April bereits einige Aufträge für Zeitungsrotationsanlagen.



Mittelfristig sieht der Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann** für KBA interessante Potenziale im Digitaldruck und bei flexiblen Verpackungen:

»Mit der zur Marktreife gebrachten Inkjet-Rotation KBA RotaJET 76 und der Erweiterung unseres Angebots für die Verpackungsproduktion durch eigene Produkte sowie die geplante Übernahme des italienischen Herstellers Flexotecnica wollen wir den kleiner gewordenen Markt für klassische Bogen- und Rollenoffsetanlagen durch wachsende Märkte ergänzen. Diese Strategie erfordert allerdings Zeit und Investitionen, die KBA aber dank solider Finanzen aus eigener Kraft stemmen kann. Im Geschäftsjahr 2013 erwarten wir von den neuen Marktsegmenten noch einen überschaubaren Beitrag zum Konzernumsatz und zum Ergebnis. Dies wird sich aber mittelfristig ändern.«

› www.kba.com

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



: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.ch

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Mortsel/Belgien
Zweigniederlassung Dübendorf
Stettbachstrasse 7
8600 Dübendorf
www.agfagraphics.ch

TEAM FÜR PHARMA UND KOSMETIK Mit der Bildung branchenspezifischer Kompetenzteams will die Höhn Displays+Verpackungen GmbH in Ulm den Kundenservice und die interne Projektbetreuung verbessern. Für die Betreuung der Kunden aus der Pharma- und Kosmetikbranche soll ein Kompetenzteam bereitstehen, das über Know-how zu speziellen Materialanforderungen und Veredelungsarten, über die Terminologie der Kunden und Kenntnisse der Einsatzorte von Displays verfügt.

NEOPOST ÜBERNIMMT PSB Die Neopost GmbH & Co. KG hat nach der Übernahme der PSB Postsysteme GmbH in Leopoldshöhe (Ost-Westfalen) eine weitere Tochter. Bislang war PSB Handelsvertreter von Franco-Typ-Postalia. Durch den Wechsel zu Neopost ergänzt PSB sein bisheriges Angebot in der Postbearbeitungstechnik um Frankiermaschinen und Briefverarbeitungssysteme von Neopost. Die Gesellschaft wird unter dem Namen PSB selbstständig weitergeführt.

TOSHIBA FORSTET WALDAREAL AUF Am 19. April 2013 haben sich erneut Mitarbeiter und leitende Angestellte von Toshiba auf den Weg ins Sauerland gemacht, um den im Januar 2007 durch den Orkan »Kyrrill« zerstörten Stadtwald von Werdohl wieder aufzuforsten. Diese europäische Baumpflanzaktion, die im April 2011 gestartet wurde, ist Teil eines CSR (Corporate Social Responsibility)-Projektes der Toshiba-Gruppe. Ziel des Gesamtprojektes ist die Pflanzung von weltweit insgesamt 1,5 Millionen Bäumen bis zum 150. Jubiläum von Toshiba im Jahr 2025. Unterstützt von der Umweltorganisation »Bergwaldprojekt« möchte Toshiba bis Ende 2013 in Werdohl insgesamt 12.000 Laubbäume pflanzen. Nach dem nun erfolgten fünften Pflanztermin wachsen bereits 10.000 neue Bäume hoffentlich gut an. > www.toshiba.de

KBA KOOPERIERT MIT MBO Koenig & Bauer und die MBO Maschinenbau Oppenweiler Binder wollen beim internationalen Vertrieb von Falzmaschinen und anderen MBO-Weiterverarbeitungssystemen kooperieren. In mehreren Ländern Europas und Übersee werde die Bogenoffsetorganisation von KBA den Exklusiv-Vertrieb und den Service für die MBO-Anlagen übernehmen oder den bestehenden MBO-Vertrieb bei Projekten auf Provisionsbasis ergänzen, heißt es von den beiden Unternehmen.

MITARBEITER- UND MASCHINENÜBERNAHME Bresler Medien in Erlangen hat eine Offsetdruckmaschine der seit Ende 2012 insolventen Druckerei Holtz aus Neudrossenfeld installiert und zwölf Mitarbeiter sowie einen Auszubildenden der Holtz AG übernommen. Die Sechsfarb-Speedmaster von Heidelberg ist mit einem UV-Lackwerk ausgestattet. Im September 2012 wurde Bresler von Norbert Hettrich übernommen. Dieser ist auch geschäftsführender Gesellschafter der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH.

STÄMPFLI-GRUPPE IST GEWACHSEN Der Konzernumsatz der Berner Stämpfli-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2012 zugelegt und ist um 5,3% auf 64,46 Mio. Franken gewachsen. Zum Wachstum haben laut Unternehmensinformationen alle Unternehmen der Gruppe beigetragen – und das »trotz europaweit rückläufigen Buchverkäufen und einer kranken grafischen Industrie«, wie es in dem Geschäftsbericht heißt. Unter dem Dach der Stämpfli AG sind die Stämpfli Verlag AG, die Stämpfli Publikationen AG, die Stämpfli Polska und die Kraft all media GmbH vereint. Die Gruppe wird von den Brüdern Rudolf und Peter Stämpfli geführt.

**Barenschee-Insolvenz
NELA ÜBERNIMMT SERVICE UND
TECHNISCHES KNOW-HOW**

Am 2. Mai übernahm die Nela Brüder Neumeister GmbH im Rahmen eines Nutzungsvertrags sämtliche technischen Wartungs- und Service-Dienstleistungen der insolventen Barenschee Systemtechnik GmbH. Damit können die vorwiegend in Mitteleuropa ansässigen etwa 250 Barenschee-Kunden unmittelbar nach der Betriebsstillegung am 30. April Serviceleistungen in Anspruch nehmen.

Barenschee, Hersteller von Automatisierungssystemen und Druckplatten-Weiterverarbeitungsanlagen für Zeitungsdruckereien, hatte in den letzten Monaten stark unter der rezessiven Entwicklung der Druckbranche gelitten. Auch der Wechsel in der Eigentümer- und Führungsstruktur vor zwei Jahren konnte die Situation nicht verbessern. Nachdem am 8. März 2013 Insolvenz angemeldet wurde, sah der Insolvenzverwalter keine Perspektiven für den Erhalt des Produktionsstandortes in Lüneburg und seine 30 Mitarbeiter.

Mit dem Aus für Barenschee setzt sich die Konzentration bei den Anbietern von Stanz- und Abkanttechnologie für Druckplatten weiter fort. Nela hatte 2008 und 2009 bereits die Unternehmen M&A Pass-System und 2B Präzisionstechnik übernommen. Im Erwerb der Barenschee-Nutzungsrechte sieht Nela-Geschäftsführer Frank Neumeister eine »Chance für die neu gewonnenen Kunden, auch weiterhin verlässlichen Service bei existierenden Anlagen bis hin zu Systemerweiterungen und Umbauten zu erhalten«. Nela bewertet den Konzentrationsprozess als notwendige Folge der allgemeinen Konsolidierung bei den Zulieferunternehmen der Druckindustrie.

> www.nela.de

**Zusammenarbeit
GRAMAG UND BECK
PACKAUTOMATEN**

Die Gramag Grafische Maschinen AG baut ihr Produktportfolio aus. Zum 1. Mai 2013 hat das Handels- und Engineeringunternehmen den Vertrieb und Service für die Produkte der Beck Packautomaten GmbH & Co. KG übernommen. Ihre Zusammenarbeit haben die Partner anlässlich der Messe »Verpackung Schweiz 2013« Mitte April in Zürich besiegelt.

Die Beck Packautomaten GmbH & Co. KG entwickelt und baut seit



Rolf Müller von der Gramag (links) und Jörg Heuschele von Beck Packautomaten besiegeln auf der »Verpackung Schweiz« ihre Partnerschaft.

über 50 Jahren vollautomatische Folienverpackungsmaschinen und Schrumpfverpackungsanlagen. Auf diesem Gebiet hat das in zweiter Generation inhabergeführte Unternehmen mit Sitz in Frickenhausen bei Stuttgart Pionierarbeit geleistet. Die Verpackungslösungen sind in Betrieben der grafischen Industrie ebenso stark vertreten wie bei Holz- und Kunststoffverarbeitern, in der Nahrungs- und Genussmittelbranche, in Großwäschereien, bei Lohnverpackern oder Logistikdienstleistern.

Die Verpackungsmaschinen fügen sich ideal in das Portfolio der Gramag. Neben dem Vertrieb und Service für Maschinen anderer namhafter Hersteller leistet das Unternehmen Engineeringarbeit. Dazu zählen die Entwicklung integrierter Gesamtlösungen mit der Steuerung von Prozessen sowie der Codierung, Adressierung und Verfolgung von Produkten über den gesamten Verarbeitungsfluss hinweg.

> www.gramag.ch

Grafische Industrie Schweiz NEUER GESAMTARBEITS- VERTRAG

In der siebten Verhandlungsrunde einigten sich die Tarifpartner auf einen neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) in der Schweizer grafischen Industrie. Der neue Vertrag tritt am 1. Juli 2013 in Kraft und läuft bis Ende 2015.

Den Unternehmen steht es offen, die 42-Stunden-Woche einzuführen. Die Vertragsparteien legten hierzu nach Angaben des Viscom, dem Schweizerischen Verband für visuelle Kommunikation, ein ausgewogenes Prozedere fest. Für Akzidenzbetriebe wurde eine Reduktion der Zuschläge für Nacht- und Schichtarbeit auf 50% bei einer Besitzstandswahrung von 70% festgeschrieben. Beim Zeitungsdruck werden weder die Wochenarbeitszeit noch das Zuschlagssystem angepasst. Die bereits im November 2012 erzielten Kompromisse zu den Minimallohnanpassungen, den Löhnen der Lernenden, der Gleichstellung, der Frühpensionierung und der Kontrollmechanismen blieben nach Informationen von Viscom unverändert stehen.

➤ www.viscom.ch

Feinpapiermanufaktur Fedrigoni 125 JAHRE ITALIENISCHE DESIGNPAPIERE

Die Leidenschaft für Papier und das Streben nach dem Besonderen haben die italienische Feinpapiermanufaktur Fedrigoni seit Gründung vor 125 Jahren zu einem der bedeutendsten Feinstpapierhersteller Europas gemacht. 1888 in Verona niedergelassen, wird das Unternehmen mittlerweile in fünfter Generation inhabergeführt. Die Fedrigoni Group beschäftigt über 2.000 Mitarbeiter, besitzt elf Fabriken in mehreren Ländern und vertreibt Produkte in über 80 Länder weltweit.

Das Sortiment umfasst über 3.000 Papiere: Natur- und Feinstpapiere, Spezialpapiere für den Digitaldruck, Konsumpapiere, Sicherheits- und Wertpapiere, Haftpapiere, veredelte Kartonagen, und mehr. Namhafte Unternehmen aus dem Premium- und Luxussegment verwenden die Designpapiere bei Marketing, Kommunikation, Verpackung, Werbemittel- oder Buchproduktion.

Seit 25 Jahren ist der Feinpapierhersteller auch im deutschen Markt vertreten. Anfangs als Zenith Feinpapier, seit 1999 als Fedrigoni Deutschland GmbH mit Sitz nahe München.

➤ www.fedrigoni.de

Conrad Jacobson GmbH INSOLVENZ IM SOG DES AUFLAGENRÜCKGANGS

Über das Vermögen der Conrad Jacobson GmbH, der OTRA Overseas Trading Conrad Jacobson GmbH und der KIT Kondopoga International Trading GmbH wurde das vorläufige Insolvenzverfahren angeordnet. Ursache für die Zahlungsunfähigkeit des Händlers von Zellstoff und Lieferant von Zeitungspapieren ist die Insolvenz des größten russischen Zeitungspapierproduzenten OAO Kondopoga Anfang des Jahres. »Der Verbrauch von Zeitungsdruckpapier ist drastisch zurückgegangen«, sagt Dr. Alexander Wehowski, Geschäftsführer der Conrad Jacobson GmbH. Das Preisniveau sei auf historische Tiefstände gefallen. »Für Hersteller von Zeitungspapier ist es unter diesen Umständen nur schwer möglich, positive Ergebnisse zu erzielen«.

Die Schieflage der OAO Kondopoga hat mehrfache Auswirkungen auf die Gesellschaften in Hamburg: Zum einen ist die Conrad Jacobson GmbH mit 26% an der Papierfabrik beteiligt, zum anderen ist das Unternehmen aus Karelien Lieferant der Handelsfirmen OTRA und KIT, deren Umsatzvolumen durch den Ausfall stark zurück gegangen ist.

➤ www.conradjacobson.com

Rapida-Leitstand IF COMMUNICATION DESIGN AWARD 2013

KBA stellte auf der drupa 2012 neben viele Neuheiten für den Digital- und Offsetdruck auch eine neue Generation von hoch automatisierten Rapida-Bogenoffsetmaschinen vor. Dazu gehört auch eine zeitgemäße Leitstandstechnik. Der KBA ErgoTronic-Leitstand bietet neben modernem Design mit 19"-Touchscreen und einem großflächigen Wallscreen für die ergonomische Bedienung und Kontrolle aller Maschinen- und Druckfunktionen



KBA ErgoTronic an der Rapida 106: Optimaler Überblick auch bei 20.000 Bogen/h im Mittelformat

auch neue Optionen in Sachen Messtechnik. Für die gelungene Symbiose aus Form und Funktion wurde das Interface des neuen ErgoTronic-Leitstands mit dem iF communication design award 2013 ausgezeichnet.

➤ www.kba.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

Flexibles Planen und Ausschießen

Die Cewe Color AG & Co. OHG Niederlassung Eschbach bei Freiburg verkürzt Auftragsdurchlauf- und Einrichtezeiten verschiedenster Auflagen und Produktgrößen im gewerblichen Druck mit der Druckbogenoptimierungs-Lösung Metrix.

Als Technologie- und Marktführer im Fotofinishing ist Cewe Dienstleistungspartner für die Handelsmarken im europäischen Fotomarkt. Mit über 3.100 Mitarbeitern und modernsten Verarbeitungsmaschinen sorgt Cewe dafür, dass jährlich Milliarden Fotos sowie Millionen Cewe Fotobücher und Fotogeschenartikel in höchster Qualität die Produktionsstandorte verlassen. Zu den Kunden des Unternehmens gehören der stationäre Handel und der Internethandel. Beliefert werden über 33.000 Handelspartner in 24 europäischen Ländern.

Bereits frühzeitig hat man die Bedeutung des digitalen Geschäfts erkannt. Als »First Mover« setzt Cewe seit Jahren Standards bei der Einführung neuer digitaler Technologien, Produkte und Impulse: Das vielfach ausgezeichnete CEWE FOTOBUCH, die Fotoleinwand, Foto-Kalender und -Grußkarten, aber auch die Bestell-Software sind nur einige Beispiele. »Durch stetig steigende Investitionen in Forschung und Produktentwicklung, Optimierung der Bestellsoftware und das Internet werden wir auch weiterhin die beste Bestell- und Gestaltungssoftware am Markt, das breiteste Produktsortiment und die besten Foto-Produkte anbieten können«, sagt der Vorstandsvorsitzende Dr. Rolf Hollander. Darüber hinaus wurde im Laufe der letzten Jahre die Digitaldruckkompetenz ausgebaut, sodass Cewe mittlerweile der größte Digitaldruck-Dienstleister Europas ist.

Die Ausgangslage

Zur Fertigung der Markenprodukte werden Digitaldruckmaschinen eingesetzt, deren Druckqualität laufend überwacht und bei Bedarf korrigiert wird. Dieses Qualitätsniveau soll auch den Kunden mit gewerblichem Druckbedarf zugänglich gemacht werden.

Albrecht Ullmann, Leitung eServices bei Cewe in Eschbach, erklärt, welche Möglichkeiten das Unternehmen dazu geschaffen hat: »Wir erstellen hochwertige farbige Mailings mit Text- und Bildpersonalisierungen und bieten internationalen Direktversand an. Durch die Flexibilität im Digitaldruck, können wir auch Mailings in kleineren Stückzahlen zu attraktiven Konditionen anbieten. Außerdem realisieren wir branchenspezifische Web-to-Print-Shops: 2011 haben wir ein Angebot für Fußballvereine gestartet, die über den Shop www.bestinprint.eu Stadionzeitungen, Eintrittskarten und Plakate bereits ab Auflage 1 bestellen können. Oder nehmen wir closed Webshops für Firmen: Hier bieten wir die Bereitstellung des

Shopsystems und die bedarfsgerichtete Produktion firmenspezifischer Druckprodukte mit Personalisierungsoptionen. Ein Beispiel dazu sind Firmen mit Vertriebsnetz, die ihren Händlern regelmäßig aktualisierte und auf den jeweiligen Händler personalisierte Werbematerialien effizient anbieten möchten.«

Optimiertes Planen und Ausschießen

»Das alles«, fährt Ullmann fort, »stellt hohe Anforderungen an eine Planungs- und Ausschießsoftware, um die Auftragsdurchlaufzeiten für die im Digitaldruck typischen niedrigen Auflagen bei gleichzeitig hoher Anzahl an Bestellungen zu minimieren und mit flexiblen Produktgrößen umzugehen. Dies konnten wir mit Metrix für die genannten Webshops erfolgreich umsetzen.«

Durch das Automation Light Modul wurde der Planungs- und Ausschießprozess in Verbindung mit dem Workflow-System vollständig automatisiert. Ein typischer Produktdurchlauf bis zum Druck benötigt nun weniger als eine Minute.

Natürlich sollten auch die Kosten minimiert und nach Möglichkeit die Planung und das Ausschießen in einem Schritt durchgeführt werden. Außerdem soll die Makulatur auf ein Minimum reduziert werden. Die Möglichkeit der vollständigen Automatisierung des Workflows war eine wesentliche Anforderung des Unternehmens.

»Bisher arbeitete die Druckvorstufe mit Adobe InDesign und Acrobat sowie mit callas pdfToolbox. Für die Planung und das Ausschießen einfacher Jobs haben wir circa zwei Minuten gebraucht, bei komplexen Jobs lagen wir bei ungefähr fünf Minuten für die Planung plus zehn Minuten für das Ausschießen. Mit Metrix hat sich der Vorgang drastisch reduziert. Für einfache Jobs benötigen wir insgesamt nur etwa 20 Sekunden und für komplexe Jobs circa eine Minute«, sagt Ullmann.

Als wichtigsten Vorteil von Metrix sieht er die dynamische, automatisierte Planung, die Sammelformbildung und das Ausschießen samt JDF/MXML-Datenausgabe für die Jobkommunikation mit Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen. »So haben wir dank Metrix auch andere Verbesserungen erreicht – zum Beispiel die Reduzierung der Arbeitsstunden. Wir konnten die Lohnkosten senken und haben aufgrund höherer Effizienz nun eine deutlich höhere Kapazität, was auch unseren Umsatz gesteigert hat.«



Durch den Einsatz der Software Metrix konnte Cewe in Eschbach den Umsatz steigern, neue Kunden gewinnen und Geschäftsfelder erschließen.

› www.cewe.de



Die neue KBA RotaJET 76 Inkjet-Digitaldruck von Offsetprofis

Die KBA RotaJET 76 ist eine Inkjet-Rotation der neuesten Generation für industrielle Digitaldruckanwendungen mit hohen Anforderungen in puncto Leistung, Qualität und Wirtschaftlichkeit. Sie verbindet das umfassende Know-how von KBA im Druckmaschinenbau mit den intensiven Erfahrungen eines global tätigen Druckereikonzerns mit digitalen Drucksystemen. Gerade weil wir im Offsetdruck stark sind, wissen wir, worauf es im Digitaldruck ankommt. Wir verstehen die Sprache der Drucker und legen Wert auf Qualität und Verlässlichkeit. Mehr Infos? Anruf genügt.

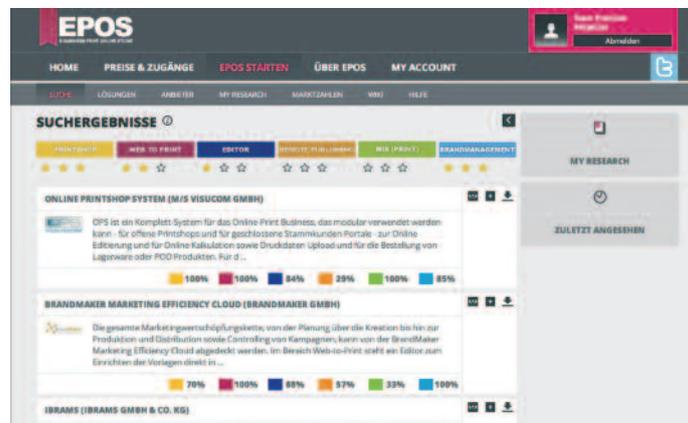


E-Business Print: Markt und Lösungen

Für die Online-Recherche von E-Business- und E-Commerce-Lösungen für Print steht EPOS (E-Business Print Online Studie) im Netz. Informationen zu Softwarelösungen aus den Themenbereichen Printshop, Web-to-Print, Online-Editor, Remote Publishing, MIS und Brandmanagement sind auf der Seite abrufbar.

Das Beratungsunternehmen zipcon consulting hat die »E-Business Print Online Studie« (EPOS) vorgestellt. Es sei die umfangreichste deutschsprachige Studie zum Thema E-Business Print sagen Bernd Zipper und sein Team. Eine Vielzahl verschiedener Lösungen wurden auf ihre Funktionen (Printshop, Web-to-Print, Online-Editor, Remote Publishing, MIS und Brandmanagement) analysiert. An mehr als 600 Einzelpunkten kann sich der Interessierte dabei ein Bild der im Markt verfügbaren Branchenlösungen machen.

»EPOS spart Zeit, sorgt für den Durchblick im Software-Dschungel und ermöglicht eine gezielte Auswahl verschiedener Lösungen aus dem Bereich E-Business für Print – durch unsere Arbeit spart ein Unternehmen mehrere Wochen Recherche,« sagt Bernd Zipper, Geschäftsführer der zipcon consulting GmbH. Zu den Förderern der EPOS-Studie gehören die Initiative Online Print e. V., der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), der Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD), die Fogra und der Verband Druck & Medientechnik Österreich.



Für die Recherche stehen unterschiedliche Zugänge bereit: Mit dem »Freemium«-Zugang erhalten registrierte Benutzer eine einführende kostenlose Übersicht der Anbieter. Zu den favorisierten Lösungen kann ein Dossier mit sämtlichen Recherche-Ergebnissen als PDF erworben werden. Zudem enthält diese Übersicht zu jedem Themenbereich ein Fazit der Redaktion. Für umfangreichere Recherchen in der Datenbank wird das »Premium«-Abonnement angeboten, das die Einsicht in alle Produkte ermöglicht und den Download beliebiger Dossiers erlaubt. Um eine Vergleichbarkeit zu gewährleis-

ten, wurde für EPOS eine imaginäre Firma entwickelt, die als Grundlage für alle Funktionstests dient. Von der Erzeugung von Visitenkarten über Produktdatenblätter bis hin zu personalisierten Mailingaktionen – in der Studie haben alle Anbieter mit EPOS-internen standardisierten Dokumenten und Vorlagen gearbeitet.

Die Funktionsweise von EPOS

In der Online-Recherchedatenbank können individuell und nach Kategorien gefiltert die in EPOS erfassten Softwareprodukte und deren Anbie-

ter gesucht werden. Eine Auswahl der Ergebnisliste wird durch Klick auf eine der sechs Kategorie-Kacheln erzeugt. Die Auswahl kann dabei weiter verfeinert werden.

Einmal auf der Produktdetailseite angekommen, werden allgemeine Informationen zur Lösung und zum Anbieter dargestellt – je nach Zugang – können alle Produktdetails in sämtlichen Kategorien direkt eingesehen werden. Zudem wird ein Eindruck der Funktionsweise des Produktes anhand von Screenshots und einem Screenvideo vermittelt.

Wer die Informationen lieber auf Papier liest, kann sich in EPOS ein Dossier bestellen, das sofort als PDF zum Download bereit steht.

Demnächst soll es möglich sein, direkt drei Softwarelösungen gegenüberzustellen und auf einen Blick zu vergleichen. Der Vergleich kann als PDF heruntergeladen werden.

EPOS soll es in naher Zukunft auch in gedruckter Form geben – das Veröffentlichungsdatum steht jedoch noch nicht fest.

➤ www.epos-studie.de

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

Sie finden die Hintergrundartikel und Nachrichten des ersten PDF-Magazin der Branche auch im Impressions-Archiv.

www.druckmarkt.com

DAS FLAGGSCHIFF DER PEAK PERFORMANCE CLASS: DIE NEUE SPEEDMASTER XL 106



Heidelberg setzt wieder einmal Maßstäbe in der Peak Performance Class. Nehmen Sie Kurs in Richtung Zukunft mit einer Druckmaschine, die Sie entscheidend nach vorne bringt: mit der Speedmaster XL 106. Die Spitzenproduktivität, die innovativen Lösungen und die nahezu unbegrenzte Anwendungsvielfalt der Speedmaster XL 106 ermöglichen einzigartige Höchstleistungen – und das mit der höchsten Energieeffizienz ihrer Klasse. So kann Ihr Geschäft richtig Fahrt aufnehmen. www.ch.heidelberg.com

HEIDELBERG

Das Rückgrat der Druckproduktion

Computer-to-Plate-Systeme und die Unified-Workflow-Technologie von Kodak sorgen bei der Westdeutschen Verlags- und Druckerei GmbH für die reibungslose Vorstufe bei der Herstellung von Fachzeitschriften, Magazinen, Zeitungen, Katalogen und weiteren Publikationen.

Text und Bilder: Kodak

Annähernd 80 Zeitschriften, Fachzeitschriften und Zeitungen stehen bei der Westdeutschen Verlags- und Druckerei GmbH (WVD) regelmäßig auf dem Produktionsprogramm. Diese Objekte, die in teils sehr engen Zeitfenstern herzustellen sind, machen 70% des Auftragsvolumens aus. Außerdem hat sich das in Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt ansässige Unternehmen mit der Herstellung von Reise- und Spezialkatalogen, Broschüren, Beilagen und anspruchsvollen Geschäftsberichten einen Namen gemacht. Mit 85 festen Mitarbeitern erwirtschaftet die 100-prozentige Tochter der Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH und eingebunden in den F.A.Z.-Konzern einen Jahresumsatz von etwa 21 Mio. € (2011). Neben dem Bogen- und Heatset-Rollenoffsetdruck sind eine leistungsfähige Druckweiterverarbeitung, Ressourcen für die Komplettierung der Printprodukte mit Beilagen, Beiklebern etc. sowie Versand- und Logistik-Leistungen weitere Elemente des Komplettangebots.

Einen hohen Stellenwert hat die Nachhaltigkeit der Herstellung aller Produkte, weshalb die WVD unter anderem FSC- und PEFC-zertifiziert ist und ausschließlich Ökostrom aus Wasserkraftwerken verbraucht. Zudem belegt die Zertifizierung nach dem Prozessstandard Offset (ISO 12647-2) die Einhaltung von Branchen-Qualitätsstandards. Den Großteil ihres Umsatzes erzielt die WVD mit Aufträgen, die im Rol-

lenoffset auf einer 48-Seiten-Rotation des Typs KBA Compacta C618 mit vier Doppeldruckwerken gedruckt werden. Hier bewegen sich die Auflagen zwischen 10.000 und 40.000 Exemplaren – gelegentlich können sie aber auch an die Million heranreichen. Die Heatset-Rotation hat einen Punkturnalzfalzaparat, an den eine Schneidtrommel, ein Stangenbildner und ein Kreuzleger anschließen, sodass sich auf dieser Linie auch Produkte im A3-, A4- sowie in schlanken Slim-Jim-Formaten herstellen lassen. Im Bogenoffsetdruck laufen Produktionsvolumen mit 1.000 bis 10.000 Exemplaren. Dafür stehen zwei Mittelformatmaschinen mit Bogenwendung zur Verfügung: eine Roland 706 mit Dispersionslackwerk und eine Roland 708 für die Vier-über-vier-Produktion. Eine Heidelberg GTO 52 im Format 360 x 520 mm rundet die Bogenruckkapazität ab.

Schlagkraft der Druckplattenherstellung angepasst

»Der Trend geht bei allen Produktgruppen zu kleineren Auflagen mit erhöhter Aktualität«, sagt Produktionsleiter **Alexander M. Sezer**. »Dementsprechend haben wir unsere Produktion auf ein häufiges und schnelles Umrüsten beziehungsweise Aktualisieren eingerichtet.« Eine Entwicklung, die auch für die Druckformherstel-



lung Konsequenzen hatte. In diesem Bereich arbeitet WVD schon seit dem Frühjahr 2002 mit Thermoplattebelichtern von Kodak. Die inzwischen in die Jahre gekommenen CtP-Systeme wurden durch zwei Kodak Magnus VLF 5570 Quantum ersetzt. Diese sind für die Bebilderung von bis zu 1.408 x 1.804 mm großen Offsetdruckplatten ausgelegt.

Großformatiges CtP-Gespann

»Wir mussten aufgrund des Alters der CtP-Technik, aber auch wegen der engeren terminlichen Kundenanforderungen zwischen Druckfreigabe und Produktion in leistungsfähigere Systeme investieren«, erläutert Alexander Sezer. Die erneute Wahl einer Kodak CtP-Lösung war nicht allein in den guten Erfahrungen mit der hohen Auflösung und Stabilität der Squarespot-Thermebebilderung und der Zuverlässigkeit der CtP-Systeme begründet. Durchsatzgeschwindigkeiten, die Bandbreite der verwendbaren Plattenformate, die Anschaffungskosten sowie die im Hinblick auf den Installationsaufwand relevanten Abmessungen der Plattenbelichter zählten zu den Entscheidungskriterien. Bei einem der beiden großformatigen Plattenbelichter handelt es sich um einen Vollautomaten, der über

Zu den bedeutenden Aktivitäten der WVD gehört die komplette Produktion von Zeitschriften.

eine Mehrkassetteneinheit versorgt wird, die in vier Magazinen insgesamt bis zu 300 Platten einschließlich Zwischenpapier bevorraten kann. Das CtP-System übergibt die bebilderten Thermoplatte direkt an eine Plattenverarbeitungsstrecke. Der Magnus VLF der V-Geschwindigkeitsklasse kann stündlich 33 Platten im Format 790 x 1.030 mm für die Mittelformat-Bogenoffsetmaschinen und 22 Platten im Format 1.470 x 1.270 mm für die Heatset-Rotation bebildern. Ergänzt wird der Vollautomat durch einen halbauto-





Der vollautomatische Kodak Magnus VLF 5570 Quantum Plattenbelichter mit Mehrkassetteneinheit trägt die Hauptlast der Plattenbebilderung.



Ein Kodak Magnus VLF 5570 Quantum Plattenbelichter als Halbausomat vervollständigt die CtP-Kapazität und dient als Backup.

matischen Magnus VLF in der F-Geschwindigkeitsversion mit Offline-Plattenentwicklung und mit einem Durchsatz von 18 beziehungsweise 16 Platten pro Stunde in den genannten Formaten.

»Damit verfügen wir wieder über ein echtes Backup. Das ist sehr wichtig, da Produktionssicherheit für uns an erster Stelle steht«, sagt Alexander Sezer. »Bei unseren alten Systemen fiel das Backup irgendwann faktisch weg, weil der zweite Plattenbelichter ständig für die Produktion eingesetzt wurde, um die zeitlichen Vorgaben einhalten zu können. Manchmal haben wir nur eine Stunde von der Freigabe bis zum Start des Auflagedrucks.« Mit durchschnittlich 200 druckfertigen Platten pro Tag muss der CtP-Bereich den Drucksaal versorgen; in Spitzenzeiten können es aber auch bis zu 300 Platten täglich sein. Dank der Leistung der neuen Magnus VLF Plattenbelichter konnte die Druckformherstellung vom Dreischichtbetrieb, der in den übrigen Produktionsbereichen Standard ist, auf einen Zweischichtrythmus umgestellt werden. Pro Schicht ist die Plattenherstellung nun mit einem Mitarbeiter besetzt.

Prepress-Workflow mit Kundenkontakt

Im Zuge der Modernisierung der CtP-Technik erhielt auch das Kodak Prinergy Connect Workflow-System ein Update auf die Version 5. Die

Mitarbeiter der Druckvorstufe haben mit über zehn Prinergy Workshop-Lizenzen Zugriff auf den Prepress-Workflow, der nach vorgelagerten Preflight-Instanzen für alle wesentlichen Verarbeitungsschritte der Kundendateien (Seitenzuordnung anhand importierter Jobtickets, Druckbogenkontrolle mit dem Virtual Proofing System, Ausdrucken von Objekt-Dummys über die Digital-Proof-Funktion) genutzt wird. Zudem versorgt der Prinergy Workflow die Druckmaschinen über das Print-Link Softwaremodul mit Farbzonenvoreinstellendaten, was das Einrichten beschleunigt. Die Ansteuerung der Plattenbelichter erfolgt indes über ein Kodak Prinergy Evo System, an dem der für die Ausgabe verantwortliche Mitarbeiter die Reihenfolge der auszugebenden Plattensätze anhand aktueller Produktionspläne festlegt.

Bei der WVD ist das webbasierte Kodak Insite Prepress Portal System unmittelbar in den Prinergy Workflow integriert. Es hat sich zu einem Instrument entwickelt, das in der Zusammenarbeit mit Kunden aus dem Verlagsbereich und weiteren Auftraggebern intensiv zur Beschleunigung von Freigabeprozessen genutzt wird. Die Kunden können online auf ihre im Prepress-Workflow befindlichen Jobs zugreifen und diese begutachten. Dabei lassen sich mit der Smart Review-Funktion die Seiteninhalte in hoher Auflösung bis auf die Pixelebene kontrollieren, sodass selbst kleiner Text und filigra-

ne Grafik-Elemente am Monitor per Sichtkontrolle nachprüfbar sind. Korrekturanweisungen können mit Kommentar- und Markierfunktionen eindeutig angegeben und wieder in die Produktion übermittelt werden. Um Kunden auf zur Durchsicht bereitstehende Jobs hinzuweisen, verwenden die WVD-Mitarbeiter gerne die komfortabel zu handhabenden Secure Links. Diese werden per E-Mail versendet und geben dem Empfänger ohne einen Login-Vorgang den direkten Zugang zu einer Übersicht der Seiten, die er im Insite System genehmigen soll.

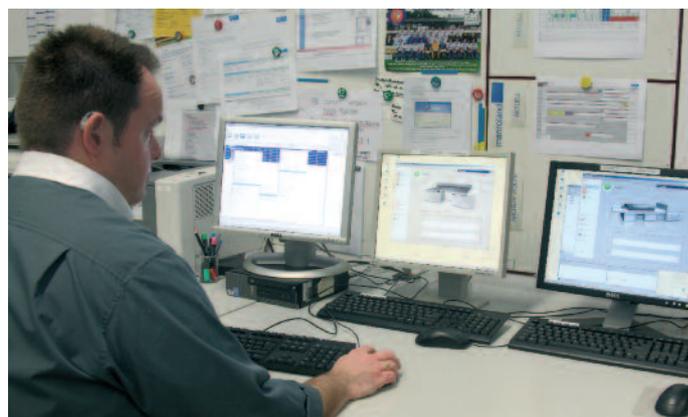


Wie **Frederik Eisenbach**, Koordinator Kundenservice, anmerkt, werden mittlerweile über 60% der Korrekturläufe und Freigabeprozesse über das Insite Prepress Portal System abgewickelt – mit weiter steigender Tendenz. Dadurch ist der kosten- und

zeitaufwendige Versand von Einzelseiten-Plots oder Ansichts-PDFs an die Kunden stark rückläufig. So trägt das Insite-System dazu bei, dass Produktionsfreigaben oder letzte Änderungswünsche schneller in der WVD-Druckvorstufe vorliegen. Und noch etwas haben Frederik Eisenbach und seine Kollegen festgestellt: Manche Kunden nutzen die Smart Review-Funktion von Insite auch als Tool für die unmissverständliche interne Kommunikation, was im Hinblick auf die Kundenbindung ein interessanter Aspekt ist.

Mit dem robusten Druckvorstufen-Workflow, der Online-Abwicklung von Freigabezyklen und dem Großformat-CtP-Duo sieht sich die Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH bestens positioniert, um die aktuellen Anforderungen der Printproduktion zu bewältigen.

» www.graphics.kodak.com



Frederik Eisenbach an den Konsolen, über die die Plattenbebilderung gesteuert wird.

Was heute zurecht als Durchbruch gefeiert wird, hat bereits eine lange Vorgeschichte. 1995 zur drupa, also vor 18 Jahren, zeigte KBA an einer ›Express‹-Zeitungsrotation variable Eindrücke mit Inkjet-Köpfen von Scitex. Ein roter Pfeil auf der Titelseite markierte zur drupa 95 die individuellen Inkjet-Eindrücke in die im Offset gedruckte Messe-Zeitung ›KBA Express, die mit reduzierter Maschinengeschwindigkeit produziert wurde.



Der später von Kodak übernommene Hersteller Scitex in Dayton/Ohio hat die Technologie inzwischen weiterentwickelt und auf ein Geschwindigkeits-Niveau gebracht, bei dem selbst ausgewachsene Zeitungsrotationen nicht mehr ›gebremst‹ werden müssen.

Erhebliche Fortschritte erzielte Kodak in jüngster Zeit bei seinen Eindrückköpfen der Prosper-Familie. Mit dem Modell Prosper S30 werden beim Axel-Springer-Verlag in Ahrensburg in einer Colorman-Rotation Geschwindigkeiten von 13,2 m/Sek. erreicht. Das System arbeitet mit wasserbasierten Pigmenttinten, die auf Zeitungspapier eine dem Offsetdruck vergleichbare Schwarz-Dichte erreichen.



Offset und Inkjet ziehen an einem Strang

Geld und Sachpreise in der Zeitung gewinnen? Die Chance lässt sich fast kein Leser entgehen. Entsprechend populär wurde der Inkjet-Zeitungseindruck bei Tageszeitungen im Jahr 2012. Die spezielle Applikation erreichte durch Gewinnspiele in der ›Bild‹-Zeitung erstmals deutsche Lesermassen. Jetzt wächst das Interesse auch an weiteren Facetten und Einsatzgebieten.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Variable Eindrücke in der Zeitung erhöhen die Attraktivität für den Leser und bieten Verlagshäusern zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten. Zielgruppengerechte Werbung, regional angepasste Anzeigenschaltungen, Leser-Aktionen wie Gewinnspiele oder auch die Möglichkeit, Nachrichtenteile während des Fortdrucks zu aktualisieren (zum Beispiel Zwischen- und Endstände von Wahlen oder Fußballspielen) sind nur einige von vielen Möglichkeiten, den Lesern mehr Aktualität und zusätzlichen Nutzen zu bieten. Wechselnde QR-Codes, Grafiken oder Textinformationen können für zielgruppengenaue Werbung, aktuelle Nachrichten, als Plattform für cross-mediale Kampagnen und für die Unterstützung in der Logistikorganisation genutzt werden.

Bingo für Millionen

Durch den variablen Einsatz von Zahlencodes ist der Inkjet-Eindruck prädestiniert für Gewinnspiele mit eindeutigen Losnummern. In ›Bild‹ Hamburg ging es ab Anfang April 2012 für sechs Wochen um die ›CashMillion‹. Das Handling überzeugte, denn die individuellen Spielscheine waren anstatt auf separaten Beilegern direkt in die Zeitung eingedruckt. Damit wurde die Zeitung selbst zum Spielschein.

Mit Anwendungen solcher Art können Werbekunden auch örtlich maßgeschneiderte Anzeigen schalten. Ein Anzeigenmotiv bewirbt bei-



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

spielsweise für eine Bäckerkette in Filiale A das Tagesangebot, in Filiale B deren Angebot – Preise und Filialadresse sind natürlich angepasst. Wie in der Handelswerbung sind Inkjet-Eindrücke auch für variierende Veranstaltungstermine und -orte ideal bei Konzert- oder Theatertourneen.

Und wie wird das Wetter? Eine Frage, die mit spät eingedruckten Wetterprognosen einigermaßen sicher beantwortet werden kann. Auch die letzten Top-News und Sportergebnisse zeigen: Inkjet macht die Tageszeitung aktueller.

Inkjet-Barcodes vermitteln zudem passgenaue Zusatzinhalte. Über die Verknüpfung von Print und Internet-Dokumenten erhält der Leser mit einem Handyclick Zusatzinformationen zu Gewinnspielen, Produktbeschreibungen oder Filme.

Quasi als Nebeneffekt unterstützen eingedruckte Barcodes zudem die Logistik von Drucksachen. Der Bar-

code hilft dabei, die Distribution und Lkw-Beladung der Produkte zu planen oder Rückläufer zu erfassen. Sequenzielle Erfassungsvorgänge werden rationalisiert, menschliche Fehler beim manuellen Eingeben von Nummern ausgeschlossen.

Pilotanwender Druckhaus Ahrensburg

Im Druckhaus Ahrensburg hat die Axel Springer AG zwei ihrer sechs Colorman-Zeitungsrotationen mit je einem Inkjet-Eindruckssystem von Kodak für den variablen Datendruck ausgestattet und die zuvor beschriebenen Gewinnspiele realisiert. Zwei weitere Installationen sind im Druckhaus Spandau in Betrieb.

Das Projekt startete bereits 2007, als Kodak und manroland diese Lösung ankündigten und seither damit experimentierten. Der Durchbruch kam aber erst, als die Kodak Inkjet-Druckköpfe die für eine Zeitungsro-



Variable oder auch wechselnde Werbeanzeigen in der Tageszeitung, mit Inkjet eingedruckt, finden ihre Zielgruppen weit präziser als herkömmliche Anzeigen.

tation angemessene Geschwindigkeit von 13,2 m/sek. erreichten. Hier kommt der Schwarz-Weiß-Eindruck jedoch nicht für redaktionelle Bereiche oder ganze Seiten zum Einsatz, sondern für etwa 10 cm breite Versionierungen und individuelle Eindrücke.

›Integrated Inkjet‹, wie es manroland web Systems nennt, lässt sich in alle Zeitungsdrucksysteme nachrüsten. Das Eindrucksystem Prosper S30 von Kodak mit einer Arbeitsbreite von 105,6 mm und einer Druckauflösung von 600 x 200 dpi wurde im Druckhaus Ahrensburg als Zusatzaggregat im Überbau der Colorman eingebaut. Damit kann das Inkjet-System je nach Bahnführung verschiedene Papierbahnen bedrucken – bei voller Produktionsgeschwindigkeit mit bis zu 15 m/sek. »Wir haben über Inkjet im Zeitungsdruck in den Jahren der Entwicklung enorm viel Erfahrung gesammelt«, erklärt Anton Hamm, Leiter Service



Der Kodak Prosper S30 Inkjet-Eindruckkopf in einer der Springer-Rotationen in Ahrensburg und ein Druckkopf mit Kamerasystem im Überbau einer KBA-

und printcom bei manroland web systems. »Dies zahlt sich jetzt aus, schließlich müssen im Workflow Steuerungstechnik ebenso wie Mechanik und Drucktechnik aufeinander abgestimmt sein. Die Integration der Druckköpfe und die Modifikationen bei Bahnwegen erfordert ein ganz spezifisches Know-how.«

Schnelles Nachrüsten

Schien es bisher so, als habe manroland bei der Hybrid-Technologie im Zeitungsdruck die Nase vorn, hat KBA nachgelegt. Der italienische Zeitungsdrucker Poligrafici Printing in Bologna hat ein Prosper-S30-Eindrucksystem in eine KBA Commander integriert, um das Potenzial des variablen Datendrucks auszuschöpfen und für eine Verbesserung der Leserbindung zu nutzen (wir berichteten in »Druckmarkt impressions 64«).

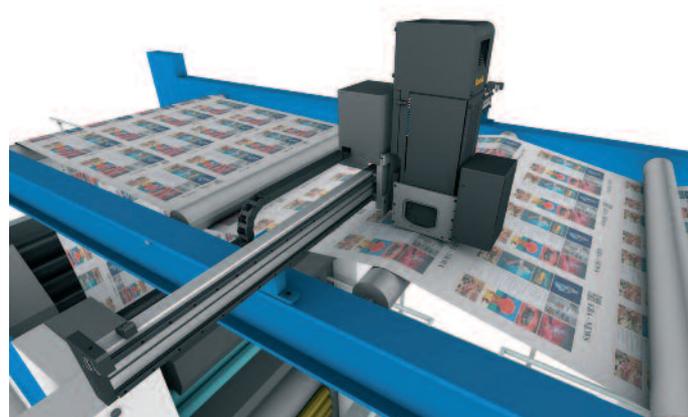
Auch KBA bietet in Zusammenarbeit mit Kodak die S30-Prosper-Inkjet-Druckköpfe an, die im Überbau der Rotation platziert werden. KBA integriert das Kodak-Inkjet-System mit einer Kamera für die Steuerung der Registerhaltigkeit und einer motorisch verstellbaren Traverse im Überbau der Rotation. Die Traverse bietet für höhere Bahngeschwindigkeiten oder für eine gesteigerte Auflösung die Möglichkeit, mehrere Druckköpfe und Kamerasysteme aufzunehmen. Eine Leitstand-Integration ist ebenso möglich wie eine Standalone-Lösung mit Touch-Panel-PCs.

Der exakte Abstand zwischen Papierbahn und Druckköpfen sowie die genaue Einhaltung der Bahnspannung und des Schnittregisters sind für KBA nach eigenen Angaben Routine.

Ergänzung älterer Anlagen

Gerade bei in die Jahre gekommenen Zeitungsrotationen mit geringem Automatisierungsgrad und langen Rüstzeiten eröffnen sich durch die Nachrüstung der Inkjet-Technologie für Druckereien und Verlage interessante Möglichkeiten. Viele ältere Modelle der Baureihen KBA Journal, Colora, Express und Commander sind weltweit nach wie vor in Produktion, erfüllen aber zuweilen nicht mehr die heutigen Anforderungen in puncto Rüstzeiten für immer kleinere Teilaufgaben, auf die Maschinen der neuen Generation mit Plattenwechselautomaten und Steuerungs- und Softwaremodulen für zeit- und makulaturoptimiertes Anfahren und Anhalten ausgerichtet sind. Mit einem integrierten Inkjet-Eindrucksystem kann beispielsweise die Titelseite mit regionalen Überschriften und Inhaltsverzeichnissen flexibel und ohne zusätzliche Makulatur gestaltet werden.

Häufig wechselnde Regionalteile (meist geht es hier um vier bis sechs Seiten und Teilaufgaben von 1.000 bis 10.000 Exemplaren) könnten auch über eine Inkjet-Rotation wie die KBA RotaJET 76 parallel zur Hauptproduktion hergestellt wer-



Offsetrotation (hier die Standardvariante mit einem Druckkopf). Auch zwei oder mehrere Druckköpfe für eine größere Eindrucksfläche sind möglich.

den. Diese Mischvariante eröffnet Potenziale für weitere Produkte mit kleinen Auflagen und einem hohen Individualisierungsgrad.

Weitere 29 Prosper S30 bestellt

Die Axel Springer AG dehnt den variablen Datendruck in der Zeitungsproduktion mit Inkjet-Eindrucklösungen von Kodak jetzt auf alle Druckstandorte in Deutschland aus. Nach den erfolgreichen Test- und Pilotinstallationen von je zwei Systemen in Ahrensburg und Berlin-Spandau erhielt Kodak den Auftrag zur Lieferung und Integration von 29 weiteren Prosper-S30-Eindruckssystemen. Der Abschluss des Integrationsprojekts ist für den Frühsommer geplant. Dann werden insgesamt 33 Prosper-S30-Systeme mit CS410 Controllern an 13 Standorten installiert sein – sowohl bei eigenen Druckereien der Axel Springer AG als auch bei Lohndruckereien, mit denen das Medienunternehmen zusammenarbeitet.

Die Eindruckssysteme werden in Coldset-Offsetrotationen von manroland web systems und KBA installiert. KBA wird dabei elf Prosper-Inkjet-Druckköpfe an sieben Standorten in Deutschland bei Lohndruckern der Axel Springer AG installieren.

Hybride Lösungen

Damit scheint der Durchbruch des Digitaldrucks auch im Zeitungsdruck gelungen. Denn hybride Lösungen

im Rollendruck stellten die Hersteller bisher vor erhebliche Herausforderungen, da die Geschwindigkeiten von 15 m/Sek. oder 17 m/Sek., die moderne Rollenoffsetmaschinen erreichen, vom Inkjet in akzeptabler Auflösung bisher nicht machbar waren. Da es aber kaum einen Drucker gibt, der wegen einer individualisierten Anzeige oder einem Gewinnspiel die Leistung seiner Rollenmaschine zurückfahren wird, lag das Potenzial dieser Technologie lange Zeit brach. Bei der Kombination von Offset- und Inkjet-Druck blieb oftmals nur die Möglichkeit, die Druckköpfe in Weiterverarbeitungslinien zu integrieren und die im Offset gedruckten statischen Inhalte mit digital eingedruckten variablen Informationen zu ergänzen.

Bisher ist Kodak einziger Anbieter solcher Eindrucksköpfe für Schwarz-Weiß- und Farbanwendungen in ansprechender Qualität und Leistung. Zwar haben sich auch HP und Impika zu Wort gemeldet, doch bleiben die Druckgeschwindigkeiten und Arbeitsbreiten zum Teil erheblich hinter denen der Prosper-Köpfe zurück. Da Inkjet-Druckköpfe das Personalisieren und Individualisieren zu niedrigeren Druckkosten als im Laserdruck möglich machen, wird dieser Markt sicherlich noch eine große Zukunft haben.

- › www.manroland-web.com
- › www.kba.com
- › www.graphics.kodak.com

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

Neue Wege für die Zeitung

Mit neuen Ideen dem Wettbewerb voraus sein und innovativ in die Zeitungszukunft zu blicken, sind die Motive von Centro Stampa Quotidiani im lombardischen Erbusco, eine digitale Zeitungsdruckmaschine in Betrieb zu nehmen. Die HP T230 soll der Nachfrage nach farbigen Zeitungen sowie lokalen und personalisierten Drucksachen nachkommen.

Von JULIUS NICOLAY

Wenn Hersteller von Digitaldruckmaschinen über ihre Produkte sprechen, wird es schon einmal schnell theatralisch. Von der Transformation der Industrie in das digitale Zeitalter ist da gerne die Rede, von der Generation neuer Erlösquellen und von völlig neuen Business-Modellen, die eine Welt neuer Möglichkeiten böten. Doch auch wenn der Veränderungsprozess in Wahrheit weit weniger dramatisch ist, bleibt eines unbestritten: Der Digitaldruck verändert vieles und erfordert von allen am Prozess beteiligten Parteien ein Umdenken. Und zwar nicht nur von den Technologie-Anbietern oder den Druckern, sondern ebenso bei der werbenden Industrie und ihren Agenturen – und im Fall von Publikationen eben auch von den Verlagen, deren Anzeigenabteilungen und Redaktionen.

Ungenutztes Potenzial

Seit 2008 in den USA und Europa die Anzeigenumsätze und Auflagen in den Keller fielen, hätte das Thema Digitaldruck eigentlich immer relevanter werden müssen. Kaum zu glauben also, dass sich bisher nur ganz wenige Verlage mit dieser Technik und ihrem Potenzial auseinandergesetzt haben. Stattdessen wurden Abermillionen in Apps und andere elektronische Anwendungen gesteckt, was den Trend rückläufiger Verkaufszahlen nicht bremsen konnte. Dass bei den Zeitungsverlagen und deren Druckereien dem Digital-

druck nicht mehr Gewicht beigegeben wird, erscheint vor diesem Hintergrund unverständlich. Doch es gibt auch Ausnahmen.

Centro Stampa Quotidiani S.p.A. (CSQ) im norditalienischen Erbusco hat in eine HP T230 Color Inkjet Web Press investiert, um der steigenden Nachfrage nach digital gedruckten Zeitungen mit regionalisierten Inhalten nachzukommen und ihren Kunden neue Möglichkeiten der Drucktechnik aufzuzeigen.

Schließlich wird man die Halbierung des Anzeigenvolumens im italienischen Markt seit dem Jahr 2000



nicht mehr umkehren können. Doch sieht

Dario De Cian, General Manager der 88 Mitarbeiter zählenden CSQ, gute Chancen für die Zeitung vor allem in lokalen Publikationen, in denen auch regionale Werbung platziert werden kann. Zudem habe er festgestellt, dass die Verleger kostenloser Magazine zumindest die Cover ihrer Publikationen individualisieren und besser auf ihre Leser abstimmen wollten. Und schließlich gebe es noch einen nicht unerheblichen Bedarf für den Druck von Teilaufgaben ausländischer Tageszeitungen.

Dies alles in der Summe ließ die Überlegungen bei der Zeitungsdruckerei reifen, in eine Digitaldruckmaschine zu investieren. Bedingung dabei war jedoch, dass die Formate 45 x 31 cm und 53 x 38 cm abgedeckt werden können und dass

sowohl auf das im Hause CSQ verwendete 45 g/m²-Zeitungspapier als auch auf glänzende Papiere vierfarbig und in Offsetqualität gedruckt werden kann.

Vier mal Offset, einmal digital

Diese Forderungen an das Digitaldrucksystem sind durch die Struktur des Hauses vorgegeben. CSQ ist das Druckhaus zweier Zeitungsverlage in Brescia und Bergamo, die in diesen Regionen die jeweiligen Tageszeitungen ›Giornale di Brescia‹ und ›L'Eco di Bergamo‹ verlegen. Ende der 1990er Jahre entschloss man sich, die veralteten Maschinen stillzulegen und gründete in Erbusco das Joint Venture CSQ. Im April 2000 liefen die ersten Zeitungen auf zwei Wifag-Rotationen, die 2008 und 2012 um je eine Wifag 373 Evolution ergänzt wurden. Heute druckt CSQ 370.000 Zeitungen täglich.



Regionale Anzeigenblätter und Zeitungen sind Schwerpunkt der Produktion auf der HP T230.

Neben ›L'Eco di Bergamo‹ und ›Giornale di Brescia‹ werden zudem die Zeitungen ›La Provincia‹ in vier Editionen und ›Avveniere‹ produziert. Damit versorgt CSQ die lombardische Region um den Gardasee und den Lago d'Iseo. Darüber hinaus werden in den Sommermonaten ausländische Tageszeitungen für Urlauber gedruckt, ein Geschäftsmodell, das mit dem Anlaufen der digitalen Zeitungsdruckmaschine jetzt attraktiver und wirtschaftlicher werden soll. Denn bisher wurden der niederländische ›De Telegraaf‹ täglich und die ›Bild am Sonntag‹ im Sommer auf einer der vier Offsetlinien gedruckt. Außerhalb der Urlaubssaison sind diese Teilaufgaben nicht rentabel herzustellen. Dario De Cian glaubt mit der neuen digitalen Technologie jetzt jedoch in der Lage zu sein, die Publikationen der ausländischen Kunden das ganze Jahr drucken zu können.

»Ein weiterer Grund für die Investition war es, für unsere italienischen Kunden und ihre lokale Ausgaben eine schnelle Lösung zu finden«, fährt De Cian fort. »Mit der HP T230 können wir Auflagen von 500 bis 2.000 Exemplaren digital drucken sowie regionalisieren oder sie mit konventionell gedruckten Drucksachen kombinieren.«

Digitale Ära

»In diesen schwierigen Zeiten müssen wir neue Umsatzquellen finden und wollen zudem unsere Markt-



Vier Wifag-Offsetdrucklinien produzieren bei CQS täglich 370.000 Tageszeitungen für die lombardische Region.



Seit Januar ergänzt eine HP T230 die Produktionskapazitäten. Damit werden ebenfalls Tageszeitungen, aber auch Magazin-Cover hergestellt.

stellung in Italien ausbauen – zumindest aber festigen«, führt Dario De Cian aus. Vor diesem Hintergrund hat sich das Eigentümerkonsortium, das in den letzten zwölf Jahren 120 Millionen Euro in sein hochmodernes Druckhaus investierte, für die Anschaffung einer digitalen Druckmaschine ausgesprochen.

»Nach umfangreichen Tests haben wir uns für die Maschine von HP entschieden, da die Drucke zu unserer Zufriedenheit ausgefallen sind«, erklärt De Cian. »Für die HP T230 sprach dabei vor allem auch die Möglichkeit, mit Hilfe der Bonding-Agent-Technologie auf das bei uns eingesetzte 45-Gramm-Zeitungspapier drucken zu können, ohne Transparenzprobleme bei diesem dünnen Material zu bekommen.«

Am 2. Januar 2013 begann bei CSQ der Schritt in die digitale Zukunft. Das erste Produkt war die Wochenzeitung »Il Monviso« mit einer Auflage von 1.250 Exemplaren. Zwei russische Tageszeitungen, die in italienischen Hotels ausgelegt werden und den Fluggästen nach Russland zur Verfügung stehen, werden mittlerweile ebenfalls digital produziert. Mit der HP T230 sieht sich CSQ nun auch in der Lage, die jeweils aktuellen Ausgaben der Tageszeitung »De Telegraaf« und wöchentlich die »Bild am Sonntag« pünktlich am Erscheinungstag zu liefern – ohne Qualitätsunterschied zur bisherigen Produktion.

Dabei druckt die HP T230 Color Inkjet Web Press mit einer Geschwin-

digkeit von bis zu 122 m/Min. und verarbeitet Rollenbreiten bis zu 558 mm bei einer Druckbreite von maximal 520 mm. Schnell genug für die sechsstündige Nachtproduktion von Zeitungen und flexibel genug für die Herstellung von zeitungähnlichen Produkten tagsüber.

Hybride Druck-Erzeugnisse

»Die Möglichkeiten sind aber noch größer. Wir werden künftig auch Zeitschriftenumschläge digital drucken, die dann mit einem im Offset hergestellten Kernprodukt zusammengeführt werden«, erläutert Dario De Cian. Derartige Hybridanwendungen sind möglich, da neben den Hunkeler-Finishinglösungen für die Digitalprodukte ein gut ausgestatteter Mailroom von Müller Martini zur Verfügung steht.

»In Zukunft wollen wir 4.000 bis 5.000 Zeitungen täglich sowie Inserts und Cover auf der HP T230 drucken«, sagt Dario De Cian. »Wir müssen als Druckerei und Dienstleister eben Wege finden, unseren Kunden die beste und wirtschaftlichste Produktionsweise zu ermöglichen. Mit dem Digitaldruck sind wir jetzt in der Lage, unseren ausländischen und inländischen Kunden die besten Voraussetzungen für ihre aktuellen Druckprodukte zu bieten«, resümiert Dario De Cian.

» www.hp.com

DIE ZEITUNG HAT IHREN PLATZ AM MARKT

Wenn heute immerzu vom Untergang und dem nahen Tod der Tageszeitung gesprochen wird, ist das für **Paul Randell**, Marketing Manager EMEA bei HP, nicht nachvollziehbar. »Die Zeitungsindustrie ist weltweit und jährlich betrachtet noch immer ein 200-Milliarden-Dollar-Markt mit 15.000 verschiedenen Titeln. Dazu kommen noch die Gratis-Zeitungen. Mehr als die Hälfte der Erdbevölkerung liest Zeitung. Etwa 2,5 Milliarden lesen gedruckte Zeitungen, etwa 600 Millionen Zeitungen in digitaler Form«, sagt Randell mit Verweis auf die jüngsten Zahlen des Reports der WAN-Ifra »World Press Trends 2012«. Auch wenn die Auflagen in Europa und den USA rückläufig seien, bleibe die Leserschaft insgesamt noch immer auf einem hohen Niveau. Über 210 Exemplare kommen auf 1.000 Westeuropäer, circa 100 auf Osteuropäer und noch immer etwa 180 auf die US-Amerikaner. Dabei gibt es in Europa ein starkes Gefälle. Der »Pro-Kopf-Verbrauch« an Zeitungen ist in den skandinavischen Ländern mit bis zu 450 Zeitungen am höchsten, gefolgt von der Schweiz, Österreich und Deutschland mit über 250 täglich verteilten Zeitung pro Tausend Einwohnern. Dennoch räumt Paul Randell ein: »Es wird zwar in naher Zukunft weitere Veränderungen in der Zeitungsindustrie geben, aber wir sind der Überzeugung, dass die Zeitung weiterhin ihren Platz am Markt hat. Und wir sind davon überzeugt, dass ein Teil dieser Veränderung die Digitaldrucktechnologie sein wird.«



Francois Martin, globaler HP-Marketing-Direktor für das Geschäft mit Lösungen für die grafische Industrie, sieht im Zeitungsgeschäft eine strategische Größe. Und damit ist die Investition in eine digitale Zeitungsdruckmaschine von großer Bedeutung auch für HP. Der Konzern sei schon immer maßgeblich an den dramatischen Veränderungen der Druckindustrie beteiligt gewesen. »Im Publishing-Geschäft – wir sprechen hier von Büchern, Katalogen und Mailings – bietet HP bereits wirtschaftliche Lösungen. Jetzt ist der Zeitpunkt für den Zeitungsdruck gekommen«, zeigt sich Francois Martin überzeugt. »Und wir werden sicher bald den Schritt zum Magazindruck machen. Schließlich sehen wir unsere Aufgaben einmal in den technischen Lösungen und darin, eine Verbindung zwischen den vier Eckpunkten Technologiehersteller, Verleger, Markenartikler und Agenturen sowie Drucker herzustellen.«

Die Medienbranche im Umbruch

›Von Print bis Digital – erfolgreiche Wege in die Zukunft des Publishing‹ – unter diesem Motto luden die Veranstalter der media.expo 2013 Mitte April Anzeigenleiter, Redakteure, Journalisten, Vertriebsleiter und Verleger in die Mainzer Rheingoldhalle ein. Das Fazit: Viele Lösungen, viele Innovationen, viel Diskussionsbedarf.

Am 15. und 16. April trafen sich Vertreter der deutschsprachigen Verlags- und Medienbranche auf der zweiten media.expo in Mainz. Zahlreiche Aussteller präsentierten ihre Software-Lösungen und Dienstleistungen für Verlage, Druckereien und publizierende Unternehmen: Verlags-, Redaktions- oder Anzeigensoftware, Geomarketing und digitale Druckkonzepte. Außerdem bot die Messe ein umfangreiches Vortragsprogramm. Die große Frage: Sind die Verlage bereit für den nächsten Schritt der Digitalisierung?

Lokal und Digital

Mit diesem Konzept zeigt die Regionalzeitung ›Nordbayerischer Kurier‹, dass sich die Medien durch die Digitalisierung gewandelt haben – für Medienproduzenten ebenso wie für Medienkonsumenten. In ihrem Vortrag ›Multimedialität ohne Wenn und Aber‹ zeigte die Online-Chefin Katharina Ritzer, welche Vorteile die Digitalisierung für regionale Publikationen bietet: Von der Bezahlschranke über Facebook, Twitter und Blogs bis hin zu Web-TV oder Apps. Und auch die internen Verlagsprozesse befinden sich im Wandel. So können diese heute komplett in die ›Cloud‹ verlagert werden. Das Thema sei in aller Munde, doch sei die Branche noch sehr zurückhaltend, erklärt Jörg Schiessler, Geschäftsführer der ClassWizard GmbH. »Vielen ist unklar, was die Mehrwerte von Cloud Computing tatsächlich sind.«

Optimierung der Logistik

Software-Lösungen halten auch Einzug in die Logistik und automatisieren die Zeitungszustellung. In verschiedenen Vorträgen wurden Fragen diskutiert: ›Wie können Zeitungen auch ländliche Regionen künftig erreichen?‹ ›Welche Rolle spielt der gesetzliche Mindestlohn für die Zustellerbetriebe?‹ Und ›wie kann die Effizienz bei der Zeitungszustellung durch Software gesteigert werden?‹ In der Podiumsdiskussion zum Thema Mindestlohn waren sich die Experten einig: Mehrkosten können nur mithilfe von Prozess- und Ressourcenoptimierung aufgefangen werden – auch hier sollen digitale Lösungen helfen. Mit Geomarketing-Lösungen können Verlage künftig Regionen analysieren, Abonnementverkäufe steigern und die Zustellung optimieren.

Das Potenzial der Anzeigen

Die Lösungen sind vielfältig, doch wie gelangt die Branche in die neue digitale Ära, ohne klassische Medienformate komplett abzuschreiben? »Absehbar ist, dass es für gedruckte wie digitale Verbreitungsformen immer Abnehmer geben wird. Erfolg hat aber nur derjenige, der seinen Kunden Nutzen bietet und für diesen Nutzen bezahlt wird«, erläutert Mark Jopp von JJK der Gesellschaft für innovative Verlagssoftware mbH. Das kostenlose Informationsangebot im Internet

führe allerdings dazu, dass die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten immer weiter sinke. Für viele Publikationen seien Anzeigen daher die wichtigste Einnahmequelle.

Doch wie schafft es ein Medienhaus, Anzeigen trotz rückläufiger Auflage zu verkaufen? Dieser Frage widmete sich Keynote-Speaker Dr. Carlo Imboden in seinem Vortrag auf der media.expo. Seit 1984 setzt sich Imboden wissenschaftlich mit Zeitungen auseinander und entwickelte als Pionier bei der Leserschaftsforschung die Methode ›Readerscan‹. Tagesaktuell ermittelt die Methode Rezeptionsgewohnheiten von Zeitungslesern. Über 50 deutschsprachige Zeitungen setzen die Methode bereits ein.

Da lag es nahe, mithilfe dieser Lösung auch einen Blick auf Anzeigen, ihre Wirkung und Optimierungsmöglichkeiten zu werfen. Wie lange schaut der Rezipient eine Anzeige an? Welche Botschaft nimmt er wahr? Wie verhält er sich weiter? In seinem Vortrag zeigte Imboden, wie die Wirkung von Anzeigen genau erfasst werden kann und wieso die richtige Platzierung von Bild und Botschaft ausschlaggebend sind. Sein Fazit: Verlage und Anzeigenverkäufer müssen Anzeigen beratend verkaufen. Denn nur wer das Verhalten seiner Leser kennt, wer den Wert des Produktes vermittelt und das Produkt zugleich für den Käufer optimiert, kann das gesamte Potenzial seiner Anzeigen und ihrer Wirkung ausschöpfen.

Es gibt viele Möglichkeiten, die Attraktivität einer Publikation zu steigern und zukunftsfähige Produkte zu schaffen. Allerdings ist ein Umdenken der Verlage und Medienhäuser nötig. »Wir müssen den digitalen Wandel bewältigen und in das Alltagsgeschäft einbauen«, schloss die Online-Chefin des ›Bayerischen Kuriers‹ ihren Vortrag. Sie weiß, dass die Akzeptanz der neuen Technologien bei vielen Verlagen und Redaktionen noch gering ist.

Mitten im Wandel

Die Branche steckt eben mittendrin im digitalen Wandel. »Die Aussteller der media.expo begreifen den Wandel als Chance. Und wir ergreifen die Chance der jungen Messe, um diesen Wandel aktiv zu gestalten«, sagt Jörg Schiessler, dessen Unternehmen zu den Organisatoren der Messe gehört. Besonders der Erfahrungsaustausch unter Branchenteilnehmern stand bei der media.expo daher im Vordergrund. Die Lounge-Bereiche der Rheingoldhalle boten Rückzugsorte für zahlreiche Fachgespräche. Dabei wurde deutlich: Es gibt viele innovative Lösungen, aber auch viel Diskussionsbedarf. Die media.expo versteht sich daher als Plattform, um die Branche zusammenzubringen. So ist es keine Überraschung, dass die Messe auch 2014 wieder in die Gutenberg-Stadt zurückkehren will.

› www.media-expo.de



«Die Zukunft ist ein ernstes Geschäft. Erreicht der Kunde die Zukunft vor Ihnen, sitzen Sie in der allerhintersten Reihe.»

Diese Aussage der amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn trifft die aktuelle Situation der grafischen Branche punktgenau. Während viele glaubten, die konjunkturelle Delle sei nur vorübergehend, hat sich das gesamte Umfeld verändert. Heute erwarten Kunden von einer modernen Druckerei, dass sie fit genug ist, sich den Anforderungen der modernen Medienarchitektur zu stellen. Der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbindet, ist noch nicht das Kerngeschäft von Druckereien, doch wird diese Aufgaben zunehmend gefordert.

Deshalb sind im Kader von Druckereien Personen nötig, die als Generalisten administrativ, organisatorisch und mit viel Verständnis für Kreativität zeitgemässe Medien konzipieren, produzieren und kontrollieren können. Fachleute also, die von Betriebswirtschaft und Marketing ebensoviel verstehen wie von den technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Aufbaustudium zum/zur «Pubikationsmanager/in» an der «gib»Zürich.

Mit einer derart qualifizierten Fachkraft in Ihrem Kader sitzen Sie und Ihr Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der «Pubikationsmanager» ist Synonym für Schlagkraft, Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

«gib»Zürich-Aufbaustudium «Pubikationsmanager/in ED»

3. Lehrgang PM03, Beginn 5. Oktober 2013

Auf **Infoabenden** können Sie sich eingehend informieren – unverbindlich, exakt und persönlich. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.



Zürich

Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch



Ein Stück Zukunft des Versandhandels

Mit bonprix hat sich jetzt erstmals ein großer Versandhändler dazu entschlossen, die Cover seiner Kataloge für den deutschen Markt zu personalisieren. Die Ergebnisse sind vielversprechend – und das Unternehmen spricht von einer signifikanten Steigerung der Nachfrage.

Von KNUD WASSERMANN

bonprix ist international agierender Anbieter im Mode-Versandhandel mit einem Umsatz von 1,2 Mrd. €. Als Mitglied der Otto-Gruppe, die weltweit als einer der Großen im Onlinehandel gilt, bringt man eine hohe Internetaffinität mit. So werden bereits 60% des Umsatzes über das Internet erzielt. 37% des Umsatzes entfallen auf den Katalog, und 3% werden im stationären Handel erwirtschaftet. E-Commerce ist ganz klar der wachstumsstärkste Vertriebskanal bei bonprix und bietet dem Unternehmen die Möglichkeit, rasch und flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren.

Der Katalog als Umsatzbringer

Wer aufgrund dieser Fakten aber glaubt, dass der gedruckte Katalog für bonprix ein Auslaufmodell ist, liegt falsch. Die Kataloge des Unternehmens bringen es auf rund 200 Seiten und die jährliche Gesamtauflage summiert sich über alle Märkte hinweg auf 220 Millionen Exemplare.

Der Katalog wird gezielt an aktive und ausgewählte potenzielle Neukunden verschickt. Dafür hat der Vertriebsleiter bei bonprix, Barthel Roitzsch, auch eine schlüssige Erklärung parat: »Trotz des steigenden Umsatzanteils des Onlinebereichs ist der gedruckte Katalog ein wichtiger Impulsgeber für den Kauf.«

Das belegt auch eine aktuelle Untersuchung des Bundesverbands des deutschen Versandhandels. Demzu-

folge schmökern rund 68% der Onlinekäufer vor dem Kauf im Katalog, was sich mit den Zahlen von bonprix deckt. Das Erstaunliche an dem Ergebnis ist aber, dass die Zahlen über alle Altersgruppen relativ konstant sind und sogar bei der internetaffinen Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren der Anteil noch immer bei 62% liegt.

Die Idee der Personalisierung

Bei CW Niemeyer, Rollenoffsetdrucker aus Hameln, machte man sich in den letzten Jahren Gedanken, wie man sich auf den Strukturwandel in der Druckbranche in Zukunft einstellen kann – zumal man sich in dem Spannungsfeld bewegt, dass einerseits die Auflagen im Rollenoffsetmarkt kontinuierlich zurückgehen und andererseits die Kunden den Markt vermehrt mit individuellen Botschaften ansprechen wollen.

»Vor über zwei Jahren haben wir intensiv über personalisiertes Drucken nachgedacht, um das Interesse bei unseren Kunden dafür auszulö-

Die Xerox CiPress 500 markiert für CW Niemeyer in Hameln den Einstieg in den digitalen Druck und erweitert das Angebot um individualisierte Mailings, Zeitschriften und Kataloge. Erste positive Erfahrungen sammelte CWN mit dem Herbstkatalog des Mode-Versandhändlers Bonprix. Weitere Projekte sollen folgen.



ten«, schildert **Arndt Wille**, Geschäftsführer der CW Niemeyer Druck GmbH in Hameln. »Grundsätzlich stießen wir mit der Idee auf Interesse. Viele Gesprächspartner zweifelten jedoch an der technischen Machbarkeit bei der Personalisierung von Drucksachen in großen Auflagen.«

Hier stand man vor der Herausforderung, eine Digitaldrucklösung zu finden, die auf der einen Seite qualitativ an den Offsetdruck heranreicht, die auf der anderen Seite aber auch ein entsprechendes Druckvolumen einschließlich Personalisierung bewältigen kann.

Einstieg in den digitalen Druck

Damit war auch die Richtung vorgegeben. Es sollte ein digital arbeitendes Rollendrucksystem auf Inkjetbasis werden. Dabei konnte Xerox die Unternehmensverantwortlichen von der relativ neuen Xerox CiPress 500 überzeugen.



Aus Sicht des CWN-Geschäftsführers **Joachim Glowalla** sprachen die Druckqualität von 600 dpi x 600 dpi mit der offsetdruckähnlichen Anmutung, die wasserfreie Inkjettechnologie, mit der sich kostengünstiges Offsetpapier bedrucken lässt, der niedrige Energieverbrauch (da das System ohne zusätzliche Trocknungseinheiten auskommt) sowie die Variabilität bei den Bedruckstoffen von 50 g/m² bis 160 g/m² für die CiPress 500.

Hinsichtlich des Investitionsvolumens hält man sich bei CW Niemeyer bedeckt, es sei aber durchaus vergleichbar mit einer 8-Seiten-Rotation. Die CiPress 500 markiere den Einstieg in den digitalen, rotativen Produktionsdruck. Mit der Drucktechnik erweitere man das Angebot um individualisierte Mailings, Kataloge und Zeitschriften. Davon würden die Kunden profitieren, die mithilfe der personalisierten Kundenansprache sehr viele höhere Responderaten erzielten.



bonprix
it's me!

HERBST 2012

Bluse
14,99
siehe nächste Seite

...oh la la

IHR GUTHABEN

Nutzen Sie Ihr Guthaben!
Mehr Infos auf der vorletzten Katalogseite!

Unser HERBSTKATALOG exklusiv für Sie, liebe
Frau Petra Mustermann!

www.bonprix.de
Tel. 0180-5 10 20

»Die Personalisierung hat sich in einer um zehn Prozent höheren Nachfrage pro Kunde niedergeschlagen«, zieht bonprix das Fazit der Aktion.



Der erste Kunde, den man von der Idee der Personalisierung überzeugen konnte, war bonprix. »Als wir bonprix die Möglichkeiten der Personalisierung präsentierten, haben die Verantwortlichen das Potenzial auf Anhieb erkannt. Wir haben einen Test mit 300.000 personalisierten Covern gestartet, und der Kunde konnte vom Start weg die Response rate deutlich steigern«, berichtet Arndt Wille.

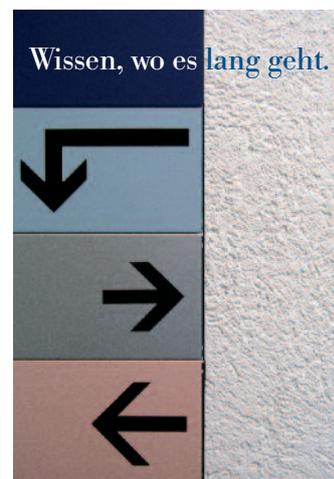
Doch bevor man loslegen konnte, selektierte bonprix die Daten nach verschiedenen Kriterien. Das Cover setzt sich aus statischen und variablen Elementen zusammen, wodurch die Gestaltung und der Inhalt auf das Kaufverhalten des einzelnen Kunden abgestimmt werden kann. Die Personalisierung hat sich nach Angaben von Barthel Roitzsch für bonprix in einer um 10% höheren Nachfrage pro Kunde niedergeschlagen – wobei er jedoch zu bedenken

gibt, dass die Personalisierung im Vergleich zur konventionellen Produktion höhere Kosten verursache. Die digitale Coverproduktion sei dennoch ein interessantes Marketinginstrument. Barthel Roitzsch sieht noch ein beachtliches Optimierungspotenzial, um die Wirtschaftlichkeit zu verbessern.

Datenströme zusammenführen

Auch für die Druckerei stellt der Umgang mit variablen Daten in dieser Dimension eine Herausforderung dar. »Die Kunst besteht darin, die unterschiedlichen Datenströme so zusammenzuführen, dass der Server nicht in die Knie geht und somit die Leistung der CiPress voll ausgeschöpft werden kann«, sagt Arndt Wille. Das Prepress-Team führt die statischen und variablen Inhalte mit der Inspire-Software von GMC zusammen und der FreeFlow-Printser-

breite an Bedruckstoffen verwenden können. Die Ci-Press bedruckt problemlos die gleichen Papiersorten wie unsere Offsetmaschinen. Somit sind wir nicht auf teure beschichtete Spezialpapiere angewiesen, wie es sonst beim wasserbasierten Inkjetdruck oft der Fall ist«, sagt Joachim Glowalla.



ver versorgt die Ci-Press kontinuierlich mit Daten. Die Leistung der Maschine von 152 m/Min. oder umgerechnet 2.050 Farbseiten im DIN-A4-Format verlangen einem RIP bei variablen Inhalten einiges ab. »Ein Vorteil der Xerox CiPress 500 ist zudem, dass wir mit dem System eine große Band-

Allerdings leidet bei der Festtinte, wie sie in der CiPress zum Einsatz kommt, gerade bei schweren Sujets die Scheuerfestigkeit, da die Tinte nicht in den Bedruckstoff eindringt. Dem versucht man bei CW Niemeyer durch den Einsatz eines Lackwerks von Hunkeler entgegenzustellen, mit dem sich variable Lackmengen beidseitig auftragen lassen. Und wie Arndt Wille versichert, konnte damit die Scheuerfestigkeit deutlich verbessert werden, und die personalisierten Katalogcover erreichen so unbeschädigt den Empfänger.

Personalisierung nimmt Fahrt auf

Nach dem vielversprechenden Start mit bonprix sind bereits weitere Kunden auf den Personalisierungszug aufgesprungen. So wird Jako-o, der Versandhändler für Kindersachen, ab 2013 Kindern vier Wochen vor ihrem Geburtstag einen personalisierten Katalog zuschicken, der – abgestimmt auf den Namen, das Geschlecht und das Alter – alles vorstellt, was man für eine gelungene Party braucht. Und auch bei der Produktion von Büchern und Zeitschriften rechnet man sich bei CW Niemeyer aufgrund des günstigen Break-even-Points der CiPress von 3.500 Exemplaren durchaus Chancen aus.

- www.xerox.de
- www.cwn-druck.de

100 Prozent digitaler Bücherdruck

Das Produktionsvolumen der MPG Printgroup hat seit der Installation einer Kodak Prosper 1000 Druckmaschine im Werk in King's Lynn vor 14 Monaten erheblich zugelegt. Die Gruppe hatte ihr Geschäftsmodell verändert, um dem Wandel im Buchverlagswesen zu entsprechen und ihren Umsatz verdoppelt.

Text und Bilder: Kodak

Auf der Kodak Inkjet-Druckmaschine werden mehr als 100.000 Bücher pro Woche gedruckt; rund 70% davon sind Taschenbücher. Am gleichen Standort produziert auch eine Timsons T-Press, die ebenfalls mit der Stream Inkjet-Technologie von Kodak arbeitet.

»Vor drei Jahren haben wir den Übergang zur komplett digitalen Produktion beschlossen«, schildert



Betriebsleiter **Gary Mackney**. Für uns war es ein gewaltiger Schritt, alle Offsetmaschinen auszu-

ersetzen. Unser Arbeitsalltag hat sich durch die Geschwindigkeit und Effizienz, die wir mit der Prosper und der Timsons T-Press erreichen, grundlegend gewandelt.«

Vision für Spitzenleistungen

Das Team in King's Lynn hat den Betrieb neu strukturiert und einen reibungslosen Produktionsfluss realisiert. Am einen Ende kommen die Papierrollen in die Halle und am anderen Ende werden die fertig gebundenen und verpackten Bücher für den Versand bereitgestellt.

»Wir haben die ganze Welt bereist, um mögliche Digitaldrucklösungen in Augenschein zu nehmen«, berichtet Gary Mackney. »Dabei kamen wir zu dem Schluss, dass die Kodak Prosper die beste ihrer Art ist. Sie nutzt wie die Timsons T-Press die



Die Timsons T-Press nutzt wie die Prosper 1000 die Kodak Stream-Technologie, bietet zudem jedoch ein außergewöhnliches Papier-Handling.

Stream-Technologie – so verfügen wir nun über die modernsten Maschinen für die schnelle und hochwertige Buchproduktion. Man hat nur einmal im Leben die Gelegenheit, an einer Transformation wie der vom Offset- zum Digitaldruck beteiligt zu sein. Es ist ähnlich wie beim Übergang vom Hochdruck zum Offsetdruck. Im Gegensatz zum Offsetdruck kann der Inkjet-Prozess in einem einfachen Ablauf drucken, falzen und ganze Buchblocks zusammentragen. Dadurch wird der Prozess effizienter.« Dazu führt Gary Mackney ein Beispiel an: »Kürzlich rief ein Kunde aus London an und beauftragte uns mit

einem Schnellschuss im Zusammenhang mit einer Buchvorstellung. Wir wickelten den Auftrag an einem Vormittag ab und lieferten die Bücher rechtzeitig um 13:00 Uhr in London ab. Im Offsetdruck wäre das nicht möglich gewesen.«

Vorteile der digitalen Fertigung

»Wenn Papier und Format von Job zu Job gleich sind, können wir auf der Kodak Prosper 1000 nahtlos produzieren«, erläutert Gary Mackney. Die Timsons T-Press dagegen bietet ein außergewöhnliches Papier-Handling und hohe Zuverlässigkeit. Die Stream-

Technologie in dieser durchdachten Druckmaschine macht Druckgeschwindigkeiten von bis zu 305 Metern in der Minute bei Druckbreiten von bis zu 132 Zentimeter möglich. Ich bin überzeugt, dass wir mit dem Digitaldruck auf diesem Niveau über eines der effizientesten Logistikmodelle für die Buchfertigung in Europa verfügen. Der Continuous-Inkjet-Druck ist die Zukunft – er ist sauber, schnell und flexibel«, sagt Mackney. Da der Buchmarkt einen fundamentalen Wandel erlebe, benötige man eine Lösung für die Kleinauflagen-Buchfertigung. »Seit der Installation der Digitaldruckmaschinen konnten wir eine erhebliche Effizienzsteigerung erreichen und den Papierverbrauch senken.«

»Die MPG Printgroup hat sich nach einer gründlichen Analyse der Möglichkeiten des Inkjet-Bücherdrucks für die Partnerschaft mit Kodak entschieden. Im Vorfeld unserer Investitionsentscheidung führten wir umfangreiche Drucktests durch. Wir haben als erster Buch- und Zeitschriftenhersteller ein neues Betriebsmodell aufgebaut und in die Inkjet-Technologie investiert. Jetzt können wir unseren Kunden und Partnern die bestmögliche Produktionsmöglichkeiten und Serviceleistungen in Verbindung mit den kostengünstigsten Lösungen für ihr Geschäft bieten«, meint MPG-Chef Tony Chard abschließend.



Kodak Prosper 1000.

» www.graphics.kodak.com

Flexibles Finishing für Publikationen

Das Inline-Finishing für Digitaldruckanwendungen entwickelt sich rasant: manroland web systems zeigte jetzt in Augsburg erstmals das Finishing-System FoldLine für den industriellen Digitaldruck. Ebenso interessant sind die Buchblocklösung FormerLine sowie die Workflow-Lösung.

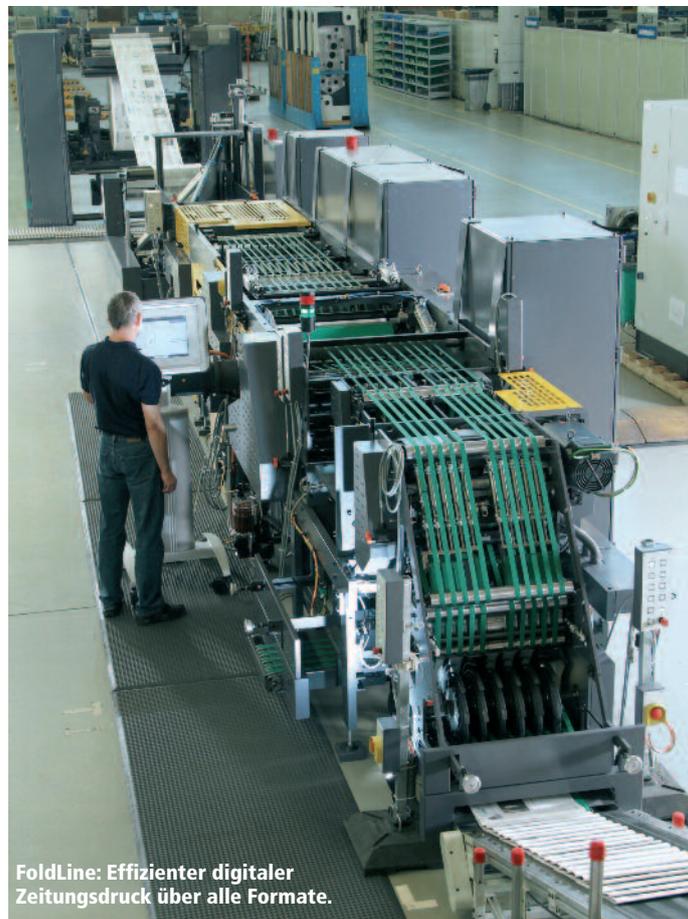
Text und Bilder: manroland web systems

Regionale Kleinauflagen bei Zeitungen, zielgruppenspezifische Werbung und Print-on-Demand im Bücherdruck – Digitaldrucksysteme tragen ihren Teil zu erfolgreichen Verlagsanwendungen bei. Im Rahmen der Océ International Inkjet Days vom 19. bis 21. März 2013 in Poing zeigte manroland web systems rund 100 Fachbesuchern neue Produktionsanlagen.

Zeitungsproduktion via FoldLine

Das Finishing-System FoldLine kann im Inline- wie Offline-Betrieb Zeitungen aller herkömmlichen Formate (Tabloid, Broadsheet, Berliner) produzieren. Ebenso können Broschüren, Magazine und Buch-Einzelsignaturen verarbeitet werden. Die Linie ist ausgelegt für die Produktion von bis zu 96 Seiten (48 Seiten Broadsheet) bei einer Bahngeschwindigkeit von bis zu 300 m/Min. und einer Bahnbreite bis 1.060 mm. Stündlich bis zu 2.700 Broadsheet-Zeitungen mit 32 Seiten Umfang oder 9.100 drahtgeheftete Broschüren oder 14.000 16-Seiten-Signaturen können die Anlage verlassen. Die Rüstzeiten für Format- und Papierwechsel sind kurz, Umfangsänderungen ohne Produktionsunterbrechung möglich.

Die FoldLine produzierte bei einer Demonstration in Augsburg eine 32-seitige Tabloid-Zeitung im Format 420 mm x 600 mm. Acht Abschnitte von vier Seiten wurden gesammelt und gefalzt. Auch kleinste Auflagen



unter 100 Exemplaren können ohne Unterbrechung nacheinander produziert werden, selbst wenn sich einzelne Ausgaben in Seitenzahl oder Buchstruktur unterscheiden. Als Variante erhielt diese Tabloid-Zeitung einen Versandfalz. Das bedeutet, dass die Zeitung über den 3. Falz mit einem Längsfalz versehen und im rechten Winkel zum Falzapparat über eine separate Auslage ausgelegt wurde.

Buchproduktion mit FormerLine

Bei optimierten Kosten on-Demand produzieren und mit den Produkten schnell am Markt sein, sind die Herausforderungen in der digitalen Buchproduktion. Für die industrielle Verarbeitung ist das FormerLine-System konzipiert, das bei der Inline-Fertigung eingesetzt werden kann oder die Offline-Verarbeitung vorge-druckter Rollen ermöglicht. Mit dem

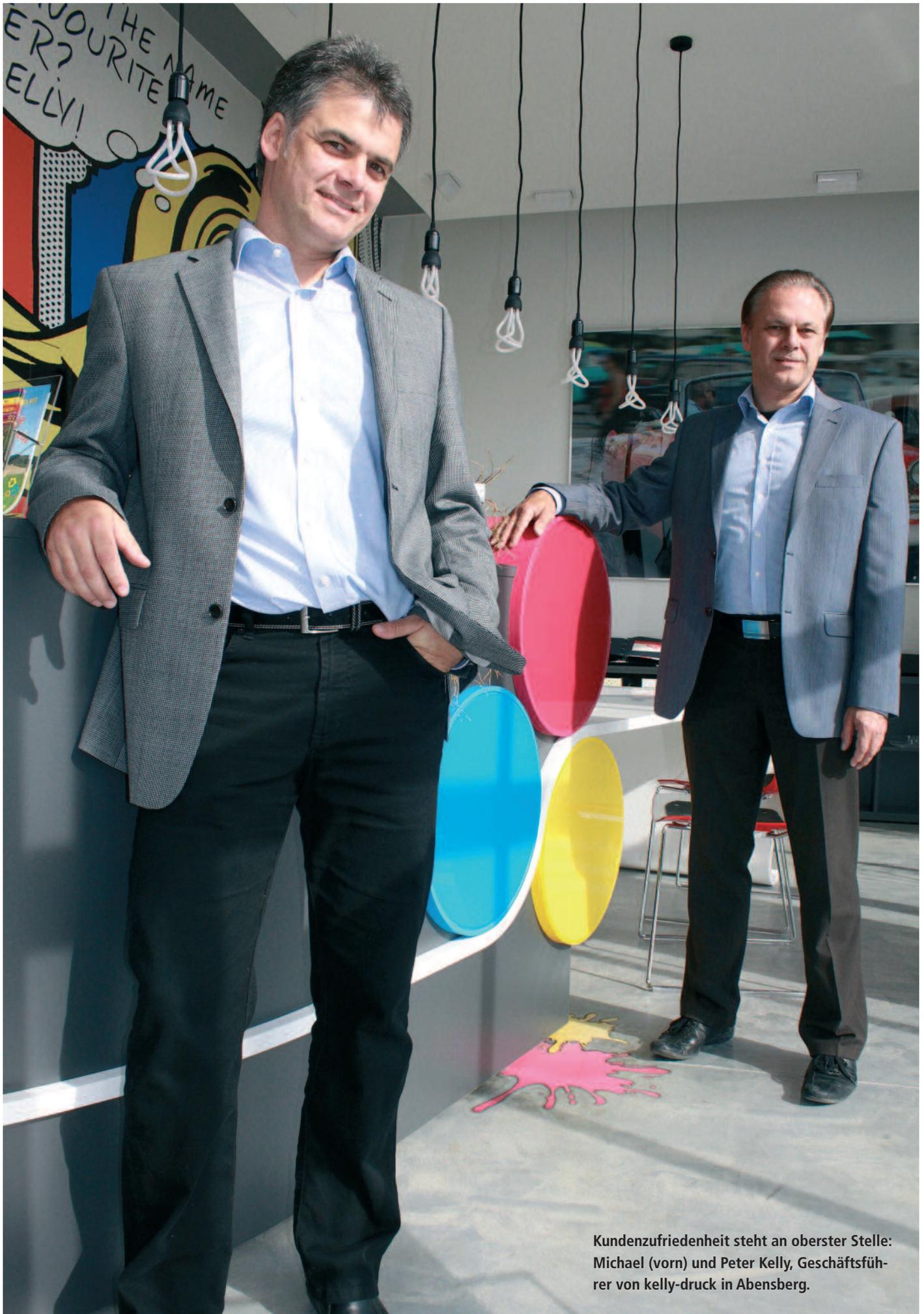
Collator VBC von manroland web systems erzeugt das System gestapelte Signaturen oder bis zu 6.000 hilfverleimte Buchblöcke pro Stunde mit bis zu 100 mm Stärke.

Das FormerLine-System wurde in der Offline-Verarbeitung je eines Buches und Magazines demonstriert. Die Produkte unterschieden sich in Formaten, Falzmustern und Sammelstrukturen und waren auf einer vorproduzierten Papierrolle als Mischproduktion platziert. Für das Buch »Innovations« mit 304 Seiten wurden 38 Signaturen à acht Seiten gesammelt (Format 240 mm x 190 mm; Doppelparallel-Falzmuster) und 100 Bücher hintereinander hergestellt. Danach wurde ohne manuellen Eingriff an der Falz- und Schneideanlage in wenigen Minuten auf die Produktion eines 42-seitigen Magazines gewechselt.

Gut vernetzt

printnetwork Bridge bietet mit JDF/JMF-Anbindung einen vollständigen digitalen Produktionsworkflow samt Finishing, Produktionswechsel und Vernetzung bis zum MIS-System. DigiLink verbindet die Produktionsplanung von Digitaldruck und Offsetdruck und stellt eine Ergänzung für den Pecom PressManager dar. DigiLink ermöglicht die Planung von einem Arbeitsplatz aus und überwacht die Produktion in Druck und Versandraum.

➤ www.manroland-web.com ■



Kundenzufriedenheit steht an oberster Stelle: Michael (vorn) und Peter Kelly, Geschäftsführer von kelly-druck in Abensberg.

Eine kunterbunte Druck-Tankstelle

Ein Familienbetrieb mit Herz – das ist kelly-druck. Und der Kunde steht immer ganz oben. Das hat sich auch im Zeitalter der digitalen Technik nicht geändert. So erweiterte kelly-druck seine Dienstleistungen erst kürzlich mit einem großformatigen Agfa Anapurna M2050, um seinen Kunden nun auch die ganze Vielfalt der Werbetechnik im UV-Inkjetdruck anbieten zu können.

Text und Bilder: Agfa

»Wir arbeiten nach wie vor ohne Außendienst, einen klassischen Vertrieb haben wir nicht«, erklärt Michael Kelly, Geschäftsführer von kelly-druck. Das ist außergewöhnlich und in diesen Zeiten in der Druckbranche besonders ungewöhnlich. kelly-druck mit Sitz im niederbayerischen Abensberg bei Regensburg setzt auf die seit vielen Jahren gewachsene enge Kundenbeziehung. Dazu gehört sowohl die individuelle Beratung und ein verlässlicher Service, aber auch eine große und starke Vertrauensbasis.

Transparenz als Markenzeichen

Anders als in vielen anderen Druckereien, wird der Kunde im Hauptgebäude der Druckerei in einem hellen und freundlichen Servicebereich empfangen. »Was kann ich für Sie tun?« sind die ersten Worte, mit denen die Kunden dort an der langen Infotheke begrüßt werden. Dies übernimmt nicht selten die ›Senior-Chefin‹ Paula Kelly, die Frau von Geschäftsführer Bruno Kelly, dem Gründer der Firma, und Mutter der weiteren Geschäftsführer Michael und Peter Kelly. Die Tochter Heidrun Redl arbeitet ebenso in dem Betrieb in der Beratung und Verwaltung wie auch die beiden Ehefrauen der Geschäftsführer Jutta und Alexandra Kelly. Und für die Nachfolge ist auch schon gesorgt. Die Tochter von Peter Kelly und der Sohn von Michael Kelly sind bereits in der Ausbildung im Betrieb tätig. »Das ist schon eine

solide Voraussetzung für den weiteren Weg in die Zukunft«, freuen sich Michael und Peter Kelly. Besonders stolz ist Michael Kelly auf seine Belegschaft: »Ganz wichtig sind unsere Mitarbeiter, ohne deren Firmentreue und außerordentliches Engagement heute kein Unternehmen mehr zu führen wäre«, erklärt er.

Vom Bleisatz zum vollstufigen Produktionsbetrieb

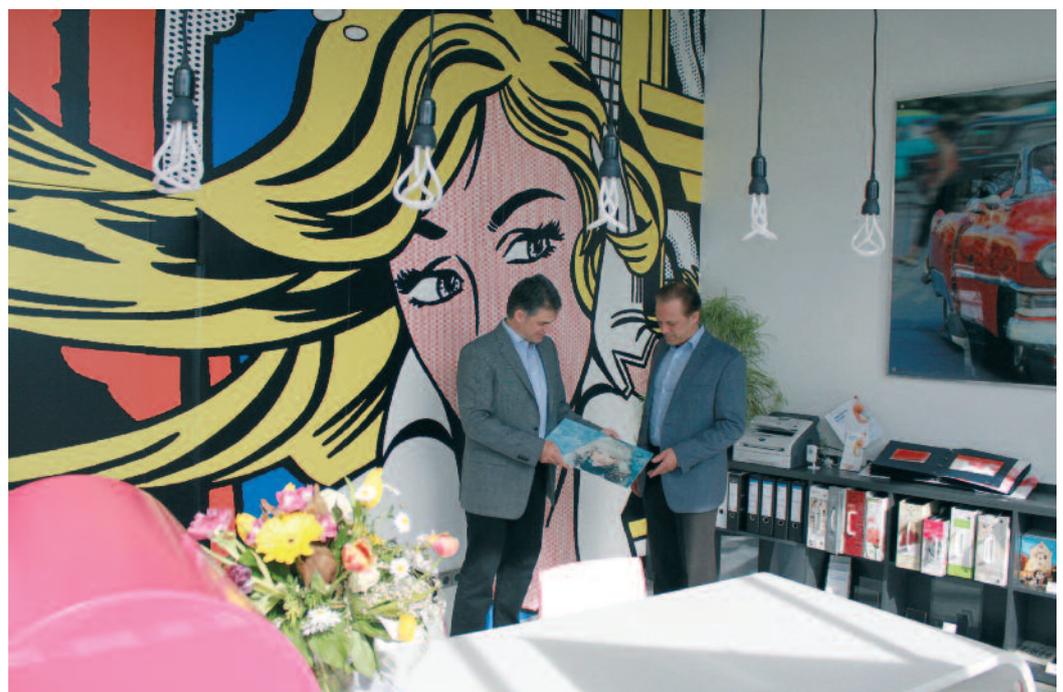
Die Wurzeln des Betriebes liegen im Bleisatz. 1966 gründete man die Firma als Lohnsetzerei mit Linotype-Bleisetzmaschinen, bald kam ein Heidelberger Tiegel mit dazu und so entwickelte sich das Unternehmen

im Laufe der Zeit zu einer modernen Offsetdruckerei mit Druckvorstufe und Buchbinderei. Schon früh nahm man dann auch noch eine Abteilung Siebdruck mit dazu, um dem Kunden ein noch breiteres Produktionsspektrum bieten zu können. Dazu kam der erste Schneideplotter, um auch einzelne Tafeln und Autobeschriftungen anbieten zu können. Als Hersteller von Autobeschriftungen stieg man schon früh in eine Nische ein, die auch heute noch Bestand hat. »Mit Siebdruck und Schneideplotter haben wir Autobeschriftungen und Schilder produziert«, blickt Michael Kelly zurück. Ende der 90er Jahre habe man die Beschriftungen auf einen Mimaki-Drucker im Digital-

druck produziert. Gleichzeitig entwickelte sich die Druckerei mit dem Ausbau der Druckvorstufe, der digitalen Plattenbelichtung und der industriellen Weiterverarbeitung bis hin zur Zustellung zu einem vollstufigen Medienbetrieb.

Erst im vergangenen Jahr investierte kelly-druck in eine neue Speedmaster CD 102 5+L von Heidelberg. Für die Plattenbelichtung entschied sich Familie Kelly bereits vor vielen Jahren für eine Lösung von Agfa Gra-

Der kunterbunte Showroom im Tankstellengebäude zieht auch die Blicke von außen an. Jeder, der dort vorbei fährt, sieht die metergroßen Drucke hinter der breiten Glasfront zur Straßenseite.





Freuen sich über die erfolgreiche Installation der Agfa Anapurna M2050 bei kelly-druck: (von links): Jürgen Wolf, Agfa, Michael und Peter Kelly, Rainer Nestler, rädler. »Mit der Anapurna können wir heute direkt auf starre Materialien drucken«, zeigen sich Michael und Peter Kelly begeistert.

phics. »Wenn Ihre Lösung nicht funktioniert, brauchen Sie bei mir nie wieder anklopfen«, habe Bruno Kelly damals zu ihm gesagt, erinnert sich Rainer Nestler von rädler, der für die erste Agfa-Installation im Hause kelly-druck verantwortlich war.

Ehrlichkeit und Verlässlichkeit sind Tugenden, die die Familie Kelly im Umgang mit ihren Kunden kennzeichnen. Dieses erwarten sie aber auch bei ihren rund 30 Mitarbeitern und bei ihren Lieferanten. Auch hier steht kelly-druck für Beständigkeit.

Langjähriges Vertrauen in Agfa-Lösungen

Den ersten Plattenbelichter von Agfa Graphics installierte kelly-druck vor rund 15 Jahren, damals war das der Agfa Galileo. Es folgte die Installation des Agfa Apogee-Workflows der Serie eins. Die Drohung von damals brauchte Bruno Kelly nie wahr machen, denn die Lösung von Agfa hielt, was Rainer Nestler versprach. Die Verbindung zwischen Rainer Nestler und der Familie Kelly ist seither gewachsen. Hier steht Vertrauen an oberster Stelle. Die richtige Beratung und der gute Service bilden die Basis für die langjährige gute Zusammenarbeit. Im Jahr 2008 tauschte man den Belichter gegen einen Avalon-N8-Belichter mit der Amigo-

TS-Druckplatte aus. Den Apogee-Workflow rüstete man inzwischen auf die Version 7.1 auf und Ende Mai dieses Jahres soll das Upgrade auf die Version 8.0 folgen. »Damit haben wir dann die Möglichkeit, einen Web-Shop für unsere Produkte zu implementieren«, blickt Michael Kelly nach vorn.

Mit Anapurna erfolgreich im neuem Geschäftsfeld

Ein Web-Shop steht zwar noch nicht ganz oben auf der Liste, jedoch könnte das Geschäftsfeld Werbetechnik im Laufe der Zeit diesen Vertriebskanal sinnvoll nutzen.

Ein Blick zurück: Die Entwicklung der klassischen Druckerei führte zu einem erheblichen Platzbedarf. Der Digitaldruck hatte sich gut entwickelt und man sei schon früh auf die Möglichkeiten der Agfa Anapurna aufmerksam geworden, sagt Peter Kelly. »Die große Auswahl an Substraten und der direkte Druck auf starre Materialien bis zu einer Dicke von über vier Zentimetern, hat uns sehr interessiert«, erklärt er und führt weiter aus: »Als wir im Jahr 2012 in Abensberg das Gebäude einer stillgelegten Tankstelle mit Werkstatt kaufen konnten, hatten wir endlich den Platz, den wir für ein derartiges Produktionssystem benötigten.« Der direkte Draht und das

Vertrauen zu Rainer Nestler sowie der langjährige Kontakt zum Agfa Key-Account-Manager Jürgen Wolf führten schnell zu der Kaufentscheidung einer Anapurna M2050, die heute in der ehemaligen Kfz-Werkstatt Plakate, Schilder und Wegweiser produziert. »Die Entscheidung war eine Vertrauensentscheidung«, betont Michael Kelly.

Eine kunterbunte Druck-Tankstelle

Das Tankstellengebäude befindet sich direkt an einer Hauptverkehrsstraße in Abensberg. Die Familie Kelly renovierte das Gelände und es entstand ein auffällig bunter Showroom mit modernen Ambiente.

Jeder, der dort vorbei fährt, sieht die metergroßen Drucke hinter der breiten Glasfront zur Straßenseite. Ein Blickfang für jeden Kunden. In der ehemaligen Autowerkstatt schließt sich der Kreis zu den Autobeschriftungen, die für kelly-druck nach wie vor ein wichtiges Standbein sind.

»Früher haben wir viele Beschriftungen zunächst auf eine Folie gedruckt und anschließend auf Karton oder Holz kaschiert. Heute drucken wir direkt auf die starren Materialien und sparen so Zeit und Kosten«, freut sich Michael Kelly. Mit dem UV-Inkjetdrucker Agfa Anapurna druckt kelly-druck heute Materialien bis zu

einer Breite von 205 Zentimeter, darunter Materialien wie Glas, Keramik oder Holz. »Das Besondere an der Anapurna ist der Weißdruck, der etwa für Citylight-Poster oder den Druck auf transparenten Materialien unerlässlich ist«, erklärt Peter Kelly. Die Weißtinte ist ideal, um farbige oder schwarze Materialien oder um sie als Spotfarbe zu drucken.

Spielraum für neue Dienstleistungen

Bisher habe man verschiedene Materialien getestet, erläutert Michael Kelly, der bei der Entwicklung des Geschäftes auf Nummer sicher geht. »Wir prüfen zunächst, wie sich das Material verhält, bevor wir es unseren Kunden empfehlen«. Die Service-Mitarbeiter von Agfa stehen dem Unternehmen dabei beratend zur Seite.

Der Umsatz des Digitaldruckgeschäftes macht heute etwa 10% bis 20% des Gesamtumsatzes von kelly-druck aus. Die Vielfalt der Werbetechnik lässt aber noch viel Spielraum für neue Dienstleistungen. Hier sind sich die Kellys einig: Man will erst behutsam den Markt entwickeln und verlässlich und sicher die Leistung anbieten, die man auch wirklich beherrscht, also dem Kunden mit gutem Gewissen verkaufen kann.

➤ www.agfagraphics.de

FACHWISSEN ALS

4-Gang-Menü

arcus design 2012 | Foto: www.cranberries-usa.eu

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 angerichtet 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.ch

DRUCKMARKT

Themen auf den Punkt gebracht 

OPTIMIERTE KARTONQUALITÄTEN Technische Verbesserungen in den Werken von Metsä Board haben zu Optimierungen der Kartonsorten geführt. Die Investitionen der Jahre 2011/12 ermöglichen nun eine spezifischere Eignung der Qualitäten für bestimmte Verpackungsanwendungen wie Lebensmittel, Schönheits- und Gesundheitspflege, Luxusartikel sowie grafische Anwendungen. Avanta Prima hat nun ein geringeres Gewicht – bei gleicher Dicke und Steifigkeit. Damit ergänzt Metsä Board



das Sortiment um weitere leichtgewichtige Flächengewichte. Der Karton wurde speziell für die Anforderungen des Gesundheitsmarkts entwickelt. Die Oberfläche ermöglicht eine DataMatrix-2D-Codierung und der veränderte Farbton bietet einen höheren Weißgrad. Auch bei der Qualität Simcote wurde das Flächengewicht weiter reduziert, was Kosten- und Nachhaltigkeitsvorteile bringt, und der Weißgrad von Carta Elegia wurde erhöht – eine wichtige Eigenschaft im Kosmetikmarkt. Die verbesserten Produkte sind ab Juni erhältlich. > www.metsaboard.com

S@FER-SHOPPING Die Onlinedruckerei Onlineprinters wurde erneut mit dem international anerkannten TÜV-Siegel »s@fer-shopping« ausgezeichnet. Mit der Verlängerung der Geltungsdauer des Prüfsiegels hat der TÜV Süd der Onlinedruckerei die geprüfte Qualität, Sicherheit und Transparenz im Onlineshop bestätigt. Die Zertifizierung umfasst alle Ländershops in Europa. Grundlage der Zertifizierung sind rund 100 Einzelkriterien im Prüfkatalog, die ein hohes Maß an Qualität und Sicherheit für den Onlinekunden gewähren. > www.diedruckerei.de

KLIMANEUTRALE DRUCKE Ab sofort bietet das Druckhaus Kaufmann im badischen Lahr auf Wunsch klimaneutrale Druck-Erzeugnisse. Sämtliche CO₂-Emissionen, die bei der Herstellung bis zur Auslieferung der Druck-Erzeugnisse anfallen, werden mit dem Klimaschutzspezialisten ClimatePartner berechnet und können durch die Unterstützung von international anerkannten Klimaschutzprojekten ausgeglichen werden. Für die Kunden hält sich der Aufwand in Grenzen: Die Mehrkosten belaufen sich auf nicht einmal 1% des Auftragswertes. Der freiwillige Beitrag im Klimaschutz ergänzt das bisherige Umweltengagement des Druckhauses. Bisher arbeitete Druckhaus Kaufmann mit den Zertifizierungssystemen PEFC und FSC, die sich für die Erhaltung der Wälder einsetzen. > www.climatepartner.com

DRUCKEN IM BÜRO Farbmanagement, produktivitätssteigernde Funktionen, integrierte Lösungen für den Druck mit Mobilgeräten – all dies bietet Efi Büroumgebungen mit dem neuen Fiery Network Controller für die Xerox-Multifunktionsdrucker WorkCentre 7830, 7835, 7845 und 7855. Dabei bietet das Fiery-Frontend hohe Produktionsgeschwindigkeit bei hoher Druckqualität. Unterstützt werden auch Xerox WorkCentre-Finishing-Funktionen. > www.efi.com

Atlantic Zeiser mit neuer Digiline Compact

Neue Einstiegslösung zur Personalisierung und Kennzeichnung in Kleinserie

Atlantic Zeiser präsentiert die neue Digiline Compact zur Bedruckung und Kodierung variabler Daten auf flache Kartonagen, Kartonzuschnitte und Einzelbögen.

Mit der Digiline Compact wendet sich Atlantic Zeiser an Verpackungsunternehmen und Hersteller von Kartonagen sowie an Dienstleister in den Bereichen Pharmazie, Kosmetik, FMCG, Sicherheitsdruck und kleinformatiger Akzidenzdruck.

Die Digiline Compact erweitert das Lösungsportfolio von Atlantic Zeiser um ein Einstiegssystem zur Bedruckung von flachen Faltschachteln und Einzelbögen. Es handelt sich hierbei um ein Stand-Alone-System zur Late-Stage-Bedruckung kleiner Auflagen mit variablen Daten wie Seriennummern, Codes und Logos.

»Die neue Digiline Compact ist ein kostengünstiges Drucksystem für eine End-of-Line-Bedruckung und eine willkommene Ergänzung unseres wachsenden Portfolios an Digitaldrucklösungen«, sagt **Viviane Schaaf**, Product Manager Packaging. »Darüber hinaus nutzt das neue Drucksystem die bewährte Omega Drop-on-Demand-Druck-



technologie von Atlantic Zeiser, die eine durchgehend hochwertige personalisierte Druckausgabe gewährleistet.«

Die Digiline Compact ist flexibel einsetzbar. Das Drucksystem unterstützt verschiedene Karton- und Bogenformate und fügt nahtlos die dazugehörigen Kennzeichnungsgeräte ein. Verarbeitet werden können Kartonformate von 45 bis 430 mm Länge und von 64 bis 368 mm Breite. Für Kodierungsanwendungen kann die gesamte Omega-Drucker-

familie von Atlantic Zeiser, bestehend aus den Modellen Omega 36, 36i (36 mm), Omega 72, 72i (72 mm), Omega 144 (144 mm) und Omega 210 (210 mm), eingesetzt werden. Die effektive Druckbreite des Drucksystems ist vom eingesetzten Omega-Drucker abhängig. Die maximale Druckgeschwindigkeit beträgt 60 m/Min. bei einer Auflösung von 360 dpi.

Das neue Digiline Compact Drucksystem lässt sich mühelos in jede Produktionsumgebung einbinden



und ermöglicht dank des flexiblen Feeders und Staplers schnelle Formatwechsel sowie kurze Rüstzeiten.

Jede Digiline Compact wird mit zwei Hauptkomponenten – einem Drop-on-Demand Drucker für die gewünschte Druckbreite und einem zum Drucker passenden Trocknungssystem – konfiguriert. Eine als Option integrierbare Stand-Alone-Kamera zur Lesbarkeitskontrolle der Druckausgabe vervollständigt das System. Die Kamera gewährleistet, dass jeder Bogen und jede Schachtel die vorgesehene Kodierung erhält. Wird ein unbedrucktes Produkt erkannt, wird das Transportband angehalten. Zudem erlaubt ein kapazitiver Sensor die Doppellagenkontrolle, damit übereinander liegende Produkte detektiert und somit unbedruckte Produkte vermieden werden können.

> www.atlanticzeiser.com

familie von Atlantic Zeiser, bestehend aus den Modellen Omega 36, 36i (36 mm), Omega 72, 72i (72

Konica Minolta DREI VERBESSERTE FARB- MULTIFUNKTIONSSYSTEME

Konica Minolta entwickelt seine Systeme kontinuierlich weiter und brachte jetzt die drei neuen Farb-Multifunktionssysteme bizhub C224e, C284e und C364e auf den Markt. Sie weisen zahlreiche Verbesserungen im Vergleich zu den Vorgängern auf. So wird die bizhub-Serie um eine einfachere Bedienung sowie neue intelligente Funktionen ergänzt. Über ein Multitouch-Panel lassen sich die Systeme ebenso intuitiv bedienen wie ein Smartphone



Intuitive Handhabung wie bei Smartphones und Tablet-PCs: Durch individueller Panel-Konfiguration haben Benutzer einfachen und schnellen Zugriff auf alle benötigten Funktionen.

oder Tablet-PC. Die individuelle Konfiguration des Panels lassen den Anwender aus einer Vielzahl von MFP-Features die meistgenutzten Arbeitsfunktionen auswählen. Aufgrund der Weiterentwicklung der Hardware bei bizhub C224e, C284e und C364e entsteht zudem ein reduzierter Energieverbrauch, der sich auf die Kosten positiv auswirkt. Vor allem der Bedarf im Sleep-Modus wurde signifikant reduziert. Verbesserte Scan-Funktionen erlauben die direkte Umwandlung von gescannten Dokumenten in Word- oder Excel-Dateien.

➤ www.konicaminolta.de

www.euromedia.de NEUE EUROMEDIA- HOMEPAGE

Fujifilm Sericol Deutschland mit Firmensitz in Köln präsentiert die neue euromedia-Homepage. Die Seite ist nun integriert in den Online-Auftritt der Fujifilm Europe GmbH und weiterhin über www.euromedia.de erreichbar. Wie gewohnt finden die Kunden dort zahlreiche Informationen zu Medien, Displays und Tools auf einen Blick: alle Produkteigenschaften, Sicherheitsdatenblätter auch zum direkten Download sowie Tipps und Tricks.



Unter dem Dach der europäischen Fujifilm-Homepage hat sich nun auch die Medienmarke euromedia von Fujifilm Sericol Deutschland aus Köln eingegliedert.

Die neue komfortable Suchfunktion ermöglicht es, Produkte entweder in der Volltextsuche, nach Produktgruppen oder nach Tintentechnologie zu finden. So gelangt man gezielter und schneller zum passenden Produkt. Informations-Broschüren und ICC-Profile sind ganz leicht über den Download-Bereich zu erreichen. Direkt von der Homepage ist es nur ein Klick zum neuen euromedia-Web-Shop. Hier können Kunden rund um die Uhr aus dem breitgefächerten Portfolio auswählen und direkt bestellen.

➤ www.euromedia.de

Speedmaster SM 52 Anicolor BINDEGLIED ZWISCHEN OFFSET- UND DIGITALDRUCK

Bereits seit drei Monaten produziert das US-amerikanische Druckunternehmen Mele Printing mit der neuen Fünffarben-Druckmaschine Speedmaster 52 Anicolor. Diese Maschine stellte Heidelberg auf der Fachmesse Graph Expo im Herbst 2012 in den USA vor. Mele Printing, die größte Werbedruckerei für Offset- und Digitaldruck im Großraum New Orleans, suchte zu dieser Zeit eigentlich eine weitere Digitaldruckmaschine, um das stark ge-



stiegenes Auftragsvolumen zu bewältigen. Seit vier Jahren verzeichnet Mele Printing ein Wachstum von bis zu 12% pro Jahr und will in 2013 einen Umsatz von 12 Millionen US-Dollar (ungefähr 9 Millionen Euro) erreichen.

Derzeit setzt Mele Printing die SM 52 Anicolor in einer Schicht ein, spart durch die kurzen Rüstzeiten durchschnittlich zehn Minuten und benötigt für das In-Farbe-Kommen maximal zehn Bogen. Jetzt ist geplant, die Produktion auf der Anicolor-Maschine auf zwei Schichten auszuweiten.

➤ www.heidelberg.com

Planatol BAHNKANTENSENSORIK FÜR FALZKLEBESYSTEM COMBIJET

Die Planatol System GmbH hat das Falzklebesystem Combijet 9NET, mit dem Printprodukte im Falzapparat der Rotationsdruckmaschine geklebt werden, mit der neuen Zusatzfunktion Bahnkantensensorik ausgestattet. Dabei handelt es sich um eine voll integrierte Laserabtastung, welche die Klebung an der Bahnkante überwacht und im Falle eines Verlaufs oder Risses der Papierbahn die Köpfe einzeln abschaltet. Das System reagiert so



schnell, dass es selbst bei höchster Papierbahngeschwindigkeit (20 m/Sek.) in der Lage ist, die Köpfe umgehend abzuschalten, um so eine Verschmutzung der Walzen durch Klebstoff zu verhindern. Der Sensor wird direkt am Klebekopf adaptiert und kann dann mittels der Combijet 9NET Bedienoberfläche individuell konfiguriert werden. Das System bringt aber auch noch andere Vorteile wie die Reduzierung von Makulatur oder kürzere Rüstzeiten mit sich, die Druckereien helfen, dem steigenden Kostendruck und den immer höheren Qualitätsanforderungen gerecht zu werden. Das System ist in alle bestehenden Combijet 9NET Systeme nachrüstbar.

➤ www.planatol.de

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 aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com



Mehr Volumen und weniger Aufwand

Im Akzidenz-Rollenoffset gibt es derzeit mehrere Trends: Einmal geht es um einen möglichst hohen Seitenausstoß mit High-Volume-Anlagen mit bis zu 96 Seiten im stehenden Format. Zum anderen werden möglichst hohe Qualität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit durch geringen Rüstaufwand bei Auflagen selbst unterhalb von 10.000 Exemplaren erwartet.

Von MARC DECKER

Auch die 16-Seiten-Rotation KBA C16 arbeitet mit stehenden Seiten, also mit auf den Druckplatten in Papierlaufrichtung angeordneten Druckseiten. Weniger verbreitet sind Doppelumfangmaschinen im liegenden Format, also mit Druckseiten quer zur Papierlaufrichtung. Sie haben in puncto Formatflexibilität und Produktivität (auch durch Zeiteinsparung bei der Weiterverarbeitung) ein enormes Potenzial. Darauf basiert das Konzept der KBA C56 SG (SG steht für Short Grain) für 56 Seiten, die seit einiger Zeit zusammen mit einer C48 SG (48 Seiten im liegenden Format) beim KBA-Kunden Em. de Jong in Baarle-Nassau produziert.

Produktivitätszuwachs

Begrenzt wird die Fortdruckleistung durch die maximal mögliche Papierbahngeschwindigkeit. Dabei könnten die bei modernen Anlagen vom Rollenwechsler bis zum Falzapparat üblichen Einzelantriebe noch höhere Geschwindigkeiten realisieren als es die physikalischen Eigenschaften der eingesetzten Papiere in puncto Stabilität, Dehn- und Schrumpfverhalten zulassen.

Die Maschinen im liegenden Format können wegen der geringeren Zylinderumfänge gegenüber Maschinen im stehenden Format bei gleicher Papierbahngeschwindigkeit etwa 30% mehr gedruckte Abschnitte je Stunde produzieren. Vergleicht man zum Beispiel eine 96-Seiten-Maschi-

ne im stehenden Format mit einer 56-Seiten-Maschine im liegenden Format, hat die 96-Seiten-Maschine etwa 40% mehr Seitenkapazität auf dem Zylinder. Aufgrund der höheren Zylinderdrehzahl der KBA C56 SG liegt der stündliche Seitenausstoß der 96-Seiten-Anlage aber nur um knapp 10% höher. Die Formatgröße alleine entscheidet also nicht über die Produktivität einer Akzidenzrotation. Dies wird in der Diskussion zuweilen übersehen.

Dritter Falz entfällt

Ein weiterer Produktionsvorteil liegender Seiten zeigt sich im Falzapparat. Während im stehenden Format die »Produktivitätsschwelle« 3. Falz zwingend notwendig ist, kommt man im liegenden Format bei DIN A4 oder A4-ähnlichen Produkten ohne diesen aus.

Aus physikalischen Gründen ist der 3. Falz herstellerunabhängig ein Fla-

schenhals. Bevor das Produkt in die Falzauslage gelangt, erhält der bedruckte Abschnitt erst einen Längsfalz (Trichterfalz), dann einen Querfalz (1. Querfalz) und schließlich noch einen zweiten Längsfalz, den sogenannten 3. Falz. Jede mechanische Einwirkung auf das Papier bringt aber eine physikalische Belastung mit sich, die insbesondere bei hohen Seitenumfängen die maximal mögliche Fortdruckgeschwindigkeit einschränkt.

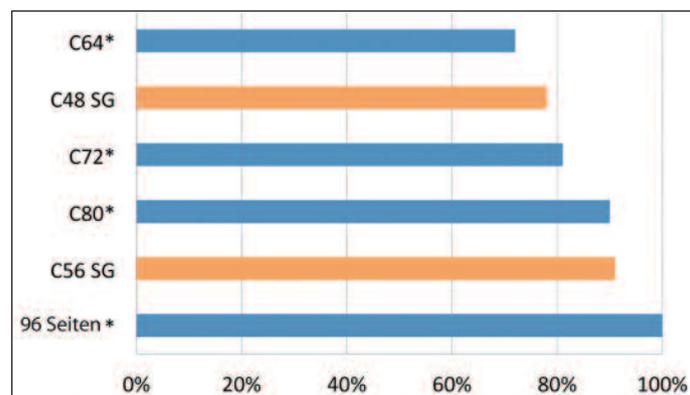
Anders bei liegenden Seiten: Die Papierbahn wird aufgeschnitten und strangweise verarbeitet. So werden nur der 1. Längsfalz und der 1. Querfalz benötigt, um Produkte analog zum stehenden Format zu erzeugen. Diese Papierbahnverarbeitung ist ähnlich der im Illustrationstiefdruck. Dort haben KBA-Rotationen Bahngeschwindigkeiten von 17 m/Sek. und mehr erreicht. Dieses Know-how ist in die Akzidenz-Überbauten und Falzapparate eingeflossen.

Produktvielfalt

Ein Ergebnis ist die Ergonomie und Zugänglichkeit des KBA-Überbaus. Wer einmal Stränge eingezogen oder alte Papierbahnen entfernt hat, weiß großzügige Platzverhältnisse zu schätzen. Unterstützt wird dies durch die fliegend gelagerten Wendestangen. Die Überbaukonfiguration der C48 SG ermöglicht die Produktion mit bis zu sechs Strängen, bei der C56 SG können bis zu acht Stränge über einen Trichter verarbeitet werden. In Kombination mit optionalen Aggregaten wie Skip-Splitter, Strang- und Lagenheftapparat kann hiermit eine enorme Produktvielfalt erzeugt werden. So können beispielsweise bei maximaler Geschwindigkeit geheftete A4-Produkte in gefalzte A3-Umschläge inline verarbeitet werden. Dies macht das Einstecken von Belegern in das Hauptprodukt in einem separaten Arbeitsgang überflüssig.

Produktionsvielfalt ist natürlich nur sinnvoll, wenn auch die Druckqualität stimmt. Hier ermöglicht die von KBA entwickelte Metalldrucktechnologie ein besseres Umfangsregister. Im Gegensatz zu Sleeves kann sich bei Metalldrucktüchern keine »Welle« bilden, da das Metalldrucktuchende in den Gummituchkanal eintauchen kann.

Vollautomatische Plattenwechsler sind bei kleinen und mittleren Auflagen nicht mehr wegzudenken. Bei Auflagen jenseits von 250.000 Exemplaren fallen die dadurch ver-



Produktivitätsvergleich in Seitenausstoß/h. Die Berechnung basiert auf max. Seitenzahl x max. Geschwindigkeit (U/h). *Maschinen im stehenden Format.



Die KBA C56 SG mit einer maximalen Papierbahnbreite von 2.280 mm ist bisher die einzige Rotation für 56 liegende Seiten am Markt.



Überbau mit Skip Slitter auf dem 2. Trichter. Die damit verbundenen einzigartigen Produktionsmöglichkeiten entlasten die Weiterverarbeitung.

kürzten Rüstzeiten weniger ins Gewicht. Dagegen wird das beim manuellen Plattenauflegen mögliche Beschädigen der Platten vermieden. Denn man sollte nicht außer Acht lassen, dass das Plattenformat an der C48 SG 890 x 2.060 mm, an der C56 SG 890 x 2.280 mm beträgt. KBA bietet deshalb Plattentrans-

porthilfen vom Belichter in die Druckeinheiten an. Bei allen neuen KBA-Akzidenzrotationen ist die Hochlaufphase der Maschine automatisiert, um die Makulatur zu minimieren und dem Drucker ein standardisiertes Anfahren und Anhalten der Maschine zu ermöglichen. Mit sieben Minuten für

einen Jobwechsel inklusive Papier- und/oder Bahnweitenwechsel (ohne Veränderung der Strangführung) setzt KBA im 16-Seiten-Akzidenz-Rollenoffset Maßstäbe. Der Easy-PaperChange wird durch die vollständige Systemintegration der Rollenwechsler in den Leitstand und die Steuerung erreicht.

Die C56 SG bei Em. de Jong ist bisher die einzige 56-Seiten-Maschine im liegenden Format bei 2.280 mm Bahnbreite. Rotationen im liegenden Format sind jedoch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten eine attraktive Technologie.

› www.kba.com

MACHEN SIE IHRE OFFSETDRUCKMASCHINE DIGITAL

YELLOW CHANGES EVERYTHING

Bauen Sie einfach Eindrucksysteme aus der **Kodak Prosper SSSerie** direkt in Ihre bestehenden Druckmaschinen und Weiterverarbeitungslinien ein. Erweitern Sie mit ein- oder vierfarbigem Eindrucken personalisierter, individualisierter und zielgerichteter Informationen unter Verwendung von 100 % variabler Daten und Bilder Ihr Lösungsangebot für Ihre Kunden.

Die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos. yellow.kodak.com



96 SEITEN IN WARWICK FARM Mit dem neuen Standort Warwick Farm hat Hannanprint eines der modernsten Druckzentren der Welt. Südwestlich von Sydney produziert seit Anfang 2013 die größte Heatsetrollendruckanlage Australiens. Zwei neue 48-Seiten-Lithoman drucken 96 Seiten in einem Durchgang. Drei weitere Commercial-Anlagen zogen vom Standort Alexandria nach Warwick Farm. Ein Mega-Projekt, das die Projektmanager von Hannanprint und manroland web systems Australasia planmäßig und erfolgreich bewältigten.

Bereits die Rahmendaten verraten die Projektgröße: Umgerechnet 68 Mio. € investierte Hannanprint in den neuen Standort. 280 Menschen arbeiten an dem Standort mit 12,9 ha Fläche. Technologisches Herz des



Projektes ist die Lithoman-Anlage mit zwei 48-Seiten-Rotationen. Die Australier hatten sich 2011 für die Produktion im Illustrationsrollenoffset statt, wie ursprünglich beabsichtigt, für den Tiefdruck entschieden. Gründe waren die Entwicklung der Auflagenhöhen und die mögliche Integration von im Offset produzierten Sektionen. Die beiden Lithoman mit einer Bahnbreite von je 1.460 mm drucken auf insgesamt acht Druckeinheiten in Etagenbauweise. Damit ist die Anlage eine von wenigen Anlagen weltweit, die 96 Seiten in einem Durchgang drucken kann. Für Kapazität und Produktivität sorgen die Geschwindigkeit von 45.000 U/h sowie die autoprime-Ausstattung der Drucksysteme. > www.manroland-web.com

PASSENDER LACK Die Produkte verschiedener Digitaldrucksysteme weisen die unterschiedlichsten Oberflächenbeschaffenheiten auf. Deshalb gilt es, für die Digitaldrucke verschiedener Hersteller den optimalen Lack zu finden. Dieser Aufgabe stellte sich Ernst Nagel in Zusammenarbeit mit Lackherstellern, Kunden und der Hochschule München. Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit: Es wurde sowohl ein Glanz- als auch ein Mattlack für den DigiUVL 380 gefunden, der für die meisten Druck-Erzeugnisse eingesetzt werden kann und gleichzeitig gute Verarbeitungseigenschaften aufweist. > www.ernstnagel.com

DAS BESTE AUS DEM INKJET-PORTFOLIO Weltpremiere feierte beim Inkjet Day in Poing die Océ JetStream 5500 Full Color – sie ist die derzeit schnellste Inkjetdruckmaschine im Canon-Portfolio und produziert Zeitungen, Bücher und Transaktionsdokumente mit einer Geschwindigkeit von bis zu 254 m/Min. Das entspricht 30.000 Bogen im B2-Format oder 8.000 kleinformatigen Zeitungen pro Stunde.

Zu einem weiteren Highlight der Veranstaltung zählte die Océ ColorStream-3000-Serie. Kein anderes Inkjetdrucksystem wurde 2012 häufiger verkauft, meldet Canon. Hohe Produktivität mit einer Druckbreite von 516 mm bietet die Océ JetStream-Dual-Serie, die JetStream-Compact-Serie kombiniert Zuverlässigkeit mit geringem Platzbedarf und die JetStream-Wide-Serie mit ihrer Druckbreite von 762 mm und der Produktivität einer B2-Druckmaschine stehe dem Offsetdruck in nichts nach.

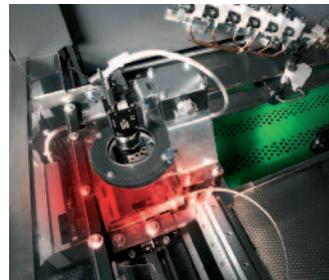
Eine Reihe interessanter Rahmenveranstaltungen, bei denen es um Trends und Technologiefragen zu Arbeitsabläufen und zur Inkjettechnologie geht, rundeten das Programm ab. > www.canon.de

Kama AutoRegister

Lösung für passergenaues Digitaldruck-Finishing

Stanzen, Rillen und Veredeln mit höchster Genauigkeit im Digitaldruck: Das Kama AutoRegister für die ProCut Stanz-/Prägemaschinen macht es möglich. Der Markt hat die Lösung, die der Dresdner Maschinenhersteller erstmals auf der drupa vorgestellt hat, gut angenommen.

Im Unterschied zu herkömmlichen Maschinen, die den Bogen anhand



Das Kama AutoRegister korrigiert Schwankungen im Druckbild und stanzt, rillt und veredelt digital gedruckte Bogen passergenau.

der Bogenkanten positionieren, richtet das AutoRegister jeden Bogen nach dem Druckbild aus. Eine Kamera registriert anhand einer Druckmarke kleine Abweichungen im Bogenstand, Servomotoren korrigieren auf die Sollposition und führen den Bogen auf 0,1 mm genau in die Greiferzange. Stanzen, Rillungen und Veredelungseffekte können nun registergenau appliziert werden.

»Mit dem neuen AutoRegister für die ProCut Stanzen haben wir den Marktnerv getroffen«, so Kama Geschäftsführer Marcus Tralau. »Es ist unsere bisher schnellste Produkteinführung.« Kama hatte das AutoRegister zunächst für die ProCut 53 für das verbreitete Format 530 mm x 400 mm entwickelt. Die Lösung für passergenaues Digitaldruck-Finishing hat in der Praxis schnell überzeugt. »Inzwischen haben wir nachgelegt und bieten das AutoRegister auch für die ProCut 76 im Halbformat an«, so Tralau. »Der Prototyp war schon verkauft, noch bevor er

aus der Montage kam.« Mittlerweile sind zahlreiche ProCut Maschinen mit AutoRegister installiert – in Deutschland, Osteuropa und Asien, sowohl als reine Stanz-/Prägemaschinen als auch als Veredelungsstanzen mit Heißfolien-Prägesystem.

Die Kunden nutzen das System in erster Linie für den digitalen Workflow und holen sich mit den neuen



Muster-gültig: Digital gedruckte Faltschachteln, mit dem AutoRegister passergenau veredelt.

Weiterverarbeitungs-Angeboten zusätzliche Wertschöpfung ins Haus. Denn die hochwertigen Ergebnisse eröffnen neue Geschäftsfelder im digitalen Bogendruck: von herausragend veredelten Akzidenzen bis zu Faltschachtelverpackungen in kleinen bis mittleren Auflagen.

Auch Bogen, die nach dem Druck geschnitten wurden, können mit höchster Genauigkeit weiterverarbeitet werden. Das kann eine erhebliche Kosteneinsparung im Druck bedeuten, wenn die Materialausnutzung mit mehreren Nutzen pro Bogen optimiert wird. Das AutoRegister baut das breite Einsatzspektrum der ProCut Maschinen weiter aus und macht die vielseitigen Veredelungsstanzen fit für den wachsenden digitalen Druckmarkt.

> www.kama.info

Die Lücke geschlossen

Die Druckerei Faservice hat sich als erste Druckerei Italiens für die Inkjet-Bogendruckmaschine Fujifilm Jet Press 720 entschieden, um die Lücke zwischen Digital- und Offsetdruck zu schließen und dabei die Produktion kleiner Auflagen in exquisiten Gestaltungsvariationen und hoher Qualität zu beschleunigen.

Text und Bild: Fujifilm

Fujifilm hat bei Faservice, einem Unternehmen in S. Martino Buon Albergo nahe Verona eine weitere Jet Press 720 installiert. »Wir hätten nicht gedacht, dass der Digitaldruck eine so überragende Qualität bietet, die sogar besser als die einer Offset-Druckmaschine ist«, erklärt Renzo Farinati, Inhaber von Faservice und zeigt sich zufrieden mit den Aufträgen, die mit der Inkjet-Digitaldruckmaschine gefertigt wurden.

1997 als Prepress-Dienstleister gegründet, hat sich Faservice zu einem 20 Mitarbeiter zählenden Unternehmen entwickelt, das sich inzwischen als Druckerei mit einer breiten Palette von Veredelungen wie Lackieren, Laminieren und Prägen sowie Metallic-Effekten etabliert hat.

»Die Abgrenzung zum Wettbewerb ist unser Ziel. Die Druckindustrie ist heute mehr denn je ein wettbewerbsfähiger Sektor, wo Marktnischen gefunden werden müssen. Mit innovativen Technologien ist dies möglich«, sagt Renzo Farinati. Daher interessierte er sich für die Jet Press 720, die im März 2013 installiert wurde. »Es ist die erste Druckmaschine, die wir mit dem Ziel der Kombination aus Druck und Veredelung installiert haben«, erklärt Farinati. »Wir arbeiten in erster Linie mit Druckereien und Verlagen zusammen, bei denen sich in den letzten Jahren die Auflagen reduziert haben. Darüber hinaus spüren wir eine wachsende Nachfrage nach maßgeschneiderten und kurzfristig zu liefernden Aufträgen. Wir haben Faser-



Die Fujifilm Jet Press 720 bei Faservice überzeugt durch Qualität, Vielseitigkeit und Zuverlässigkeit.

re zu einem Komplettanbieter gemacht und sind nun in der Lage, limitierte Auflagen vom Druck bis zur Weiterverarbeitung anzubieten.« Der Digitaldruck ist nach den Worten von Renzo Farinati das wirksamste Instrument für die Herstellung von kleinen Auflagen, doch sei die Qualität der Geräte auf dem Markt für die Anforderungen von Faservice unbefriedigend. »Das B3-Format ist zudem ungeeignet für unsere Dienstleistungen. Die Fujifilm Jet Press 720 erfüllt mit ihren technischen Merkmalen unsere Bedürfnisse in vollem Umfang«, erklärt Farinati.

Qualität und Vielseitigkeit

Die Jet Press 720 ist eine vierfarbige Inkjet-Digitaldruckmaschine im B2-Format, die bis zu 2.700 Bg/h einseitig bedrucken kann. Die dabei zum Einsatz kommende Samba Druckkopftechnologie ermöglicht eine Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi mit

vier variablen Punktgrößen. Durch das Aufbringen eines Primers vor dem eigentlichen Druck können sowohl gestrichene Offsetpapiere als auch ungestrichene Papiersorten eingesetzt werden. Die bedruckten B2-Bogen werden wie Offsetdrucke in vorhandenen Finishing-Systemen auf die gewohnte Weise weiterverarbeitet, um die gewünschten Spezialeffekte zu erzielen.

»Das Druckformat sowie die exzellente Qualität und Vielseitigkeit wa-

ren die wichtigsten Faktoren für unsere Entscheidung. Diese Lösung von Fujifilm schließt qualitativ die Lücke zwischen Offset- und Digitaldruck«, erklärt Renzo Farinati. »Die Jet Press 720 ist gegenüber dem Offsetdruck bei Auflagen bis zu etwa 1.000 Exemplaren wettbewerbsfähig. Die Farbwiedergabe ist hervorragend und die Zuverlässigkeit des Systems erstaunlich.«

Faservice beschloss Ende des Jahres 2012 in die Jet Press 720 zu investieren. Gedruckt werden limitierte Auflagen, personalisierte Umschläge, Beilagen und Akzidenzdrucke, die sich durch eine kurzfristige Produktion und Exklusivität durch ausgefeilte Veredelungstechniken auszeichnen.

»Mit der Jet Press 720 wollen wir unser Leistungsspektrum und unsere Kundenbasis erweitern. Neben Verlagen und Druckereien, denen wir heute Lösungen für Nachdrucke und kleine Auflagen anbieten können, glauben wir, dass wir das Interesse von Unternehmen in einer Vielzahl von Branchen wecken können«, erklärt Farinati.

Dazu wird mit XMF PrintCentre 3.0, dem Web-to-Print-System von Fujifilm, ein neues Online-Druckportal aufgebaut, das neben der Erstellung der Webseiten die Steuerung des gesamten Ablaufs vom Hochladen der PDF-Datei bis zum Druck ermöglicht.

➤ www.fujifilm.eu

binderhaus
BINDERMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

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

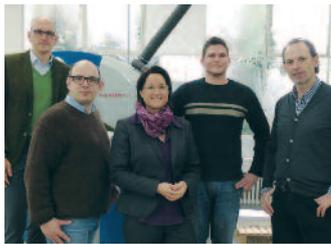
Binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstrasse 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711-35845-45 · Fax 0711-35845-46
e-mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

binderhaus

Stiels-Werbedruck

DIE NISCHE ALS ÜBERLEBENSELIXIER

Im klassischen Nassoffset war es der Stiels-Werbedruck GmbH & Co. KG bisher nicht möglich, die breite Palette an nicht saugenden Materialien wie PVC, PC, PS, ABS oder PET zu bedrucken. Für das Unternehmen wurde die Produktion auf Kunststoffen jedoch immer wichtiger. »Wir haben uns daher für die Technik von KBA-MePrint entschieden. Mit der wasserlos arbeitenden Bogenoffsetdruckmaschine Genius 52UV können wir neuartige Produkte in unser Programm aufnehmen, die unsere Unternehmensentwicklung nachhaltig positiv beeinflussen werden«, sagt Jakob Stiels, Geschäftsführer der Stiels-Werbedruck GmbH & Co. KG. Mit dem wasserlosen Druck, kombiniert mit



Die Genius 52UV bei Stiels Werbedruck GmbH & Co. KG in Nettetal. Ralf Engels, Firma Heinrich Steuber, Stefan Stiels, Geschäftsführer Stiels-Werbedruck, Sandra Ulsamer, Gebietsverkaufsleiterin KBA-MePrint, Sven Tappesser, Drucker Stiels-Werbedruck und Jakob Stiels, Geschäftsführer Stiels-Werbedruck (v. l.).

vielen Veredelungsmöglichkeiten dank integrierter UV-Lackierung, ist das 49 Mitarbeiter starke Unternehmen nunmehr für den Wachstumsmarkt gerüstet. Neben der hohen Qualität der bedruckten Materialien hat auch die kurze Rüstzeit und die geringe Anlaufmakulatur das in Nettetal am Niederrhein angesiedelte Unternehmen überzeugt. > www.stiels.de
> www.kba-meprint.com

Sprintis

VERTRIEBSTEAM UND BACKOFFICE VERSTÄRKT

Einen Zuwachs von gleich sieben neuen Mitarbeitern kann der Würzburger Großhandel für Konfektionsartikel vermelden. Ramona Drescher und Johanna Günzel haben bereits ihre Stellen angetreten und verstärken das Vertriebsteam bei allen eingehenden Anfragen am Telefon. Für die Leitung diverser Projekte im Haus, sowie für die Key-Account-Betreuung wird ab Mai der Diplom-Betriebswirt Michael Eichler das Sprintis-Team unterstützen.



Verstärkung bei Sprintis (v. l.): Adrian Nagy, Alexander Sroka, Ramona Drescher, Johanna Günzel.

Der steigende Umsatz macht es auch notwendig, in der Buchhaltung personell aufzustocken. Mit Martin Göbel fängt Mitte April ein ausgebildeter Bilanzbuchhalter bei Sprintis an.

Auch das Lager wurde auf Grund steigender Umschlagszahlen nochmals personell erweitert. Der neue Lagerleiter, Alexander Sroka, wird zukünftig noch genauer darauf achten, dass Kunden die bestellten Waren in richtiger Ausführung, Menge – und, worauf Sprintis immer viel Wert legt – in der gewohnten Sprintis-Schnelligkeit erhalten. Zur Unterstützung des Versandteams ist Adrian Nagy hinzugestoßen.

Um auch den wachsenden ausländischen Markt langfristig adäquat bedienen zu können, wurde mit Nadine Yavuz eine weitere Fremdsprachenkorrespondentin gewonnen. Frau Yavuz wird darauf aufbauend ab September eine zusätzliche Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau bei Sprintis beginnen.

> www.sprintis.de

La Pieve, Villa Verucchio

»ANGST VOR DER KLEBEBINDUNG VERLOREN«

Vorstufe, Drucken, Falzen, Drahtheftung – fast die gesamte grafische Produktion nahm La Pieve bisher im eigenen Haus vor. Einzig klebegebundene Produkte ließ das Familienunternehmen bis vor wenigen Monaten bei einem Partner fertigen. Drei Hauptgründe waren laut Giuseppe Pedrosi, der den von seinem Vater Silvano 1974 gegründeten Betrieb zusammen mit Bruder Filippo und Schwester Sabina führt, verantwortlich, dass diese letzte In-house-Lücke im vergangenen März mit einem Klebebinde Pantera von Müller Martini geschlossen wurde: »Wir wollten die ganze Wertschöpfungskette im eigenen Haus sowie die Termine und Qualität besser unter Kontrolle haben.«



Sehr dicke und sehr dünne Bücher gehören zu den Spezialitäten von La Pieve Poligrafica Editore Villa Verucchio (im Bild Mitbesitzer Giuseppe Pedrosi).

So ist das Unternehmen, dessen drei Bogenoffset-Druckmaschinen zwischen vier und zehn Farben ebenfalls neuesten Datums sind, heute in der Lage, am Morgen die PDF seiner Kunden entgegenzunehmen und am Abend die fertigen Bücher, Magazine und Broschüren auszuliefern. Deren Auflagen liegen meist zwischen 1.000 und 5.000 Exemplaren und werden für Kunden aus ganz Italien produziert. Spezialität des Hauses sind Kunstbücher sowie dicke (bis zu 5,1 cm) und sehr dünne Bücher mit lediglich einem Millimeter Buchrücken, was gar unter der offiziell angegebenen Maschinenspezifikation des Pantera liegt. Gebunden wird ausschließlich im PUR-Verfahren. > www.mullermartini.com

HEI Open Days

»TAG DER OFFENEN TÜR« BEI HEIDELBERG

Heidelberg lädt zum »Tag der offenen Tür« in das Print Media Center (PMC) ein. Die Anforderungen an Werbedruckereien liegen heute vor allem in der Effizienzsteigerung der Produktion, der Sicherung hoher Qualität, der stärkeren Differenzierung sowie der umweltgerechten Druckproduktion. Auf diese Trends ist das PMC mit umfassenden Vorführungen ausgerichtet. An den Open Days können sich die Kunden einen Überblick über eine vollstufi-



Bei den HEI Open Days können sich Werbedruckereien im Print Media Center umfassend über Lösungen von Heidelberg informieren.

ge und komplett integrierte Druckerei verschaffen. Dies umfasst Lösungen von der Druckvorstufe über den Digitaldruck, Formate des Offsetdrucks – von A3, über das Halbformat bis hin zu den langen Wendemaschinen im Format 70 cm x 100 cm – sowie Weiterverarbeitungssystemen zum Schneiden, Falzen, Sammelheften und Klebebinden. Weiterhin werden abgestimmte Verbrauchsmaterialien von Heidelberg Saphira und die entsprechenden Service- und Dienstleistungsangebote gezeigt und erläutert. Im PMC erwarten die Besucher an allen Maschinen Fachleute von Heidelberg, die mit praktischen Demonstrationen alles Wissenswertes rund um die Druckproduktion vermitteln.

Die nächsten Open Days finden am 20. Juni und 19. September statt.

> www.heidelberg.com

DER SCHLAUMACHER

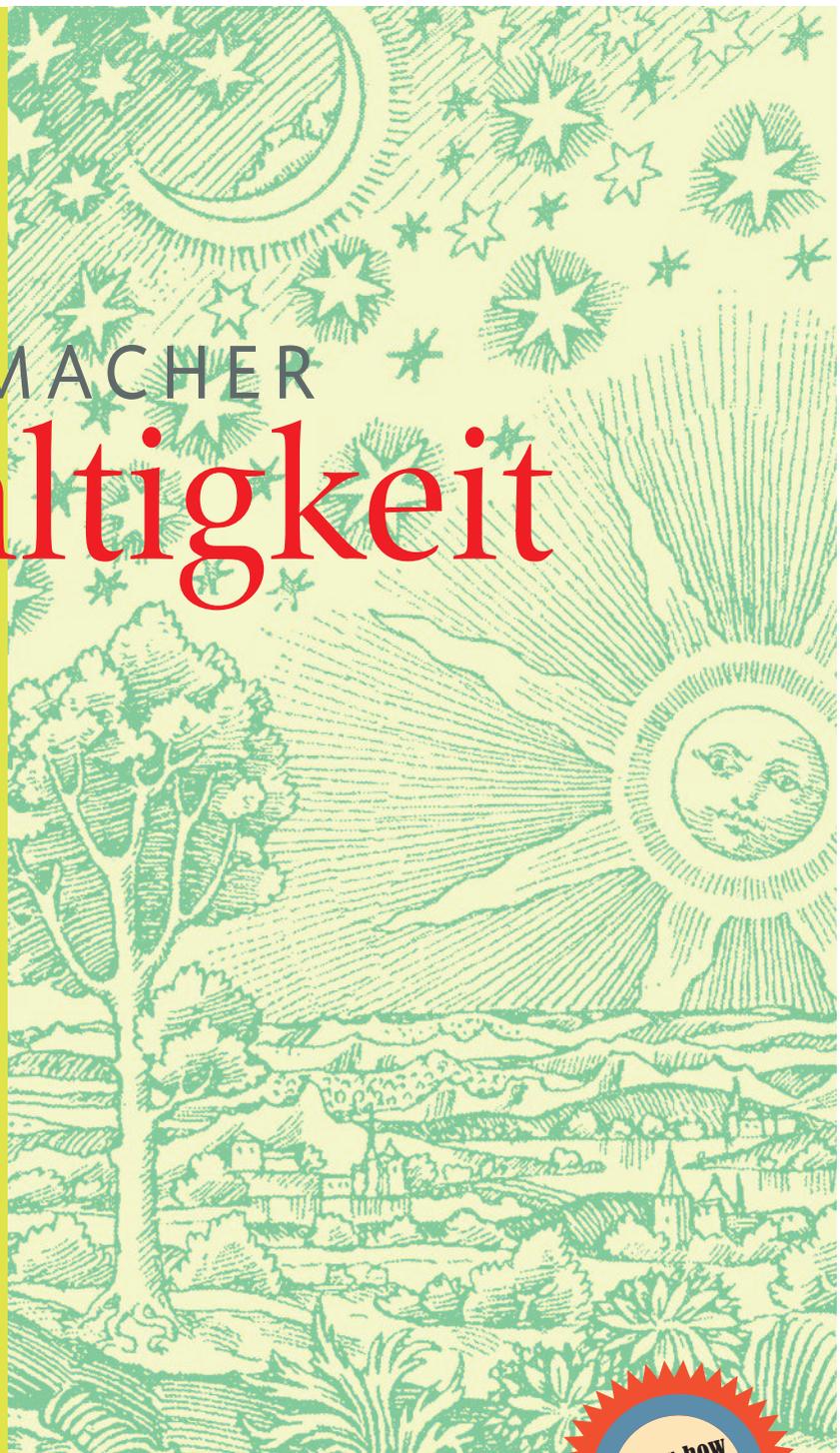
Nachhaltigkeit

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.
15,00 € / 18.00 CHF.



Know-how
aktuell!

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

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

Ferag-Installation in Rio EASYSERT ÜBERZEUGT TECHNISCH & WIRTSCHAFTLICH

Infoglobo Comunicação e Participações S.A. (Infoglobo) investiert in die automatisierte Einsteckproduktion. Die Ferag AG wurde mit der Lieferung und Installation von zwei EasySert-Einstecklinien mit FlyStream-Vorsammeltechnologie beauftragt. Auf den zwei Produktionslinien werden ab Herbst 2013 im Produktionszentrum bei Rio de Janeiro verschiedene Magazine und Zeitungsvorprodukte aus dem eigenen Verlag mit Beilagen ergänzt.



Infoglobo begründet die Wahl der EasySert-Technologie mit Bestresultaten in produktionstechnischer und betriebswirtschaftlicher Hinsicht.

Bislang geschieht der Einsteckprozess manuell durch dezentrale Verteilorganisationen. Dank der EasySert-Einstecktechnik wird Infoglobo künftig zu deutlich geringeren Kosten produzieren und das einträgliche Geschäft mit Werbebeilagen ausbauen. Die vorerst mit jeweils sechs Anlegern JetFeeder ausgerüsteten FlyStream-Zusammentragstrecken sind für den Ausbau auf je acht Anlegestationen vorbereitet. Die Wahl der Ferag-Lösung begründet der Kunde mit Bestresultaten in produktionstechnischer und betriebswirtschaftlicher Hinsicht. Neben den hohen Nettoleistungen und der Einsteckqualität bei Geschwindigkeiten von bis zu 25.000 Ex/h waren die Ergonomie der Anleger JetFeeder sowie die Möglichkeit, die Mantelprodukte mittels Vorfalz, Vakuum oder Luft zu öffnen für den Entscheid zugunsten der

› www.ferag.com

swissQprint PERFEKTION VON FLACHBETT BIS ROLLENDRUCK

Der Hersteller von High-End Inkjet-Systemen, swissQprint AG, stellt an der Fespa 2013 aus. Das Schweizer Unternehmen präsentiert erstmals zwei Maschinenmodelle gleichzeitig. Anhand der unterschiedlich konfigurierten Systeme demonstriert es die vielfältigen Möglichkeiten seiner modular aufgebauten Präzisionsdrucker. Im Rampenlicht stehen unter anderem die neue Tandem-Funktion für non-stop Druck und eine verstärkte Rollenoption



für bis zu 3,2 m breiten Druck flexibler Medien.

Alle swissQprint Inkjet-Systeme sind in ihrer Basis Flachbett-Drucker. Wie facettenreich sich dieses Fundament ausbauen lässt, veranschaulicht swissQprint an der Fespa 2013. Und zwar anhand zweier Maschinen – die eine auf Vielseitigkeit getrimmt, die andere für Rollen-druck eingerichtet.

Impala verkörpert Vielseitigkeit. Die neue Tandem-Funktion lässt Wartezeiten entfallen, da wechselweise im vorderen und hinteren Tischbereich gedruckt wird. Neu ist auch die individuelle Konfiguration der neun Farbkanäle. Weitere Trümpfe spielt Nyala aus. swissQprint hat die Rollenoption der 3,2 m breiten Maschine weiter verstärkt. Die robuste Konstruktion ist ein entscheidender Faktor für zuverlässigen Rollen-druck in dieser Breite. Das andere Geheimnis liegt in der Steuerung: Nyalas Druckköpfe werden an der Messe vierfach mit CMYK bestückt sein, was hohe Druckgeschwindigkeiten erlaubt. Außerdem wird die Maschine mit der Plattenoption ausgerüstet sein. Sie ermöglicht den Überformatdruck (bis 3,2 x 4 m) im Flachbett-Modus.

› www.swissqprint.com

›Papyrus inn‹ in Kelkheim NEUE ZUKUNFTSCHANCEN ERÖFFNEN

Um auf neue Ideen zu kommen, braucht es einen besonderen Rahmen. Eindrucksvoll zeigte dies das zweite ›Papyrus inn‹ Event von Papyrus Deutschland. Im inspirierenden Industrieflair der Kelkheimer Hochregal-Lagerhallen trafen sich am 25. April 2013 erneut rund 200 Teilnehmer aus Werbung, Kommunikation, Industrie und Druckbranche zum gemeinsamen Netzwerken. In entspannter Atmosphäre informierten Fachvorträge und eine

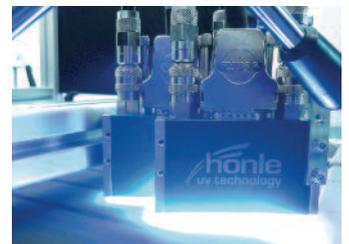


Podiumsdiskussion über Chancen und Risiken des Digitaldrucks. ›Mensch, Papier, Dialog‹ – dieses Motto wurde anschließend bei angeregten Gesprächen bis in die späten Abendstunden umgesetzt. Nach der ersten Papyrus inn, die eine Woche zuvor in Ettlingen stattfand, war auch die zweite Veranstaltung für Stefan Peter, Geschäftsführer Papyrus Deutschland, ein voller Erfolg. »Der Wunsch, sich branchenübergreifend zu informieren und auszutauschen, ist sehr hoch«, sagte Peter nach der Veranstaltung. »Unsere Papyrus inn Events bieten eine echte Chance, neue Kontakte zu knüpfen und die Zukunft gemeinsam zu gestalten.« Nach den ersten beiden Events im April bieten weitere Papyrus inn Abende im Spätjahr Fachinformation und Netzwerken in angenehmer Atmosphäre.

› www.papyrus.com

Klassisches UV oder LED HÖNLE BIETET EFFIZIENTE TROCKNUNGSLÖSUNGEN

Von 25. bis 29. Juni präsentiert der UV-Spezialist Dr. Hönle AG auf der Fespa digital seine neuesten Produkte für den Inkjetdruck. Die Bandbreite reicht von hocheffizienten UV-Strahlern bis hin zu zukunftsweisender LED-Technologie. Die UV-Systeme der jetCure-Serie für den großformatigen Inkjet-Druck ermöglichen eine hervorragende Aushärtung selbst bei hohen Geschwindigkeiten und führen so zu einer verbesserten Druckqualität.



jetCure-Geräte sind mit Kaltlichtreflektoren für temperaturempfindliche Materialien ausgestattet und mit auf die Druckfarbe angepassten Strahlerspektren erhältlich. Die Länge des jetCure kann individuell auf den jeweiligen Druckprozess angepasst werden.

Die LED-Produkte von Hönle sind optimal für Pinning und Endtrocknung geeignet. Ihre geringen Abmessungen und das geringe Gewicht erlaubt eine Integration selbst in engste Zwischenräume. Die Produkte der LED Powerline-Familie ermöglichen hochintensive UV-Bestrahlung. Sie sind in verschiedenen Bestrahlungsbreiten und Wellenlängen erhältlich und lassen sich so optimal auf die jeweilige Anwendung abstimmen.

Hönle fertigt auch die passende LED-Steuereinheit. Der LED Controller ist ein kompaktes und effizientes Versorgungs- und Steuerungsmodul. Je nach Anwendung lassen sich mehrere Module miteinander kombinieren, um große LED-Einheiten zu versorgen.

› www.hoenle.de

Erfolg für alle Beteiligten ANTALIS MIT SEINER D2B-ROADSHOW

Sechs Veranstaltungen, rund 800 Teilnehmer, eine top Weiterempfehlungsquote – und das alles in nur 30 Tagen: Mit ihrer d2b-Roadshow demonstrierte Antalis, dass Papier mit der zunehmenden Digitalisie-



rung bei Agenturen, Druckdienstleistern, Produktionern und Marketeers eine wichtige Rolle spielt. »Die Ergebnisse der Roadshow haben unsere Erwartungen bei Weitem übertroffen«, sagt Dr. Stefan Grasmugg, Marketing Director Middle Europe bei Antalis. »Mit der Roadshow haben wir gezeigt, dass unsere Ausrichtung im Digitaldruck als Mittler, der die Zielgruppen mit auf sie zugeschnittenen Informationen und Anwendungsbeispielen unterstützt, die Richtige ist.« Auf der d2b-Roadshow präsentierte Antalis zusammen mit ihren Netzwerkpartnern Entwicklungen rund um den Digitaldruck. Durch die Ansprache mehrerer Zielgruppen bestand gleichzeitig der Netzwerkgedanke im Vordergrund. Eine Kombination die ankam: 94% der Teilnehmer gaben an, die Veranstaltung weiterzuempfehlen. Neben der Möglichkeit zum gegenseitigen Austausch lobten die Teilnehmer auch die Informationsvielfalt. > www.d2b-roadshow.de

Planatol PUR-PRODUKTFAMILIE ERWEITERT

Die Planatol Adhesive GmbH hat eine eigene PUR-Produktfamilie entwickelt, die speziell auf die Anforderungen der grafischen Industrie abgestellt ist. Neben dem Standardprodukt Planatol 2880 PUR, einem Rückenleim, der auch auf schwierigen Papieren eine ausgezeichnete Haftung erreiche, hat das Unternehmen nach eigenen Angaben mit dem Planatol 1142 PUR eine echte Innovation auf den Markt gebracht. Dieser Klebstoff



habe ausgezeichnete Festigkeiten, sei aber gleichzeitig so weich eingestellt, dass ein hervorragendes Aufschlagsverhalten (Lay Flat) gegeben sei. Er sei der erste PUR, der sich für den Einsatz in Fotobüchern, Bildbänden oder anderen hochwertigen Büchern eigne, bei denen ein flaches Erscheinungsbild von Bedeutung ist. Dem Verlangen nach Energieeinsparungen und der Reduzierung von Emissionen im Betrieb trägt der Planatol 1265 PUR Rechnung. Dieser Polyurethanklebstoff soll bei Arbeitstemperaturen von unter 100°C uneingeschränkt verwendet werden können. > www.planatol.de

Synergie HEUBACH UND HUBERGROUP KOMBINIEREN IHR WISSEN

Durch eine strategische Kooperation unterstreichen der Druckfarbenexperte hubergroup und der Pigmentspezialist Heubach ihre Ziele im Bereich der wasserbasierten Farben. Heubach, seit mehr als 200 Jahren in der Pigmentproduktion tätig, wird zukünftig die Fertigung der mit der hubergroup entwickelten wasserbasierten Pigmentpräparationen übernehmen, die Farbstärke, Glanz und gute Schockstabilität bieten sollen.

Die hubergroup kombiniert diese Basiskonzentrate mit weiteren speziellen abgestimmten Komponenten zu einem neuen wasserbasierten Flexo-Druckfarbensystem, das die modernen Anforderungen der Verpackungsindustrie für ein breites Anwendungsspektrum abdecken soll. Als Resultat ist das Hydro-X GA/MGA Produktprogramm entstanden, ein Anwender-Baukastensystem für die Herstellung von Verpackungsdruckfarben mit hohem Anspruch an Qualität und Ökonomie. Die hubergroup stellt ab sofort das neue Hxdro-X System in den Versionen GA für eine GMP-konforme Produktion, oder als Top Variante MGA für höchste Sicherheit in Sachen Migration bei Verpackungen für den indirekten Lebensmittelkontakt mit allen Vorteilen für den Markt zur Verfügung. Es bietet damit die ideale Grundlage für vielseitige Druckfarbenformulierungen aus wenigen Systemkomponenten.

> www.hubergroup.com
> www.heubachcolor.de

Felix Schoeller KONFEKTIONIERUNG IN WEISSENBORN ERWEITERT

Felix Schoeller investiert in eine neue Rollenschneidmaschine und stellt damit dem Markt für digitale Printmedien zusätzliche Konfektionierungsoptionen zur Verfügung. Nach Angaben von Felix Schoeller steigt die Nachfrage nach Bilderdruckdienstleistungen. Gleichzeitig nehme die Zahl gedruckter Bilder zu, was die Vielfalt und die Menge der zum Einsatz kommenden Papiere erhöht. Felix Schoeller befasst sich seit Jahren mit der Entwick-



lung, Produktion und Vermarktung von Papieren für den Digitaldruck. Das Werk Weißenborn bietet von der Rohpapiererzeugung über die Veredlung bis hin zu Konfektionierung alles unter einem Dach. Auf dem neuen Aggregat werden matte und glänzende Fotopapiere, Fine Art-Spezialitäten wie Barytpapiere oder Spezialpapiere mit Metallic- oder geprägten Oberflächen wie Creativ Canvas konfektioniert. Papiere nahezu aller Flächengewichte können verarbeitet werden. Die Breite der fertigen Röllchen liegt zwischen 3,5 und 12 Zoll, die Länge beträgt 30 bis 100 Meter. Das Investitionsvolumen betrug 1,3 Mio. €.

> www.felix-schoeller.com

KURZ & BÜNDIG

Konica Minolta launcht mit dem bizhub 4700P einen neuen Drucker, der mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 47 Seiten pro Minute eine für seine Klasse hohe Performance erreicht. • Der Verpackungshändler **Ratioform** hat eine Erklärung zu umweltbewussten Handeln verabschiedet und bekennt sich zu einer nachhaltigen Unternehmensausrichtung. Im Produktsortiment finden sich schon jetzt viele umweltfreundliche Verpackungen und ihr Anteil soll weiter steigen. • Weil sich das Produktionsvolumen innerhalb von fünf Jahren verdreifachte, ersetzte **Grafotisak** in Grude (Bosnien-Herzegowina) seine Diamant 30 vor einigen Monaten durch eine Buchlinie Diamant MC 60 von **Müller Martini** und nahm kurz danach auch eine Fadenheftmaschine Ventura MC in Betrieb. • Mit den imageRunner Advance 400i und 500i A4-Systemen hat **Canon** zwei neue Schwarz-Weiß-Multifunktionssysteme vorgestellt.

Neue Lösungen für Beilagen

Als weltweit erstes Zeitungshaus hat die Kieler Zeitung eines ihrer drei Zeitungseinsteck-Systeme NewsLiner A mit einem Vorsammler CoLiner von Müller Martini gekoppelt. Damit werden die Beilagenspitzen insbesondere bei der Produktion der zahlreichen Anzeigenblätter aufgefangen.

Text und Bilder: Müller Martini

Mit der Kombi-Lösung NewsLiner A (fünf Stationen)/CoLiner (zehn Stationen) betrat das Pressehaus in der norddeutschen Stadt zum zweiten Mal innerhalb von vier Jahren gemeinsam mit Müller Martini technologisches Neuland. Damals hatte die Kieler Zeitung GmbH & Co. Offsetdruck KG (KZO) als weltweit erstes Zeitungshaus das Kombi-Einstecksystem ProLiner mit CoLiner in Betrieb genommen.

»Die drei NewsLiner haben erst die Hälfte ihrer Lebensdauer erreicht«, betont Sven Fricke, Geschäftsführer der KZO. »Da war es im Sinne überschaubarer Investitionskosten konsequent, eine der Einstecklinien aufzurüsten.« Laut Fricke läßt der modulare Baukasten der Müller Martini-Systeme zu solchen Investitionen geradezu ein. »Kommt hinzu, dass der CoLiner bei den Platzverhältnissen in unserem Versandraum optimal zum NewsLiner passt.«

Außerdem spielten bei der Entscheidung für die Kombi-Lösung die guten Erfahrungen mit dem 2008 installierten ProLiner mit CoLiner eine erhebliche Rolle, sagt Sven Fricke: »Wir haben die Anlage in diesen vier Jahren als kosteneffiziente Lösung kennengelernt, um den gestiegenen Anforderungen im Einsteckbereich zu begegnen.« Auch zusammen mit dem NewsLiner verursacht der Vorsammler nach den Worten von Stefan Will, Leiter Prozessorganisation Weiterverarbeitung, »keine mechanischen Probleme.«

Dass sich die Kieler nicht für ein komplett neues Einstecksystem, sondern für die Erweiterung einer bestehenden Anlage entschieden hat, erweist sich im Nachhinein als goldrichtig. In den letzten Monaten sind nämlich die Werbebeilagen leicht zurückgegangen, nachdem sie zuvor während mehrere Jahre gestiegen waren.

664 Millionen Einsteckprozesse

Dennoch sind die Zahlen des Kieler Zeitungshauses immer noch beachtlich. Die Zahl der Werbebeilagen wird diesem Jahr voraussichtlich bei 486 Millionen Exemplaren liegen. Zusammen mit der zunehmenden Zahl redaktioneller Vorprodukte werden es gar 664 Millionen Einsteck-Prozesse sein. »Durch neue Werbestrategien mit neuen Produkten fangen wir den leichten Rückgang bei den klassischen Werbebeilagen auf«, betont Sven Fricke.

Eingesteckt werden Commercials und Vorprodukte in Kiel zum einen in die »Kieler Nachrichten« mit den vier Regionalausgaben für Kiel, Plön, Eckernförde und Neumünster (Totalauflage von Montag bis Freitag 100.000, am Samstag 120.000 Exemplare), zum zweiten in vier für Kunden gedruckte Tageszeitungen mit einer Totalauflage von 270.000

Exemplaren (darunter die in einer Auflage von 140.000 Exemplaren erscheinende »Hamburger Morgenpost«), zum dritten – KZO produziert nahezu alle Anzeigenblätter in der Metropol-Region Hamburg – in 35 Anzeigenblätter mit rund einer Million Auflage, von denen bis auf zwei Titel alles Fremdaufträge sind.

Die Zahl der Beilagen schwankt zwischen Null und 25 pro Zeitung bei einem Gewichtslimit von einem Kilo pro konfektioniertem Produkt. »Die beiden CoLiner fangen die Beilagenspitzen am Dienstag und Freitag, wenn wir die Anzeigenblätter produzieren, bei reduziertem Personalaufwand bestens ab«, sagt Stefan Will. Damit sie auch bei hoher Geschwindigkeit konsistent in die Zeitungen eingeschossen werden, werden die Beilagen am CoLiner elektrostatisch verblockt.

» www.mullermartini.com



Die Kombi-Lösung NewsLiner/CoLiner in Kiel ist die weltweit erste dieser Art. Stefan Will (rechts), Leiter Prozessorganisation Weiterverarbeitung bei der Kieler Zeitung GmbH & Co. Offsetdruck KG: »Weil der CoLiner keine Ketten mehr hat, brauchen wir weniger Verschleißteile und haben geringere Instandhaltungs- und Lebenszykluskosten.« Links Roland Prieske, Niederlassungsleiter Müller Martini Deutschland.

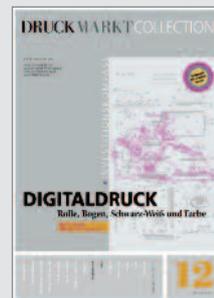


DER **Evaluator**



Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um irgendwann auf die Informationen zu stossen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir doch schon längst für Sie erledigt!

Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Publishing und Print. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und bieten als »Investitionskompass« Marktübersichten und Adressverzeichnisse für Deutschland, Österreich und die Schweiz.



Investitionskompass
Digitaldruck
Rolle, Bogen, Farbe und Schwarz-Weiss: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.
Dezember 2012.
44 Seiten, A4.
15,00 € / 18.00 CHF

Zu bestellen im Internet:
www.druckmarkt.ch

Jede einzelne Ausgabe der «Druckmarkt COLLECTION» hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt «Druckmarkt» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.ch

Schnapszahl 4.444STEN POLAR SCHNELL- SCHNEIDER INSTALLIERT

Seit kurzem produziert bei Bugl Druck im niederbayrischen Essenbach der 4.444ste Schnellschneider der Vertriebsregion Süd von Heidelberg Deutschland.

Mit der Formatumstellung seiner Druckmaschine von 50 cm x 70 cm auf das 3b Format (72 cm x 102 cm), investierte Bugl Druck vor Kurzem auch in ein neues Schneidsystem L-R-115-T. Aufgrund seiner bisherigen positiven Erfahrungen mit Polar Maschinen, entschied sich



Geschäftsführer Stephan Bugl wieder für eine Schneidmaschine von Polar. Zudem überzeugte ihn die robuste Bauweise und Netzwerkfähigkeit des Schnellschneiders N 115 Pro.

Der Schnellschneider Polar N 115 Pro ist das programmierbare Spitzenmodell mit 22" Touch-Screen für anspruchsvolle Schneidarbeiten. Die hohe Produktivität der Maschine wird durch die praxisgerechte Bedienung, die auftragspezifisch programmierbaren Parameter sowie die Nutzen- und Verzugskorrektur erreicht. Mit dem Polar spezifischen direkten Positioniersystem wird maximale Genauigkeit sichergestellt. Die hydraulische Kupplung und der Messerwechsel OptiKnife reduzieren den Wartungsaufwand auf ein Minimum. Das alles ist die Basis für größte Investitionssicherheit.

➤ www.bugl-druck.de

➤ www.polar-mohr.com

Leykam Let's Print INVESTITION IN 64-SEITEN LITHOMAN

Leykam Let's Print, Graz, ordert eine 64-Seiten Lithoman für den Standort Breclav in Tschechien. Der österreichische Konzern zählt bereits heute zu den Top-Illustrationsdruckern in Europa. Mit der Investition stärkt die Leykam Gruppe ihre Stellung im osteuropäischen Druckmarkt weiter.

Mit aktuell vier Rotationsmaschinen produziert die Mannschaft in Breclav Magazine, Kataloge und Werbebeilagen in mittleren bis



hohen Auflagen. 50% davon gehen in den Export. Die neue 64-Seiten Lithoman wird eine der produktivsten Commercial-Druckanlagen in Osteuropa sein. Sie ersetzt eine in die Jahre gekommene 16-Seiten Rotation. Die geforderte Flexibilität verspricht die 64-Seiten Lithoman mit einer Geschwindigkeit von 50.000 U/h, die Ende 2013 in Produktion gehen soll.

Die Maschine verfügt über eine Vielzahl von autoprnt-Features. So startet Auto-JobChange automatisch den Auftragswechsel, sobald die Soll-Auflage erreicht ist. Das Plattenumrüsten übernimmt vollautomatisch APL (Automatic Plate-Loading). Inline Control-Systeme für Schnittregister, Farbdichte und Farbregister sichern die Qualität, für die Moraviapress seit jeher bekannt ist.

➤ www.manroland-web.com

Nobeldruckerei Artegrafica NEUE KBA RAPIDA 162A IN DER OPERNSTADT VERONA

»Wir drucken das Unmögliche« heißt der Slogan, den die zur Graphicom-Gruppe gehörende Nobeldruckerei Artegrafica Srl in Verona schon lange in der Praxis umsetzt.

Wenn Antonio Faccin, Präsident von Artegrafica, Bilanz zieht für das Geschäftsjahr 2012, wirkt er erstaunlich relaxed. Von Eurokrise oder stagnierenden Geschäftszahlen keine Spur. Die auf Qualität in Perfektion basierende Firmenstrategie stimmt, neue Märkte hat er im Vi-



Die Drucker von Artegrafica haben das strikte Qualitätsdenken des Unternehmens verinnerlicht und erzielen gute Ergebnisse.

sier und die nagelneue KBA Rapida 162a im Drucksaal zeigt, dass er trotz der angespannten Wirtschaftslage seinen Maschinenpark immer wieder modernisieren kann. Dass sich Artegrafica kurz vor der Markteinführung der neuen KBA Rapida 164 nochmals für das Vorgängermodell Rapida 162a entschied, hat strategische Gründe. Antonio Faccin: »Die Maschine ersetzt ein baugleiches Modell aus dem Jahr 2002, das an eine Druckerei in China verkauft wurde. Die neue Fünffarben-Rapida besitzt alle Updates, die von KBA seit dieser Zeit auf den Markt gebracht wurden. Sie unterstützt aber auch die Anforderungen an »Green Printing«, die wir erfüllen müssen. Wir sind Qualitätsfanatiker und gehen in diesem Bereich keinerlei Kompromisse ein. Mit QualiTronic Professional und DensiTronic Professional konnten wir weitere große Fortschritte erzielen. Die fünfte KBA Rapida 162a zeigt unsere Wertschätzung für dieses bewährte Modell.«

➤ www.kba.com

Gmund Papiere BOTSCHAFTEN MIT FRISCHEKICK

Mit den drei Kollektionen der Büttenpapierfabrik Gmund mit den klingenden Namen Valentinoise, Bee! und Vibe, erhalten Einladungen, Verpackungen, Broschüren und viele weitere Druckprodukte einen frühlingsfrischen Look.

Mit ihren zehn leuchtenden Farben erinnert die Kollektion Valentinoise an den Frühling in der Provence. Passend dazu das echte Leinengefühl, das die Oberflächenprägung vermittelt. Die dezente, unaufdringliche Leinenstruktur der farbigen Transparentpapiere lässt Möglichkeiten für alle Anwendungen offen. Die moderne Szene-Kollektion Vibe liegt mit einer Farbpalette von acht femininen, leicht schimmernden Tönen voll im Trend. Die acht Pastelltöne sind in drei unterschiedlichen Prägungen erhältlich. Ihr zarter silber-weißer Glanz verleiht den Papieren einen besonderen Charme. Vibe ist eine ausgefallene Kollektion, die sich dennoch jeder Stilrichtung anpasst.

Ein Blick in die Natur offenbart oft ganz einfache Strukturen, deren Schönheit und Perfektion unübertrefflich sind. Die Feinstpapier-Kollektion Bee! orientiert sich an der faszinierenden Form von Bienenzellen. In ihrer Haptik wirkt diese Papieroberfläche schlicht und edel zugleich – und damit offen für vielfältige Anwendungsgebiete. Frisch und fröhlich wie eine Blumenwiese ist auch das Farbspektrum von Bee! Neben den klassischen Tönen Hochweiß, Creme, Chamois, Beige, Hellgrau und Dunkelgrau verlocken Farben wie Rosa, Aubergine, ein leuchtendes Rot, Dunkelgrün, Olivegrün oder Blau zum kreativen Spiel, wobei die klassischen Biene-Maja-Farben Schwarz und Gelb natürlich nicht fehlen dürfen.

➤ www.gmund.ch

Die Liebe zum Bier

DER BEERTONE IST NICHT NUR EIN PARTY GAG

Bierfreunde aufgepasst: Mit dem Beertone-Fächer lässt sich das Lieblingsbier nun regelrecht studieren. Wer sich also nicht allein am Geschmack des kühlen Durstlöschers erfreuen möchte, kann ab sofort Informationen wie dessen Farbwerte, aber auch Alkoholgehalt oder empfohlene Trinktemperatur im Bier-Guide finden. Für gesellige Grillabende und angeregte Gespräche gibt es ab sofort ein perfektes Gadget: Der Beertone-Fächer zeigt nach dem



Vorbild eines Farbfächers Bierfarben in allen Varianten. Von pastellgelb bis dunkelbraun sind in diesem Bier-Guide 202 Schweizer Biere aus 48 Brauereien gemäß ihrer Farbe eingeordnet und eingängig beschrieben. Ein Party Gag, der nicht nur Bierfans, sondern auch Designern Gesprächsstoff liefert. Denn wer seine Schlafzimmerwände schon immer in der exakten Farbe seines liebsten Biers streichen wollte, kann sich die genauen Farbwerte nun aus dem Beertone-Fächer holen.

Mit dem Beertone-Fächer haben sich zwei Ostschweizer Designer den Traum erfüllt, ihr Hobby mit der Menschheit zu teilen. Alexander Michelbach und Daniel Eugster kontaktierten Schweizer Brauereien und erhielten 202 Biere zu Untersuchungszwecken zugestellt – und schufen damit das Bierfarben-Spektrum. Der Beertone-Fächer soll zu Diskussionen über neue Biere, dazu passende Speisen, die perfekte Trinktemperatur, die Brauereien dahinter und alles, was zum ›Hobby des Biertrinkens‹ gehört, anregen. Das perfekte Geschenk für Bierfreunde und Menschen, die mit Farben arbeiten. > www.beertone.me

ColorGate

RIP-SOFTWARE IN DER VERSION 7.20 ERHÄLTLICH

Die ColorGate RIP-Software in Version 7.20 bietet zahlreiche Neuigkeiten. So profitieren Productionserver 7 Anwender jetzt vom neuen optionalen TVI Calibration Module, welches mit Hilfe des Prozesskalibrierungsassistenten eine einfach zu bedienende Tonwertkorrektur, analog zum Offsetdruck, ermöglicht. Ebenso wurde die Simulation von Sonderfarbstufen verbessert und eine neue Vorschau für Schneidpfade integriert. Darüber hinaus hat ColorGate die Medienkontrollkeilauswertung in Proofgate 7 und Proofgate Module an die Vorgaben des ProzessStandard Digitaldruck (PSD) angepasst. Des Weiteren bietet die Version 7.20 Unterstützung für eine Vielzahl von neuen Druckern und Erweiterungen wie der Adobe PDF Print Engine (APPE), und dem G7 Calibration Module. > www.colorgate.com



VERSCHLUSS: 750ER ROSÉGOLD
STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT,
SPESSARTIN, TANSANIT, TURMALIN

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

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
10.15 UHR – 13.00 UHR
14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
10.15 UHR – 16.00 UHR

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
29. 05. 2013	Swiss Publishing Days: Print-to-Web-Konferenz	Winterthur	 www.swiss-publishing-days.ch
30. 05. - 02. 06. 2013	Mainzer Minipressen-Messe, Buchmesse Kleinverlage & Handpressen	Mainz	 www.minipresse.de
18. 06. - 19. 06. 2013	Fogra Symposium, Digitaldruck trifft Offset	München	 www.fogra.org
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
20. 09. - 22. 09. 2013	Týpo St.Gallen	St.Gallen	 www.typo-stgallen.ch
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
23. 10. - 24. 10. 2013	Fogra Symposium, Verpackungsdruck	München	 www.fogra.org
07. 11. - 09. 11. 2013	Viscom, neue Perspektiven erleben	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
2014			
06. 02. - 07. 02. 2014	Fogra Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
24. 03. - 29. 03. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org
08. 04. - 10. 04. 2014	InPrint, Industrial Print Show	Hannover	 www.inprintlive.com
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



 www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK  **MARKT**
 macht Entscheider entscheidungssicher

Fogra-Symposium**›DIGITALDRUCK TRIFFT OFFSET‹**

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet in München am 18./19. Juni 2013 bereits ihr viertes Symposium, das den hart umkämpften Markt des Kleinauflagendrucks beleuchtet. Ausgewiesene Praktiker, international anerkannte Experten aus der Forschung und Hersteller aus allen Bereichen werden in 22 Fachvorträgen über die neusten Erkenntnisse und Entwicklungen aus dem Umkreis des Digital- und Offsetdrucks berichten



und wichtige Trends vorstellen. Das Hauptaugenmerk der Veranstaltung liegt auf dem kleinformatigen Auflagedruck. Hierzu zählen insbesondere der tonerbasierte Digitaldruck und der Inkjetdruck. Die einzelnen Themen des Symposiums umfassen die für Produktionsdrucker wichtigen Schlüsselparameter wie Druckkosten, Produktivität und Bedruckstoffesatz auf der einen sowie Druckqualität und Umweltverträglichkeit auf der anderen Seite. Dabei wird auch dem ›ProzessStandard Digitaldruck‹ (PSD) ausreichend Raum gewährt. Dieser definiert erstmalig herstellerunabhängige Richtlinien für die industriübliche Produktion im Digitaldruck.

Das Symposium richtet sich an alle Personen, die an aktuellen Informationen rund um den Digitaldruck und kleinformatigen Offsetdruck interessiert sind. Neben den Fachvorträgen bietet ein ›Geselliger Abend‹ im Hofbräu Keller beste Voraussetzungen, alte Bekanntschaften zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen.

› www.fogra.org

Etablierter Branchentreff**›PRINT COCKTAIL‹ AUF DEUTSCHLAND-TOURNEE**

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet gemeinsam mit seinen Handelsmitgliedern und Industriepartnern deutschlandweit seinen Branchentreff ›Print Cocktail‹. Start war in Erfurt und Karlsruhe Eggenstein, kommende Veranstaltungen sind Krefeld (18. bis 20. Juli) und im Allgäu (Mindelheim, 26. bis 27. September). Die Möglichkeit sich in diesem Jahr auf Messen zu präsentieren, ist



kaum gegeben, da nur wenige stattfinden und einige, auch aufgrund der Zurückhaltung relevanter Aussteller und messemüder Besucher, abgesagt wurden.

Diese Entwicklung nimmt der RGF zum Anlass, ein neues Konzept zu etablieren, um seinen Industriepartnern und Fachhandelsmitgliedern eine Möglichkeit zu geben, Kunden und Interessenten zu überschaubaren Kosten zu erreichen.

Die Zielsetzung des RGF ist es, das breite Lösungsspektrum seiner Industriepartner und der einzelnen Mitglieder vor Ort aufzuzeigen. Weitere Aufwertung erfahren die Veranstaltungen durch parallel stattfindende Symposien und Vorträgen zu aktuellen Themen durch namhafte Referenten und Redner. »Frei nach dem Motto: ›Insider mit Informationen – Maschinen zum Anfassen und Software zum Ausprobieren‹, kreieren wir für die Besucher ein attraktives Veranstaltungskonzept«, so Thomas Meurers, RGF-Repräsentant.

› www.printcocktail.de

HÖNLE SETZT SEMINARREIHE FORT Vor zwei Jahre aus der Taufe gehoben, schreibt die Seminarreihe der Hönle AG eine Erfolgsgeschichte: Stets ausgebucht wurden die Workshops von fast allen Teilnehmern mit Bestnoten bewertet. Grund genug, die Seminarreihe fortzusetzen. In vier Seminar-Typen werden Teilnehmer in Themen rund um die UV-Technologie eingeführt: ›Seminar UV-Grundlagen‹ am 3. Juli und 27. November; ›Seminar UV-Aushärtung von Farben und Lacken‹ am 15. Mai und ›Seminar UV-Härtung mit LEDs‹ am 8. Oktober. Veranstaltungsort ist Gräfelfing bei München bei der Dr. Hönle AG. › www.hoenle.de

IRD AUTOMATISIERUNGSKONGRESS Das Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie e. V. (IRD) veranstaltet unter dem Thema ›MIS und die Anforderungen des Marktes – Wie viel Automatisierung sollte ein MIS bieten?‹ den VII. Automatisierungskongress am 12. und 13. Juni 2013 in Böblingen. › www.ird-online.de

GEMEINSAMER KONGRESS ›LABEL YOUR FUTURE‹ Aus Anlass des 55. Jahrestages seiner Gründung richtet der Finat den Jahreskongress der europäischen Etikettenindustrie gemeinsam mit dem deutschen Fachverband für die Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter (VskE) aus. Der Kongress findet vom 12. bis 15. Juni 2013 im Westin Grand Hotel in München statt. Hier gibt der Finat auch die Gewinner des diesjährigen Kongress-Logo-Wettbewerbs bekannt. › www.finat.com

AUSBILDUNGSPLÄTZE FREI Eine gute Chance: Am Münchener Berufsbildungszentrum Alois Senefelder in zwei Jahren vom Facharbeiter zum staatlich geprüften Druck- und Medientechniker. An der Technikerschule für Druck und Papierverarbeitung des Städtischen Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder in München beginnt im September 2013 wieder der Lehrgang. Es stehen noch Ausbildungsplätze zur Verfügung. Das Studium dauert zwei Jahre und schließt mit dem Zertifikat ›Staatlich geprüfter Druck- und Medientechniker‹ ab. Anmeldungen werden noch bis 28. Juni 2013 angenommen. › www.senefelder.musin.de

NEUES VERANSTALTUNGSFORMAT Die Messe Düsseldorf GmbH als Veranstalterin der drupa und der chinesische Verband PEIAC (Printing and Printing Equipment Industries Association of China) geben dem Zukunftsthema Functional Printing in China eine eigene Plattform: Die eintägige Konferenz Functional Printing China mit begleitenden Table-top-Präsentationen findet am 16. Mai parallel zur China Print, Fachmesse für Drucktechnik vom 14. bis 18. Mai 2013 in Peking, zum ersten Mal statt. Die neue Veranstaltungsreihe ist im jährlichen Turnus geplant und wird ab 2014 um einen Ausstellungsbereich erweitert.

PRINT-TO-WEB: DRUCKSACHEN, DIE MEHR KÖNNEN Mit Print-to-Web schlagen Drucksachen Brücken ins Web. Die Fachtagung am 29. Mai in Winterthur zeigt, dass dies mehr bedeutet, als bloß QR-Codes auf Drucksachen zu platzieren. Vielmehr geht es um neue Ansätze in der Kommunikation, welche interessante Perspektiven für das Publishing eröffnen. Print-to-Web-Spezialisten zeigen in insgesamt 16 Vorträgen und Workshops anhand von inspirierenden Beispielen, wie das in der Praxis funktioniert und wo sich für Druckdienstleister konkret neue Chancen auftun. Die diesjährige Print-to-Web-Konferenz steht unter dem Patronat der Ugra und eröffnet die diesjährige Serie der swiss publishing days. Sie ist gleichzeitig die Ugra-Druckfachtagung 2013.

› www.swiss-publishing-days.ch

My Typeface

KÜNSTLERISCHER WETTBEWERB ZUR MAINZER JOHANNISNACHT

Das Motto des diesjährigen künstlerischen Wettbewerbs zur Johannisnacht für alle Schülerinnen und Schüler aus Mainz und Umgebung lautet: »My Typeface – Entwerfe Deine eigene Schrift«.

Unsere Umwelt besteht aus Schriften, es gibt kaum einen Ort, an dem wir ihnen nicht begegnen. Jede dieser Schriften, die uns umgeben, wurde irgendwann von einem Schriftentwerfer entwickelt.

Alle Schülerinnen und Schüler können mitmachen und eine Schrift entwickeln, die genau das zum Ausdruck bringt, was sie selbst zu sagen haben, und die genau diejenigen anspricht, die sie damit erreichen wollen. Es sollen mindestens drei verschiedene Buchstaben in einer eigenen Schrift entworfen werden, mit allen Mitteln, die ihnen einfallen: ungewöhnliche Formen, neue Schreibwerkzeuge und Materialien. Die Einzelbuchstaben müssen mindestens 15 Zentimeter hoch sein. Gesucht wird auch ein passender und aussagekräftiger Name für die eigene Schrift.

Die Wettbewerbsbeiträge müssen bis zum 10. Juni 2013 per Post oder als E-Mail im Druckladen des Gutenberg-Museums eingegangen sein. Zu gewinnen sind Preisgelder in Höhe von 300, 200 und 100 Euro sowie Buchpreise.

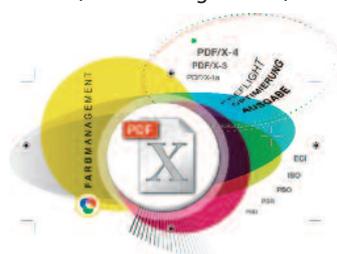
Eine Jury wählt die interessantesten Schriften aus. Die Preisverleihung findet am 22. Juni 2013 in der Sonderausstellung »Call for Type« im Gutenberg-Museum statt. Die prämierten Wettbewerbsbeiträge werden vom 26. Juni bis zum 7. September 2013 im Druckladen des Gutenberg-Museums gezeigt.

➤ www.gutenberg-museum.de
 ➤ gm-druckladen@stadt.mainz.de

»Gedruckt wie gewollt«

EINE NEUE SEMINARREIHE DES F:MP.

Eine Kernaufgabe der Druckproduktion ist es, kreative Ideen farbverbindlich und reproduzierbar in die Praxis umzusetzen. Dennoch stellen wiederholbare Druckergebnisse Agenturen, Druck- und Medienleistungsbetriebe regelmäßig vor einige Herausforderungen. »Für den Erfolg gedruckter Kommunikation ist von entscheidender Bedeutung, sich in den vielfältigen Aspekten der Prozesskette zu Hause zu fühlen«, erklärt Rüdiger Maaß, Ge-



schäftsführer des f:mp. »Für das standardisierte Arbeiten sind fundierte Kenntnisse zur professionellen Workflowgestaltung unerlässlich.«

PDF/X, Farbmanagement, Druckdatenoptimierung, Preflight und Workflow-Automatismen sind deshalb die Themen des Seminars »Gedruckt wie gewollt«. In der Diskussion mit den Referenten und im Austausch untereinander können die Teilnehmer neue Möglichkeiten für die Workflowgestaltung erschließen. Das notwendige Wissen wird entsprechend des bewährten Konzepts der Weiterbildungen unter dem Dach des f:mp.-Campus praxisorientiert auf den Punkt gebracht. So können die Teilnehmer nach Abschluss des Seminars ihren eigenen Workflow bewerten und einen auf ihre Situation angepassten medienneutralen PDF-Workflow einführen.

Das Seminar findet zu verschiedenen Terminen im August und September jeweils in Frankfurt, München, Stuttgart, Hamburg, Köln und Dortmund statt.

➤ www.f-mp.de

Engagement in der Ausbildung BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT EHRT KBA RADEBEUL

Zum bundesweiten Tag des Ausbildungsplatzes am 17. April zeichnete Thomas Wünsche, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Riesa, das KBA Bogenoffset-Werk Radebeul für hervorragendes Engagement in der Berufsausbildung aus.

Bei der Übergabe des Zertifikats für die Nachwuchsförderung bezeichnete Wünsche KBA als einen Qualitätsgaranten für die Ausbildung in der Region. Wünsche: »Das Unter-



Thomas Wünsche (2. v. r.), Vorsitzender der Geschäftsführung der Bundesagentur für Arbeit Riesa, und Pressesprecherin Berit Kasten (r.) überreichen das offizielle Zertifikat für hervorragendes Engagement bei der Nachwuchsförderung an Wolfgang Beiersdorf (2. v. l.), Abteilungsleiter Personalwesen von KBA, und Jochen Mann, Leiter Berufsausbildung KBA.

nehmen geht vorbildhaft mit den jungen Leuten um und versteht es, sie für ihren Beruf zu begeistern.« Dabei bilde KBA in Fachrichtungen aus, die den Jugendlichen am Arbeitsmarkt gute Chancen böten. Er dankte dem Unternehmen dafür, dass die jungen Leute im Unternehmen eine anerkannte hochwertige Ausbildung erhalten und ihnen auch eine berufliche Perspektive gegeben wird. Wolfgang Beiersdorf betonte, dass eine gute Ausbildung die Grundlage dafür bietet, auch in Zukunft die besten Jugendlichen bei ihrer Berufswahl für KBA zu gewinnen. Er dankte der Bundesagentur für Arbeit für die Unterstützung in vielfältigen Sachfragen. Daneben freut er sich auf eine Fortführung der Zusammenarbeit, die zum Beispiel bei gemeinsamen Veranstaltungen noch vertieft werden kann.
 ➤ www.kba.com

Bobst

EXPERTEN TREFFEN EXPERTEN IN MEERBUSCH

Bobst veranstaltet vom 13. bis zum 15. Juni dieses Jahres in Meerbusch ein Open House. Es findet unter dem Motto »Experten treffen Experten« statt.

Im Mittelpunkt der Veranstaltungen stehen neue Möglichkeiten der Prozessoptimierung in der Verpackungsherstellung. Demonstriert werden die neue »2013 Version« des Stanzautomaten Autoplatine Expertcut 106 PER mit Power Register II sowie die Faltschachtel-Klebe-

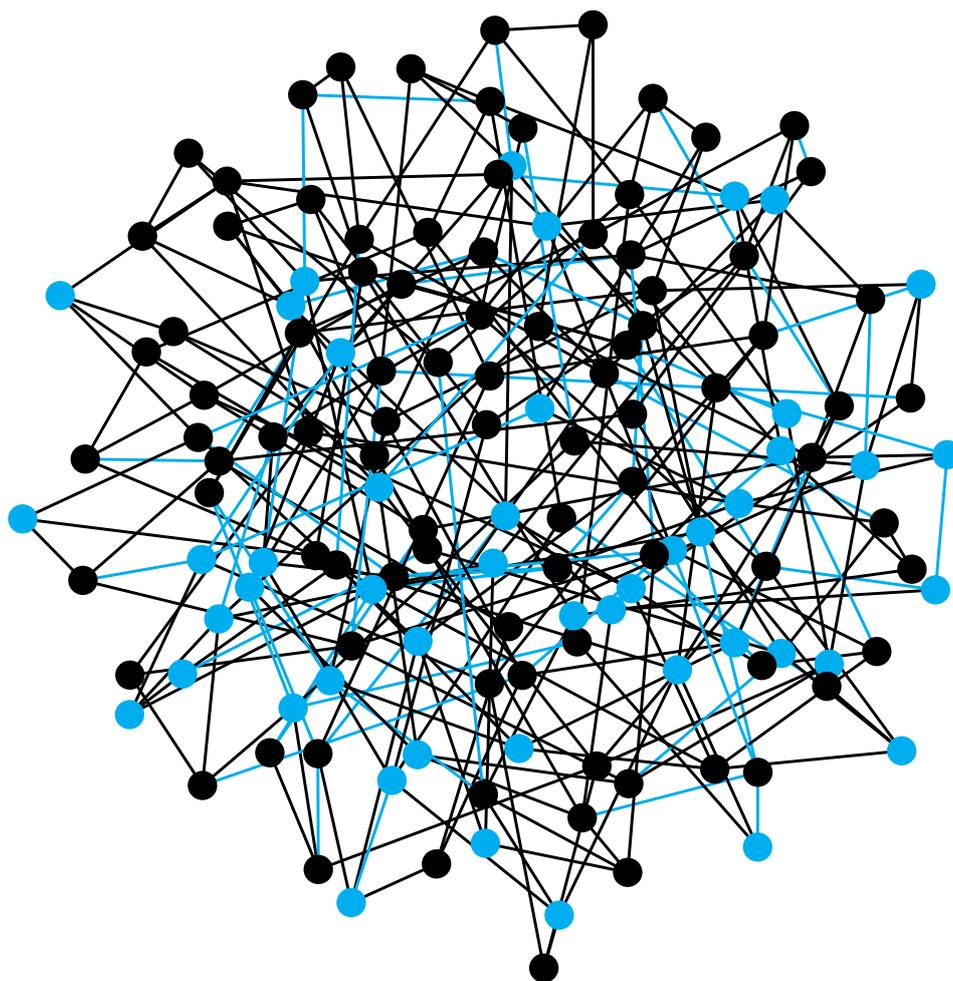
maschine Expertfold 110. Darüber hinaus stellt das Unternehmen seine Service- und Schulungskonzepte vor. Vortragspräsentationen zu diesen Themen runden das Programm der jeweils eintägigen Veranstaltungen ab.

Mit Rainer Greive von der Unternehmensberatung GC Graphic Consult GmbH aus Unterschleißheim bei München spricht jeweils morgens zum Auftakt des Tages ein Experte zum Thema »Prozesse optimal gestalten«. Anschließend folgen die Live-Demonstrationen inklusive Auftragswechsel. Am Nachmittag stehen die Schulungs- und Serviceprodukte von Bobst Meerbusch auf dem Programm. Die Expertentage beginnen jeweils um 9:00 Uhr. Die offizielle Agenda endet nachmittags um 15:00 Uhr. Anschließend bleibt Zeit für Diskussionen und detaillierte Informationen.

Als Partner beteiligen sich Baumer hhs, die Deutsche Leasing, Hesse Stanzwerkzeuge, Kriefft & Zipsner Maschinenbau und Planatol an der Veranstaltung. Anmeldungen zu den Expertentagen per E-Mail unter [astrid.franzke\(at\)bobst.com](mailto:astrid.franzke(at)bobst.com), per Telefon unter 02159-919-131 oder per Fax unter 02159-919-130.

Sommer & Herbst 2013

Terminkalender



GRAFISCHES FORUM ZÜRICH

4.7.2013

Karriere 40+

Eine Herausforderung für Mitarbeitende und Unternehmen.

www.gfz.ch

Alle weiteren Informationen finden Sie auf unserer Website

PRO CARTON/ECMA AWARD 2013 Es gibt keine bessere Gelegenheit zu zeigen, wie innovativ und kreativ die Faltschachtel ist, als beim Pro Carton/ECMA Award, den europäischen Preis für Kartonverpackungen.



Alle Partner aus der Karton- und Faltschachtelindustrie sowie Designer, Markenartikler und Handel sind zur Teilnahme eingeladen. Einsendeschluss ist der 6. Juni 2013. Die Preisverleihung

findet am 19. September 2013 auf dem ECMA-Kongress in Dubrovnik, Kroatien, statt. > www.procartonecmaaward.com

FUJIFILMSCHOOL Die ersten Fotokurse der FujifilmSchool sind gestartet. Mit dieser Fotoschule wird den Teilnehmern ein Workshop-Programm angeboten, das vor allem einer Maxime folgt: Die Leidenschaft für die Fotografie weiter zu steigern und die fotografischen Ausdrucksmöglichkeiten weiter zu verbessern. Namhafte und kompetente Kursleiter stehen mit Rat und Tat zur Seite und helfen den Teilnehmern dabei, einen eigenen fotografischen Stil und eine persönliche Bildsprache zu entwickeln. Es werden kompakte und verständliche Lerninhalte vermittelt, die Praxis erlebbar gemacht und unterschiedliche Facetten der Fotografie beleuchtet. Noch bis Ende Juli finden Workshops zu verschiedenen Themen statt. > www.fujifilm.de/school

ERWEITERTE AUSSTELLUNGSFLÄCHEN Die beiden zeitgleich stattfindenden Jahrestagungen der kooperierenden Fachverbände WKM und FMI vom 3. bis 6. Oktober 2013 im Westin-Hotel Leipzig müssen sich nicht über mangelnden Zuspruch beklagen. Bereits ein halbes Jahr vorher waren innerhalb von zehn Tagen sämtliche Ausstellungsflächen ausgebucht. Jetzt erweitert der Veranstalter die Räumlichkeiten für weitere Lieferfirmen. Zugesagt haben Firmen wie Canon, Ricoh, Konica-Minolta, Kisters (HP), eDox (Xerox-Kleinformat), Image Access, Roth & Weber, KIP, Igepa, Zeutschel, ES-TE Folding Systems, Cruse, Richter & Menzel, Plan.tec (Xerox-Großformat), Danish Sign, Mehring, Lyreco, GSO, Geschwister Diehl und DVS-System-Software. Gezeigt werden Profi-Scanner, Hochleistungs-Inkjet- und Laserprinter, Großformat-Faltmaschinen und andere Weiterverarbeitungssysteme, Papiere und Materialien, Branchensoftware, LFP-Anwendungen wie Fahrzeugverklebung und Plattendruck. > www.reprografie.de

TAGE DER TYPOGRAFIE Unter dem diesjährigen Motto »form + inhalt« werden vom 28. bis 30. Juni 2013 Experten Gelegenheit zum Austausch, zur Weiterbildung und Umsetzung ihrer kreativen Ideen haben und Impulse für die Druck- und Medienbranche mitnehmen. Die Tage der Typografie sind ein jährlich stattfindender Fachkongress, an dem Interessierte aus verschiedenen Bereichen der Druck- und Medienbranche mit unterschiedlichen beruflichen Hintergründen teilnehmen. Das erfolgreiche Konzept, das den Schwerpunkt größtenteils auf analoges Arbeiten sowie Ideenfindung und Kreativität legt, begeistert nicht nur Teilnehmer aus Deutschland, sondern auch aus der Schweiz, Österreich und den Niederlanden. Das unterstreicht den Stellenwert der Veranstaltung. Veranstalter sind die Akademie Druck + Medien NordWest gemeinsam mit dem ver.di-Institut für Bildung, Medien und Kunst (IMK) in Lage-Hörste. > www.tage-der-typografie.de

**Designwettbewerb MfG-Award
NEUE KATEGORIEN BETONEN
DIE STÄRKEN VON PRINT**

Der MfG-Award 2013 – Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – startet mit neuer Ausrichtung und neuen Einsendekategorien. Bis zum 16. August 2013 können Designer, Druckspezialisten und ihre Auftraggeber sowie Nachwuchsdesigner und Auszubildende ihre besten Arbeiten einreichen.

Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung, Emotion und Indivi-



dualität – so lauten die offenen Kategorien, mit denen die Stärken gelungener Druck-Erzeugnisse betont werden. Der Nachwuchs wird über die Kategorie »Debütanten« angesprochen. Nach dem großen Erfolg des Relaunchs im vergangenen Jahr und den neuen Kategorien, die stärker auf die besondere Wirkung und Stärken von Print zielen, bauen die Veranstalter diese in 2013 aus. In der neuen Kategorie »Individualität« werden auf den Nutzer bezogene Printprodukte ausgezeichnet. Wesentliche Kriterien für die Bewertung in allen Kategorien sind Designqualität und anspruchsvolle Verarbeitung.

Durch die günstigen Teilnahmegebühren (Profis: ab 125 Euro zzgl. MwSt., Nachwuchs: 25 Euro zzgl. MwSt.) können sich auch kleinere Designbüros und Unternehmen eine Beteiligung am MfG-Award leisten. Nachwuchsgestalter, die sich in der Kategorie »Debütanten« beteiligen können, werden gesondert bewertet und mit Förderbeziehungsweise Sachpreisen ausgezeichnet. Die Preisverleihung findet Anfang Oktober 2013 statt.

> www.mfg-award.de

**Museum für Druckkunst
AUSSTELLUNGEN UND
VERANSTALTUNGEN IN LEIPZIG**

Am 7. Juni 2013 findet die Eröffnung der neue Sonderausstellung »Karl-Georg Hirsch und Andreas Brylka. Faszination Holzstich und Buchillustration« statt, die vom 9. Juni bis 25. August 2013 stattfindet. Anlässlich des 75. Geburtstages von Karl-Georg Hirsch zeigt die Ausstellung eine Retrospektive über sein künstlerisches Schaffen. Neben Hirschs Arbeiten werden Werke seines Zeitgenossen und Künstlerkollegen Andreas Brylka aus Ham-

A. Brylka: Holzstich zu Alphonse Daudet »Tartarin von Tarascon«.

burg präsentiert. Die erstmalige gemeinsame Schau der beiden deutschen Illustratoren des 20. und 21. Jahrhunderts zeigt zwei unterschiedliche Lebenswerke und damit einen Überblick über 50 Jahre deutsche Buchillustration. Öffentliche Führungen durch die Ausstellung finden jeweils Sonntag, 12:00 Uhr, am 9. Juni, 7. Juli und 25. August 2013 statt.

Am Sonntag, 23. Juni, ist der Gersheimer Künstler und Lithograf Mario Derra zu Gast im Museum. Um 12 und 15 Uhr stellt er in einem Vortrag sowie einer Führung seinen Holzschnitt-Zyklus »Peter Schöffers und die Entfaltung der beweglichen Lettern« vor. Der noch bis 30. Juni im Museum gezeigte Zyklus umfasst 22 großformatige Holzschnitte, die sich mit einer modernen Bildsprache der Geschichte der Drucktechnik widmen.

> www.druckkunst-museum.de

Týpo St.Gallen

Stelldichein der internationalen Typografie-Szene

Die Vorbereitungen für die zweite Týpo St.Gallen laufen auf Hochtouren. Das Programm steht, alle Fachreferenten sind bekannt. 19 Redner werden am dreitägigen Symposium am GBS St.Gallen für intelligente Unterhaltung sorgen.

Die unter der Ägide der Schule für Gestaltung St.Gallen stattfindende Týpo St.Gallen befasst sich vom 20. bis 22. September 2013 mit der Fläche zwischen den einzelnen Buchstaben – dem Weißraum. Erwartet werden rund 300 Typografie-interessierte Gäste aus den Bereichen Gestaltung und Design. Ziel des Kongresses, an dem sich Fachexperten, Unternehmer sowie Lernende und Studierende treffen, ist der Austausch von fachspezifischen Informationen, die Vermittlung von Know-how und Erfahrungen aus der Praxis sowie die Pflege und der Ausbau des persönlichen Netzwerkes. Letzteres kann beim gemeinsamen Essen oder beim Apéro in der Týpo Lounge in die Tat umgesetzt werden.

Für unterschiedliche Betrachtungsweisen rund um das Thema Weißraum und für ein Stelldichein der internationalen Typografie-Experten sorgen 19 Fachreferenten aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, England, Tschechien, den Niederlanden und den USA. Für Inspiration wird beispielsweise Jonas Voegeli sorgen, Typomane Erik Spiekermann überzeugt hingegen mit viel

Fachwissen, leichtverdaulich präsentiert. Angekündigt haben sich des Weiteren der weltbekannte Blogger John Boardley von www.ilovetypography.com sowie die erfolgreiche Tschechische Type Designerin Veronika Burian. Intelligente Unterhaltung darf man von Manuel Stahlberger erwarten. Ein sonntagmorgendlicher Buchstaben-spaziergang mit Lexikonwissen durch die Buchstadt St.Gallen macht Florian Hardwig von Myfonts. Auch wird der Schweizer Typograf und Buchgestalter Jost Hochuli die Týpo St.Gallen bereits zum wiederholten Male beehren. So vielfältig wie die referierenden Persönlichkeiten, so vielfältig zeigt sich auch das Leitmotiv der Schweizer Typografie Veranstaltung. Denn Weißraum beschreibt nicht nur einfach eine Fläche zwischen einzelnen Buchstaben. Das leere Blatt, auf dem ein Gestalter mit seiner Arbeit beginnt und Ideen entwickelt, kann ebenfalls als Weißraum interpretiert werden. Weißraum ist ebenso unberührter Raum, mit dem noch alles möglich ist. Weißraum ist leer, leicht, schafft Ruhe und Übersicht sowie ein angenehmes Klima. Weißraum wird vom Betrachter aber auch meist nicht bewusst wahrgenommen und ist damit umso einflussreicher. Und schlussendlich kann gar konstatiert werden, dass es ohne Weißraum keine Typografie gibt.

› www.typo-stgallen.ch

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



Karrieretipp: Qualifizierung



Die Verbindung einer soliden Berufs-Grundausbildung mit einem folgenden berufsbegleitenden Qualifizierungs-Studium und zertifiziertem Abschluss generiert Führungskräfte, die fest auf dem Boden der Realität stehen und zugleich den Über- und Weitblick haben. Es sind eben jene Führungskräfte, auf die man in den KMU-Betrieben der Printmedienindustrie schlichtweg nicht verzichten kann.

Um so reicher an Perspektiven kann der Entschluss sein, jetzt mit einem solchen viersemestrigen, berufsbegleitenden Studium zur Druckkauffrau oder zum Druckkaufmann zu beginnen. Denn es legt die Grundlage für das, was man gemeinhin als (Karriere) bezeichnet und ebnet den Weg von ausführenden Arbeiten zu leitenden Funktionen, zum Management und auch in die Selbstständigkeit.

Der Abschluss mit Zertifikat ist ein sichtbarer Ausweis für Können und Leistungen über dem Durchschnitt. Es ist der Einstieg in mehr Selbständigkeit, Verantwortung sowie Karrieren und ist die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management.

Vier Semester, zwei Studienjahre machen fit für diese Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist.

«gib»Zürich-berufsbegleitendes Studium «Druckkaufmann/-frau EFA»

85. Lehrgang DK85, Beginn ab Oktober/November 2013

Auf **Infoabenden** können Sie sich eingehend informieren – unverbindlich, exakt und persönlich. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.



Zürich



Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch

**300 Jahre Nachhaltigkeit
MEDIA MUNDO-KONGRESS
ALS UMWELTKONFERENZ**

Der Fachverband Medienproduktio-
ner e. V. (f.mp.) veranstaltet nun
schon im fünften Jahr den erfolgrei-
chen Leitkongress zur nachhaltigen
Medienproduktion und hat sich zu
diesem Anlass die Messe Düsseldorf
sowie Antalis als Partner und Gast-
geber mit ins Boot geholt. Als NGO-
Partner hat sich der WWF zur Ver-
fügung gestellt.

Der 5. Media Mundo-Kongress
wurde von der Deutschen UNESCO-
Kommission offiziell als Einzelbei-
trag im Rahmen der UN-Dekade
»Bildung für nachhaltige Entwick-
lung« anerkannt. Das stellt natürlich
hohe Ansprüche an das Programm
und weckt hohe Erwartungen bei
Besuchern und Interessierten. Diese
versucht das Kongresskonzept in
Form einer Umweltkonferenz per-
fekt zu erfüllen. Es werden nicht
nur die Dauerbrenner unter den
Nachhaltigkeitsthemen wie etwa
Energie, Klimawandel und Ressour-
censchonung ins Visier genommen,
sondern darüber hinaus ist es das
Ziel, die relevanten ökologischen
und sozialen Probleme zu ergrün-
den und ökonomische Chancen und
Risiken im Themenumfeld Nach-
haltigkeit aufzuzeigen.

Der Kongress greift das 300-jährige
Jubiläum des Nachhaltigkeitsbe-
griffs auf, ein Jubiläum, das auch
das Thema der Keynote von Profes-
sor Dr. Dr. Franz-Josef Radermacher,
Mitglied des Club of Rome, sein
wird. Er setzt sich mit der histori-
schen Entwicklung seit Hans Carl
von Carlowitz bis zu den aktuellen
ökonomischen, ökologischen, sozia-
len und politischen Herausforderun-
gen zukunftsfähigen Wirtschaftens
auseinander. Viele weitere renom-
mierte Referenten vertreten ihre
Vorreiterrolle in Bezug auf Nach-
haltigkeit.

Der Kongress findet am 11. und 12.
Juni 2013 im Kongresszentrum der
Messe Düsseldorf statt.

- www.umweltkonferenz.com
- www.mediamundo.biz
- www.f-mp.de

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
30. 05.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung mit RGB- und RAW-Daten	Hamburg
31. 05.	cleverprinting, Photoshop Expertentag	Hamburg
03. 06. - 04. 06.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
04. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Berlin
04. 06.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Frankfurt
05. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Hannover
05. 06.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Frankfurt
06. 06.	cleverprinting, Kompaktkurs Next Generation Publishing mit INDS und PSD	Frankfurt
07. 06.	tgm, Freiheit für die Typografie	München
07. 06.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	Frankfurt
08. 06. - 07. 06.	tgm, Photoshop »Part Zwei«	München
10. 06. - 14. 06.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 500 Basis	Heidelberg
11. 06.	cleverprinting, Update CS6 – alles, was wichtig ist	München
12. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Stuttgart
12. 06.	cleverprinting, Kompaktkurs Colormanagement und PDF/X	München
13. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	München
13. 06.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	München
14. 06. - 15. 06.	tgm, System und Varianten in der Typografie	München
17. 06. - 19. 06.	Doxnet, 15. Fachkonferenz & Ausstellung	Baden-Baden
18. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	CH-Zürich
18. 06.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Hannover
19. 06.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	A-Wien
19. 06.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Hannover
20. 06.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	Hannover
21. 06.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	Hannover
24. 06. - 25. 06.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
25. 06. - 27. 07.	Management Forum Starnberg, Ausbildung zum Key-Account-Manager	Düsseldorf
29. 06. - 30. 06.	tgm, XML: Grundlagen und Praxis	München
01. 07. - 05. 07.	Print Media Academy, EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Heidelberg
03. 07. - 04. 07.	cleverprinting, Photoshop High-End Bildbearbeitung und Compositings	Düsseldorf
08. 07.	cleverprinting, Update CS6 – alles, was wichtig ist	Hamburg
08. 07. - 09. 07.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
08. 07. - 12. 07.	Print Media Academy, Falzen Basis (Modul 1)	Heidelberg
08. 07. - 12. 07.	Print Media Academy, EB Pro	Heidelberg
09. 07.	cleverprinting, Kompaktkurs Colormanagement und PDF/X	Hamburg
10. 07.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	Hamburg
10. 07. - 11. 07.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
10. 07. - 11. 07.	cleverprinting, Corporate Fonts: FontDesign mit FontLab	Düsseldorf
11. 07. - 12. 07.	cleverprinting, Expertentag Automatisierung mit Adobe Indesign	Hamburg
15. 07. - 19. 07.	Print Media Academy, Falzen Aufbau (Modul 2)	Heidelberg
15. 07. - 19. 07.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 500 Basis	Heidelberg
17. 07. - 18. 07.	cleverprinting, Social Media-Marketing auf Facebook, Twitter und co.	Düsseldorf
19. 07. - 20. 07.	tgm, Realisierung der Gestaltung	München
22. 07. - 26. 07.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 350 Basis	Heidelberg
23. 07. - 25. 07.	Print Media Academy, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 (Modul 1)	Heidelberg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- www.cleverprinting.de
- www.doxnet.eu
- www.impressed.de
- www.management-forum.de
- www.polar-mohr.com
- www.print-media-academy.de
- www.tgm-online.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DIENSTLEISTUNGEN

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau



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

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

Heftmechaniken
selbstklebend, mit Abheftvorrichtung

über 1.200 weitere Artikel im Onlineshop!
Fordern Sie unseren aktuellen Katalog an!
Komplettangebot Konfektionierungsartikel

WWW.SPRINTS.DE TEL. (09 31) 40 41 60

WEITERVERARBEITUNG

FKS Ing. Fritz Schroeder
GmbH & Co. KG
T: +49 (0)40 736077-0
E: info@fks-hamburg.de

GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

- Broschürenfertigen
- Sammelheften
- Zusammentragen
- Klebebinden
- Rillen
- Schneiden
- Perforieren
- Falzen
- Laminieren
- UV-Lackieren

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
BINDERMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

PUR-Klebebinden 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

WEITERVERARBEITUNG



RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau



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

VERSCHIEDENES

SOS KINDERDORF



Jetzt spenden!
sos-kinderdorf.de

Bausteine zum Glück.
Weil Kinder ein Zuhause brauchen, bauen wir mit Ihrer Spende neue SOS-Einrichtungen in Deutschland.

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

VERSCHIEDENES

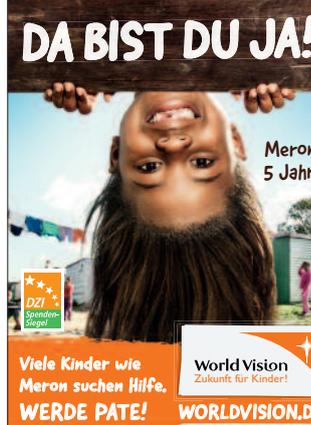
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

DA BIST DU JA!



Meron, 5 Jahre

Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe.
WERDE PATE!

World Vision
Zukunft für Kinder!
WORLDVISION.DE

DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Alle 14 Tage.

www.druckmarkt.com

DAS MAGAZIN FÜR Gourmets

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 angerichtet 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.