

DRUCK MARKT

11. September 2013

impressions 70

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

Swiss Edition +

LE-UV: Eine Revolution im Offsetdruck – eine kleine Seite 20.

20 x im Jahr!

Ergänzend zum Heft:
das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.

... ist ein es, der Beobachtet! Ich
der in dieser mir bisher unbek
Umgebung Entdeckungen mach
Stehimbiß am Bahn
I.-Du gehörst doch g
nicht hierher! D.

Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Management: Es geht um Qualität – um Lebensqualität. Seite 12.
Prepress: Einsparungen durch mehr Automatisierung. Seite 16.
Print & Finishing: Die Musik spielt bei der Rüstzeit. Seite 38.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 40.
Typografie: Ein Bücherleben. Seite 42.

www.druckmarkt.ch

Speedmaster. Unschlagbar.



Während andere reden, drucken wir. Laden Sie sich die kostenlose App mit Ihrem Smartphone oder Tablet unter SpeedmasterUnbeatable.com herunter und scannen Sie das graue Feld links. Entdecken Sie mehr mit Heidelberg:

www.SpeedmasterUnbeatable.com



HEIDELBERG

Mainz lauert überall

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal: kreuz und quer
- 06 Nachrichten
- 07 Kodak wird Anbieter von Imaging-Lösungen im BtB-Bereich
- 11 Menschen & Karrieren

Management

- 12 Es geht um Qualität – um Lebensqualität

Prepress

- 16 Einsparungen durch mehr Automatisierung
- 18 Prozessfrei zum Druck

Print & Finishing

- 20 Eine kleine Revolution im Offsetdruck
- 24 LE-UV-Technologie ist die Zukunft
- 26 Nachrichten
- 27 Wirtschaftliches Sammelheften
- 30 Henkel-Analytik greift auf 100 Jahre Erfahrung zurück
- 32 Sappi modernisiert Papiermaschine
- 33 Hightech in der Oberfalz
- 35 Optimieren statt expandieren
- 37 Druckriese wächst mit Rapida
- 38 Die Musik spielt bei der Rüstzeit

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten
- 42 Ein Bücherleben
- 45 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 48 Business to Business

Mainz, das uns allen durch Gutenberg wohl bekannt ist, wurde im Sommer unversehens zum Gespött der Deutschen. Weil bei der Bahn einige Fahrdienstleiter (die ›Fluglotsen‹ der Bahn in den Stellwerken) in Urlaub waren und andere plötzlich krank wurden. Und schon war das Chaos perfekt: Jede zweite Regionalbahn fiel aus, Fernzüge rauschten an der rheinland-pfälzischen Hauptstadt vorbei.

Das kann einem als Drucker oder Mediendienstleister doch nun wirklich egal sein, wenn man nicht gerade nach Mainz muss. Wirklich? Es gibt da schon einige Gemeinsamkeit, die zu denken geben. Man fährt nämlich – hier wie da – am untersten Limit des Personalbestandes. Auch und gerade in der Druckindustrie, weil es die wirtschaftlichen Gegebenheiten einhergehend mit Automatisierung und Rationalisierung notwendig gemacht haben. Zwar sind die Betriebe nunmehr ›schön schlank‹ aufgestellt, was sich bei den Kennzahlen positiv bemerkbar macht (und bei größeren Unternehmen von der Börse beklatscht wird), doch damit ist lang- oder mittelfristig nichts gewonnen. Denn die Parallele zum Mainzer Bahnhof ist naheliegend: Ein Drucker ist im Urlaub, ein anderer wird plötzlich krank – und schon ist das Chaos perfekt. Dringend notwendige Arbeiten fallen aus, Aufträge rauschen am Unternehmen vorbei.

Wir haben allen Ernstes den Eindruck, dass die Druckbranche einen solchen Drahtseilakt riskiert. War es in der Vergangenheit noch möglich, einen Mitarbeiter unter der Woche zu einem Seminar zu schicken, ist das kaum noch möglich. Man hört von Absagen. Selbst Weiterbildungen, die dem Unternehmen nützen und die es weiterbringen würden, werden abgesagt, weil der Mann oder die Frau im Unternehmen und an der Maschine dringend benötigt wird, um den Betrieb aufrecht zu erhalten. Die Zeit für kreative Diskussionen und Überlegungen fehlt dann ohnehin.

Alles und alle leiden darunter. Der Betrieb, weil er das dringend nötige Know-how nicht aufbauen kann, die Weiterbildungsinstitutionen, weil sie ihre Kurse nicht mehr füllen können und die Mitarbeiter, weil sie unter Dauerstress stehen und über kurz oder lang ausfallen werden. Deshalb Vorsicht: Mainz lauert überall.



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



KOSTENLOS UPDATEN

Die offizielle Verfügbarkeit von QuarkXPress 10 ist nur noch wenige Tage entfernt, und damit endet auch das Angebot ›9 kaufen, 10 kostenlos bekommen‹. Das Angebot ermöglicht jedem Kun-



den, der eine neue Lizenz oder ein Upgrade auf QuarkXPress 9 kauft, ein kostenloses Upgrade auf QuarkXPress 10 nach dessen Erscheinen zu erhalten. Wer daran interessiert ist, sollte das Angebot bis 13. September 2013 nutzen. Für weitere Informationen, den Kauf oder hat Upgrade hat Quark verschiedene Internetseiten bereitgestellt.

- › www.quark.com/de/10
- › <http://shop.quark.com>
- › www.quark.com/de/Buy9Get10

BÜCHERLEBEN

Mit der Ausstellung ›Roswitha Quadflieg – Ein Bücherleben‹ zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig eine Retrospektive mit buch-künstlerischen Arbeiten der renommierten Hamburger Verlagswerkstatt Raamin-Press, die von 1973 - 2003 wirkte. Die dort entstandenen 28 Druckwerke sind je einem Dichter und einem seiner meist weniger bekannten Werke gewidmet. Die Ausstellung findet vom 20. September 2013 bis 5. Januar 2014 statt. Mehr dazu auf Seite 42. › druckkunst-museum.de

71%

DER DEUTSCHEN

würden die gedruckte Ausgabe einer Zeitschrift der identischen Online-Ausgabe vorziehen. Eine Vorliebe fürs Gedruckte, die sich übrigens über alle Altersklassen hinweg zeigt: Zwei Drittel der 14- bis 28-Jährigen würden ebenfalls die gedruckte Ausgabe der digitalen Variante vorziehen.

Quelle: Deloitte-Studie ›The State of the Media Democracy‹ 2013

EXPERIMENT: SO SIEHT DAS GEDRUCKT AUS

Seit dem es die Druckbranche gibt, gibt es auch Diskussionen darüber, was drucktechnisch sinnvoll, machbar und notwendig ist. Welche Bildauflösung wird mindestens benötigt? Welches Raster hat welche Vor- und Nachteile? Welche ICC-Profile sind ›die besten‹? Aber warum lange diskutieren? Die PrePress-Spezialisten von Cleverprinting gingen den pragmatischen Weg und haben es ausprobiert. Auf 106 Seiten zeigt das neue Buch ›Die Cleverprinting-Experimente – so sieht das gedruckt aus!‹ in etlichen, aufwändig gedruckten Beispielen, welche Ursache welche Wirkung hat.

Das Buch vergleicht Druckfarben und Druckraster, Bildauflösungen, Kompressionen. Es zeigt RGB-zu-CMYK-Konvertie-

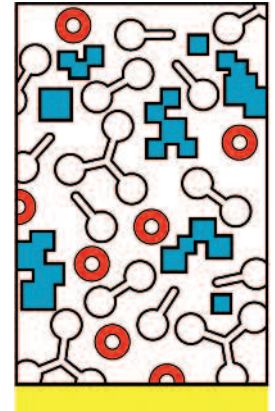


rungsergebnisse aus XPress, InDesign, Illustrator, Acrobat, Pit-Stop. Es prüft die Wirksamkeit von Ink-Optimizing und Ink-Saving und zeigt deren Effekt auf die Bilddaten. Es stellt die gängigen Bogenoffset-ICC-Profile gegenüber und zeigt, was druckbar ist, und was nicht.

Abgerundet wird der umfangreiche Testparcours durch ein Papiermusterbuch, in dem zehn unterschiedliche Papiere gegenüber gestellt werden. Hier werden verschiedene Motive abgebildet, einige optimiert für das jeweilige Papier, andere bewusst unoptimiert. So wird sichtbar, was beispielsweise passiert, wenn man ein Zeitungsbild im Bogenoffset druckt – und umgekehrt.

Alles in allem ein Werk, das jedem Praktiker lästige Diskussionen erspart, das aufklärt und dabei einiges an drucktechnischen Vorurteilen bloßstellt. Wir werden in den nächsten Ausgaben noch detailliert darüber berichten, können das Buch aber jetzt schon dringend empfehlen.

› www.cleverprinting.de



LOW ENERGY

Nein, kein Kunstwerk, sondern die schematische Darstellung von UV-Druckfarbe vor dem Trocknen, besser dem Durchhärten. Mit der neuen Trocknungstechnologie DryStar LE-UV (LE steht für Low Energy) stellte Heidelberg auf der drupa 2012 ein energiereduziertes Verfahren vor, dass vor allem Akzidenzdruckern den Einstieg in den UV-Druck ermöglicht. Besonders in der Schweiz und in Liechtenstein, wo eine hohe Nachfrage nach Naturpapieren und Veredelungen besteht, haben Druckereien das Potenzial dieser Technologie entdeckt und sind Vorreiter beim LE-UV-Druck. Wir haben einige besucht. Mehr dazu auf Seite 20.



EXPEDITION:

Canon Europe fördert im Rahmen seiner Rolle als Conservation Imaging Partner von WWF International eine Expedition zur Laptewsee, ein nördlich von Russland beziehungsweise Asien liegendes Randmeer des Nordpolarmeers.

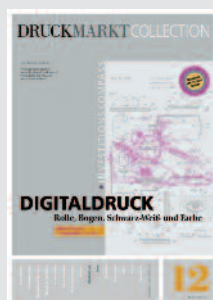


DIE Schlaumacher

Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen oder durch Suchmaschinen kämpfen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder vielleicht doch noch 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, 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 künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt die »Druckmarkt COLLECTION« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

www.druckmarkt.com



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 15,00 Euro zu bestellen.

*erscheint am 20. 9. 2013

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

SPEZIALLACK-GESCHÄFT Der Chemiekonzern Altana hat das Speziallack-Geschäft von Henkel erworben. Die vor allem für die Verpackungsindustrie unter den Markennamen MiraFoil und Miracure in Nordamerika vertriebenen Produkte erzielten im Jahr 2012 einen Umsatz von rund 15 Mio. US-\$. Das Geschäft wird innerhalb der Altana Gruppe in den Geschäftsbereich Actega Coatings & Sealants integriert und den Gesellschaften Actega Kelstar in den USA und Actega Terra in Deutschland zugeordnet. > www.altana.com

ESKO ÜBERNIMMT CAPE SYSTEMS Der belgische Softwarespezialist für Verpackungen will den US-amerikanischen Software-Hersteller Cape Systems übernehmen. Mit dem Kauf des texanischen Anbieters will Esko seine Entwicklung vom Lösungsanbieter für die Vorstufe zum Lieferanten über die gesamte Produktionskette im Verpackungsmarkt vorantreiben. Cape Systems bietet Software-Lösungen unter anderem für das Verpackungsdesign sowie für die Optimierung des Palettenhandlings an. Europäischer Hauptsitz ist London. Die Transaktion soll Ende dieses Monats abgeschlossen werden. > www.esko.com

HOCHPREISLAND SCHWEIZ Die Schweiz ist auch bei den Zeitungen ein Hochpreisland. Ein Warenkorb aus 124 identischen Zeitschriften kostet in der Schweiz durchschnittlich 53% mehr als in Deutschland, kommt eine Studie der Schweizer Konsumentenschutz-Organisationen zum Schluss. Ebenfalls deutlich teurer sind die Zeitungen gegenüber Frankreich, wo die Preisdifferenz 57% beträgt, und gegenüber Österreich mit einem Unterschied von 39%. Besonders klar zeigt sich die Hochpreisinsel im Süden der Schweiz. In der italienischen Schweiz kosten die gleichen Zeitschriften durchschnittlich 109% mehr als in Italien.



REGINALD RETTIG ÜBERNIMMT Bereits von November 2000 bis August 2009 führte Reginald Rettig die Heidelberg Schweiz AG sehr erfolgreich. Jetzt übernimmt er zusätzlich zur Leitung der Heidelberger Vertriebs- und Servicegesellschaft Deutschland wieder das Ruder bei der Heidelberg Schweiz AG. Diese Veränderung ergab sich, weil der bisherige CEO Carsten Heitkamp die Heidelberg-Gruppe Ende August verlassen hat. Zudem wurden im Zuge verschiedener Veränderungsprozesse in der weltweiten Vertriebsorganisation bei Heidelberg neue Verantwortungsbereiche in Westeuropa geschaffen.

Nein, dieser Schritt sei ihm nicht schwergefallen, sagte er uns am Rande einer Veranstaltung in Bern. »Die Strukturveränderungen in Deutschland sind weitestgehend abgeschlossen und an der Struktur in der Schweiz muss nichts geändert werden. Ich kenne das Schweizer Team und weiß, wie effektiv hier gearbeitet wird«, sagte Rettig. Die Heidelberg Schweiz AG mit Hauptsitz in Bern und dem Logistikzentrum für das Materialgeschäft in Pfaffnau bleibt unverändert mit allen bekannten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Vertrieb und Service bestehen.

> www.ch.heidelberg.com

STANDORTWECHSEL IN BERLIN In Berlin will Papyrus Deutschland für seine Kunden in Zukunft noch besser erreichbar sein und zieht mit der Verwaltung und Kundenberatung aus Berlin Ludwigsfelde nach Schöneberg ins Zentrum der Bundeshauptstadt. Das Lager bleibt am bisherigen Standort erhalten. Ab Oktober 2013 stehen neue Räume im Gebäudekomplex »Platinum« zur Verfügung. > www.papyrus.com

1. Quartal bei Heidelberg BESSERES ERGEBNIS BEI STAGNIERENDEM UMSATZ

Die veränderte Organisation und die Maßnahmen zur Kostensenkung zeigen bei der Heidelberger Druckmaschinen AG Erfolge. So wird für das 1. Quartal 2013/2014 (1. April bis 30. Juni 2013) ein verbessertes operatives Ergebnis gemeldet. »Die deutliche Steigerung des operativen Ergebnisses macht uns zuversichtlich, im Gesamtjahr profitabel zu sein und wieder einen Gewinn aus-



zuweisen«, sagt **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. »Dazu setzen wir die strategische

Neuorganisation konsequent fort, um die Margen im Neumaschinengeschäft weiter zu verbessern und die Kostenstrukturen an die Marktgegebenheiten anzupassen.«

Der Konzernumsatz bewegte sich im ersten Quartal mit 504 Mio. € im Rahmen der Erwartungen, lag jedoch rund 3% unter dem Vorjahresquartal (520 Mio. €). Dabei war der Umsatz in allen drei Segmenten (Equipment, Services und Financial Services) leicht rückläufig, dagegen wurde das Ergebnis jedoch von -47 Mio. € auf -2 Mio. € spürbar gesteigert. Der Auftragseingang erreichte 643 Mio. €. Der Auftragsbestand lag zum 30. Juni 2013 bei 602 Mio. €.

Die Mitarbeiterzahl ist zum 30. Juni 2013 gegenüber dem Vorjahr auf 13.669 zurückgegangen (Vorjahresquartal: 14.899). Konzernweit wird bis Mitte 2014 eine Zahl von 13.500 Mitarbeitern angestrebt. Der Ausblick für das Geschäftsjahr 2013/2014 und die Folgejahre gilt unverändert. Heidelberg erwartet beim Umsatz eine Belebung in der zweiten Geschäftsjahreshälfte. Entsprechend wird für 2013/2014 ein Konzernumsatz auf dem Niveau des Vorjahres angestrebt.

> www.heidelberg.com

KBA-Halbjahresbericht UMSATZRÜCKSTAND AUS DEM 1. QUARTAL FAST HALBIERT

Bei der Koenig & Bauer-Gruppe hat sich die Ertragslage nach sechs Monaten gegenüber Ende März deutlich verbessert. Für das 2. Quartal meldet KBA ein positives Konzernergebnis von 10,0 Mio. €. Nach den ersten drei Monaten lag der Verlust noch bei -18,8 Mio. €. Der KBA-Vorstand geht davon aus, dass sich die Ertragslage in der zweiten Jahreshälfte weiter verbessert und ein Ergebnis auf Vorjahresniveau erreichbar ist.

Mit dem Umsatz von 311,5 Mio. € im 2. Quartal ist der Konzernumsatz auf 502,2 Mio. € im ersten Halbjahr gestiegen. Durch die Konzentration vieler Liefertermine auf die zweite Jahreshälfte ist der Umsatz im Segment Rollen- und Sondermaschinen mit 255,4 Mio. € gut 26% niedriger als 2012. Dagegen legte der Bogenumsatz um 1,6% auf 246,8 Mio. € zu. Der Inlandsumsatz ist dabei um 38,1 Mio. € auf 98,9 Mio. € gestiegen, die Exportquote entsprechend auf 80,3% gesunken. Konjunkturbedingt sanken die Lieferungen ins europäische Ausland. Der früher kontinuierlich über 50% liegende Umsatzanteil dieser Region hat sich im ersten Halbjahr auf 25,8% halbiert. Dagegen legte Nordamerika auf 12,6% zu. Mit 210,4 Mio. € entfielen auf Asien/Pazifik, Lateinamerika und Afrika 41,9% des Umsatzes.



Aufgrund der Abkühlung der Weltwirtschaft sieht der KBA-Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**

einige Risiken im Exportgeschäft. »Die in den nächsten drei Monaten eingehenden Bestellungen sind wichtig für die Entscheidung darüber, wie nahe der Konzernumsatz 2013 an die Vorjahreszahl von knapp 1,3 Mrd. € herankommt. Aktuell können wir einen Umsatzrückgang nicht ausschließen.«

> www.kba.com

bvdm Konjunkturtelegramm GESCHÄFTSLAGE IM AUGUST WIEDER VERBESSERT

Im August hat sich die Geschäftslage in der Druck- und Medienindustrie wieder verbessert. Das Geschäftsklima bleibt jedoch verhalten und die Geschäftserwartungen sind eher trüb. Im Vergleich zur Gesamtindustrie wird die Geschäftslage in der Druckindustrie erheblich schlechter beurteilt. Hier wurde die momentane Lage von 10% der befragten Unternehmen als »gut« eingestuft, 22% der Unternehmen beurteilen die Lage als »schlecht«. Insgesamt zeigt sich gegenüber dem Juli 2013 zwar eine Verbesserung, im Vergleich zum Vorjahresmonat wird die Geschäftslage dagegen schlechter eingeschätzt. Auch die Erwartungen für das kommende Quartal sind verhalten. Das Geschäftsklima hat sich im August 2013 gegenüber dem Vormonat leicht verbessert, liegt aber unter den Erwartungen vom August 2012. Ebenso haben sich die Aussichten für das kommende Halbjahr eingetrübt. 18% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage, 21% eine Verschlechterung und 61% erwarten keine Veränderung.

» www.bvdm-online.de

Insolvenz beendet

Kodak wird Anbieter von Imaging-Lösungen im Btb-Bereich



Antonio M. Perez, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company, gab am 3. September 2013 bekannt, dass Kodak nach Abschluss der letzten Schritte seiner Restrukturierung als ein reorganisiertes Unternehmen aus dem Chapter-11-Prozess hervorgeht. »Wir sind aus dem Prozess als Technologieunternehmen hervorgegangen, das Imaging-Lösungen für B2B-Märkte wie die Verpackungsherstellung, den funktionalen Druck und die Druckindustrie sowie Dienstleistungen anbietet«, sagte Perez. »Wir wurden durch unsere Transformation revitalisiert und haben uns restrukturiert, um als ein bedeutender Wettbewerber am Markt zu agieren – schlanker, mit einer starken Kapitalstruktur, einer gesunden Bilanz und der besten Technologie.«

Letzte Schritte der Chapter-11-Restrukturierung war die Ausgliederung der Geschäftsbereiche Personalized Imaging und Document Imaging an den Kodak Pension-Plan, einen Pensionsfonds der britischen Kodak-Tochtergesellschaft. Außerdem hat Kodak eine Vereinbarung über die Finanzierung des Chapter-11-Ausstiegs in Höhe von 695 Millionen US-\$ abgeschlossen, seine Sanierungs-Darlehensgeber und Anleihehaber ausbezahlt und sein Bezugsrechtsangebot abgeschlossen, das zum Zufluss von 406 Millionen \$ führte. Kodak musste Anfang 2012 Insolvenz anmelden, hat seitdem die Firmenstruktur in großen Teilen umgestellt und unter anderem das traditionelle Fotogeschäft eingestellt.

»Wir schlagen einen Aufwärtstrend zu profitablen Wachstum ein«, sagte Perez. »Wir verfügen über die richtigen Technologien zur richtigen Zeit, da die Druckmärkte verstärkt zu digitalen Verfahren übergehen. Unser Programm an Lösungen für den Offset-, Hybrid- und Digitaldruck erlaubt Kunden, diesen Übergang mit unseren Technologien in der von ihnen gewünschten Weise und Geschwindigkeit zu vollziehen.«

Perez dankte zugleich den Mitarbeitern für ihr Bekenntnis zum Unternehmen, den Zulieferern für deren Unterstützung sowie den Kunden und Partnern für ihre Loyalität.

Klimaneutraler Druck

FLYERALARM KOMPENSIERT

30.000 TONNEN CO₂

flyeralarm verbessert kontinuierlich den ökologischen Fußabdruck: 30.000 Tonnen CO₂ konnten seit Einführung des klimaneutralen Drucks im Juni 2010 durch Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden. Damit sind mittlerweile insgesamt 470.000 Euro in Klimaschutzprojekte geflossen. Denn bei mehr als 575.000 Bestellungen haben sich die flyeralarm Kunden für den umweltfreundlichen Druckauftrag entschieden und so die CO₂-Bilanz verbessert.

»Knapp zehn Prozent aller Aufträge werden klimaneutral vergeben. Diese Zahl zeigt, dass unsere Kunden ein immer größeres Bewusstsein und Interesse für Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen generieren. Wir haben ein Jahr hart für die Umsetzung des klimaneutralen Drucks gearbeitet und freuen uns daher umso mehr über die zunehmende Resonanz«, sagt Thorsten Fischer, Geschäftsführer von flyeralarm.

» www.flyeralarm.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

In-Log und Merten WIENER UNTERNEHMEN FUSIONIEREN

Die In-Log Mailroom Technologies GmbH, Wien, Spezialist für Lösungen in der Druckweiterverarbeitung und im Versandraum, wird mit der Merten Maschinenbau und Vertriebs GmbH fusionieren. Das ebenfalls in Wien angesiedelte Unternehmen hielt bisher schon 51% der Anteile an In-Log und ist für die Herstellung der Anlagen und Systeme verantwortlich. Mit der Fusion wollen Peter Merten, Geschäftsführer der Merten Maschinenbau und Vertriebs GmbH, und In-Log-Geschäftsführer Erich Wirthwein die Weichen für eine Unternehmensentwicklung stellen, die auf Stärke durch Innovation ausgerichtet sein soll. Dabei lege man großen Wert auf die Kontinuität in den Kundenbeziehungen, heißt es in einer Verlautbarung der Unternehmen. Erich Wirthwein wird sich daher als Mitglied der Geschäftsführung in Zukunft voll und ganz auf den Bereich Marketing und Sales konzentrieren: »Mit der Fusion schaffen wir eine solide Basis, von der unsere auf über 35 Länder verteilten Kunden profitieren werden«, sagt er. Merten Maschinenbau, das als eigentümergeführtes Unternehmen auf eine 90-jährige Geschichte zurückblicken kann, beschäftigt mehr als 100 Mitarbeiter in Wien, die Komponenten und Lösungen mit einer Fertigungstiefe von bis zu 80% für unterschiedliche Branchen wie die Medizin- und Fahrzeugtechnik sowie die Druckindustrie produzieren. Sein Innovationspotenzial konnte das Unternehmen erst kürzlich bei dem niederländischen Konzern Koninklijke Drukkerij Em. de Jong B. V. unter Beweis stellen und erhielt den Auftrag zur Entsorgung einer 96-Seiten Rotation.

US-Cloud-Dienste unter Druck NSA-ÜBERWACHUNG HAT NEGATIVE AUSWIRKUNGEN

Der Skandal um die NSA-Überwachung wird negative Auswirkungen auf die Umsätze US-amerikanischer Cloud-Anbieter haben. Vor allem Kunden in Europa und Asien suchen vermehrt nach Alternativen, aber auch der US-Markt sei betroffen. Dies prognostiziert das amerikanische Forschungs- und Bildungsinstitut Information Technology and Innovation Foundation (ITIF). Seit Juni hätten 36% der Cloud-Anbieter bereits über eine erschwerte Lage berichtet. Unternehmen wie Microsoft, Amazon und Google zählen zu den umsatzstärksten Anbietern, deren Dienste von Endanwendern und weiteren Cloud-Diensten genutzt werden, die auf der Infrastruktur dieser Konzerne eigene Lösungen aufsetzen. Die ITIF rechnet für die nächsten drei Jahre mit einem Auftragsrückgang von bis zu 20% und Umsatzeinbußen von 21,5 bis zu 35 Mrd. US-\$. Die Vertrauenskrise rund um die Sicherheit digitaler Daten dürfte jetzt Unternehmen nützen, die cloudbasierte Dienste mit Serverfarmen an Standorten auf dem europäischen Festland anbieten.



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

www.druckmarkt.com

EAE-Gruppe SCHUTZSCHIRMVERFAHREN: BETRIEB LÄUFT WEITER

Die EAE-Gruppe, Ahrensburg, hat Ende August Antrag auf Einleitung eines Schutzschirmverfahrens in Eigenverantwortung gestellt. Betroffen sind die EAE Ewert Holding GmbH, die EAE Ewert Ahrensburg Electronic GmbH sowie die EAE Ewert Automation Electronic GmbH in Coswig. EAE bietet Steuerungen, Automatisierungs- und Softwarelösungen für Zeitungsdruckereien an und ist vom drastischen Rückgang der Neuinstallationen bei Zeitungsmaschinen betroffen, heißt es in einer Meldung des Unternehmens, das nach eigenen Angaben Installationen in rund 550 Druckereien weltweit hat. EAE beschäftigt am Firmensitz Ahrensburg bei Hamburg und zwei weiteren Standorten rund 270 Mitarbeiter (rund 300 weniger als vor fünf Jahren). Die Arbeitsverhältnisse seien vom Schutzschirmverfahren zunächst unbeeinflusst. EAE wird bereits seit dem 1. Oktober 2010 von Werner Ringel, einem damals durch Banken, Gesellschafter und Aufsichtsrat eingesetztem Sanierungsmanager geführt, dessen Ziel weiterhin der Verkauf »eines profitablen zukunftssicheren Unternehmens« ist. Dafür habe man eine Restrukturierung gestartet, durch die das Unternehmen in den zurückliegenden drei Geschäftsjahren positive Ergebnisse erwirtschaftet. Die Verschuldung sei in dieser Zeit von 16 Mio. € auf 8 Mio. € reduziert worden. Im Geschäftsjahr 2012/13 wurden rund 40 Mio. € umgesetzt. Die aktuelle Situation ist nach Angaben von EAE unter anderem auf Altschulden zurückzuführen. Einer notwendigen Verlängerung der Kreditlinie sei im August nicht zugestimmt worden, deshalb habe man das Schutzschirmverfahren eingeleitet. Derzeit würden Verhandlungen mit den beteiligten Banken und Investoren geführt. Es gebe Interessenten, die kurzfristig in das Unternehmen investieren wollten.

NELA BARENSCHEE PRE PRESS ANLAGEN INTEGRIERT

Am 29. Juli 2013 übernahm die NELA Brüder Neumeister GmbH im Rahmen eines »Asset Deals« Vermögenswerte der Firma Bareschee Systemtechnik GmbH. Der am 2. Mai 2013 in Kraft getretene exklusive Nutzungsvertrag wird damit abgelöst. Bereits am 30. April 2013 war der operative Betrieb der Bareschee Systemtechnik GmbH in Lüneburg stillgelegt worden. Durch die Einigung mit dem Insolvenzverwalter war es der Firma NELA möglich, bereits am 2. Mai umfassenden Zugriff auf technisches Know-how der Firma zu erhalten. Seither haben zahlreiche Bareschee Altkunden technischen Service und Beratung von NELA in Anspruch genommen. Hierbei hat sich besonders die Anstellung des ehemaligen Bareschee-Serviceleiters, Detlef Brandes, sowie die Einbindung weiterer Mitarbeiter aus dem Bereich Software-Programmierung und Arbeitsvorbereitung bewährt. Der Nutzungsvertrag wird nun durch den Kauf des technisch- und kommerziell relevanten Firmen Know-hows abgelöst, im Rahmen dessen NELA alle Rechte auf Konstruktionsdaten mit Stück- und Ersatzteillisten, Software Quellcodes und Kundendatenbanken erworben hat. Durch den Kauf und durch das hinzugewonnene personelle Fachwissen wird Bareschee-Nutzern weltweit maximale Kontinuität in der Ersatzteilversorgung und technischen Betreuung bis hin zur Ergänzung existierender Anlagen garantiert. Das globale NELA Service-Netz, sowie Detlef Brandes als Projektleiter Systemintegration Bareschee, stehen bei Anfragen über Ersatzteile, Umbauten oder Erweiterungen jederzeit zur Verfügung.

» www.nela.de



Ökonomie und Ökologie im Focus mit der sparsamen KBA Rapida 75

Sie braucht wenig Platz, ist praxisgerecht automatisiert, einfach zu bedienen und druckt mit bis zu 16.000 Bogen/h eine gute Qualität: die KBA Rapida 75. Egal ob im Standardformat 52 x 75 cm oder im Sonderformat 60,5 x 75 cm für mehr Nutzen pro Bogen. Egal ob mit oder ohne Bogenwendung, mit oder ohne Lack. Sie hat kurze Rüstzeiten und braucht deutlich weniger Energie als andere Maschinen ihrer Formatklasse.

Rufen Sie an, wenn Sie eine B2-Anlage für die Marktanforderungen von heute suchen.



Neue Broschüre zur Ausbildung MEDIENGESTALTERN DIGITAL UND PRINT

Der Zentralfachausschuss Berufsbildung Druck und Medien veröffentlicht eine neue Broschüre zum Thema Mediengestalter/in Digital und Print. Sie informiert über die neuen Wahlqualifikationen, die sich mit der Teilnovellierung vom 1. August 2013 ergeben. Diese erweitert das Spektrum der Ausbildungsmöglichkeiten um 3D-Grafikerstellungen, Social Media Marketing, Content-Erstellung und den Großformatigen Digitaldruck.

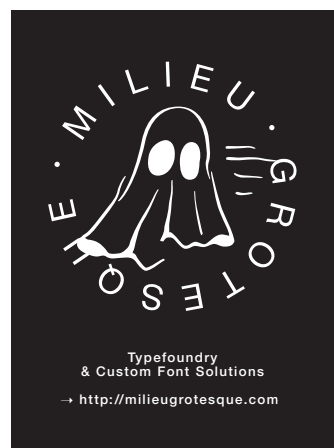


Die Broschüre informiert über die Neuerungen in der Ausbildungsordnung, die umfangreichen Ausbildungsmöglichkeiten sowie die Ausbildungsstruktur des Berufes. Sowohl die verschiedenen Tätigkeits- und Ausbildungsprofile als auch die korrespondierenden Prüfungsstrukturen werden dargestellt. Zudem enthält die Broschüre die komplette Verordnung mit Erläuterungen. Der ebenfalls aufgeführte Ausbildungsrahmenplan gibt Auskunft über alle zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten. Zu beziehen ist die Broschüre über die Geschäftsstellen der Verbände Druck und Medien. Infoschrift ›Mediengestalter/in Digital und Print – Informationen für Ausbildungsbetriebe‹, 44 Seiten DIN A4, Artikel-Nr. 84512, Herausgeber: Zentralfachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), Kassel. www.bvdm-online.de

bvdm GELEGENHEIT ZUR GRUPPENZERTIFIZIERUNG

Der Bundesverband Druck und Medien unterstützt Mitgliedsunternehmen der Verbände bei der Gruppenzertifizierung nach FSC und PEFC. Die gemeinschaftliche Zertifizierung bietet kleineren Druckereien, Agenturen, Buchbindereien und Druckveredlern die Möglichkeit, Kosten zu sparen und von einem erleichterten Verfahren zu profitieren. Voraussetzung zur Teilnahme an der Gruppenzertifizierung ist, dass die Unternehmen maximal 15 Angestellte beschäftigen beziehungsweise bei bis zu 25 Beschäftigten maximal einen Jahresumsatz von rund 750.000 € erwirtschaften. Zertifizierte Unternehmen sind berechtigt, ihre Produkte entsprechend zu kennzeichnen und die jeweiligen Logos zu verwenden. Die jährlichen Kosten für eine FSC-Gruppenzertifizierung liegen bei 1.290 €. Weitere Kosten für jährliche Audits, Schulungen, Aktualisierungen des Handbuchs oder Musterdokumente entstehen den Unternehmen nicht. Die Logofreigaben, der generelle Support sowie alle Nebenkosten sind ebenfalls im Zertifizierungspreis enthalten. Interessierte Mitgliedsbetriebe, welche die genannten Voraussetzungen erfüllen und an einer Gruppenzertifizierung teilnehmen möchten, melden sich bei ihrem Verband Druck und Medien.

www.bvdm-online.de



Schaffhauser Nachrichten ZEITUNGSDRUCK SCHAFFHAUSEN STELLT BETRIEB EIN

Die Zeitungsdruck Schaffhausen AG (ZDS) schließt Ende des Jahres den Betrieb. Die Druckerei der Meier + Cie AG und der Rotaz AG, die das



Unternehmen seit 1992 gemeinsam tragen, druckt unter anderem die ›Schaffhauser Nachrichten‹, die ›schaffhauser az‹, die ›Kreuzlinger Zeitung‹ und einige Objekte mehr. Es gebe verschiedene Gründe für diese radikale Entscheidung des Verwaltungsrats, durch die 17 der 21 Arbeitsplätze wegfallen werden. Überkapazität im Schweizer Druckereigewerbe drückten auf Preise und Margen und sinkende Erträge verhinderten den dringend notwendigen Ersatz der 23 Jahre alten Anilox-Rotationsmaschine. Da auch eine umfassende Überholung der Maschine zu Beginn des Jahres keine anhaltende Verbesserung der technischen Qualität gebracht habe und die Betriebssicherheit langfristig nicht mehr gewährleistet sei, könne die Schließung der Firma nicht verhindert werden. Nach der Schließung der ZDS soll die NZZ Mediengruppe die ›Schaffhauser Nachrichten‹ ab Januar 2014 in Schlieren drucken. Ob die anderen Titel ebenfalls zur NZZ-Druckerei wechseln, steht noch nicht fest. Der Druckauftrag ermögliche eine Optimierung der Auslastung der Schlierener Druckanlagen, wird NZZ-Sprecherin Bettina Schibli in Schweizer Medien zitiert. Die Kapazitäten bei NZZ Print reichten aus, es müssten keine Zusatzinvestitionen für diesen Auftrag getätigt werden. Allerdings müsste der Personalbestand moderat angepasst werden – wenn möglich mit Mitarbeitern aus Schaffhausen.

40.000 Tonnen CO₂ kompensiert BVDM-KLIMA-INITIATIVE BESTEHT SEIT FÜNF JAHREN

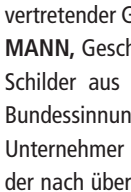
Vor fünf Jahren hat der Bundesverband Druck und Medien seine Klima-Initiative etabliert. Seither können Druckereien für ihre Druckaufträge Emissionen berechnen und anschließend kompensieren. »Wir haben mit dem Projekt Klimarechner zur richtigen Zeit einen wichtigen Akzent gesetzt. Die Teilnehmer senken ihre Energiekosten, gewinnen neue Kunden und schonen das Klima. Auf diese Entwicklung können wir stolz sein«, erklärt Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm, dem Träger der Initiative. Mehr als 250 Unternehmen in Deutschland und Österreich setzen den Klimarechner der Verbände ein. Insgesamt wurden seit Bestehen der Initiative bereits rund 40.000 Tonnen CO₂ kompensiert. Das entspricht nach Berechnungen des bvdm dem CO₂-Jahresausstoß von 10.000 Mittelklassewagen oder von 364.000 Flügen von München nach Berlin. An der Klimainitiative teilnehmende Druckunternehmen erhalten eine Beratung zu ihrer individuellen Energieeffizienz und Klimabilanz. Die Beratung wird von der Kreditanstalt für Wiederaufbau bezuschusst. Nach der Erfassung der spezifischen Betriebsmerkmale wird der Klimarechner im Unternehmen installiert und angepasst. Druckereien können selbst oder im Auftrag ihrer Kunden den bilanzierten CO₂-Wert des Druckauftrages kompensieren, in dem sie für die verursachten Emissionen Ausgleichs-Zertifikate aus Klimaschutzprojekten erwerben. Die Zertifikate können online über den CO₂-Rechner geordert werden. Druckprodukte, für die Zertifikate erworben wurden, dürfen mit dem Zeichen ›Print CO₂-kompensiert‹ ausgewiesen werden.

Menschen & Karrieren



Anfang Juli 2012 informierte die Familie Oberhänkli, dass sie für die Fortführung ihrer Druckerei Feldegg in **PIETER VERSLUYS** eine ideale Nachfolgelösung gefunden habe. Er agierte bisher als CEO und wird nun in einer zweiten Phase wegen des alters- beziehungsweise krankheitsbedingten Ausscheidens der Brüder

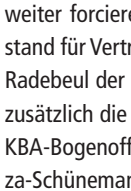
Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



Erwin und René Oberhänkli die Führung ganz übernehmen. Pieter Versluys engagiert sich im Rahmen eines Management-Buy-outs finanziell und stellt damit sicher, dass das Unternehmen auch zukünftig inhabergeführt sein wird. • **MATHIAS SCHUNKE** übernahm per 1. Juli 2013 die operative Geschäftsleitung der Ugra und tritt damit die Nachfolge von Erwin Widmer an. Widmer bleibt der Ugra als stellvertretender Geschäftsleiter erhalten. • **UWE W. HERMANN**, Geschäftsführer der Firma Weeber Stempel & Schilder aus Pforzheim, ist neuer Vorsitzender der Bundessinnung für das Flexografen-Handwerk. Der Unternehmer übernimmt das Amt von Frank Werner, der nach über zwanzig Jahren an der Spitze der Bundessinnung aus seinem Amt ausscheidet. Hermann war bisher stellvertretender Vorsitzender der Innung. Zu seinem Nachfolger wurde Martin Dürmeyer gewählt. • Ab sofort tritt **JOHANNES BISCHOF** sein Amt als Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH an und übernimmt die operative Geschäftsführung. Bischof, der bereits seit 1. April 2012 Mitglied der Geschäftsführung ist, löst damit Günther Schnitzler ab, der das Unternehmen seit 2009 leitete. Die Ziele des neuen Geschäftsführers: Die Marktführerschaft ausbauen und den Kurs Richtung IT-Service weiter forcieren. • **RALF SAMMECK**, seit 2007 Vorstand für Vertrieb, Marketing und Service am Standort Radebeul der Koenig & Bauer AG, hat am 1. Juli 2013 zusätzlich die Verantwortung für die Konstruktion der KBA-Bogenoffsetmaschinen von KBA-CEO Claus Bolza-Schünemann übernommen. Der Vorstandsvorsitzende will sich künftig stärker auf strategische Aufgaben konzentrieren. Die Verantwortung für die Fertigung und Innenmontage der Bogen- und Rollenoffsetmaschinen behält KBA-Produktionsvorstand Michael Kummert. • Chili Publish wächst und hat seinen Personalbestand ausgebaut: **PIET SAEGEMAN** wurde jetzt zum Business Development Manager ernannt. Saegeman besitzt Branchen-Erfahrungen und war unter anderen bei Creo und Kodak tätig. • Seit 1. August 2013 verstärkt **FRANK BRODBECK** den bundesweiten Obility-Vertrieb. Er gilt als ausgewiesener Digitaldruckexperte und wird den Fokus nun auf den Einsatz web- und cloudbasierter Technologien in der Druck- und Medienbranche legen. • Diplom-Volkswirtin **STEPHANIE SCHNEIDER** ist seit 1. August 2013 als wirtschafts-politische Referentin beim Bundesverband Druck und Medien tätig. Dort wird sie Ansprechpartnerin für alle volkswirtschaftlichen Fragen der Branche sein.



:Apogee StoreFront

Ihre Web-to-Print-Lösung

Apogee StoreFront ist eine Cloud-basierte Web-to-Print-Lösung welche Ihnen die Einrichtung von Online-Shops für gedruckte und nicht gedruckte Produkte ermöglicht. Sie gibt Ihnen die Möglichkeit zur effizienten Vermarktung ihrer Dienstleistungen, sowohl für bestehende als auch für neue Kunden. Sie können private Online-Shops (B2B) für spezielle Kundenanforderungen einrichten, die als zentrales Bestell-Portal für Druckerzeugnisse rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Mit öffentlichen Online-Shops (B2C) können Sie neue Kunden überregional gewinnen.

www.apogeestorefront.com

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Es geht um Qualität – um Lebensqualität

Es sind immer wieder befruchtende Diskussionen, die wir führen, wenn wir mit Erich Chiavi zusammentreffen. »Ihr müsst Eurer Branche die Kreativität zurückgeben«, fordert uns Chiavi auf. Natürlich hat er recht. Aber wie sollen wir das anstellen? Wir als einfache Fachzeitschrift, die üblicherweise Trends und neue Techniken vermitteln will?

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es sind handfeste Gründe, die uns der Farben-Physiologe nennt, weshalb wir alles daran setzen sollten, mehr Aufmerksamkeit auf das Thema Farbe zu lenken. Dazu müsse man sich nur einmal in den Städten und auch auf dem Land umschauchen. Die Häuser sind weiß oder grau, Autos meist Schwarz oder Silber, Anzüge grau bis Schwarz – alles in allem langweilig. Und das über das ganze Jahr. »Da muss doch Trauer aufkommen«, sagt Erich Chiavi. »Wir haben nun einmal vier Jahreszeiten. Der Frühling aktiviert, der Sommer bringt die ganze Tragweite der Farben, der Herbst spiegelt die komplette Farbpalette der Wärme und auch der Winter ist nicht farblos. Die Farben der Jahreszeiten müssen auch auf die Farbgebung appliziert werden. Doch der Mensch gibt sich monoton«, beklagt er.

Genau das aber sei der Zeitgeist. »Alles wird immer langweiliger, immer vorsichtiger, auch der Wortschatz befindet sich auf dem Rückzug und alles muss immer billiger werden. Dass alles führt zu einer Abnahme der Qualität insgesamt.« Für Erich Chiavi sind auch Gratiszeitungen ein Übel, weil es an Qualität mangle. Das sei Verschwendung pur. »So wird das Volk geistig eliminiert: Man giert nur noch nach Hype und Sensationen. Gutes und Sinnvolles bleibt dabei liegen.«

Und während man diesen Gedanken nachgeht, setzt Chiavi noch einen oben drauf: »26 Millionen Menschen in Europa haben keine Arbeit,

darunter etwa 5,5 Millionen junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren. Das ist doch keine Qualität!« Doch die Politiker würden wieder einmal nur das Dümme und Geringste machen: Kosmetik statt der Ursache auf den Grund zu gehen. Dabei glaubt Erich Chiavi zu wissen, woran es krankt. »Es ist der Wahn, alles reglementieren zu wollen. Die permanenten Bestrebungen zur Prozessoptimierung und Rationalisierung sind schuld am Qualitätsrückgang. Aber irgendwann ist ein Level erreicht, wo es nicht mehr geht.«

Als hätte er im Juni schon gewusst, was sich im August in Deutschland abspielte. So geschehen bei der Deutschen Bahn, wo rigorose Rationalisierung einhergehend mit Personalreduzierungen zum Kollaps im Schienenverkehr führte, nur, weil einige Mitarbeiter in der Urlaubszeit krank wurden.

Chiavi erforscht Farbbewusstsein

Raum- und Farbphysiologie nennt Erich Chiavi das, womit er sich seit Jahrzehnten beschäftigt. An diesen Themen arbeitet er in seinem Atelier in Davos, er ist zugleich überall auf der Welt zu Hause, Mitglied mancher wissenschaftlichen Runde und Gremien, er lehrt an Hochschulen und Universitäten und berät Unternehmen bei ihrem Erscheinungsbild und ihrer Farbgebung.

Als Physiologe erforscht er die physikalischen und biochemischen Vor-

gänge und betrachtet dabei das Zusammenwirken aller Vorgänge im menschlichen Organismus. Das bedeutet, dass er weit mehr als Farben betrachtet. Denn wissenschaftlich gesehen sind Farben nichts anderes als in Wellenlängen zerlegtes Licht, das durch unser Auge aufgenommen und im Gehirn in Farbreize übersetzt wird. Und genau an dieser Stelle wird es für ihn spannend. Durch unser Gehirn, das sämtliche Körperfunktionen und Wahrnehmungen steuert, ist Farbe eines unserer relevantesten Verständigungs-, Darstellungs- und Gestaltungs-Mittel. Mit Hilfe der Farben lassen sich Illusionen und Täuschungen erzeugen, man kann Werte schaffen, Status entwickeln, Ordnung herstellen, Signale setzen, auch Krankheiten heilen, Stimmung machen und Gefühle provozieren.

Weil Farben, so Erich Chiavi, »das Barometer der Seele sind. Farbe ist geeignet, die Stimmung ebenso zu verändern, wie es Musik kann.« Deshalb weiss er auch, welche Farben stimulieren, welche anregen und die Kreativität anspornen. Doch es ist nicht die Farbe allein. Für ihn spielen auch die Formen dabei eine ebenso große Rolle.

Ein Zeichen setzen

Doch dieses Potenzial, das Farben mitbringen, werde viel zu wenig genutzt. »Wir sollten ein Zeichen setzen!«, fordert Chiavi und greift noch einmal seine Kritik an der Monoto-

nität auf: »Der Mensch kann die Farbe wiederentdecken und mit ihr die Qualität, aber es braucht dazu etwas Zeit.« Und dazu wohl auch jemanden, der die Menschen dabei berät und zum Ziel führt. Chiavi kann das und er macht es auch. Beispielsweise in Seminaren, bei denen er Kreativität fördert (siehe auch Seite 12) sowie Talente entdecken und erwecken will (wir werden uns mit den Kreativseminaren noch an anderer Stelle befassen).

Farben senden Zeichen

Erich Chiavi hat sein Leben lang mit Farben gearbeitet, ihre Wirkung ergründet, sie gemessen und vermessen, Harmonien gesucht und gefunden. Und dieses Wissen nutzt er auch für seine Seminare. »Jede Farbe löst ein Signal aus, sendet ein Zeichen. Dieses Wissen muss man nur nutzen.« Dann ergebe sich Qualität wie von alleine. Zwar in kleinen, aber in sicheren Schritten.

»Ihr in der Druckindustrie übermittelt doch Kultur, Präzision und Qualität. Ihr müsst vorangehen«, spornt uns Erich Chiavi an. Was auch bedeuten würde, dass wir intensiver mit Agenturen und Kunden kommunizieren und diskutieren müssten. Und zwar nicht nur über die verschiedenen Produktionstechniken, über Papiere oder Preise. Sondern über Farben, auch über aussergewöhnliche Farbharmonien, die mit Echtfarben oder stark pigmentierten Farben erreichbar sein können.

»Die meisten Mitmenschen, auch die in den Chefetagen, erkennen die wuchtige Wirkung der Farben nicht im Ansatz und verschwenden oft Unsummen in unnütze Anstrengungen. Dabei kostet die richtige Farbe keinen Stutz mehr als die falsche Farbe«, sagt der Farbphysiologe Erich Chiavi.



Farbe nie isoliert betrachten!

Denn wenn es stimmt, dass Farben wie die Musik Stimmungen beeinflussen können, müssten fast alle Medien und Drucksachen anders konzipiert werden. Sie müssten in Harmonien erblühen, weil eine Farbe alleine weit weniger wirkt als im Zusammenspiel mit anderen. Doch einfach nur bunt ergibt noch keine Harmonie. Dazu rät Chiavi, sich an der Natur zu orientieren. Hier finde man alles, was an Farben, Kombinationen, Harmonien und Kontrasten für alle denkbaren Einsatzzwecke sinnvoll sei.

Ein hartes Stück Arbeit, das Chiavi da Designern und Druckern aufgibt. Drucker betrachten Farbe üblicherweise im CMYK-Modus und Designer setzen Farben eher nach eigenem Geschmack oder generellen Gesichtspunkten ein. »Wenn mir ein Designer erzählt, er wähle Farben nach dem aktuellen Trend aus, sollte er seinen Beruf an den Nagel hängen«, zürnt Erich Chiavi. Design müsse die Trends setzen! »Aber wie, wenn die Leute noch nicht einmal wirklich wissen, wie Farbe wirkt? Und wie, wenn sie sich tagtäglich

nur in Schwarz kleiden? Die Designer haben das Schwarz ja erst etabliert und hoffähig gemacht«, zweifelt Chiavi am Farbverständnis vieler Designer.

Zweifellos, das räumt auch der Farbphysiologe ein, sind Designer gelegentlich zu bestimmten Farben gezwungen – vor allem bei Farben für ein vorgegebenes Unternehmens-Cl. »Ich kann diese Argumente verstehen und sehe auch die Schwierigkeiten bei der Umsetzung. Aber sie schaffen die Tatsache nicht aus der Welt, dass ältere Menschen Farben anders bewerten als junge, dass unterschiedliche Kulturen Einfluss auf die Farbwahrnehmung haben und dass Farbe nie isoliert betrachtet werden darf. Schließlich kommt sie auch in der Natur nur in Kombinationen, Szenarien und Harmonien vor. Diese Ensembles erzielen die eigentliche stimulierende Wirkung.« Wer das anders sehe, ignoriere die

Erkenntnisse der Wissenschaft, sagt Chiavi lapidar.

Farben sind individuell

Dabei rät er sogar davon ab, die Farben eines Logos auf der ganzen Welt einsetzen zu wollen. »Bestimmte Farben haben in anderen Kulturkreisen wie beispielsweise dem Orient oder in Asien eine ganz andere Symbolik und Bedeutung als in Europa«, führt er aus. »International agierende Unternehmen, die ein verändertes farbpsychologisches Konzept für ihre Niederlassungen auf anderen Kontinenten einsetzen und der Stimmung der jeweiligen Kultur anpassen, haben erwiesenermaßen Erfolge, sogar Vorteile – keine Nachteile. Warum also sollten andere nicht davon lernen?«

Dabei sei die grafische Darstellung das Zünglein an der Waage. Durch sie müsse ein höheres Niveau er-

reicht werden. »Farben sind wie kein anderes visuelles Gestaltungsmittel geeignet, zu vereinfachen und die Wahrnehmungen der Menschen auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Deshalb sollten sich Werbung und grafische Industrie bewusst werden, dass Farben je nach Zielgruppe unterschiedlich einzusetzen sind.«

Das ist es also, was Erich Chiavi damit meint, wenn er sagt, dass unsere Branche dazu geeignet ist, Qualität und Gefühl für die Farbe zu vermitteln. Kommunikation über grafische Medien dient nämlich der Beeinflussung und Manipulation. So möchte jeder Absender einer Drucksache, dass der Empfänger von der Botschaft angeregt wird. Wie anders als mit Farbe und Haptik soll dies erreicht werden können?

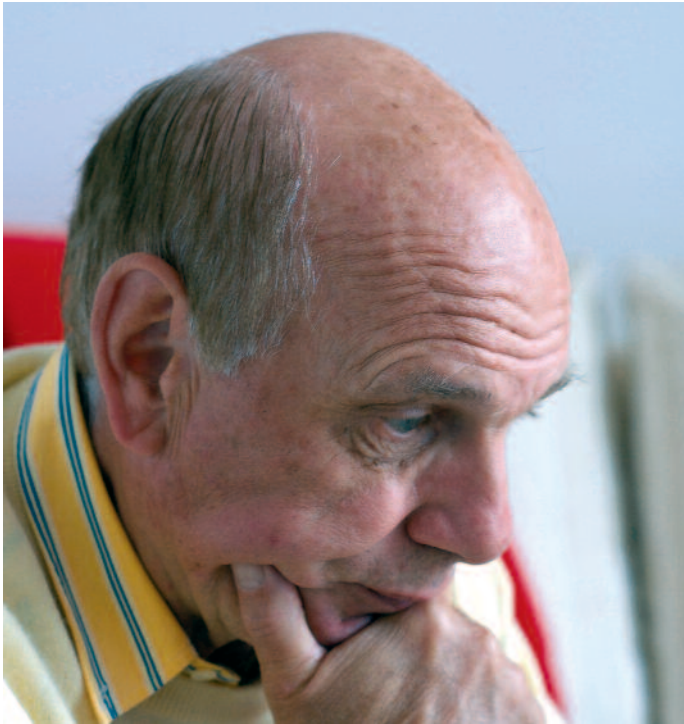
Erich Chiavis Aufforderung passt daher zu dem, was wir via Digitaldruck an Drucktechnik zur Verfügung stellen können. ▶

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Zwar lässt sich Individualität nicht über Software steuern, doch kann Farbe, richtig eingesetzt, entscheidend dazu beitragen, die Wahrnehmung der Menschen zu stimulieren. »Aber die meisten Mitmenschen, auch die in den Chefetagen, erkennen die wuchtige Wirkung der Farben nicht im Ansatz und verschwenden oft Unsummen in unnütze Anstrengungen. Dabei kostet die richtige Farbe keinen Stutz mehr als die falsche Farbe«, sagt Chiavi.

Farben steuern Energien

»Farben wie Schwarz oder Grau sind einfach nur geisttötend, wenn sie nicht in einem positiven, energetischen Zusammenhang mit anderen Farben stehen«, führt der Farbphysiologe aus. Schwarz ist als Kontrastverstärker ja gar nicht so schlecht. Aber nur Schwarz-Weiß? »Farben sorgen für eine Veränderung des Energieflusses im Körper. Deshalb ist es auch nicht gleichgültig, welche Farbe der Raum hat, in dem Sie den Tag verbringen, oder welche Farbe Ihre Kleidung oder Ihr Auto hat«, erläutert er. »Farbe löst Behaglichkeit aus. Kälte löst nichts aus.« Und es sei erstaunlich, wie viel Einfluss Farben nicht nur auf unse-

Farbphysiologe, Denker oder Philosoph? Erich Chiavi hat wohl von allem etwas. Wie sonst käme er auf die Idee, eine ganze Stadt bauen zu wollen, die den Bedürfnissen der Menschen entspricht und zudem noch nachhaltig ist?

ren visuellen Alltag haben. »Schwarze Autos zum Beispiel werden um vier bis acht Grad heißer, als Autos in anderen Farben. Das bedeutet ein Mehr an Klimatisierung.« Ob das denn sein müsse, ist dann eine eher rhetorische Frage.

Die Hügelsstadt: »Vision Hill«

Solche Erkenntnisse, die mit Farben in direktem Zusammenhang stehen,



Chiavis »Hügelsstadt« für 50.000 Menschen bietet alles, was Menschen brauchen: Arbeit, Freizeit, Lebensraum, Geborgenheit und Freude an Farben.

Kreativ-Coaching

Der Druckmarkt lädt am 11., 12. und 14. Oktober 2013 zu den Tagesseminaren »Kreativität« ein, ein Kreativ-Coaching, das zum Andersdenken anregt und Brücken zu innovativem Denken schlägt.

Die Seminare finden im Atelier von Erich Chiavi in Davos statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Kosten: CHF 390,00 incl. Verpflegung.

Anmeldungen bitte beim »Druckmarkt Schweiz«: telefonisch Jean-Paul Thalmann (+41 44 380 53 03), per E-Mail (thalmann@druckmarkt-schweiz.ch) oder auf der Druckmarkt-Seite www.druckmarkt.ch.

faszinieren ihn. Deshalb hat Erich Chiavi auch etwas gegen die »Architektur mit dem Lineal« und erst recht gegen »vertikale Städte«. Hochhäuser sind ihm ein Greuel und das Schlimmste an Einfallslosigkeit, weil sie am Bedürfnis der Menschen vorbeigehen. Wolkenkratzer, so hoch sie auch sein mögen, scheinen technisch kein Problem darzustellen, menschlich aber schon, sagt er. Sie werfen Schatten statt Licht zu geben, Hochhäuser seien zugig und hätten keinerlei Ausstrahlung. Für den eloquenten Bündner besteht seine Mission darin, Menschen via Farbe Freude zu bereiten und damit zu einem angenehmeren Leben beizutragen. Deshalb hat er auch eine »Hügelsstadt« für 50.000 Menschen erdacht und geplant. »Da ist alles drin, was Menschen brauchen: Arbeit für 20.000, Freizeit, Lebensraum, Geborgenheit und Freude an den Farben.« Und zudem ist das Projekt äußerst nachhaltig konzipiert.

Denn ihm geht es, wie er ausdrücklich sagt, »um Qualität – um Lebensqualität.«

Zwar hat die Hügelsstadt selbst auch eine Höhe von 150 Metern, doch vergleichbar mit einem Wolkenkratzer ist sie bei einer Länge von 3,5 km und einer Breite von 1,5 km nicht. Chiavi beschäftigt sich seit mehr als fünf Jahren mit diesem Projekt. Konstruktiv basiert die begrünte Hügelsstadt auf einem neuen, aber bereits erprobten Werkstoff aus Waben. »Einem Schweizer Produkt«, wie der Bündner betont.

Wir brauchen verrückte Leute

Erich Chiavi, der Farben-Physiologe, der um die Vorgänge der Zellen, Gewebe und Organe sowie ihrem Zusammenwirken im Gesamtorganismus Mensch weiß, ist vor dem Hintergrund dieser Vision auch Menschenfreund und Philosoph. Deshalb mag man Erich Chiavi für eine Ausnahmeseinung halten, vielleicht für ein Genie, für einen bunten Vogel oder auch für jemanden, der es mit seinem Wissen um die Farbe übertreibt. Vielleicht halten ihn einige auch für einen Spinner. Das weiß er selbst nur zu genau und antwortet mit einem Zitat des Nobelpreisträgers Georg Bernard Shaw: »Was wir brauchen, sind ein paar verrückte Leute. Seht Euch doch nur an, wohin uns die Normen gebracht haben!«

» www.eric.chiavi.ch

Davoser Farb-Seminare

Kreativ-Coaching

Der «Druckmarkt» lädt am 11., 12. und 14. Oktober 2013 zu den Tagesseminaren «Kreativität» ein, ein Kreativ-Coaching, das zum Andersdenken anregt und Brücken zu innovativem Denken schlägt.

Die Seminare finden im Atelier von Erich Chiavi in Davos statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Kosten: CHF 390,00 incl. Verpflegung.

Anmeldungen bitte beim «Druckmarkt Schweiz».
Telefonisch bei Jean-Paul Thalmann (+41 44 380 53 03),
per Fax (+41 44 380 53 01) oder
per E-Mail (thalmann@druckmarkt-schweiz.ch)

Ort **Erich Chiavi, Mattawaldstr. 15a, CH-7260 Davos-Dorf**

9.15 Uhr Seminarbeginn

- Einführung in das Reich der Farben.
- Die Wahrnehmung von Farben für den Kunden.
- Farbexperimente in den verschiedenen Bereichen der Kunden.
- Wirkung von Farben in den verschiedenen Jahreszeiten.
- Weniger ist mehr, Farbkombinationen und Ihre Wirkung.
- Farbe und Kultur.
- Erfolgreiche Farbbeispiele.
- Eigene Projekte der Teilnehmer analysieren.

Ja, ich nehme am Seminar teil

- 11. Oktober
- 12. Oktober
- 14. Oktober

Name.....

Firma.....

Adresse/Rechnungsadresse.....

Telefon.....

E-Mail.....

Unterschrift.....

DRUCKMARKT

Themen auf den Punkt gebracht 

Einsparungen durch mehr Automatisierung

Angesichts der zunehmenden Anzahl an Kleinauflagen in Verbindung mit einem wachsenden Kundenstamm setzt die Tangent PLC auf Enfocus und Switch 11. Jetzt kann sie pro Tag schon einmal 2.500 Aufträge über mehrere Produktlinien rentabel bearbeiten, optimiert die Arbeitsabläufe, senkt die Kosten und vermeidet Fehler.

Text und Bilder: Enfocus

Tangent vereint ein breites Portfolio an Online-Unternehmen, die auf die Druckproduktion und digitales Marketing spezialisiert sind, und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 21,72 Mio. £. Zur Unternehmensgruppe gehören unter anderem Goodprint.co.uk, Printed.com, Smileprint.co.uk, Ravensworth, Tangent Snowball und Tangent on Demand. Das vor Kurzem durchgezogene Projekt zur Rationalisierung und Automatisierung des Workflows innerhalb der Gruppe hat



Brian North, Group Workflow Specialist von Tangent, geleitet. Er erläutert: »Wir mussten schon immer Dateiübertragungen von einer Vielzahl unterschiedlicher Quellen auf verschiedene, sowohl interne als auch externe Produktionsplattformen bewältigen. Nachdem wir unterschiedliche Lösungen im Einsatz hatten, zwangen uns die bloße Menge und die Komplexität der Übertragungen, unsere Arbeitsabläufe auf den Prüfstand zu stellen und eine Komplettlösung zu finden, die die ganze Unternehmensgruppe umfasste.«

Vor allem musste Tangent die Workflows effizienter gestalten, die mit dem Auftragseingang der Online-Dienste Goodprint, Printed.com und Ravensworth, einem Druckspezialisten für Immobilienmakler, in Zusammenhang standen und der in das Produktionszentrum der Gruppe unweit Newcastle geleitet wurde.

»Wir haben auch kleinere Spezialzulieferer und unsere eigenen Produktionseinrichtungen für den Massendruck«, ergänzt Brian North. »Wir suchten einen Workflow, der es uns erlaubt, unsere vielfältigen Arbeitsabläufe über eine gemeinsame Benutzeroberfläche zu steuern. Farbprofilierung, Dateitypen und Datenkonvertierung sind Faktoren, die Einfluss darauf haben, was wir wann wohin senden. Und wir müssen in der Lage sein, diese Prozesse weitestgehend zu automatisieren.«

Höchste Zeit für Switch

Tangent hat sich für Enfocus Switch 11 entschieden, um die verschiedenen Auftragsströme unterschiedlicher Komplexität für die Produktions-, Backup- und Entwicklungsplattformen im gesamten Unternehmen in den Griff zu bekommen. Switch ermöglicht dem Unternehmen, die häufig separat ablaufenden Prozesse zu einem einheitlichen Ganzen zusammenzuführen. Damit steht ein Druckvorstufenmodell zur Verfügung, das auf einer einzigen Plattform basiert und mehrere Unternehmens- und Partnerstandorte nahtlos mit einbezieht.

Enfocus Switch 11 ist eine Workflow-Lösung, die möglichst viele wiederkehrende Aufgaben automatisieren kann, damit die Anwender mehr Zeit für produktivere Tätigkeiten haben und sich keine Gedanken über Fehlerquellen machen müssen, die bei der Erledigung solcher Routi-

nearbeiten leicht auftreten können. Die Automatisierung dieser Aufgaben mit Switch gewährleistet ein höheres Maß an Genauigkeit und Zufriedenheit, da sich die Mitarbeiter auf anspruchsvollere Arbeiten konzentrieren können.

Bei Tangent wird Switch insbesondere für den Preflight sowie die Konvertierung und Korrektur von Dateien entweder automatisch oder als Ausnahme über die Benutzeroberfläche von SwitchClient genutzt. Zudem erstellt Switch automatisch JDF-Jobtickets, da es in mehrere Datenbanken eingebunden ist, um die benötigten Angaben in einer XML-Vorlage zusammenzuführen. Inzwischen hat Tangent zahlreiche weitere Anwendungsmöglichkeiten für die Automatisierungsfunktionen gefunden wie das Weiterleiten von Dateien, das Erstellen von E-Mail-Berichten, die Dateilieferung und Kundenmitteilungen.

North berichtet, dass Switch »spürbar positive« Auswirkungen auf die Arbeitsabläufe hatte: »Switch erleichtert uns die Arbeit und stellt eine stabile Plattform zum Erfassen und Verwalten der Daten für die Druckproduktion, das Generieren von E-Mails und die Datenbankintegration bereit. Pro Tag gehen bis zu 2.500 Bestellungen ein, von denen jede mehrere PDF-Dateien enthalten kann. Switch hat den manuellen Arbeitsaufwand für die Dateien um die Hälfte verringert. Ohne Switch hätten wir das Druckvorstufen-Team wahrscheinlich vergrößern müssen.

Mit Switch sind wir nun in der Lage, mehr Aufträge bearbeiten zu können, ohne neue Mitarbeiter einstellen zu müssen.«

Nach den Worten von Brian North fasst Switch alle Prozesse zusammen. »Obwohl wir verschiedene Publishing- und Anwendungsbereiche haben, gibt es jetzt einen zentralen Workflow zum Verwalten, Verarbeiten und Verteilen von Dateien sowie zur Interaktion mit mehreren Datenbanken und zu deren Aktualisierung. Wir brauchten eine möglichst weitgehende Open Source-Lösung zur umfassenden XML-Automatisierung sowie zur Integration von Drittanwendungen und Konfiguratoren. Switch ist die ideale Lösung für diese Anforderungen.« Ebenfalls wichtig waren die Skalierbarkeit und die Flexibilität, wie North erläutert: »Wir wollten uns nicht an eine proprietäre oder sonstige Lösung binden, die unsere Publishing-Systeme, Produktionstechnik oder andere Produkte, die wir in Zukunft vielleicht noch einführen werden, nicht unterstützt.«

Workflow-Verbesserungen



Ian Gordon, Operations Director bei Tangent, sagt: »Jetzt haben wir einen einheitlichen Standard zum Vorbereiten der Dateien, zum Ausschließen und für die Druckvorstufe. Einige Workflows sind stärker automatisiert als ande-



Ravensworth ist nur einer der Produktionsfirmen von Tangent.

re. Switch erkennt den jeweiligen Automatisierungsgrad und auch, wo keine Automatisierung vorhanden und ein Bedienereingriff erforderlich ist. Noch haben wir keine Vollautomatisierung erreicht, machen aber gute Fortschritte beim Aufbau von Prozessströmen, die uns diesem Ziel näher bringen.«

Gordon zufolge hat Switch auch das Workflow-Management verbessert: »Von der Druckvorstufe bis zum Druck hatten wir sehr viele getrennte und isolierte Arbeitsprozesse, sodass es uns im Laufe der Zeit an einem einheitlichen Konzept mangelte. Switch hat uns in die Lage versetzt, diese Prozesse zu standardisieren. Die Workflows innerhalb der Unternehmensgruppe sowie mit unseren Kunden und Partnern sind jetzt transparent. Damit erhöhen sich

Kontrolle und Belastbarkeit. Während vorher viele Dateien eine umfangreiche manuelle Bearbeitung erforderten, sind wir jetzt nicht mehr so stark von Bedienereingriffen abhängig. Wir sehen sofort, wenn ein Auftrag noch nicht für die Druckmaschine fertig ist und auch warum, was hochgeladen werden muss und ob eine Beschnitzzugabe erforderlich ist – was wir jetzt übrigens auch automatisiert haben. Wir greifen in den Prozess nur noch ein, wenn es unbedingt notwendig ist.«

Großformatdruck jetzt schneller

North sagt, dass sich der Großformatdruck des Unternehmens wesentlich verbessert hat. »Vor Switch konnte es Stunden oder noch länger dauern, bis ein Auftrag auf der

Druckmaschine war. Heute ist der Großformatauftrag fast sofort an der Druckmaschine. Praktisch jedes Großformat-Jobticket ist (nach der Aktualisierung über Switch) fehlerfrei, wenn der Auftrag in die Produktion geht. Das hat den ganzen Arbeitsfluss wesentlich beschleunigt.«

Brian North glaubt, dass die Aufträge jetzt nicht nur schneller und effizienter verarbeitet werden, sondern dass die Unternehmensgruppe noch auf vielfältige andere Weise von Switch profitiert: »Unsere Kapazität hat sich vergrößert, sodass wir ohne Zusatzkosten wachsen können.«

Was die Zukunft bringen wird

»Tangent war ideal für die Einführung von Enfocus Switch geeignet«, meint Maxim Heyndrickx, Sales Account Manager bei Enfocus. »Wir erwarten gar nicht, dass Switch von sich aus 100 Prozent der Kundenanforderungen erfüllt. Daher haben wir es als offene Lösung entwickelt, die sich einfach und nahtlos in fast jede Drittanwendung einbinden lässt. Darin eingeschlossen sind Module für Datenbanken, zur Bildbearbeitung und Dateikonvertierung, XML-Generatoren und Editoren. Bereits heute oder in naher Zukunft wird Tangent fast alle diese Möglichkeiten nutzen und sowohl seine internen Anwendungen als auch die

frei verfügbaren Public-Domain-Produkte anpassen und einbinden, um die geforderten Aufgaben effizienter auszuführen.«

»Es wird noch mehr Verbesserungen geben, aber es steht außer Frage, dass wir heute in einer viel besseren Position sind als noch vor einem Jahr. Für uns hat sich die Investition in Switch auf jeden Fall gelohnt«, ergänzt Ian Gordon.

Dem stimmt auch Brian North zu und meint trotz der erheblichen Veränderungen, die das Team bereits umsetzen konnte: »Wir sind noch nicht am Ende. Wir werden weiter eng mit Enfocus zusammenarbeiten, um noch mehr Möglichkeiten zu entdecken und Feedback zur zukünftigen Produktentwicklung zu geben. Unsere engen Kontakte zur F&E-Abteilung von Enfocus sind von unschätzbarem Wert.«

North fasst zusammen: »Switch ist der zentrale Anlaufpunkt für alle eingehenden Bestellungen zur Weiterleitung an alle Lieferstellen. Die Software erhöht die Wahrscheinlichkeit, den Auftrag gleich beim ersten Mal fehlerfrei zu produzieren und Unstimmigkeiten noch vor der Produktion zu korrigieren. Das ist vor allem bei Public-Domain-Grafiken wichtig, die bei einigen unserer Aufträge eine wichtige Rolle spielen.«

➤ www.enfocus.com



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlichten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

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

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50, info@arcusdesigns.de



Prozessfrei zum Druck

Köller + Nowak schöpft das Potenzial der prozessfreien Kodak Sonora XP Platte voll aus. Der innovative Druckdienstleister aus Düsseldorf realisiert mit der prozessfreien Thermoplatte von Kodak die schlanke und saubere Plattenherstellung für den anspruchsvollen Offsetdruck.

Text und Bilder: Kodak

Für die Köller + Nowak GmbH ist E-Business in der grafischen Branche seit Langem nicht nur ein Begriff, sondern konkreter Inhalt des täglichen Geschäfts. Schon zweimal wurde der Druckdienstleister mit Sitz in Düsseldorf von der CIP 4-Organisation für seine Initiativen zur Vernetzung und Automatisierung der Druckproduktion mit einem CIPPI Award ausgezeichnet. Köller + Nowak betreibt mittlerweile 40 verschiedene Webshops für B2B-Kunden, über die kundenspezifische Druckleistungen verkauft werden. Ein wachsendes, spezielles Geschäftsfeld des 20 Mitarbeiter starken Unternehmens ist zudem die Herstellung von Faltschachteln in kleinen bis mittleren Auflagen bei kurzen Vorlaufzeiten.

Prozessfrei zum Druck

Im September 2012 hat Köller + Nowak im Zuge einer betrieblichen Umbaumaßnahme die Druckplattenherstellung komplett modernisiert. Dabei wurde ein vollautomatischer Kodak Magnus Q400 Plattenbelichter mit Mehrkassetteneinheit (drei Vorratskassetten) installiert. Das Thermo-CtP-System, welches über ein Kodak Prinergy Connect Workflow System in der Version 5.2 angesteuert wird, ersetzte ein älteres Modell von Kodak. Außerdem stieg das Unternehmen von Thermoplatzen mit konventioneller Nassverarbeitung auf die neue prozessfreie Kodak Sonora XP Platte um. Die pro-

zessfreie Druckplatte macht die herkömmliche Plattenverarbeitungsanlage und deren Pflege sowie den damit verbundenen Einsatz und Verbrauch von Entwicklungschemie, Wasser und Strom entbehrlich. Der Prozess der Druckformherstellung reduziert sich auf einen einfachen, schnellen Bebilderungsschritt, nach dem die Platten unmittelbar in den Druck gehen können.

»Bei unserem Umbau ging es darum, mehr Verwaltungsfläche für unser vergrößertes Vertriebsteam zu schaffen. Die neue CtP-Anlage wollten wir ebenfalls in einer sauberen Bürourgebung aufstellen und vor allem die Chemie und den Umgang mit Flüssigkeiten bei der Plattenherstellung ausschalten«, erläutert **Ingo Nowak**,



Geschäftsführer von Köller + Nowak. »Von daher hat die Sonora XP Platte genau unseren Anforderun-

gen entsprochen, zumal wir damit auch den Platz wiedergewonnen haben, den früher die Plattenentwicklungsmaschine für sich beanspruchte.«

Mit der prozessfreien Platte aufs Ganze gehen

Auf dem Magnus Q400 Plattenbelichter in der V-Speed-Version kann Köller + Nowak stündlich mehr als 30 Sonora XP Platten im größten benötigten Format ausgeben. Das Unternehmen produziert im Druckbereich zweischichtig auf zwei Fünfarben-Bogenoffsetmaschinen in den Formaten 605 x 705 mm und 370 x 520 mm. Platten im größeren Format haben an der CtP-Produktion einen Anteil von 60%.

Die Druckauflagen bewegen sich zum größten Teil zwischen 500 und 5.000 Bogen. Das Besondere dabei: Sämtliche Aufträge einschließlich Faltschachteln werden mit der fre-

quenzmodulierten Kodak Staccato Rasterung gedruckt. Hier schöpft Köller + Nowak das qualitative Leistungspotenzial der Sonora XP Platte voll aus. Die Staccato Rasterung mit 20 µm kommt bei Platten für den Druck auf gestrichenen Papier- und Kartonmaterialien zum Einsatz, während bei ungestrichenen Bedruckstoffen die 25-µm-Variante gewählt wird. »Durch das neue CtP-System und die Sonora XP Platte, die alle Unwägbarkeiten der traditionellen Plattenverarbeitung ausräumt, ist die Stabilität definitiv gestiegen«, sagt Ingo Nowak. »Die Rasterpunkte stehen sauberer auf den Druckbogen.«

Schließlich gibt es noch einen Grund, weshalb die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte der Düsseldorfer Druckerei wie gerufen kam. Bereits seit einigen Jahren verfolgt Köller + Nowak eine Strategie, die auf eine umwelt- und ressourcenschonende Produktion ausgerichtet ist. Beispiele dafür sind die FSC- und Ökoprotit-Zertifizierung sowie die vor mehr als dreieinhalb Jahren vollzogene Umstellung sämtlicher Maschinen und Verbraucher im Betrieb auf elektrischen Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Die prozessfreie Platte von Kodak mit ihren vorteilhaften Eigenschaften in puncto Umwelt unterstützt dieses Bestreben in der Druckvorstufe.

› www.graphics.kodak.com



Die Düsseldorfer Köller + Nowak GmbH druckt auf ihren beiden Bogenoffsetmaschinen mit der prozessfreien Kodak Sonora XP Platte.

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

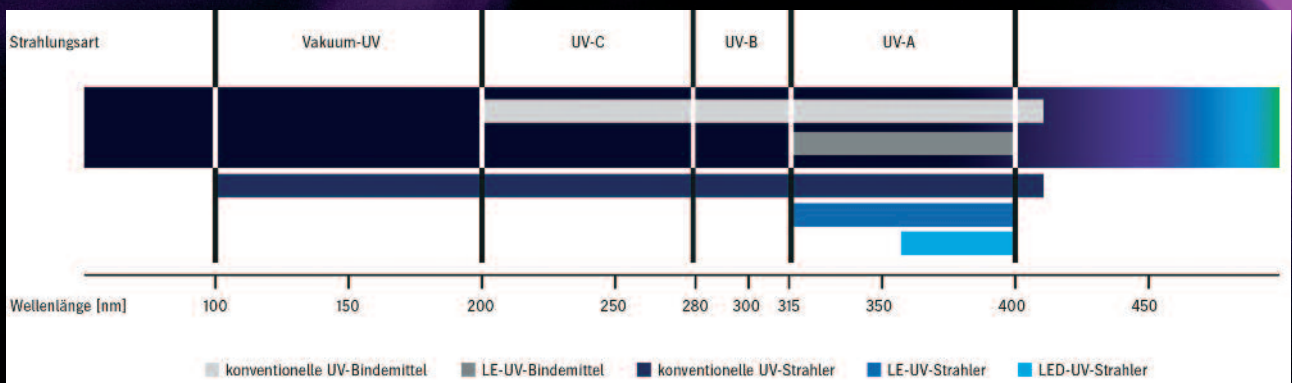
BDP

Business Driver Programm

Web-to-Print

Variable Data Printing

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



Gegenüber dem bekannten UV-Verfahren reagieren Low-Energy-UV-Bindemittel in einem relativ schmalen Bereich zwischen 315 und 400 Nanometern. Ein wesentliches Merkmal der LE-UV-Technologie ist die ozonfreie Strahlung und die somit gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsumgebung.

Eine kleine Revolution im Offsetdruck

Der Low-Energy-UV-Offsetdruck erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Allein in der Schweiz hat Heidelberg in den letzten Monaten über alle Formatklassen hinweg 63 Druckwerke installiert. Wir haben uns bei mehreren Anwendern in der Schweiz umgehört, um zu herauszufinden, was für das LE-UV-Verfahren spricht.

Von KNUD WASSERMANN

»Ein komplett durchgetrockneter Bogen, der sofort weiterverarbeitet werden kann, ist für einen Drucker anfangs schon etwas gewöhnungsbedürftig«, stellt Kevin Bein fest. Bei dem Geschäftsführer der Aquaprint GmbH aus Bern ging vor Kurzem eine Speedmaster SX 52-5+L, die für das LE-UV-Verfahren ausgerüstet wurde, in Betrieb. Die vollständige Trocknung der Farben – ganz gleich, auf welchem Bedruckstoff – sei einfach genial und beschleunige die Produktion um ein Vielfaches. Dies helfe dem Unternehmen, mit den immer enger werdenden Terminen besser klarzukommen und neue Anwendungsgebiete zu erschließen.

»Es ist ja heute keine Seltenheiten, dass wir in der Früh die Daten erhalten und am Abend den Auftrag bereits ausliefern müssen«, beschreibt Kevin Bein die Herausforderungen, vor denen sein Unternehmen (und mit ihm etliche Kollegenbetriebe) steht.

LE-UV in der Schweiz ein Renner

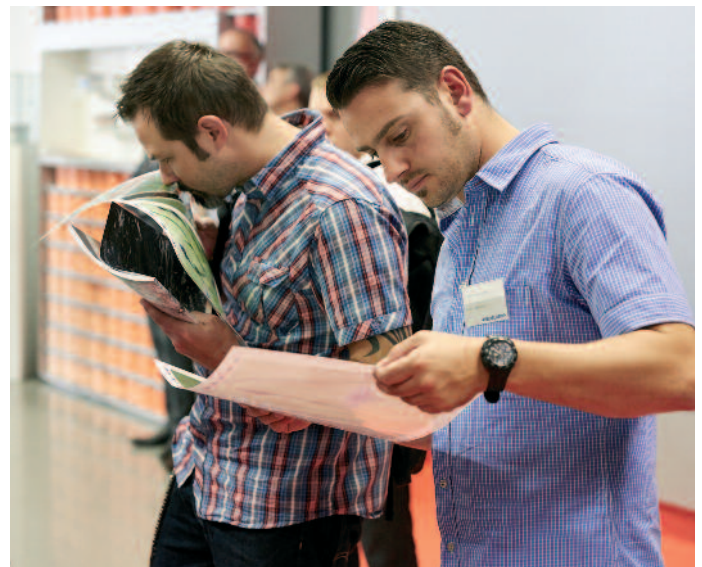
Heidelberg hatte das LE-UV-Verfahren auf der drupa 2012 vorgestellt. Seitdem erkennen immer mehr Drucker vor allem in der Schweiz die Vorteile. Allein dort wurden in den letzten Monaten über alle Formatklassen hinweg bis zum 3B-Format 63 Druckwerke verkauft, und in Deutschland hat das Druckhaus Becker bereits in die zweite Druckmaschine mit LE-UV-Trocknung investiert – diesmal in die weltweit

erste Speedmaster-XL106-Achtfarben mit Wendung (siehe Artikel auf Seite 22).

Aber was macht den Reiz des LE-UV-Verfahrens aus? Mit LE-UV ist es gelungen, fast alle Nachteile des konventionellen UV-Drucks zu eliminieren. Die eingesetzten Trockner arbeiten in einem anderen Wellenlängenbereich und sind deutlich günstiger. Durch den Einsatz von hoch reaktiven UV-Farben fällt der Energieverbrauch geringer aus, wodurch sich die Energiekosten um bis zu 75% reduzieren lassen. In Verbindung mit dem LE-UV-Verfahren treten keine Ozonemissionen auf und die Abluft muss weder abgesaugt noch gereinigt werden. Und auch die für den UV-Druck typische Geruchsbildung bleibt aus, wie die Anwender alleinstimmig bestätigen.

Was machen die anderen?

Heidelberg ist nicht der einzige Hersteller, der Entwicklungen in diese Richtung vorantreibt, um die Nachteile des konventionellen UV-Offsetdrucks zu vermeiden. Deshalb geistert auch eine ganze Reihe unterschiedlicher Begriffe durch die Branche, die alle das gleiche Ziel verfolgen – nämlich UV-Farben bei einem geringeren Energieeinsatz zu verarbeiten. Bei manroland spricht man beispielsweise von einer Just-ready-Drucklösung LECUV, KBA propagiert das HR-UV-System, und Komori ist mit dem H-UV-Verfahren auf dem Markt präsent.



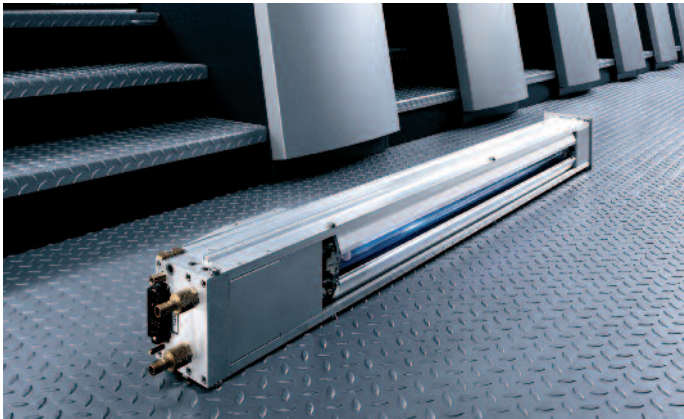
Kratzfest und ohne Geruch: Teilnehmer bei den LE-UV-Tagen bei Heidelberg Schweiz in Bern prüfen das Ergebnis.

Ein anderer Ansatz, um UV-Farben mit weniger Energie auszuhärten, wird von einigen Herstellern mit UV-LED-Trocknern verfolgt. Allen voran setzt Ryobi auf diese Technologie. In Japan sollen bereits 100 LED-UV-Druckmaschinen installiert sein. Und in Europa ist erst kürzlich die erste LED-UV-Maschine von Ryobi bei der Schweizer Druckerei G. Chapuis in Betrieb gegangen (wir berichteten in »Druckmarkt impressions 67«). Die deutschen Hersteller halten sich beim Thema LED-UV noch etwas zurück und verweisen darauf, dass man die Entwicklung verfolge, die Situation bei den Verbrauchsmaterialien aber noch nicht abschließend geklärt sei. Und auch bei der Druckgeschwindigkeit gebe es noch Einschränkungen. Frank Suesser aus

dem Produktmanagement bei Heidelberg meint dazu: »Wir wollen das Potenzial unserer Maschinen voll ausreizen, und das ist mit LED-UV noch nicht möglich. Aber wir bleiben dran.«

Grundsätzliches zum Verfahren

Bei LE-UV spricht man nicht von einer Farbtrocknung, sondern von einem Härtingsprozess. Die Bindemittel der Druckfarben und Lacke bestehen aus Polymeren, die unter Einwirkung von UV-Strahlung vernetzen. In den Bindemitteln sind zusätzliche fotoaktive Substanzen, sogenannte Fotoinitiatoren, enthalten. Sie zerfallen unter Einwirkung von UV-Strahlung zu sogenannten



Der DryStar LE-UV ist mit einer, zwei oder maximal drei Lampen pro Maschinenkonfiguration erhältlich.

freien Radikalen, die ihrerseits die Vernetzung der ungesättigten Moleküle auslösen. Dieser Prozess läuft in Bruchteilen von Sekunden ab und führt zu einer gehärteten Farb- und Lackschicht. Ist der Vernetzungsprozess einmal abgeschlossen, weist die Farb- und Lackschicht eine sehr hohe mechanische Widerstandskraft auf.

Ein weiteres Kriterium des LE-UV-Verfahrens ist die Art und Anzahl der Lampen. Je nach Konfiguration der Maschine kommen maximal drei fest eingebaute Lampen zum Einsatz, die von 80 Watt bis 200 Watt frei regelbar sind. Für das Trocknen von bis zu vier UV-Farben reicht in der Regel eine Lampe aus. Für das Aushärten von UV-Lacken sind dagegen pro Maschinenkonfiguration mindestens zwei Lampen erforderlich. Dieser breite Stellbereich macht

es möglich, sowohl konventionelle als auch hoch reaktive UV-Farben und -Lacke zu härten.

Arbeitsablauf im Drucksaal

Die komplette Aushärtung der Farbschicht wirkt sich natürlich auch positiv auf den Arbeitsablauf im Drucksaal aus. So kann etwa die Rückseite des Bogens sofort ohne Zwischentrocknung bedruckt werden oder die Bogen wandern direkt in die Weiterverarbeitung. Zudem kann beim LE-UV-Druck auf Puder fast vollkommen verzichtet werden, was den Reinigungsaufwand verringert und zu einem sauberen Arbeitsumfeld beiträgt.

Das größte Plus sei jedoch, wie die Anwender unisono berichten, die gewonnene Produktionssicherheit. »Die Bogen sind auch ohne Schutz-



Markus Rusch (Mitte), Geschäftsführer der Druckerei Appenzeller Volksfreund, erläutert die Vorteile der neuen Technik.

lack absolut kratzfest, und wir laufen nicht Gefahr, dass die Bogen beim Schneiden, Falzen oder Stanzen beschädigt werden und wir bei einer Reklamation den Auftrag nochmals produzieren müssten«, erläutert Markus Rusch, Geschäftsführer der Druckerei Appenzeller Volksfreund in Appenzell.

Bei Natur- und Kreativpapieren stößt der konventionelle Offsetdruck hinsichtlich der Trocknung und des Scheuerns an seine Grenzen. Vielfach behelfen sich Drucker hier mit einem Druck- oder Dispersionslack, um die Trocknung zu beschleunigen. Einerseits geht dadurch die Haptik des Papiers verloren, andererseits ist die Trocknung ökonomisch und ökologisch nicht sehr sinnvoll, denn sie verbraucht viel Energie. Peter Göpel von der BVD Druck+Verlag AG aus dem liechtensteinischen Schaan meint in diesem Zusammenhang: »Wer nur lackiert um des Schutzes oder der Produktivität beziehungsweise der schnelleren Farbtrocknung willen, schafft keinen Mehrwert für den Kunden.«

Haptik bleibt erhalten

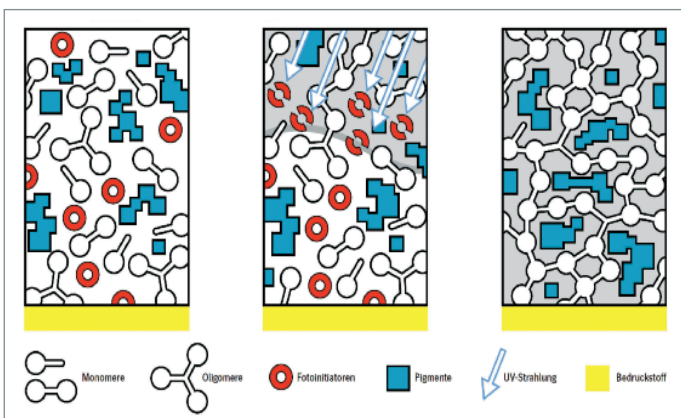
Die Aquaprint in Bern hat sich dem Postkartendruck verschrieben. Für den Druck der farbenfrohen Motive kommen bevorzugt Natur- und Recyclingpapiere im Grammaturbereich von 350 g/m² bis 450 g/m² zum Einsatz. Als Kevin Bein das LE-UV-Verfahren erstmals im Rahmen einer Praxisvorführung gesehen hat, hat

er sich kurzerhand für eine Vierfarben plus Lack entschieden. Das LE-UV-Verfahren verleiht den Postkarten zusätzliche Leuchtkraft, gleichzeitig bleibt die Haptik der Naturpapiere erhalten. Da die Farben nicht in das Papier wegschlagen, lässt sich eine sichtbar bessere Brillanz in den Farbtönen erkennen. Zudem kann durch das Führen von etwas mehr Farbe der Farbraum erweitert werden. Selbst unkritische Laien würden den Qualitätsunterschied sehen, erläutert Kevin Bein, »und auch Kreative sind von der höheren Brillanz auf Naturpapieren begeistert.«

Kunststoff wie Papier bedrucken

Die Erfahrungen bei den Schweizer Anwendern zeigen, dass Kunststoffe wie ganz normales Papier verarbeitet werden können. Muss die Farbe besonders kratzfest sein, empfiehlt sich die Verwendung spezieller Folienfarben oder der Auftrag eines UV-Lacks, wobei sich auch mit normalen LE-UV-Offsetfarben gute Resultate erzielen lassen. In diesem Zusammenhang kann über ein fünftes Farbwerk auch Deckweiß ins Spiel gebracht werden, sodass sich in Verbindung mit Folien oder farbigen Papieren neue Anwendungsgebiete erschließen lassen.

Die Veredelung mit LE-UV führt gerade bei gestrichenen Papieren zu sichtbar besseren Ergebnissen. Beim Appenzeller Volksfreund misst man in Verbindung mit Glanzlack 96 Glanzpunkte, und auch bei der Drip-



Schematische Darstellung der Vernetzung von UV-reaktiven Bindemitteln. Links der ungehärtete Farbfilm mit ungesättigten Molekülen. Beim Vernetzungsprozess unter Einwirkung von UV-Strahlung (Bild Mitte) zerfallen die Fotoinitiatoren zu freien Radikalen, die ihrerseits die Vernetzung der ungesättigten Moleküle auslösen. Dieser Prozess läuft in Bruchteilen von Sekunden ab und führt zur gehärteten Farb- und Lackschicht (rechts).



DER SCHLAUMACHER

Nachhaltigkeit



Kevin Bein, Geschäftsführer von AquaPrint, erreicht mit der SX 52 LE-UV sehr hohe Qualität auf unterschiedlichsten Materialien – dies ist wichtig für sein Geschäftsmodell des innovativen Postkartendrucks.

off-Lackierung sei LE-UV den konventionellen Lacken überlegen, konstatiert Markus Rusch. Früher musste man UV-Veredelungen außer Haus geben – heute erledigt man das selbst. Damit spare man Kosten, erhöhe die Wertschöpfung und könne den gesamten Prozess bis zum Endprodukt selbst kontrollieren.

Und auch Aquaprint hat ihre Speedmaster mit einem Lackwerk ausgestattet und verzichtet jetzt aufgrund der höheren Glanzpunkte auf die Laminierung der Postkarten.

Sorglospaket gleicht Mehrkosten aus

Parallel zur Einführung des LE-UV-Verfahrens hat Heidelberg auch ein Sortiment an Verbrauchsmaterialien aufgebaut, einem kompletten Sortiment an Farben und Lacken. Im Bereich der Prozessfarben arbeitet Heidelberg mit Toyo Ink zusammen und bei Sonderfarben vertraut man auf den deutschen Hersteller Jänecke + Schneemann. Beide Produktreihen wurden für das Saphira-Programm zertifiziert. Heidelberg liefert die Druckmaschinen mit einem auf den Anwender abgestimmten Starterpaket aus, das neben den Skalen- und Pantone-Farben auch Lacke sowie passende Feucht-, Wasch- und Reinigungsmittel umfasst.

Der Umgang mit den LE-UV-Farben ist allerdings etwas heikler als mit konventionellen Farben, bestätigt Heidelberg. Da die Farbe ohne UV-Licht nicht trocknet, muss mit Hand-

schuhen gearbeitet werden. Auch bei der Arbeitskleidung müsse man etwas vorsichtiger umgehen. Und aufgrund der geringeren Viskosität der UV-Farben empfiehlt Heidelberg eine automatische Farbkastenverührung. Und obwohl mehrere Lampentypen zur Auswahl stehen, scheinen sich die eisendotierten Lampen, bei denen kein Ozon freigesetzt wird, durchzusetzen.

Bei jedem neuen Verfahren müssen natürlich auch die Kosten genau unter die Lupe genommen werden. Das sind beim LE-UV-Verfahren die Kosten für die Druckmaschine auf der einen und für die Verbrauchsmaterialien auf der anderen Seite. Bei der Druckmaschine lässt sich diese Frage nicht in einem Satz beantworten, da die Investitionskosten sehr stark von der Konfiguration abhängig sind. Doch wer bisher etwa das Lackwerk nur für den Schutzlack verwendet hat, kann bei der Investition in eine LE-UV-Maschine auf ein solches Lackwerk verzichten. Will man sich jedoch ernsthaft in der Veredelung engagieren, kommt man an einem Lackwerk mit drei UV-Lampen nicht vorbei.

Beim Appenzeller Volksfreund, der eine Speedmaster XL 75-6-P+L-C LE-UV installiert hat, werden die Mehrkosten im Vergleich zu einer konventionellen Maschine mit 15% beziffert. Zwar kommen die hochreaktiven Farben mit weniger Trocknungsenergie aus, die eingesparten Energiekosten können die höheren

Verschwendung 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, denn ökologische Produktion vermeidet Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall, senkt Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also 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.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



Noch bis Ende des Jahres sollen verschiedene LE-UV-Tage sowie Individualberatungen stattfinden. Hanspeter Balsiger, Produkt Manager Press bei der Heidelberg Schweiz, erläutert die Vorteile der LE-UV-Technologie. Auf dem LE-UV-Tag im August wurden die verschiedensten Lackanwendungen gezeigt: Hochglanz-, Drip-off-, Matt-Lack über das Druckwerk oder sogar Matt-Lack-Effekte in zwei Durchgängen, die normalerweise nur in hochausgestatteten UV-Maschinen umgesetzt werden können. Hier eröffnen sich neue Anwendungen. Kein Wunder also, dass bereits jedes zweite Druckmaschinen-Angebot an einen Kunden der Heidelberg Schweiz AG über alle Formate hinweg LE-UV-Technologie beinhaltet.

Farbkosten jedoch nicht ausgleichen. Hoch reaktive UV-Farben sind um den Faktor 1,8 bis 2,5 teurer, und bei entsprechenden UV-Lacken muss man sogar mit bis zum zehnfachen kalkulieren. Wie sich die höheren Kosten für die Farbe zu Buche schlagen, hängt aber nicht zuletzt auch vom Deckungsgrad der einzelnen Formen ab. Die Schweizer Anwender sind aber einhellig der Meinung, dass die Vorteile des LE-UV-Verfahrens überwiegen. Markus Rusch bringt es auf den Punkt: »Das Sorglospaket in Verbindung mit LE-UV gleicht aus meiner Sicht die Mehrkosten für Farben und Lacke mehr als aus. Dabei ist die Druckmaschine zudem extrem flexibel einsetzbar.« Und er ist sich sicher, dass sich die LE-UV-Technologie durchsetzen wird. »Wir haben auch schon Aufträge von anderen Druckereien erhalten, die von unserer neuen Maschine und der Technik gehört haben«, freut sich Markus Rusch.

Und er lässt auch keinen Zweifel daran, dass die vorhandene Speedmaster SM 52 früher oder später gegen eine LE-UV-Maschine ausgetauscht wird.

Auch Kevin Bein misst dem Thema Kosten keine allzu große Bedeutung bei und meint: »Bei unseren Auflagen bis maximal 5.000 Exemplaren spielen die Farbkosten ohnehin keine tragende Rolle.«

Die Frage der Wirtschaftlichkeit

Der Frage nach der Wirtschaftlichkeit des LE-UV-Verfahrens muss jeder Anwender selbst auf den Grund gehen. Bei den heutzutage geringen Umsatzrenditen ist es nicht gerade einfach, zusätzliche Kosten unterzubringen.

Eines ist aber sicher: Den höheren Kosten für die Verbrauchsmaterialien stehen eine ganze Reihe handfester Vorteile gegenüber. Nur die reinen Kosten zu betrachten greift daher zu kurz – sind es doch gerade die schnellen Lieferzeiten, die hohe Produktionssicherheit, die gesteigerte Qualität bei Naturpapieren und die Möglichkeiten der Inline-Veredelung, die den Charme des LE-UV-Verfahrens ausmachen.

- www.aquaprint.ch
- www.bvd.li
- www.dav.ch
- www.heidelberg.com

Druckhaus Becker GmbH

LE-UV-Trocknung ist die Technologie der Zukunft

Knapp ein Jahr nach der Inbetriebnahme der weltweit ersten Speedmaster XL 106 mit dem DryStar LE-UV-Trockner investiert das Druckhaus Becker in Ober-Ramstadt bei Darmstadt in eine weitere Maschine mit dieser Technologie. Die neue XL 106-Achtfarben mit Low Energy UV mit Wendung und Lackwerk wird von Heidelberg Anfang 2014 installiert. »Unsere Kunden verlangen immer mehr nach hochwertiger Veredelung bei schnellster Lieferung: da ist die LE-UV-Technologie die Zukunft«, sagt Geschäftsführer Jens Becker. »Die Qualität und die hohe Brillanz der Farben ermöglichen umfangreiche Veredelungen mit weniger Energie und ohne Puder. Der größte Vorteil ist die sofortige Trocknung der Jobs, speziell bei Naturpapieren und nicht-saugenden Materialien, sodass diese direkt weiterverarbeitet werden können.«

Die 38 Mitarbeiter der vollstufigen Druckerei haben sich auf Druckprodukte für Kunden aus der Auto-, Kosmetik und Uhren-/Schmuck-Industrie spezialisiert. Die neue Wendemaschine, die eine XL 105-6-LX ablösen wird, eröffnet dabei noch größere Flexibilität und Vielfalt an Veredelungen: Von einer bis zu acht Farben geradeaus oder vier über vier mit Lack, Matt-Glanz-Lackierungen sowie Deckweiß-Applikationen. »Wir haben das Potenzial der LE-UV-Technologie bereits bei unserer Fünffarben mit Lack erkannt«, erklärt Thomas Groth, ebenfalls Geschäftsführer beim Druckhaus Becker. Nach seiner Ansicht kommen die Vorteile einer kleinen Revolution im Offsetdruck gleich, da diese Technologie den wirtschaftlichen Einstieg in die UV-Produktion umsetzt, ohne die Umwelt zu belasten. Die stark verkürzten Durchlaufzeiten gleichen die höheren Verbrauchsmaterialkosten mehr als aus.



Die Mitarbeiter des Druckhauses freuen sich über die Produktion ohne Puder und Geruch sowie das große Bedruckstoffspektrum vom Naturpapier bis hin zur Folie.

Wie die erste LE-UV-Maschine wird auch die neue Maschine mit Prinect Inpress Control ausgestattet sein, das bei laufender Maschine Farbe und Passer vor und nach der Wendung regelt, und die Anlaufmakulatur reduziert. Zusammen mit dem geringen Energieverbrauch führt das zu umweltfreundlichem Drucken. »LE-UV ist eine Win-Win-Situation für unsere Kunden, für die Umwelt und für uns«, fasst Jens Becker zusammen. »Unsere Kunden erhalten in kürzester Zeit hochqualitative Produkte, die Umwelt wird weniger belastet und wir produzieren wirtschaftlicher.«

- www.druckhaus-becker.com



Die Geschäftsführer Jens Becker (links) und Thomas Groth der Druckhaus Becker GmbH setzen auf nachhaltige Druckproduktion. Dabei unterstützt sie die LE-UV-Trocknertechnologie in der Speedmaster XL 106-5+L sowie die neu bestellte Speedmaster XL 106-8+LX.



«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 «Publikationsmanager/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 «Publikationsmanager» ist Synonym für Schlagkraft, Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

«gib»Zürich-Aufbaustudium «Publikationsmanager/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.

« gib »
Zürich

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

SCHMIEGSAMER UND FLEXIBLER Neschen hat die Qualität der selbstklebenden Buchschutzfolie filmolux verbessert. Das Produkt sei nun noch schmiegsamer und passe sich wesentlich flexibler den Konturen, speziell dem Falz des Buches an. Die Folie verfüge jetzt über eine verzögerte Anfangshaftung und sei damit während der Verarbeitung einfach korrigierbar. > www.neschen.com



FRISCHER LOOK Seit einigen Tagen präsentiert sich Polar mit einem Internetauftritt in frischem Design und mit neuen Funktionen. Die Homepage wurde komplett überarbeitet, das Design dem Zeitgeist angepasst und die

Benutzerfreundlichkeit optimiert. Eine horizontale Menüführung und klare Strukturen sollen den Besucher unterstützen, mit drei Klicks zur gewünschten Information zu gelangen. Der Internetauftritt wurde zudem den technischen Möglichkeiten angepasst und kann auch auf Smartphones und Tablet-Computern genutzt werden. > www.polar-mohr.com

RE-ZERTIFIZIERUNG NACH PSO Am 3. Mai 2013 überreichte Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des vdm, gemeinsam mit Thomas Hosemann, Referent für Bildung und Öffentlichkeitsarbeit des vdm, der Schulleitung des BSZ Alois Senefelder die Zertifizierungsurkunde nach PSO. Während einer Projektwoche an der Fachschule für Druck- und Medientechnik haben Schüler, Lehrkräfte und technische Mitarbeiter den Workflow kalibriert, die Druckmaschinen eingestellt und anschließend die Zertifizierungsaufgabe gelöst.

EDP AWARD FÜR BIZHUB PRESS 1250-SERIE Konica Minolta wurde mit dem Award der European Digital Press Association (EDP) ausgezeichnet. Die EDP ist ein Verbund führender Digitaldruckmagazine in



Europa mit über einer Million regelmäßigen Lesern. In der Kategorie »Best production Cut-Sheet Printer – High production« hat die Jury die bizhub 1250-Serie mit den Modellen 1250/

1250P sowie die bizhub Press 1052 und Pro 1052 prämiert. Die Serie bietet Lösungen für industrielle Anforderungen und kombiniert eine Vielzahl von Finishing-Optionen mit Druckgeschwindigkeiten von 105 beziehungsweise 125 A4-Seiten/Minute. > www.konicaminolta.de

INTERTECH AWARD FÜR KODAK Printing Industries of America, der US-Branchenverband der grafischen Industrie, hat das Kodak Flexcel Direct System für seinen Beitrag zur Weiterentwicklung des Verpackungsflexodrucks mit einem der elf diesjährigen InterTech Technology Awards prämiert. Das Laserdirektgravursystem verwendet eine energieeffiziente Bebilderungstechnologie, um Elastomerplatten und -sleeves anzufertigen. Mit diesem Award erhält Kodak zum dritten Mal eine Auszeichnung von Printing Industries of America für seine Flexo-Lösungen. 2008 wurde Kodak für die Einführung des Flexcel NX Systems und im Jahr 2010 für die Digidirect NX Rasterung geehrt. > www.graphics.kodak.com

**Antalis
PRIPLAK STÄRKT DAS
SORTIMENT**

Seit Juni vertreibt Antalis die Polypropylen-Kunststoffplatte Priplak. Priplak empfehle sich für den Einsatz als Druckmedium, als Display am Point of Sale oder als hochwertige Verpackungslösung, teilt Antalis mit. Durch das breite Spektrum an Farben, Stärken, Oberflächen und Formaten eigne sich Priplak besonders für kreative Anwender: Die Kunststoffplatte lässt sich für die Herstellung von Buchdeckeln, Visitenkarten, Schachteln, Schubern



und ähnlichen Druckprodukten einsetzen. Priplak ist nach Angaben des Herstellers sowohl für den Siebdruck, den UV-Offset als auch für den digitalen Druck mit UV-Trocknung geeignet und kann meist mit normalen Bandstahlschnitten gestanzt, gerillt und genutet werden. Priplak sei laut Antalis bei allen Anwendungen umweltfreundlich und frei von jeglichen Schadstoffen, wodurch auch der direkte Kontakt zu Lebensmitteln ebenso möglich sei wie der Einsatz bei Kinderspielzeug. Darüber hinaus entstünden bei der Entsorgung der Kunststoffplatte keine Rückstände in die Natur. Priplak gibt es in Stärken von etwa 0,25 mm bis zu 2,00 mm in 22 gedeckten und 21 transluzenten Farben sowie verschiedenen Oberflächenprägungen. Ab einer Mindestmenge können auch Sonderfarben produziert werden.

> www.antalis.de

**Körner Druck
UNIDRUM VERBESSERT
KOSTENSTRUKTUR**

Bei Körner Druck in Sindelfingen blickt man optimistisch in die Zukunft, denn aufgrund der rückläufigen Auflagen würden zunehmend Aufträge vom Tief- in den Offsetdruck umgeschichtet werden. Als breit aufgestellter Produzent von Rollenoffsetprodukten rechnet sich das Unternehmen gute Chancen aus, wie Tino Heer, der geschäftsführende Gesellschafter, betont. Den ersten Schritt, um die Wertschöpfung zu steigern, setzte man



Wenn die Daten für einen Auftrag hinterlegt sind, rüstet Körner Druck die UniDrum innerhalb von zehn Minuten komplett um.

im vergangenen Jahr durch die Investition in ein EasySert-Einstecksystem, mit dem Beilagenelemente eingesteckt werden. Der zweite Schritt folgte zwei Monate später im Bereich der Sammelheftung. »Von den jährlich 140 Millionen Sammelheftungen haben wir nur 50 Millionen selbst durchgeführt«, erklärt Tino Heer. Um diese Volumina ins Haus zu holen, hat Körner Druck eine Ferag-Sammelheftlinie mit einer UniDrum 2-350 installiert. Die Anlage ist mit sechs Anlegern ausgestattet und erzielt eine Leistung von 40.000 Exemplaren in der Stunde. Hochgerechnet auf das gesamte Jahr, ist die UniDrum in der Lage, 120 Mio. Exemplare zu heften. Die Kunden profitieren an dieser Stelle von deutlich kürzeren Produktionszeiten. Die UniDrum kann Produkte mit einer maximalen Länge von 350 mm und einem Umfang von 192 Seiten plus 4 Seiten Umschlag verarbeiten. Das automatische Voreinstellsystem PreTronic CV erschließt dem Unternehmen ein breites Auftragspektrum. > www.ferag.com

Neuer Stitchmaster ST 200 Compact

Wirtschaftliches Sammelheften im Format bis DIN A3

Den letzten Schliff erhält ein Druckprodukt in der Weiterverarbeitung. Hier werden Qualität, Lieferzeit und letztlich auch die Wirtschaftlichkeit des Gesamtauftrags bestimmt. Daher holen sich immer mehr Druckereien eigene Weiterverarbeitungs-Kapazitäten ins Haus, um schnelle und flexible Lieferungen garantieren zu können.

Unter diesen Aspekten hat Heidelberg eigenen Aussagen zufolge den neuen Sammelhefter Stitchmaster ST 200 Compact entwickelt. Die Maschine ermöglicht die wirtschaftliche und professionelle Produktion von rückstichgehefteten Broschüren bis zum DIN-A3-Format und arbeitet mit einer Geschwindigkeit von bis zu

11.000 Takten pro Stunde. Die Maschine kann mit bis zu vier Doppelanlegern und einem Umschlagfalzanleger ausgestattet werden. Außer



Der Heidelberg Stitchmaster ST 200 Compact produziert rückstichgeheftete Broschüren bis zum DIN-A3-Format mit bis zu 11.000 Takten pro Stunde.

den Anlegern werden auch andere Komponenten wie Heftmaschine und Trimmer über separate Servo-Einzelantriebe vollautomatisch synchronisiert, was präzise Feineinstel-

lungen bei laufender Maschine und sehr kurze Rüstzeiten ermöglicht. Ein neuer Einrichte-Assistent führt den Bediener Schritt für Schritt durch die Einrichtung der Maschine. Auch dies reduziert die Rüstzeiten und erhöht die Sicherheit beim Einrichten. Wie bereits beim Stitchmaster ST 500 lässt sich auch der Stich-

kann und somit den Nutzungsgrad der Investition erhöht.

Der Stitchmaster ST 200 Compact ist nach Angaben von Heidelberg ab September 2013 in Serie verfügbar. Er rundet dann das bestehende Portfolio der Sammelhefter von Heidelberg als Einstiegsmaschine nach unten ab. Erst zur drupa 2012 hatte das Unternehmen mit dem Stitchmaster ST 500 einen hoch flexiblen Sammelhefter vorgestellt, der mit bis zu 13.000 Takten pro Stunde produziert.

Beide Sammelhefter bauen auf der gleichen Plattform auf und können Endformate bis 330 mm x 500 mm verarbeiten. Beiden gemeinsam ist auch die Servoantriebstechnik und die Nutzung als Zusammentragmaschine für manuelle Klebebinder.

› www.heidelberg.com

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Natürlich dürfen 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 schon längst für Sie erledigt!

Die «Druckmarkt COLLECTION 12» ist die aktuelle Marktübersicht mit mehr als 200 Digitaldrucksystemen auf 12 Seiten, zusammengefasst im »Investitionskompass« mit erläuternden Artikeln und Adressverzeichnissen.

«Investitionskompass Digitaldruck»

Rolle, Bogen,
Farbe und Schwarz-Weiß
44 Seiten, A4
18.00 CHF

Zu bestellen im Internet:

www.druckmarkt.ch

DER Evaluator



Antalis

**PAPIERLAMINIERUNG
PAPERTYGER**

Der umweltschonende Sortimentszugang PaperTyger erweitert das Spezialitätensortiment von Antalis, Europas führender Großhandelsgruppe für Kommunikationsmedien in den Bereichen Print, Office, Packaging und Visual Communication, um ein reiß- und wasserfestes Verbundmaterial, bestehend aus Papier/synthetischem Druckträger/Papier, das mit der Anwendungsvielfalt von normalen Papier aufwartet. Das PaperTyger Sortiment ist in ganz Europa exklusiv über Antalis erhältlich und eignet sich für Anwendungen, bei denen hohe Qualität und Widerstandsfähigkeit mit Nachhaltigkeit einhergehen. Dabei bietet PaperTyger eine Beständigkeit vergleichbar zu synthetischen Materialien, wobei es sich wie normales Papier problemlos mit Digital-, Laser- und Offsettechnologien bedrucken und verarbeiten lässt ohne die Verwendung spezieller Tinten oder Maschineneinrichtungen. Die in den Grammaturen von 94 bis 200 g/m² erhältlichen Qualitäten punkten durch ihre hervorragende Bedruckbarkeit und eignen sich für eine Vielzahl interner dauerhafter Anwendungen sowie bei der Herstellung robuster Medien für kurzfristige externe Anwendungen. Hohe Wasser- und Reißfestigkeit, kurze Trocknungszeiten und eine beständig glatte Oberfläche machen es möglich. Auch der nachhaltige Aspekt findet bei PaperTyger eine Berücksichtigung: Die Papiere sind FSC-zertifiziert und stammen aus nachhaltigen Quellen mit einer biologisch abbaubaren Beschichtung. Die PaperTyger Range wird zudem abgerundet durch ein Angebot an Briefumschlägen und Aktenmappen, die zur Klassifizierung von Unterlagen und dem Schutz schwerer und wichtiger Dokumente dienen.

➤ www.antal.de

UV Days 2013

**GROSSE HITZE,
GROSSER ERFOLG**

Die UV Days der IST Metz GmbH waren ein voller Erfolg. Trotz des heißen Wetters kamen rund 600 Gäste vom 17. bis 20. Juni zum Stammsitz des UV-Spezialisten im süddeutschen Nürtingen. Sie informierten sich über den neuesten Stand der UV-Technologie, den IST Metz eindrucksvoll an einer multifunktionalen Verpackung demonstrierte.

Das Konzept ging auf: Mit der sechsten Auflage seiner UV Days



warb IST Metz nicht nur für die eigene Technologie, sondern setzte diese in Relation zu aktuellen Entwicklungen auf dem Druckmarkt, die den Kunden abverlangen, den Spagat zwischen gedruckten und virtuellen Medien zu vollziehen. Ein Service, der gut ankam – insbesondere die im UV-Bogenoffsetdruck hergestellte multifunktionale Verpackung wurde von den Gästen sehr gut angenommen. Sie spricht durch verschiedene hochwertige Lackveredelungen und eine Prägung in besonderem Maße die Sinne an. Die Verpackung besteht aus drei Komponenten: einer Weißblechdose mit Selbstklebeetikett, einem Transparentpapier in Zickzackfaltung und der eigentlichen Umverpackung der Dose. Verpackt wurde ein hochwertiges Salz der Firma Altes Gewürzamt GmbH Ingo Holland. Integriert in die Verpackung ist ein Transparentpapier, das UV-bedruckt und -veredelt wurde. Wird die Dose entnommen, lässt sich die Faltschachtel durch einfaches Hochziehen des gefalteten Transparentpapiers sowie das Einschalten eines integrierten LED-Teelichts zur Tischbeleuchtung umfunktionieren.

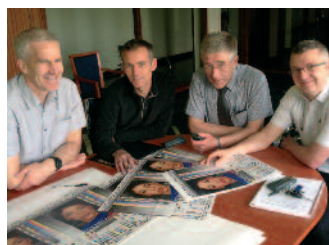
➤ www.ist-uv.de

Instrument Flight

**QUALITÄT RAUF, KOSTEN
RUNTER MIT SYSTEM BRUNNER**

Guillaume Imprimeur ist eine innovative und qualitätsbewusste Druckerei, die Rollenoffset, Bogenoffset und hochwertige Direktmarketing-Dienstleistungen mittels Inkjet-Technologie anbietet. Der Hauptsitz befindet sich in Comines bei Lille, dem viertgrößten Ballungszentrum Frankreichs, unweit der französisch-belgischen Grenze.

Zum Maschinenpark gehören vier 16-Seiten-, je eine Goss-Sunday-40-Seiten und eine 48-Seiten-Rollen-



Zufriedene Gesichter beim Management-Team nach erfolgreicher Inbetriebnahme des neuesten Color-Control-Systems mit Instrument-Flight.

offset-Rotation sowie zwei 70 x 100-Bogenoffsetmaschinen. Die Sunday-Maschine wurde 2010 zum ersten Mal mit der automatischen Inline-Farbbregelung von QuadTech und System Brunner Instrument Flight ausgerüstet. Bei der Anschaffung der neuen 48-Seiten-Maschine hat man sich erneut für die Inline-Farbbregelung von QT mit System Brunner Instrument Flight entschieden.

Guillaume, welche zahlreiche Kunden aus der Verlagsbranche betreut, hatte das Bedürfnis einerseits ihre Kunden besser in die Workflow- und Color-Management-Prozesse einzubinden und die Druckqualität zu optimieren, andererseits die Makulaturen deutlich zu reduzieren, um kosteneffizienter produzieren zu können. Aus diesem Grund entschied man sich erneut für das QuadTech-Inline-Color-Control System mit Instrument-Flight-Graubalance-Technologie von System Brunner.

➤ www.systembrunner.com

Gedruckte Elektronik

**THIEME LÖSUNGEN FÜR
TECHNISCHE ANWENDUNGEN**

»Die gedruckte Elektronik ist ein interessantes und vielfältiges Anwendungsfeld für den Siebdruck«, erklärte Harry Götz, Leiter Innovationsmanagement bei der Thieme GmbH, nach der LOPE-C, der internationalen Fachmesse für gedruckte Elektronik, die vom 11. bis 13. Juni in München stattfand. »Wir sehen, wie das ehemals kleine Pflänzchen wächst und gedeiht«. Thieme hat diese Entwicklung früh erkannt und mehrere Maschinenkonzepte realisiert, beispielsweise für die Aufbringung von Heizleitern auf Automobilglas, den Foliendruck von Sensoren oder in einem speziellen Siebdruckverfahren hergestellte organische Farbstoffsolarzellen. Die Herstellung gedruckter Elektronik verlangt von den Herstellern die Beherrschung des Druckvorgangs und der gesamten Prozesskette von der Zuführung der Druckpasten bis zur Ausgabe der fertig gedruckten Anwendung. Nur durch ein optimales Zusammenspiel aller Anlagenkomponenten lässt sich eine hohe Produktivität und entsprechende Wertschöpfung erzielen.

»Für uns ist deshalb der Austausch mit der Wissenschaft einerseits und Anwendern andererseits sehr wichtig«, betont Harry Götz. Dieser Wissenstransfer findet kontinuierlich innerhalb der Organic and Printed Electronics Association (OE-A) statt, bei der Thieme seit 2012 Mitglied ist.

Anwendern, die ihre Prozesse in die Serienproduktion überführen wollen, bietet Thieme Entwicklungsunterstützung in dem neu gestalteten Technikum an, dessen Ausstattung maßgeblich durch Kundenwünsche mitbestimmt wurde.

➤ www.thieme.eu

Viscom | 2013

Umweltforum

grafische Industrie

21. November 2013

Umwelt Arena Spreitenbach

Das Viscom-Umweltforum findet 2013 in der Umwelt Arena in Spreitenbach statt. Unterstützt wird die Konferenz von myclimate als NGO-Partner sowie den Magazinen viscom print & communication, Papier & Umwelt und Druckmarkt Schweiz.

Acht Referate bieten Einblick in neue Welten und geben den Teilnehmern Praxistipps mit auf den Weg. Die Klimawerkstatt, die Mineralölmigration oder der Wasserfussabdruck sind dabei nur drei Highlights aus dem Kongressprogramm.

Weitere Informationen, Programm, Anmeldung

www.nachhaltig-drucken.ch

Medienpartner



Partner



Koordinationsstelle
VOC-Reduktion in der Druckindustrie



RECYCLING PAPIER + KARTON



Fortsetzung

FEDRIGONI ROADSHOW

»DROP VOLUME II«

Nach dem Erfolg der Veranstaltungsreihe Drop I im Jahr 2011 plant der Feinstpapierhersteller Fedrigoni in Kooperation mit der Druckerei dygy, dem Maschinenhersteller Kama, dem Folienhersteller Kurz, dem Prägwerkzeug-Hersteller Hinderer + Mühlich sowie Hewlett Packard Deutschland im Sommer 2013 eine Fortsetzung. Die diesjährige Drop-Roadshow (»Digital Records On Paper«) wird sich um das Thema »Veredelung im Digitaldruck« drehen. In den vergangenen zwei Jahren hat sich die Technik rasant weiterentwickelt; neu ist unter anderem die Kombination von Digitaldruck und klassischen Veredelungstechniken. Ein überaus spannendes Thema in einem von Innovation und Differenzierung geprägten Markt. Drop II gibt einen kurzweiligen, kulturellen Einblick in die Geschichte des »Prunks« und erläutert die aktuellen drucktechnischen Möglichkeiten. Durchgeführt wird Drop Volume II noch in den Fedrigoni Showrooms Hamburg im August, Wien im September und Düsseldorf im Oktober.



Passend zur Thematik präsentiert Fedrigoni die 2013 überarbeitete Musterkollektion »Century Soho for Indigo Technology«:

ein Feinpapiersortiment, das speziell für den Indigo-Druck entwickelt und von HP zertifiziert wurde. Die Kollektion beinhaltet eines der umfangreichsten Digitaldruck-Sortimente auf dem deutschen Markt und besteht aus über 20 verschiedenen Qualitäten, sowie einer Auswahl an Haftpapieren. Alle Papiere der Kollektion, mit Ausnahme der Haftpapiere, sind FSC-zertifiziert.

» www.fedrigoni.de

X-Rite

NETPROFILER IM PREMIUMPAKET MIT EXACT

X-Rite bietet Anwendern des eXact Spektrofotometers jetzt ein Premium-Supportpaket mit einer Einjahres-Lizenz zur Nutzung von NetProfiler 3.0 an. Damit können die Messgeräte weltweit nach dem gleichen virtuellen Standard kalibriert werden. Das kürzlich auf den Markt gebrachte eXact Spektrofotometer wird von Markenartikelunternehmen, Druckvorstufen-Experten, Pre-Media-Anwendern, Farbenherstel-



lern, Druckereien und Weiterverarbeitern eingesetzt, um das weitverbreitete Problem zu lösen, Farben auf verschiedenen Substraten und Flächen zu messen und abzustimmen. Mit Messungen, die nur Sekundenbruchteile dauern und einer höheren Genauigkeit, um den Workflow zu vereinfachen, ist das eXact das einzige Spektrofotometer der Industrie, das alle M-Standards, einschließlich der vollständigen M1-Standards, sowohl für Druckfarben als auch für Substrate unterstützt. Es ermöglicht dem Kunden das Messen unter echten Tageslichtbedingungen.

Mit der NetProfiler Option in einem Premium-Supportpaket erleichtert X-Rite den eXact-Kunden, effiziente Workflows einzurichten. Die Anwendung kann Hand- und Tisch-Spektrofotometer, die an Standorten auf der ganzen Welt eingesetzt sind, regelmäßig nach dem gleichen virtuellen Standard prüfen, optimieren und zertifizieren. Sie stellt sicher, dass die Farbmessungen, die in der gesamten Lieferkette – in Designabteilungen, Produktionshallen und Prüflabors – durchgeführt werden, exakt und zuverlässig sind. » www.xrite.com

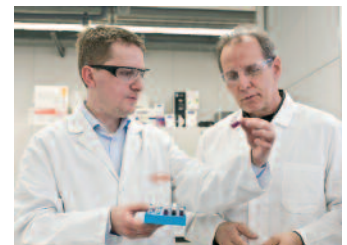
Experten für sichere Lebensmittelverpackungen

Henkel-Analytik greift auf über 100 Jahre Erfahrung zurück

Immer wieder gibt es Meldungen über Vorfälle, bei denen Inhaltsstoffe aus Verpackungen in Lebensmittel gelangen. Häufige Ursache sind Druckfarben von Etiketten oder die Verwendung kontaminierten Altpapiers. Die zentrale Henkel-Analytik beschäftigt sich unter anderem mit der Produktions- und Qualitätskontrolle von Klebstoffen für sichere Lebensmittelverpackungen. Als wissenschaftlich unabhängiges und akkreditiertes Prüfinstitut testet es regelmäßig Verpackungsmaterialien, die sowohl von Henkel als auch von externen Kunden zur Untersuchung eingesandt werden. Die zentrale Henkel-Analytik greift als Kompetenzzentrum für analytische Chemie auf mehr als 100 Jahre Erfahrung in der Analyse von Produkten, Roh- und Hilfsstoffen im Konsumgüterbereich zurück. Mit ihrem breiten instrumentellen und methodischem Spektrum sowie dem analytischem Know-how von über 80 Fachleuten untersucht sie unter anderem Lebensmittelverpackungen und sorgt in enger Zusammenarbeit mit Toxikologen für Qualität und Sicherheit bei der Nahrungsmittelverpackung. Besonderes Augenmerk liegt, wie bei Henkel als Klebstoffhersteller zu erwarten, auf der Bewertung von Klebstoffen für Lebensmittelverpackungen. Lebensmittel kommen beim Transport und beim Zubereiten mit den unterschiedlichsten Verpackungsmaterialien wie Kunststoff, Papier oder Pappe in Berührung. Der Trend zu Fertiggerichten und Convenience Food in Single-Haushalten stellt die Verpackungsindustrie dabei immer wieder vor Herausforderungen, denn bei der Zubereitung in der Mikrowelle, im Backofen oder im Kochtopf können Inhaltsstoffe aus der Verpackung austreten und in die verpackte Ware übergehen. Die Henkel-Analytik untersucht in standardisierten Verfahren die Ursachen

dieser Migration. In Tests werden die Lebensmittel durch geeignete Stoffe simuliert und in Berührung mit der Verpackung gebracht. Nach einer gewissen Inkubationszeit werden die Ergebnisse des Migrations-tests mit analytischen Methoden ausgewertet und Lösungen für sichere Lebensmittelverpackungen vorgeschlagen.

Die zentrale Analytik untergliedert



Die Laborleiter Matthias Frischmann (links) und Rolf Herrmann untersuchen Proben in der zentralen Analytik von Henkel.

sich in drei Fachbereiche. Die Instrumentelle Analytik beschäftigt sich mit der Identifikation und Gehaltsbestimmung von unbekanntem Stoffen, unter anderem in Lebensmittelverpackungen. Mittels hochmoderner Analysegeräte ist es möglich, diese Komponenten bis hinunter in den Spurenbereich zu verfolgen. Während in der Produktanalytik komplexe Produkte im Detail auseinander genommen werden, um eine Rekonstruktion der Zusammensetzung zu ermöglichen und Rückschlüsse auf Art und Menge der verwendeten Inhaltsstoffe zu ziehen, wird in der Oberflächen- und Festkörperanalytik schwerpunktmäßig auf bildgebende, mikroskopische Verfahren zur Untersuchung der einzelnen Verpackungsschichten gesetzt. In einem Whitepaper und einem Video informiert Laborleiter Matthias Frischmann detailliert über die Methoden. Whitepaper und Video finden Interessierte nach Anmeldung auf der Henkel-Webseite.

» www.henkel.com/foodsafety

Utax**PRODUKTFAMILIE AUS DIN-A3-FARB-MFP WEITERENTWICKELT**

Utax stellte jetzt mit vier neuen DIN-A3-Farb-Multifunktionssystemen eine Nachfolgeneration der 2011 gelaunchten Serie Utax CDC 1930-1950 vor. Auch diese MFP setzen auf das Produktkonzept Homogenität und die HyPAS-Schnittstelle. Die neuen Modelle Utax 3005ci, 3505ci, 4505ci und 5505ci wurden mit weiteren Funktionalitäten ausgestattet und hinsichtlich Bedienerfreundlichkeit, Produktivität, Qualität und Sicherheit optimiert. Neu ist ein farbiges Touch-Panel, das es ermöglicht, das MFP wie ein Smartphone zu bedienen. Gesteigert wurde auch die Ausgabequalität der Systeme zum Beispiel durch eine verbesserte Textwiedergabe beim Kopieren sowie eine Kantenglättung beim Drucken. Die Ausgabegeschwindigkeit beträgt bis zu 50 Seiten pro Minute beim Modell 5505ci. Hohe Papierkapazitäten mit bis zu acht Zuführungen bei maximal 7.650 Blatt ermöglichen es, Sätze mit verschiedenen Papiersorten zu erstellen. Bedruckt werden auch Registerblätter, Bannerpapier und Grammaturen bis 300 g/m² sowie Sonderformate bis DIN A3-Überformat. Mit einem optionalen Broschürenfinisher werden Briefe auf Wunsch im Wickelfalz ausgegeben.

➤ www.utax.de

Neue Lagerhalle und Produkte MIT SPRINTIS INS ZWEITE HALBJAHR 2013

Nach der ersten Jahreshälfte blickt Sprintis optimistisch zurück und zuversichtlich nach vorn. Der Bau der neuen Lagerhalle mit 1.700 Palettenplätzen wurde im August fertiggestellt. Hierdurch nennt der Großhändler für Druckereibedarf eine Gesamt-Lagerkapazität von rund 4.000 Palettenstellplätzen sein Eigen.

Aber auch eine Vielzahl neuer Produkte haben den Weg in das Sprintis Sortiment gefunden und lassen



Hochleistungs-Klebeband mit PET-Folienträger.

dieses auf mittlerweile über 1.200 Artikel wachsen. Unter anderem bietet der Großhandel nun Schlüsselringe in verschiedenen Größen, Drahtseilverbinder, sowie Stifthalter aus Metall zum Ankleben mit ein, zwei oder drei Schlaufen, an. Ein weiteres Highlight ist das neue Hochleistungs-Doppelklebeband mit PET-Trägerfolie für besonders anspruchsvolle Klebeaufgaben, das noch stärker als das bereits im Shop verfügbare »High Performance« Klebeband ist. Weitere Neuheiten folgen in den kommenden Wochen.

➤ www.sprintis.de

Das Mehr-Wert-Papier OPAKO BULK HIGHWHITE VON PYPYRUS DEUTSCHLAND

Der Name ist Programm: Opako Bulk Highwhite von Papyrus überzeugt durch eine außergewöhnliche Opazität. Doch das hochweiße, fast holzfreie Bilddruckpapier kann noch mehr. Es optimiert die Bildwiedergabe und reduziert gleichzeitig die Kosten. Sein Volumenvorteil ermöglicht eine Fasereinsparung von bis zu 5 g/m² bei vergleichbarer oder sogar besserer Performance. Haptisch besonders ansprechend gelingen mit Opako Bulk Highwhite von Papyrus erstklassige Druckergebnisse mit niedrigeren Flächengewichten. Und was sich gut anfühlt, ist auch gut zur Natur. Umweltfreundlich, anteilig aus Durchforstungsholz hergestellt, trägt Opako Bulk Highwhite nachhaltig zu einer positiven Umweltbilanz bei. Bücher, Magazine, Kataloge sowie Zeitungs- und Werbebeilagen erfahren mit dem hochweißen Bilddruckpapier einen spürbaren Mehrwert. Was das kostensparende Volumepapier leisten kann, zeigt jetzt der neue »Steckbrief holzhaltig gestrichene Papiere« von Papyrus Deutschland. Gedruckt auf Opako Bulk Highwhite erklärt die 20 Seiten starke Broschüre warum »holzfrei« gar nicht »frei von Holz« bedeutet und welche Rolle Flächengewicht, Dicke und Volumen spielen. Begriffe wie Füllstoffe, Faserausrichtung, Glätte, Oberflächenrauigkeit, Streichen, Falzen, Weißegrad und Opazität werden leicht verständlich erläutert.

➤ www.papyrus.com

Samsung Mobile Printing ERSTE FARBLASERDRUCKER MIT NFC-TECHNOLOGIE

Mit der Xpress C410W- und C460-Serie stellt Samsung die ersten Farblaser- und Multifunktionsdrucker vor, die über NFC-Technologie (Near Field Communication) verfügen. Damit haben Nutzer die Möglichkeit, Fotos und Dokumente direkt von ihrem Smartphone aus in bester Qualität zu drucken. Die neuen Modelle richten sich sowohl an Heimanwender als auch an kleine und mittlere Büros. Die Serie umfasst den Farblaserdrucker Xpress



C410W, den Farblaser-MFP Xpress C460W mit Druck-, Kopier- und Scan-Funktion sowie den Xpress C460FW, der zusätzlich eine Dokumentenzuführung (ADF) und eine Faxfunktion bietet.

Die Xpress C410W-Serie wird kabellos mit mobilen Geräten verbunden und ermöglicht ein schnelles sowie bequemes Drucken. Dank NFC brauchen Anwender ihr Smartphone nur in die Nähe des Druckers zu halten und schon können sie ihren Ausdruck starten. Per simplen Knopfdruck sind Bilder, Dokumente, E-Mails und Webinhalte im Handumdrehen gedruckt.

➤ www.samsung.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



**IVAL setzt auf Heidelberg
ERSTE SPEEDMASTER XL 145
IN ITALIEN**

Höchste Produktivität und Qualität lauteten die Anforderungen der italienischen Verpackungsdruckerei Litocartotecnica IVAL S.p.A (IVAL) bei der Investition in eine neue Großformatmaschine. Nach umfangreichen Tests bei verschiedenen Anbietern fiel der Zuschlag auf die Speedmaster XL 145 der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Siebenfarbenmaschine mit Doppellackkonfiguration und UV-Ausstattung – die erste ihrer Art in Italien –



Alfio Bernini (Mitte), Inhaber der italienischen Faltschachteldruckerei IVAL, freut sich mit seinem Sohn Nicola Bernini und seiner Tochter Corinna Bernini über die Investition in eine Heidelberg Speedmaster XL 145.

wird momentan im Neubau der Druckerei in Mantova in der Nähe von Verona installiert. Dort wird sie dann zwei Maschinen eines anderen deutschen Herstellers ergänzen. Die bestellte Maschine ist hochgestellt, mit Logistiksystem ausgestattet und umfasst etliche Automatisierungskomponenten, um kürzeste Rüstzeiten umzusetzen. Dazu zählt das Inline-Spektralmesssystem Prinect InpressControl, das bei laufender Maschine Farbe und Passer regelt und somit auch die häufigen Jobwechsel effizient abarbeitet. Dies führt auch zu deutlich geringerem Makulaturverbrauch, was gerade im Premiumverpackungsbereich eine hohe Kosteneinsparung bedeutet und die Umweltverpflichtung von IVAL unterstützt.
➤ www.heidelberg.com

**System Brunner
CHINESISCHE DRUCKEREIEN
MIT INSTRUMENT FLIGHT**

Auch in China entdecken immer mehr Druckereien die Vorteile dieses umfassenden Farbmess-, Regelungs- und Qualitätssystems. So laufen bereits bei diversen international ausgerichteten Druckereigruppen an verschiedenen Standorten Instrument Flight-Lösungen in Verbindung mit dem QuadTech Inline Color Control System, weitere Inbetriebnahmen werden in den kommenden Monaten erfolgen. Auch die okBalance-Lösung, welche



Daniel Würzler (links) und Toralph Franz von System Brunner zusammen mit einer chinesischen Übersetzerin während der China Print 2013.

System Brunner für manroland sheetfed entwickelt hat, wurde in den letzten Jahren dutzendfach in China lizenziert. Für die chinesischen Drucker gewinnen Themen wie Farbqualität, Farbkonstanz, Automatisierung, Reduktion der Makulatur und Einhalten von Druckstandards zunehmend an Bedeutung. Ein aktuelles Beispiel für das große Interesse der Chinesen an Instrument Flight ist die C&C-Gruppe. Anlässlich der Fachmesse China Print 2013 besuchten Vertreter von System Brunner den C&C-Standort in Beijing. Dort produziert man seit über einem Jahr auf einer Rollenmaschine mit dem QuadTech-Inline-Farbmess- und Regelungssystem CCS-Instrument Flight von System Brunner. Aufgrund der sehr guten Erfahrungen hat man kürzlich die speziell zur Nachrüstung von Bogenoffsetmaschinen entwickelte Lösung Ink-Zone Instrument Flight installiert, welche in Zusammenarbeit mit Digital Information weltweit vertrieben wird.
➤ www.systembrunner.com

**Großinvestition in Alfeld
Sappi modernisiert Papiermaschine**

61 Mio. € investiert Sappi derzeit in den Umbau seiner Papiermaschine 2 in der Papierfabrik im niedersächsischen Alfeld. Mit dem Umbau der Papiermaschine schafft Sappi nach eigenen Angaben in der Papierfabrik Alfeld die weltweit größte Kapazität für einseitig gestrichene Papiere und MGBK-Papiere (Machine Glazed Bleached Kraft). Bisher produzierte die Anlage holzfrei gestrichene grafische Papiere. Diese Investition in die 300 Jahre alte Papierfabrik, die Sappi 1992 übernommen hatte, sei die größte seit 20 Jahren, sagt Rosemarie Asquino, Sales and Marketing Director Specialities bei Sappi Europe. In den

Für die für Mitte September geplante Installation des Zylinders wird einer der größten Kräne Europas benötigt. Der Kran selbst wiegt 1.200 Tonnen, ist 80 m breit und 96 m hoch. 60 Schwerlasttransporter werden benötigt, nur um den Kran nach Alfeld zu bringen. Nach der Inbetriebnahme der modernisierten Maschine werden in Alfeld dann gestrichene und ungestrichene Papiere für flexible Verpackungen, GZ-Karton, Topliner für Wellpappeverpackungen, Etikettenpapiere für Nassklebeanwendungen sowie Papiere auf Silikon-Basis als Trägermaterial für selbstklebende Produkte oriduziert.



vergangenen Jahren sei die Nachfrage nach grafischen Feinpapieren um etwa 6% gesunken, gleichzeitig gehe man davon aus, dass der Bedarf an Spezialpapieren für Verpackungen um 3,2% steigen werde. Neben dem Ausbau der Produktionskapazität sollen sich durch die Modernisierung auch die Umweltstandards verbessern. Eine logistische Herausforderung ist dabei der Transport des 135 Tonnen schweren MG-Zylinders mit einem Durchmesser von 6,5 m, der per Schiff und Lkw von seinem Fertigungsstandort in Karlstadt, Schweden, nach Alfeld überführt wurde.

Die 1706 gegründete Fabrik verfügt über fünf Papiermaschinen und eine integrierte Zellstoffanlage, die vor Ort geschlagenes Holz verarbeitet. Die Kapazität für holzfrei gestrichenes und ungestrichenes Spezialpapier beträgt laut Sappi derzeit 330.000 Tonnen pro Jahr.
➤ www.sappi.com

Hightech in der Oberpfalz

Mit dem technischen Fortschritt und den fundamentalen Änderungen am Markt müssen sich auch Druckbetriebe immer wieder den aktuellen Gegebenheiten anpassen beziehungsweise neue Entwicklungen voraussehen und aktiv gestalten. Wie man diesen Prozess engagiert gestalten kann, zeigt Spintler Druck und Verlag in Weiden.

Von MARTIN DÄNHARDT

Wie der Namensteil ›Verlag‹ vermuten lässt, verlegte und produzierte Spintler eine eigene Heimatzeitung. Allerdings wurde das Blatt bereits vor 20 Jahren eingestellt. Darauf folgte von 1990 bis 2000 die Blütezeit des Formular-drucks. Der Bogenoffset führte damals mit einem Produktionsanteil zwischen 10% und 20% ein Schattendasein. Heute nehmen Formulare und Briefbogen von der Rolle einen Anteil von jeweils 10% ein. 80% der Produktion laufen im Bogenoffset oder Digitaldruck.

MIX AUS DIGITAL UND OFFSET Eine Stärke des Unternehmens sind Mischprodukte aus Digital- und Offsetdruck. Dabei handelt es sich um unterschiedliche teilpersonalisierte Objekte von Mailings bis zu personalisierten Verpackungen, die von Einzel-exemplaren in Stückzahl 1 bis zu 50.000 Exemplaren reichen. Im Digitaldruck können kleinste Auflagen von drei oder fünf Verpackungen als Präsentationsmuster hergestellt werden, ehe die Hauptauflage folgt. Über Laserstanzen und Schneideplotter erfolgt die Verarbeitung bei Kleinstmengen. Daneben stehen Spezialstanzen, Falz- und Heftmaschinen sowie Anlagen zur Verarbeitung von Selfmailern zur Verfügung. Bis hin zur manuellen Konfektionierung erfolgen die meisten Arbeitsschritte im Haus. Je aufwändiger eine Produktion, desto besser passt sie ins Portfolio von Spintler. Die Auftraggeber des 50-Mann-Unternehmens, Versicherungs-



unternehmen, Werbeagenturen und größere Verlage kommen aus allen Teilen Deutschlands.

Der Wandel bei Spintler zeigt sich auch im Drucksaal. Mit der Installation einer Fünffarben-Rapida 106 mit Lackturm erfolgte kürzlich ein Systemwechsel. Geschäftsführer **Thomas Leckert** begründet die Entscheidung für KBA mit der Innovationskraft im Bogenoffset und der Betreuung. Mit entscheidend waren die Kosten pro bedrucktem Bogen. »Hier hatte KBA gegenüber dem Wettbewerb die Nase vorn«, erläutert Leckert.

MEHR AUSSTOSS Die neue Maschine bedruckt Papier mit 60 g/m² ebenso wie Kartonagen bis zu ca. 800 g/m². Vom Format ist sie so abgestimmt, dass bis zur letzten Minute entschieden werden kann, ob ein Job auf der Rapida oder einer anderen Mittelformatmaschine im Drucksaal läuft. Der Plattenwechsel erfolgt mit der FAPC-Automatik, der Bedruckstoff wird fast stündlich gewechselt. Heute sind die Jobs nach zwölf bis 15 Minuten druckreif, früher wurde bis zu 1,5 Stunden ›rumgebastelt‹. Dank ziehmarkenfreier Anlage und den Preset-Funktionen der Rapida 106 ist diese Zeitersparnis zu erzielen. Nach dem ersten Abzug sind die meisten Aufträge druckreif. Die reaktionsschnelle Inline-Qualitätsregelung mit QualiTronic ColorControl tut ihr Übriges, dass die Qualität vom ersten bis zum letzten Bogen stimmt und



Maximalleistung ist nicht immer erforderlich. Gerade bei kleinen Auflagen spielt die Rapida 106 ihre Rüstzeitvorteile aus.

kaum noch Papier im Abfallcontainer landet. Bereits wenige Monate nach Inbetriebnahme der Rapida 106 hat sich die Produktionsmenge um 20% bis 25% erhöht. Tendenz weiter steigend.

Neu ist für Spintler auch die UV-Veredelung. Bisher erfolgte sie über externe Dienstleister. Die interne Abwicklung im Inline-Prozess bringt eine extreme Zeitersparnis. Meist wird mit konventionellen Farben gedruckt, anschließend ein Primer aufgetragen und mit UV-Lack veredelt.

ÖKOLOGISCHE PROZESSE Die Rapida 106 hat durch ihre geringere Stromaufnahme auch ökologisch Fortschritte gebracht. Die Stromerzeugung im eigenen Blockheizkraftwerk trägt dazu bei, dass auch veredelt werden kann, ohne die CO₂-Bilanz negativ zu beeinflussen. Daneben erzeugt Spintler in nicht unerheblichem Maße Solarstrom. Die Plattenherstellung erfolgt prozesslos ohne Chemikalien. Der Einsatz von Druckhilfsmitteln und Farben hat sich reduziert und die Glykol-Kühlung ist ein absoluter Gewinn für das Klima im Drucksaal. Den ebenfalls angebotenen klimaneutralen Druck nehmen besonders Großkunden aus der Verlags- und Versicherungswirtschaft an. PSO- und FSC-Zertifizierungen sind seit Jahren selbstverständlich.

Thomas Leckert nimmt die Veränderungen am Markt und neue Entwicklungen in der Branche sehr genau unter die Lupe. Besonders interessieren ihn Kombinationen und Schnittstellen zwischen Digital- und Offsetdruck. Hier kann das Unternehmen mit drei Bogenoffset- und vier Digitaldruckanlagen (zwei zusätzliche sind bei Tochtergesellschaften installiert) seine Stärken voll ausspielen.

› www.spintler.com › www.kba.com

Scholler Packaging BELICHTUNGSTECHNOLOGIE VON FLINT GROUP

Als moderner Full-Service-Partner der Verpackungsindustrie bietet Scholler Packaging maßgeschneiderte Lösungen sowohl für Brand Owner als auch für den Handel und die Druckerei. Vor über 40 Jahren in Nürnberg gegründet, ist das Unternehmen seit 2002 Teil der weltweit sehr erfolgreich agierenden Matthews Gruppe. Ursprünglich auf die Herstellung von Gummiklischees für flexible Verpackungen und Matern aus Zink oder Magnesium-Ät-



Ludwig Haas, Technical Director von Scholler, prüft die Qualität einer Druckplatte.

zung ausgerichtet, wird heute für den Kunden ein Komplett-Paket vom Design über die Repro bis hin zur Druckform geschnürt.

»In den letzten Jahren wurden Themen wie HD, Sauerstoffeffekt und Flat Top Dots, Micro-Strukturen und so weiter im Markt sehr intensiv diskutiert«, erklärt Ludwig Haas, Technical Director Scholler, »Fakt ist mittlerweile, dass der sogenannte Sauerstoffeffekt mit den im Markt befindlichen Technologien verschiedene Verbesserungen im Druckprozess und somit auch in den Druckergebnissen bringt. Eine Voraussetzung hierfür ist aber auch die Anpassung im jeweiligen Drucksaal!« Deshalb hat sich Scholler schon früh für nyloflex NExT interessiert. Nach einer Testphase hat man sich dann endgültig für die neuartige Belichtungstechnologie von Flint Group Flexographic Products entschieden. Ein wichtiger Aspekt war dabei die Unabhängigkeit von anderen Geräten oder Prozessen, mit denen ebenfalls Flat Top Dots im Markt produziert werden.

➤ www.flintgrp.com

Technomelt Supra 100 Cool NEUER HENKEL- SCHMELZKLEBSTOFF

Mit einer Verarbeitungstemperatur von 100 Grad Celsius ist Technomelt Supra 100 Cool von Henkel der neue Rekordhalter bei den Schmelzklebstoffen für die Verpackungsindustrie. Kombiniert mit den Vorteilen der Supra-Produktreihe sorgt die Innovation von Henkel für höhere Effizienz bei der Herstellung von Verpackungen und trägt zugleich zu mehr Nachhaltigkeit bei. Neben seiner niedrigen Verarbeitungstemperatur von 100 Grad



Celsius und seiner hohen Klebkraft zeichnet sich Technomelt Supra 100 Cool auch durch seine vielfältige Anwendbarkeit im Bereich der Schachtel-, Steigen- und Kartonverklebung aus. Praxistests bei Konsumgüterherstellern in ganz Europa haben gezeigt, dass die niedrige Verarbeitungstemperatur von Technomelt Supra 100 Cool den Energiebedarf im Vergleich zu herkömmlichen Hotmelts um bis zu 50% reduziert. Wie alle Produkte der Technomelt Supra Serie ist Technomelt Supra 100 Cool für die Verklebung von Lebensmittelverpackungen geeignet.

Ein weiteres Plus des innovativen Technomelt Supra 100 Cool ist die gute Wärmestandsfestigkeit und Kälteflexibilität, was den Einsatz für Warmabfüllungen ebenso ermöglicht, wie für Tiefkühlverpackungen. Im Vergleich zum ebenfalls von Henkel angebotenen Coolmelt Ultra 90 reduziert der neue Schmelzklebstoff den Klebstoffverbrauch zum Beispiel beim Kartonverschluss um bis zu 25%, zeigten die Praxistests.

➤ www.henkel.com

Edel-Portfolios für Fine Art Drucke HAHNEMÜHLE INKJET LEDER- ALBEN ZUM SELBERDRUCKEN

Hahnemühle FineArt InkJet-Alben sind jetzt in einem Baukasten-System erhältlich: mit zwei exklusiven Ledereinbänden und vier frei wählbaren Sorten Digital FineArt Inhaltspapier. Denn besondere Bilder brauchen neben besten Papieren auch eine edle Hülle. Der Clou: verschiedene Leder-Cover und Inhaltspapiere können frei kombiniert werden. Jeder Fotograf verleiht damit seinem Album im Format DIN A4, DIN A3 oder 12 x 12 Zoll (ca. 30 x 30



cm) eine ganz persönliche Note. Die Alben-Cover gibt es mit klassisch schwarzem Ledereinband oder neu als edel gepolsterte Version mit roter Schmucknaht. Alle Cover-Sets beinhalten Buchbinderschrauben in zwei verschiedenen Längen. Sie bieten 20 beziehungsweise 40 bedruckbaren Seiten plus der entsprechenden Anzahl von Zwischenlagepapieren Platz. Zwei mitgelieferte schwarze Schutzpapiere dienen als Vor- und Nachsatz.

Für den Druck der Albenseiten sind jetzt vier Papierqualitäten aus der beliebten Photo Rag-Familie verfügbar. Diese Papiere gelten in der Branche als archivfeste Inkjetdrucke. Für den doppelseitigen Druck gibt es Photo Rag Book & Album, 220 g/m² oder Photo Rag Duo, 276 g/m². Für den einseitigen Druck sind Photo Rag Pearl, 320 g/m² (Oberfläche mit Perlmuttglanz) und Photo Rag Satin, 310 g/m² (Oberfläche mit Satinschimmer) verfügbar. Alle Seiten sind zum einfachen Umblättern gelocht und genutet. Jedes Papier-set enthält 20 Blatt Inkjetpapier sowie 22 Blatt Zwischenlagepapier.

➤ www.hahnemuehle.com

Graphischer MediaLiner FOTOREALISTISCHE DARSTELLUNGEN

Der für Markenartikler und die Wellpappenindustrie von Stora Enso Speciality Papers in 2012 lancierte MediaLiner hat innerhalb nur eines Jahres hohe Akzeptanz in der kompletten Prozesskette gefunden. MediaLiner bietet Markenartiklern, die ihren Fokus auf eine ständig steigende Abbildungsqualität ihrer Produkte auf Verpackungen, Verkaufstrays oder Displays legen, eine neue erstklassige graphische Qualität der Produktpräsentation am Point of



Die MediaLiner-Muster zeigen Beispiele fotorealistischer Darstellungen.

Sale. Dieser Liner kreiert durch seine Neuartigkeit eine bisher noch nicht vorhandene Liner-Kategorie: Graphische Liner.

MediaLiner wird im Stora Enso-Werk Uetersen/Deutschland in Flächengewichten von 120, 135, 160, 190 und 220 g/m² hergestellt und kann sowohl als Liner auf Wellpappe als auch auf offener Welle eingesetzt werden. Der graphische Liner eignet sich für den Offset- sowie für den Flexodruck und kann als Bogen- und Rollenmaterial im Vor- und Direktdruck eingesetzt werden. Die seidenmatte, hochweiße Oberfläche steht für exzellente Druckergebnisse und für eine ausgesprochen sympathische Haptik. Damit sind auf Verkaufsverpackungen und Displays fotorealistische Darstellungen möglich, wie man sie bisher nur von besten Ansichtskarten oder aus dem Fotodruck kannte. Gleichzeitig ermöglicht MediaLiner die Verwendung von Spot- und Effektlackierungen und sichert so zusätzlich Aufmerksamkeit am POS.

➤ www.storaenso.com

Optimieren statt expandieren

Am Morgen kommen die Daten, am Nachmittag werden die gehefteten Produkte ausgeliefert – ein wesentliches Element der hohen Flexibilität des Familienunternehmens Tipografia Cavalli in Tenero im italienischsprachigen Schweizer Kanton Tessin ist der neue Sammelhefter Presto II von Müller Martini.

Text und Bild: Müller Martini

Die lediglich 13 Mitarbeiter beschäftigende Tipografia Cavalli ist ein Paradebeispiel dafür, wie sich ein Kleinbetrieb dank seiner hohen Flexibilität auch in schwierigeren Zeiten erfolgreich auf dem grafischen Markt behaupten kann. »Voraussetzung dafür ist jedoch«, sagt Fausto Cavalli, der das Unternehmen 1972 gegründet hat und auch vier Jahrzehnte später immer noch leitet, »dass wir jederzeit schnell auf die Wünsche unserer Kunden reagieren können.«

So kommt es regelmäßig vor, dass ein Auftrag am Morgen hereinkommt und die fertigen Printprodukte noch am gleichen Nachmittag ausgeliefert werden. Das wiederum setzt eine große Flexibilität der Mitarbeiter voraus. »Unser Erfolg basiert zu einem schönen Teil auf unserem guten Betriebsklima«, sagt der Firmenpatron nicht ohne Stolz. So haben praktisch alle Angestellten ihre Berufslehre bei Tipografia Cavalli gemacht und sind danach dem Familienunternehmen treu geblieben. Und für die gesamte Belegschaft, zu der auch Fausto Cavallis Töchter Micaela und Tiziana sowie als erster Vertreter der dritten Generation Tizianas Sohn Simone (macht eine Lehre als Drucker) zählen, gibt es kein Zeiterfassungssystem. »Unsere Leute wissen genau, wann wir viel zu tun haben und können dafür mal früher gehen, wenn etwas weniger läuft«, erläutert Fausto Cavalli das auf Vertrauen basierende Arbeitszeitmodell.

Kontinuierliche Investitionen

Modern ist bei Tipografia Cavalli jedoch nicht nur das Arbeitszeitmodell, sondern auch der Maschinenpark. »Getreu der Firmenphilosophie ›nicht expandieren, sondern optimieren‹ investieren wir kontinuierlich in neue Produktionssysteme«, betont Fausto Cavalli. So hat der Vollstufenbetrieb neben zwei Vier-Farben-Bogenoffset-Druckmaschinen auch zwei digitale Drucksysteme im Einsatz. Und seit vergangenem September verfügt Tipografia Cavalli als Ersatz für einen Sammelhefter eines anderen Maschinenherstellers über einen der weltweit ersten Presto II, den Müller Martini an der letzten drupa erstmals einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt hat.

»Ausschlaggebend für uns ist weniger eine hohe Produktionsgeschwindigkeit, sondern ein schnelles Einrichten des Sammelhefters«, begründet Fausto Cavalli seine Entscheidung für den Presto II. Denn die vorwiegend für Kunden im Kanton Tessin, aber auch in der Deutschschweiz und im grenznahen Italien, gedruckten, meist im A4-, A5- oder A6-Format erscheinenden Broschüren, Magazine, Prospekte und zahlreiche weiteren Akzidenzprodukte weisen in der Regel ein Auftragspektrum von 500 bis 50.000 Exemplaren auf. »Wenn wir im unteren Auftragssegment heften«, so Fausto Cavalli, »kommt uns die einfache und komfortable Bedienung des Presto II natürlich entgegen.« Zumal der neue Sammelhefter mit drei Doppelanlegern (davon einem

kippbaren), seitlicher Dickenmessung Semko, Dreischneider und Schuppenauslage keinen exklusiven Maschinenführer hat. Denn ein wesentlicher Bestandteil der Flexibilität von Tipografia Cavalli, die seit 40 Jahren auch eine Blockheftmaschine B1 von Müller Martini im Einsatz hat, liegt auch darin begründet, dass die Mitarbeiter mehrere Maschinen bedienen können. Und diese haben den neuen Presto II nach kurzer Instruktion im eigenen Hause schnell einmal in den Griff bekommen.

Alle Bogenöffnungsarten

Kommt ein nicht unwesentlicher technischer Vorteil des neuen Sammelhefters hinzu: Der Presto II, auf dem auch digital gedruckte Produkte geheftet werden, ermöglicht alle Bogenöffnungsarten. So kann Tipografia Cavalli nun Bogen im Vor- und Nachfalz öffnen, aber auch die Saugeröffnung einsetzen.

Für Fausto Cavalli steht außer Zweifel, »dass wir mit der Neuinvestition unsere Position auf dem Markt gestärkt haben. Dank der höheren Produktionssicherheit kann ich nun auch Aufträge mit größeren Volumen ruhiger annehmen. Denn ab und zu verarbeiten wir auch Jobs mit Auflagen von bis zu 250.000 Exemplaren.«

› www.mullermartini.com



Insbesondere bei Produkten im kleineren Auftragssegment kommt Tipografia Cavalli die einfache und komfortable Bedienung des Presto II entgegen. Firmengründer Fausto Cavalli (zweiter von links) neben seinen Töchtern Micaela Cavalli Scanzi und Tiziana Cavalli sowie sein Enkel Simone, der eine Druckerlehre absolviert, vor dem Sammelhefter Presto II in Tenero. Links Peter Egli, Verkaufsleiter Müller Martini Schweiz.

Ricoh Pro 8100S Reihe DIGITALE SCHWARZ-WEISS- PRODUKTIONSDRUCKMASCHINE

Ricoh stärkt sein Portfolio für den Produktionsdruck mit einer neuen Modellreihe von Schwarz-Weiß-Digitaldrucksystemen. Die Modelle Pro 8100S, Pro 8110S und Pro 8120S von Ricoh erhöhen die Produktivität und Leistung auf dem Schwarz-Weiß-Druckmarkt. Für eine gute Bildqualität, die für Schwarz-Weiß-Anwendungen, wie Bücher, Schulungsmaterial, technische Handbücher und Rechnungen, wichtig ist, sorgt der optimierte Ricoh-Toner in Pulverform. Dieser Toner besteht aus kleineren, runderen Partikeln, die eine gleichmäßigere Ausgabequalität gewährleisten. Die Lasertechnologie VCSEL (Vertical Cavity Surface Emitting Laser) von Ricoh bietet mit 40 Laserstrahlen eine hohe Auflösung von 1.200 x 4.800 dpi. Damit sind eine bessere Registerhaltung und eine präzisere Farbdeckung mit gestochen scharfen Texten und gleichförmigeren Grafiken erzielbar. Die Ausgabegeschwindigkeit der Modelle Pro 8100S, Pro 8110S und Pro 8120S beträgt bis zu 95, 110 beziehungsweise 135 Seiten pro Minute, mit einer monatlichen Spitzenauslastung von bis zu drei Millionen Seiten. Darüber hinaus bieten die Systeme Pro 8100S, Pro 8110S und Pro 8120S den Unternehmen, die wichtige Geschäftsdokumente digitalisieren möchten, einen automatischen One-Pass-Duplex-Dokumenteinzug für Schwarz-Weiß und Farbe mit einer marktführenden Scan-Geschwindigkeit von bis zu 220 Duplex-Seiten pro Minute.

➤ www.ricoh.de

Kreativität auf allen Ebenen ANTALIS BEGEISTERT MIT INSPIRING PAPERS TOUR

Premiumpapiere hautnah erleben und so ihre Vielfältigkeit im Detail erfahren: Dieses Erlebnis rückt die Antalis GmbH für Designer und Kreative mit der Premiuminitiative ›Inspiring Papers Tour 2013‹ in den Fokus. Nach den Mailingtagen in Nürnberg fand am 16. Juli mit dem Workshop ›Food perfekt inszeniert‹ nun der zweite Teil der Tour statt. Bei der Veranstaltung ermöglichte Antalis den rund 80 Besuchern in der Kölner Design Post erste Fühl-



Im Anschluß der Inspiring Papers Tour in Köln erlebten die Besucher die Welt der Papiere in dem mobilen Antalis Brain Store. Hier konnten sie das komplette Sortiment an hochwertigen Kreativpapieren und -briefumschlägen entdecken.

versuche mit Curious Matter, dem jüngsten Zuwachs der von Antalis vertriebenen FSC-zertifizierten Curious Collection. Das in verschiedenen Farben und Grammaturen von 125 g/m² bis 380 g/m² erhältliche Premiumpapier zeichnet sich durch eine matte und hochpigmentierte homogene Oberfläche aus, die mitunter aus Kartoffelstärke besteht, die wiederum aus Abfällen der Lebensmittelindustrie gewonnen wird. Dem Titel des Workshops entsprechend erlebten die Teilnehmer aber auch auf kulinarischer Ebene Kreativität: Die Grafik-Designerin, Autorin und Food-Bloggerin Lisa Nieschlag sowie der Fotograf André Stephan verrieten dazu Tipps und Kniffe rund um die Themen Foodstyling und -fotografie. Die nächste Etappe der Inspiring Papers Tour 2013 findet vom 9. bis 12. Oktober auf der Fachmesse Druck + Form in Sinsheim statt.

➤ www.inspiring-papers.de
➤ www.antalisis.de

Englischer Zeitschriftendrucker VON DER SPEEDMASTER XL 106 ÜBERZEUGT

Im stark umkämpften Zeitschriftenmarkt zählt einzig und allein eine hohe Effizienz. Die Verleger benötigen eine hohe, konstante und wiederholbare Qualität. Dies bei kurzen Lieferzeiten und geringen Kosten, um wettbewerbsfähig zu sein. Hohe Effizienz mit kurzen Rüstzeiten und hoher Geschwindigkeit bei Premiumqualität und geringer Makulatur – genau das waren die Anforderungen der mehrfach ausgezeichneten Zeitschriftendrucker Buxton



Geschäftsführer Kirk Galloway: »Wir wachsen weiter und dabei unterstützt uns die höhere Produktivität der beiden Heidelberg XL 106 maßgeblich. Und da wir fast täglich neue Aufträge dazugewinnen, denken wir bereits über eine weitere Investition in Druckmaschine Nummer drei nach.«

Press, als sie zur drupa 2012 für ihr kontinuierliches vierjähriges Expansionsprogramm in neue Druckmaschinen investieren wollten. Das Rennen machte unter fünf verschiedenen Herstellern die gerade neu auf den Markt gekommene Speedmaster XL 106 der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die im mittelenglischen Derbyshire ansässige Druckerei entschied sich nach ausgiebigen Tests für zwei lange Wendemaschinen Speedmaster XL 106 mit acht Farben und dem Rollenquerschneider CutStar. Weiterhin sind die Maschinen mit Prinect Inpress Control, das bei laufender Produktion Farbe und Passer steuert, sowie dem simultanen Plattenwechsler Autoplate XL ausgestattet. Insgesamt führt dies zu kürzesten Rüstzeiten und wenig Papierabfall, was auch den Umweltschutz unterstützt.

➤ www.heidelberg.com

Antalis Spezialpapiere EINZIGARTIGE EIGENSCHAFTEN

Antalis präsentierte ›Flamstop Maine M1‹ und ›MagneCote‹, zwei Spezialpapiere, die schwer entflammbar beziehungsweise magnetisch sind und so den Kunden neue Anwendungseigenschaften bieten. Flamstop Maine M1 wurde konzipiert, um bei öffentlichen Veranstaltungen zur Sicherheit beizutragen und im Falle eines Feuers dessen Ausbreitung durch spezielle Produkteigenschaften zu verhindern. Dazu wurde das Papier dem ›Brûleur Électrique‹, dem in Frankreich, Spanien, Belgien und Portugal durchgeführten Haupttestverfahren zur Prüfung von Entflammbarkeit unterzogen. Mit der Klassifikation M1, die einen höheren Stellenwert als ihr deutsches Pendant, die B1 Klassifizierung besitzt, erhielt das gestrichene Papier die höchste Auszeichnung. Das Spezialpapier überzeugt zudem durch seine leuchtende Weiße sowie reduzierte Trocknungszeiten und betonten Tintenglanz. Mit seiner hohen Opazität und Steifigkeit sowie einer optimalen Bildwiedergabe eignet sich Flamstop insbesondere für Offsetdruck, Siebdruck, Digitaldruck und Großformat Digitaldruck. Mit MagneCote präsentiert Antalis das erste echte Magnetpapier. Ein Mix aus seidenmatt gestrichenem Premiumpapier und einer magnetischen Schicht bei der Herstellung gewährleistet, dass MagneCote wie ein Papier bedruckbar ist, sich aber wie ein Magnet verhält. Damit eignet sich MagneCote für graphische kreative Marketingkampagnen im Indoorbereich. So lassen sich mit dem beschichteten Papier beispielsweise magnetische Werbebroschüren oder Visitenkarten drucken, die man an einer Vielzahl von Orten anbringen kann.

➤ www.antalisis.de

Druckriese wächst mit Rapida

Seit Jahren lesen wir immerzu, dass in China eine riesige Druckindustrie entsteht. Doch nur selten wird die wahre Größe auch einzelner Druckereiunternehmen so deutlich wie am Beispiel der Leo-Gruppe und Heshan Astros Printing. 14.000 Mitarbeiter und eine eigene Druckereistadt sind Dimensionen, die man bei uns nicht kennt.

Der chinesische Druckriese Leo begann seine unternehmerische Tätigkeit 1982 in Hongkong in einer kleinen Fabrik und investierte 1989 auf dem chinesischen Festland in ein Werk im Distrikt Nanhai. Ende 1991 gründete die Leo-Gruppe dann Heshan Astros Printing. Mit zunehmendem Auslandsgeschäft wuchsen Heshan Astros Printing und die Tochtergesellschaften. Die günstige Lage, moderne Produktionsanlagen und professionelle Mitarbeiter trugen dazu bei. Heute ist Leo einer der weltgrößten Druckbetriebe. Auf ur-



Die beeindruckende Druckereistadt von Astros in den Farben Gelb und Blau erstreckt sich auf mehr als 666.000 Quadratmetern.

sprünglichem Marschland erstreckt sich eine moderne Druckereistadt in gelb und blau auf über 666.000 m².

STARK IM EXPORT ... Derzeit hat Astros mehr als 14.000 Mitarbeiter. Die Investitionen der letzten Jahre betragen mehr als 235 Mio. € (1,9 Mrd. Renminbi oder RMB), die Exporte erreichten bis zu 285 Mio. € (2,53 Mrd. RMB). Von 2007 bis 2012 lag die durchschnittlichen Wachstumsraten bei 10%. Die größten Exportmärkte sind Europa, die USA und Australien. Heute hat Astros eigene Vertriebsbüros im englischen Reading, in Seattle (USA), Antwerpen und Mailand. Sie pflegen Kundenbeziehungen, verfolgen Markttrends und übertragen Trends aus anderen Regionen. So entwickelte und produzierte Astros 2011 im Auftrag eines Kunden ein hochwertiges 3D-Buch, mit dem sich dieser erfolgreich als Lieferant der Olympischen Spiele 2012 in London bewarb.

... UND IM VERPACKUNGSDRUCK Der Produktionswert der chinesischen Verpackungsindustrie stieg seit 2003 von 250 Mrd. RMB auf 1,20 Mrd. RMB im Jahr 2010. Das entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 21%. Da sich der globale Verpackungsmarkt weiter nach Asien und vor allem nach China verlagert, dürfte sich dieser Trend in den nächsten drei bis fünf Jahren fortsetzen. China wird sich als zweitgrößter Verpackungshersteller der Welt etablieren. Vor diesem Hintergrund hat Astros über Joint Ventures mit der Schaffung von Druckkapazitäten für den inländischen Verpackungsmarkt begonnen.

Astros fokussierte sein Verpackungsgeschäft auf Wellpappen- sowie Kartonverpackungen und Leo United Paper Products produziert hauptsächlich Funktionsverpackungen aus Wellpappe. Dafür wurde massiv in Flexodruckmaschinen und Weiterverarbeitungstechnik investiert. Außerdem konzentrierte sich Astros bei seinen Investitionen und Produkten auf das mittlere und obere Qualitätssegment. Mit vielen Kunden entstanden so langfristige und partnerschaftlichen Beziehungen.



Bei Astros sind Rapida-Maschinen bis zum Format 120 x 162 cm im Einsatz. Hier eine höher gesetzte Rapida 162 mit sechs Farbwerken und Lackwerk.

ATTRAKTIVE PRODUKTE In den vergangenen drei Jahren hielt Astros den dritten Platz auf der Liste der Top-100-Druckunternehmen in China. Von der Bekanntheit von Astros-Produkten in der ganzen Welt zeugt eine Reihe von Preisen, zum Beispiel der American Printing Prize, die Gold Ink Awards, oder First Prize of China Printing. Die herausragende Stellung von Leo in der Druckindustrie ist untrennbar mit der hervorragenden Hardwareausstattung verbunden.

Von der kleinformatischen Genius 52UV bis zum Rapida-Jumbo im Formatbereich 120 cm x 162 cm nutzt Astros insgesamt acht Bogenoffsetmaschinen von KBA für sein breites Produktionsspektrum. »Mit seinen hervorragenden Maschinen und einem sehr zuverlässigen Service hilft uns KBA, qualitativ hochwertige Produkte in hoher Auflagenstabilität für unsere Kunden zu produzieren«, stellt Yang Zemin, Präsident der Leo Paper Group, fest. Denn neben ihrer Schutzfunktion müssen Verpackungen heute Kunden anziehen. »Durch die langfristige Beziehung zu KBA werden an unseren Maschinen immer wieder aktuelle Features nachgerüstet, um unseren Auftraggebern neue, attraktive Produkte anbieten und diese mit hoher Effizienz produzieren zu können«, freut sich Yang Zemin über die Zusammenarbeit beider Unternehmen.

› www.kba.com

Die Musik spielt bei der Rüstzeit

Was bringt Vollautomatik beim Falzen wirklich? Die Meinungen gehen auseinander. Zeit also für einen realistischen Praxistest, der mit einer manuellen Falzmaschine im Vergleich zum vollautomatischen AFC-566FKT von Horizon durchgeführt wurde.

Das Testszenario sah vor, fünf verschiedene Aufträge direkt hintereinander zu verarbeiten. Die jeweilige Soll-Auflage von 500 Stück wurde mit einem Zuschuss von 10% gedruckt, sodass für jeden Auftrag 550 Bogen zur Verfügung standen. Beide Maschinen wurden von einem erfahrenen Buchbinder gerüstet und bedient. Um realistisch zu vergleichen, wurde die Produktionsgeschwindigkeit bei beiden Maschinen gleich gewählt. Verarbeitet wurden folgende Aufträge:

- 10-Seiter im Zickzackfalz, offenes Format 500 x 210 mm (4 Taschen).
- 6-Seiter im Wickelfalz, Format offen 297 x 210 mm (2 Taschen).
- 12-Seiter mit Vorfalz, Format offen 676 x 315 mm (2 Taschen/Schwert).
- 8-seitiges CD-Booklet im Doppelparallelfalz, Format offen 480 x 120 mm (2 Taschen).
- A3 auf Lang-DIN im Letterfalz, offenes Format 420 x 297 mm (1 Tasche/Schwert/Tasche).

Die Aufträge wurden in dieser Reihenfolge abgearbeitet, dabei wurde direkt von der einen auf die nächste Falzart umgestellt. Die Produktionszeit ist bei kleinsten und mittleren Auflagen dieser Auftragsstruktur mit 13 Minuten

ten bis 14 Minuten fast identisch. Die Musik spielt bei den Rüstzeiten. Und die spricht mit 6:45 Min. bei der vollautomatischen Maschine gegenüber 49:16 Min. gegenüber der manuellen Maschine eine klare Sprache. Rund 42 Minuten Zeitersparnis bei nur fünf Umrüstungen pro Tag ergibt bei 20 Arbeitstagen im Monat eine Ersparnis von 14 Stunden wertvoller Arbeitszeit.

Ebenso interessant ist auch die Betrachtung der erreichten Stückzahlen. Hier zeigt sich, dass die Werbeaussage »Nahezu Null-Makulatur« für die Horizon Touch&work-Technologie ziemlich treffend ist: die Makulatur beträgt bei der Vollautomatik nur 2 bis 3 Stück gegen durchschnittlich 16 Stück bei der manuellen Maschine pro Auftrag.

Die vollautomatische Maschine ist bei diesem Versuch beim Rüsten der manuellen Maschine haushoch überlegen. Die höheren Kosten für die Investition in eine vollautomatische Falzmaschine können sich nach Aussagen von Horizon in kurzer Zeit amortisieren. Manuelle Maschinen, selbst von Profis eingerichtet, sind bei wechselnden Aufträgen nicht mehr konkurrenzfähig.

➤ www.horizon.de

WAN-IFRA JUBILÄUMS-WETTBEWERB ZUM 20-JÄHRIGEN

Der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) hat den 20-jährigen Jubiläums-Wettbewerb um die Mitgliedschaft im International Newspaper Color Quality Club eröffnet, dem einzigen weltweiten Qualitätsdruckwettbewerb für Zeitungen.

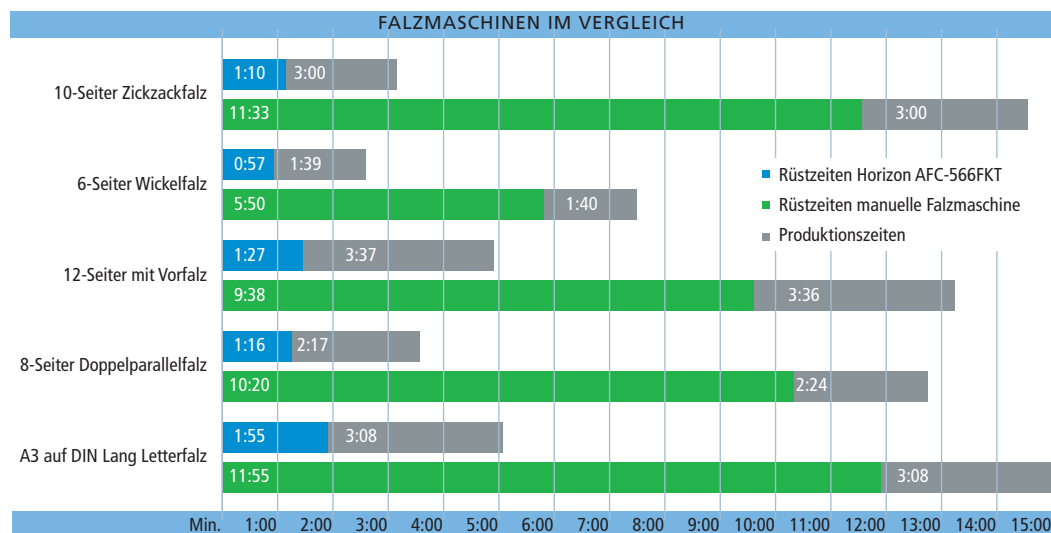
Berechtigt zur Mitgliedschaft im Club, einer Shortlist der weltbesten Farbdruckzeitungen, sind Zeitungen, die nach einheitlichen Druckstandards produzieren. Eine Mitgliedschaft im Color Quality Club kann das Renommee einer Zeitung bei den Lesern stärken, den Stolz der Mitarbeiter fördern und beim Verkauf von Anzeigenraum an anspruchsvolle Kunden von Vorteil sein.

Das Ziel des International Newspaper Quality Clubs ist die Verbesserung der Reproduktions- und Druckqualität in der Produktion, verbunden mit einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit sowie Motivierung aller Mitarbeiter. Zeitungen, die mit Erfolg am Wettbewerb teilnehmen, werden für zwei Jahre in den exklusiven Club der erstklassigen Zeitungstitel aufgenommen. Mehrfachgewinnern und Teilnehmern am WAN-IFRA-Zertifizierungsprojekt winkt überdies die Aufnahme in den Star Club.

Die Teilnahme am Wettbewerb lässt sich problemlos in die normalen Produktionsvorgänge der Zeitung einbinden. Die Teilnehmer laden ein kleines anzeigenähnliches Testelement von der WAN-IFRA-Website herunter und binden es in eine Seite ein – kostspielige, zeitaufwändige Extra-Druckläufe sind nicht erforderlich.

Zeitungen, die sich bis zum 2. Oktober 2013 anmelden, können eine kostenlose Testauswertung von WAN-IFRA in Anspruch nehmen. Der Anmeldeschluss für den diesjährigen Wettbewerb ist Dezember 2013.

➤ www.wan-ifra.org



IFRA Expo & Conference
7-9 Oct, Berlin, Germany

World Publishing Expo 2013

World Editors Forum 12th International Newsroom Summit

8-9 October 2013, Berlin, Messe

Editors and digital innovators explore how to break down barriers and optimise the newsroom for editorial and commercial success.

6th Tablet & App Summit

7-8 October 2013, Berlin, Messe

The App economy energising the publishing business.

Shaping the Future of News Publishing Forums

7-9 October 2013, Berlin, Messe

Digital Printing Strategies
Audience Analytics
New Revenue Streams

4 Media Port Stages

8-9 October 2013, Berlin, Messe

Power of Print
Social-Local-Mobile
Revenue
Workflow Efficiency

Practical Workshops

**Tutorial for International
Newspaper Color Quality Club**
Smart Paywalls –
a worldwide trend (both on 6 Oct.)

Lean Manufacturing
Cross-Media Sales
Search Engine optimisation:
Google SEO (all on 10 Oct.)

News Publishers' Night

Meet the Elite of the
News Publishing Industry
Monday, 7 October, 19 h
Umspannwerk Kreuzberg, Berlin

See the full programme on www.worldpublishingexpo.com

TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
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
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	Print Fair 13, Branchen-Marktplatz der Grafischen	Wien	 www.printfair.at
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			
22. 01. - 23. 01. 2014	Packaging Innovations, Fachmesse für Verpackungsdesign	Hamburg	 www.easyfairs.com
23. 01. - 06. 02. 2014	Druckforum des Verbandes Druck und Medien	Filderstadt	 www.verband-druck-bw.de
06. 02. - 07. 02. 2014	Fogra Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
13. 03. 2014	Skugra-Kongress	Luzern	 www.skugra.ch
24. 03. - 29. 03. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org
26. 03. - 27. 03. 2014	Verpackung 2014, Innovationen in der Verpackungstechnologie	Zürich	 www.easyfairs.com
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
23. 06. - 25. 06. 2014	Doxnet, 16. Fachtagung und Ausstellung	Baden-Baden	 www.doxnet.eu
24. 06. - 26. 06. 2014	Zellcheming, Jahrestagung und Expo	Frankfurt	 www.zellcheming.de
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2014, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
13. 10. - 15. 10. 2014	World Publishing Expo 2014, Messe der Zeitungsindustrie	Amsterdam	 www.wan-ifra.org



COLLIER | GRÜNER BERNSTEIN
DESIGN BY BARBARA HAUSER

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR

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

SAMSTAG
NACH VEREINBARUNG

Perspektive Vertriebsmarketing DAS NEUE BASISSEMINAR DES F:MP.

Kunden professionell und gekonnt in Szene zu setzen, gehört für Druckdienstleister zum Alltag. Die eigenen Dienstleistungen, Produkte und Neuheiten zu kommunizieren, bleibt aber allzu oft auf der Strecke. In einem Markt, der durch hohen Wettbewerbsdruck gekennzeichnet ist, sind das aktive Marketing und der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen unerlässlich, um Unternehmen auch langfristig erfolgreich positionieren zu können. Mit dem neuen Basisseminar »Vertriebsmarketing für Digitaldruckdienstleister« bietet der f:mp. im



Rahmen seiner Brancheninitiative »go visual« eine kompakte Veranstaltung mit frischen Impulsen und aktiven Handlungsempfehlungen für das Vertriebswissen. Die Themen reichen von aktuellen Trends und Entwicklungen und deren Konsequenzen für Marketing und Vertrieb über die Aktivierung von Schläfer-Kunden und dem gezielten Ausbau der Stammkundschaft bis hin zur Web-to-Print-Strategie. Das Tagesseminar vermittelt viel Wissen aus der Praxis für die Praxis und bietet gleichzeitig Raum zum Austausch mit Kollegen und dem Referenten. Das Seminar findet am 13. November in Frankfurt, am 20. November in Düsseldorf sowie am 27. November in Hamburg statt.

➤ www.go-visual.org/seminare

GUA-Konferenz 2. BIS ZUM 5. OKTOBER IN GENÈVE

Zum ersten Mal in der Geschichte der Jahreskonferenz der Graphic Users Association of Kodak Solutions (GUA) wird es eine eigene Themenstrecke geben, die innovativen Inkjet- und Hybrid-Drucklösungen gewidmet ist, mit denen Anwender zukunftsorientiertes Wachstum und langfristigen Erfolg erzielen können.

In ihrem achten Jahr kehrt die Anwenderkonferenz zu ihrem ursprünglichen dreitägigen Veranstaltungsformat zurück. Sie bietet dieses Mal vier themenspezifische Präsentations- und Vortragsstrecken sowie zahlreiche praktische Demos »zum Anfassen«, die Gelegenheit zum Networking mit anderen Teilnehmern sowie Informationen über die neuesten Produkte und Dienstleistungen.

Die Veranstaltung bietet aus erster Hand Informationen zu neuen Produkten und Services sowie die Möglichkeit der Teilnahme an theoretischen Vorstellungen und interaktiven Demonstrationen der neuesten Workflow-, CtP- und Digitaldrucklösungen von Kodak.

Zu den Highlight-Themen der Anwenderkonferenz zählen neue Geschäftschancen im Verpackungsdruckbereich, die Auswirkungen des Hybriddrucks, Marktanalysen mit dem Ziel der Geschäftserweiterung, Rationalisierung durch Automatisierung und Management der komplexen Produktion in einer digitalen Welt. Außerdem können die Konferenzteilnehmer in ausführlichen Präsentationen einen näheren Blick auf die erweiterten Kodak Prinergy Preflight-Funktionen, die Regelbasierte Kodak Prinergy Automatisierungssoftware, die Kodak Colorflow Software und das Kodak Insite Prepress Portal System werfen.

Führungen durch das Europäische Demozentrum und das Workflow-Lab von Kodak werden die geplanten Konferenzaktivitäten abrunden.

➤ www.gua-europe.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 Selbstständigkeit, 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 am 2. 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

Ein Bücherleben

Mit der Ausstellung ›Roswitha Quadflieg. Raamin-Presse – Ein Bücherleben‹ zeigt das Museum für Druckkunst in Leipzig ab 20. September eine Retrospektive mit buchkünstlerischen Arbeiten der renommierten Hamburger Verlagswerkstatt. Ermöglicht wird die Ausstellung durch Leihgaben der Johannes a Lasco Bibliothek in Emden, die im Besitz des Archivs der Raamin-Presse ist. Die Ausstellung wird von Veranstaltungen rund um die Buchkunst begleitet.

Vor zehn Jahren setzte Roswitha Quadflieg eine Zäsur in ihrem buchkünstlerischen Schaffen und schloss nach drei Jahrzehnten die Raamin-Presse in Schenefeld bei Hamburg. Die seit 1973 dort entstandenen 28 Druckwerke sind je einem Dichter und einem seiner meist weniger bekannten Werke gewidmet.



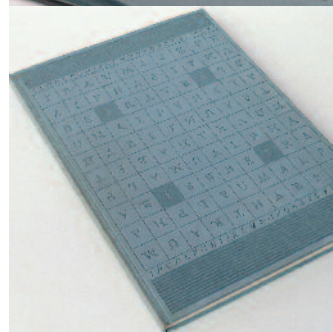
Roswitha Quadflieg in der Werkstatt der Raamin-Presse, um 1980 (© Jens Rheinländer).

Die Ausstellung im Museum für Druckkunst, in dem seit 1994 die Texte der letzten sieben Bände gesetzt und gedruckt wurden, fächert die Geschichte der Raamin-Presse auf und gibt anhand einer Werkauswahl Einblicke in ein bewegtes und vielseitiges Bücherleben.

Den Auftakt der Schau bildet das letzte Werk der Raamin-Presse, Samuel Becketts Hamburg-Kapitel aus seinen ›German Diaries‹ von 1936/37 und stellt weitere 18 Werke der Weltliteratur von Tankred Dorst, Franz Kafka, William Shakespeare bis zu Georg Trakl vor. Die jeweilige

Entstehungsgeschichte der präsentierten Bände wird durch Zustandsdrucke, Zeichnungen, Fotos und Entwürfe sowie Druck- und Prägeplatten direkt nachvollziehbar.

Die in der Raamin-Presse entstandenen Bücher sind stets in limitierter Auflage erschienen, wurden durch ihre visuelle und haptische Einzigartigkeit international bekannt und sind heute seltene und gesuchte Sammelobjekte. Alle Einbände besorgte die Buchbinderei Christian Zwang in Hamburg.



Roswitha Quadflieg, 1949 in Zürich geboren, wuchs in Hamburg auf und studierte von 1969 bis 1974 Malerei, Graphik und Illustration an der damaligen Fachhochschule für Gestaltung Hamburg (1973 Abschluss



Georg Trakl ›Gesang des Abgeschiedenen & Traum und Umnachtung‹, 11. Druck der Raamin-Presse 1980, 120 Exemplare.

Tankred Dorst (links): ›Ich will versuchen, Kupsch zu beschreiben‹, 27. Druck der Raamin-Presse 2000, 110 Exemplare.

›Traumalphabet‹, Schrift-Bilder-Buch mit Texten von 13 Autoren, 15. Druck der Raamin-Presse 1985 - 1986, 195 Exemplare, Einband von Christian Zwang (Fotos: Museum).

als Diplom-Designerin) und Typographie an der Hochschule für bildende Künste Hamburg. Von 1973 bis 2003 betrieb sie die Raamin-Presse in Schenefeld am westlichen Stadtrand Hamburgs. 1985 begann sie außerdem zu schreiben, seit 2003 ist sie ausschließlich Schriftstellerin. Zu ihren Genres zählen Romane, Essays, Theaterstücke, Hörspiele und Drehbücher. Roswitha Quadflieg lebt seit 2012 in Berlin. Ihre Künstlerbücher befinden sich in zahlreichen Museen, Bibliotheken und Privatsammlungen im In- und Ausland.

Die Ausstellung findet im Museum für Druckkunst Leipzig vom 20. September 2013 bis 5. Januar 2014 statt. Eröffnung ist am 19. September 2013 um 18 Uhr im Beisein der Künstlerin.

Rund um die Ausstellung gibt es verschiedene weitere Veranstaltungen sowie öffentliche Führungen jeweils Sonntags um 15 Uhr (22. 9., 13. 10., 17. 11., 1. 12. und 5. 1. 2014).

Am 13. Oktober 2013 findet um 11.30 Uhr die Matinée ›Buchkunst und Poesie‹ mit der Literaturgruppe Ratatouille aus Hanau statt.

Einen literarischen Abend mit Roswitha Quadflieg und Josef Haslinger (Deutsches Literaturinstitut Leipzig und Präsident PEN Deutschland) gibt es am 27. November 2013 um 19 Uhr. Roswitha Quadflieg liest aus eigenen Werken und diskutiert über Literatur und Buchkunst.

› www.druckkunst-museum.de ■



Guerilla-Seminar Farben ...

... die Physiologie der Wahrnehmung in der Werbung.

Donnerstag, 26. September 2013, 18.30 Uhr

Seine Umwelt nimmt der Mensch unter anderem durch Hunderttausende feinste Sensoren wahr, die über seine gesamten Körper verstreut sind. Zu den Umweltreizen zählen neben Geräuschen, Gerüchen oder Berührungen vor allem die Farben. Wahrgenommene Farbschwingungen dringen in das menschliche Unterbewusstsein ein und beeinflussen so unser Stimmungsbild, unser Leistungsfeld, unsere Monotonie aber auch unsere Beweglichkeit. Farben sind Stimmungsübermittler und -träger.

Farben richtig gewählt und kombiniert bringen Erfolge in der Werbung und enthalten einen bleibenden Wert. Stumpfe, langweilig Trendtöne in dunklen Farben beleben keine Gemüter und vermitteln keine positive Botschaft an den Betrachter.

Im GFZ Guerilla Seminar vom Donnerstag, 26. September 2013 referiert Eric Chiavi, Wahrnehmungsphysiologe am Institut für angewandte Physiologie Davos und führt

das Publikum in eine Welt des Erfolgs mit Farbkombinationen ein.

Inhaltsschwerpunkte

- Das Physiologische Umfeld der Farben
- Farben und unser Unterbewusstsein
- Farben als Stimmungsbarometer
- Farbharmonien
- Farben und Formensprache
- Farbkombinationen in den verschiedenen Bereichen
- Kreative Ideen und Ihre Wirkung

Erich Chiavi, Wahrnehmungsphysiologe, Inhaber des Institut für angewandte Physiologie Davos hat sich der Beratung von Unternehmen und der Durchführung von Kreativ Seminaren verschrieben. Zu seinen namhaften Kunden gehören unter anderem Nestle, Novartis, Ciba Vision, HSG St. Gallen, TU Wien, Esade Barcelona, Architektur Atlanta USA und viele mehr.

Ort

Berufsschule für Gestaltung Zürich
Medien Form Farbe
Ausstellungsstrasse 104
8090 Zürich

Kosten

Mitglieder und Partnermitglieder:
CHF 20.– pro Person
Nichtmitglieder:
CHF 40.– pro Person
Lehrlingsmitglieder:
kostenlos

Grafisches Forum Zürich

Postfach 485, 8034 Zürich
Telefon: 044 380 53 10
Fax: 044 380 53 09
www.gfz.ch info@gfz.ch

26.9.2013 **Farben, die Physiologie der Wahrnehmung in der Werbung**

Name/Vorname

Beruf/Funktion

Mitgliedschaft gfz ASW «gib» Viscom VSD

Telefon

E-Mail

Korrespondenzadresse

Rechnungsadresse

Firma

Strasse/Postfach

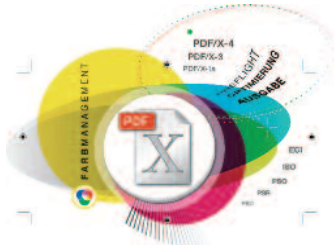
PLZ Ort

Anmeldung auch unter www.gfz.ch

Anmeldeschluss: 23. September 2013

SEPOTY 2014 Selbst einer der etablierteste Druckwettbewerbe Europas hat nach fast 30 Jahren noch Verbesserungspotenzial bei der Abwicklung. Mit der neuen Online-Registrierungsplattform soll es noch einfacher werden, Arbeiten für den SEPOTY (Sappi European Printers of the Year)-Award einzureichen. Teilnehmer müssen nur die Award-Homepage aufrufen, ihre Sprache auswählen und auf ›Teilnehmen‹ klicken. Danach sind einige Felder auszufüllen und schon kann das Formular einfach über das Netz verschickt werden. Eine Kopie wird ausgedruckt und dem eingereichten Druckmuster beigelegt, das an das lokale Sappi-Verkaufsbüro geht. Deadline für den SEPOTY 2014 ist der 31. Januar 2014; Publikationen für diese Runde müssen zwischen Januar 2012 und Dezember 2013 gedruckt worden sein. › www.sappi.com/printersoftheyear

GEDRUCKT WIE GEWOLLT Eine Kernaufgabe der Druckproduktion ist es, kreative Ideen farbverbindlich und reproduzierbar in die Praxis umzusetzen. Dennoch stellen wiederholbare Druckergebnisse Agenturen,



Druck- und Mediendienstleister regelmäßig vor Herausforderungen. PDF/X, Farbmanagement, Druckdatenoptimierung, Preflight und Workflow-Automatismen sind deshalb die Themen des f:mp.-Seminars ›Gedruckt wie gewollt‹. In der Diskussion

mit den Referenten und im Austausch untereinander können die Teilnehmer neue Möglichkeiten für die Workflowgestaltung erschließen. Das Seminar findet zu verschiedenen Terminen im August und September jeweils in Frankfurt, München, Stuttgart, Hamburg, Köln und Dortmund statt. › www.f-mp.de

WORKSHOP DEVICELINKS In Kooperation mit der printXmedia Consult Nord-Ost GmbH führt die Impressed GmbH am 25. September aufgrund der hohen Nachfrage wieder einen eintägigen Workshop über den Umgang mit DeviceLink-Profilen durch. Der Workshop findet in der Beuth Hochschule für Technik statt und widmet sich den Problemstellungen in der Druckpraxis. › www.impressed.de › www.pxmno.de

MESSETERMINE VORVERLEGT Der Messeveranstalter Mack Brooks Exhibitions gibt bekannt, dass die ICE Europe und die CCE International um zwei Wochen vorverlegt werden und nun vom 10. bis 12. März 2015 auf dem Messegelände in München stattfinden. »Mit der Terminvorverlegung konnten wir eine bessere Platzierung im internationalen Messekalender erzielen und dem Wunsch vieler Aussteller nachkommen, den Osterfeiertagen auszuweichen«, erklärt Messedirektorin Nicola Hamann. › www.ice-x.de › www.cce-international.com

DIGITAL-PUBLISHING-SUITE-CAMP Als fortgeschrittener Anwender lässt sich im ›DPS-Camp‹ Experten-Know-how tanken. Tabletpublishing-Consultant Haeme Ulrich und seine Mitarbeiterin Cindy Gut teilen ihr Expertenwissen und ihre Projekterfahrung. Neben technischen Funktionen werden auch kreative Umsetzungen von Magazin-Apps diskutiert. Termine sind der 28. bis 29. November in Kemnat (Haus der Druckindustrie) und 12. bis 13. Dezember beim Verband Druck und Medien Hessen in Frankfurt. › www.verband-druck-bw.de › www.vdmh.de

Canon InMotion2013

KLAPPE, DIE ZWEITE – KLAPPE, DIE DRITTE

Der Auftakt der Canon InMotion 2013 in Mülheim an der Ruhr im April war ein voller Erfolg. Jeppe Frandsen, Geschäftsführer von Canon Deutschland, konnte bei der dreitägigen Veranstaltung knapp 400 Gäste begrüßen und ihnen das neue Unternehmen Canon in Deutschland vorstellen. Nach erfolgreichem Abschluss der Integration von Canon und Océ in Deutschland hat das Krefelder Unternehmen Anfang Februar das Geschäft zusammengeführt. Die Océ-Deutschland GmbH ist komplett in die Canon Deutschland GmbH übergegangen.

Jetzt geht es weiter. Am 25. und 26. September findet die Canon InMotion2013 in Hannover statt. Auf dem ehemaligen Expo-Gelände, im sogenannten Expowal, öffnen sich für die Besucher die Türen. Unter dem Motto ›Wachstum beginnt mit Veränderung‹ präsentiert Canon Kunden und Partnern sein umfassendes Produkt- und Leistungsportfolio. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der ganzheitlichen Betrachtung von Dokumenten-Verarbeitungsprozessen in den Bereichen Office, Professional Print und Wide Format. Gleichzeitig werden Konzepte für die Geschäftsentwicklung von In-house-Druckereien und kommerziellen Druckunternehmen vorgestellt. Bereits zwei Wochen später findet die nächste Canon InMotion2013 statt – dieses Mal im Rahmen der Fachmesse für die grafische Industrie Druck + Form in Sinsheim. Vom 9. bis 12. Oktober wird Canon dort unter dem Motto ›The Bigger Picture‹ zahlreiche Weiterentwicklungen des Produktportfolios präsentieren. Im Vordergrund stehen vier Kern-Applikationen: Verlagsdruck, Fotodruck, Produktion von Werbe- und Begleitdokumente sowie die Technische Dokumentation. › www.canon.de

Digital Magazine Awards 2013 EINSENDEBEGINN HAT BEGONNEN

Die Digital Magazine Awards beginnen erneut. Hier werden die weltweit innovativsten Publishing-, Redaktions- und Werbeteams ausgezeichnet. Ende Juli hat der Einsendebeginn begonnen, und Zeitschriftenverlage, Einzelpersonen und Werbetreibende aus der Branche des digitalen Publishing sind aufgerufen, Nominierungen für eine Reihe von Award-Kategorien abzugeben.

Diese Kategorien reichen vom ›Digital Magazine of the Year‹ und ›Magazine Ad of the Year‹ bis hin zu speziellen Auszeichnungen für das ›Magazine of the Year‹ in den Bereichen Mode, Unterhaltung, Lifestyle und mehr. Mit den Digital Magazine Awards werden Personen ausgezeichnet, die beim Erstellen von Inhalten für Web, Smartphones und Tablets am erfolgreichsten waren.

Bruce Hudson, Vorsitzender der Digital Magazine Awards: »Bei den Digital Magazine Awards geht es genauso sehr darum, Innovationen im digitalen Bereich zu präsentieren, wie darum, die Entwicklung des Zeitschriften-Publishing zu feiern. Die Awards erzählen die Geschichte, wie unsere Branche Jahr für Jahr an der digitalen Herausforderung gewachsen ist. Ich kann es kaum erwarten, die Nominierungen für dieses Jahr zu sehen, von den bekanntesten Marken der Welt bis hin zu kleineren Nischenpublikationen.«

Der Einsendeschluss für die Digital Magazine Awards 2013 ist der 27. September 2013, die Gewinner werden am 26. November 2013 bekanntgegeben.

› www.digitalmagazineawards.com

Viscom-Umweltforum 2013

WACHSENDER MARKT UMWELT- UND NACHHALTIGKEIT

Der Schweizer Verband Viscom veranstaltet am 21. November 2013 in Spreitenbach in der Umwelt Arena sein drittes Umweltforum. Es beleuchtet den stetig wachsenden Markt der Umwelt- und Nachhaltigkeitsdienstleistungen.

Praktiker, Experten aus Forschung und Anbieter aus allen Bereichen werden in Fachvorträgen über die neusten Entwicklungen aus dem Umfeld der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes berichten und Trends vorstellen.

Das Hauptaugenmerk der Veranstaltung liegt auf Angeboten für KMU. Hierzu zählen insbesondere Programme, die mit einfachen Mitteln im eigenen Betrieb umgesetzt werden können. Umweltprogramme wie klimaneutrales Drucken, das Arbeiten mit FSC-Papieren, Drucken nach swissPSO oder auch das VOC-Reduktionskonzept voc-arm-drucken.ch sind gut verankert in der Industrie. Das Viscom-Umweltforum stellt neue Konzepte, Themen und Projekte vor. Es soll dazu anregen, sich auch im Umweltbereich weiterzuentwickeln. Acht Referate bieten Einblick in neue Welten und geben den Teilnehmern Praxistipps mit auf den Weg. Die Klimawerkstatt, die Mineralölmigration oder der Wasserfußabdruck sind dabei nur drei Themen des Kongressprogramms. Das Umweltforum richtet sich an alle, die an aktuellen und fundierten Informationen zu Umweltthemen interessiert sind.

Der Tagungsort ist nicht zufällig gewählt. Die Umwelt Arena ist eine Ausstellungsplattform für Themen der Nachhaltigkeit in den Bereichen Natur und Leben, Energie und Mobilität, Bauen und Modernisieren sowie erneuerbare Energien. Sie bietet damit die besten Voraussetzungen für die Austragung des Umweltforums.

Nähere Informationen unter nachfolgender Internetadresse. Anmeldungen sind ab sofort möglich.

➤ www.nachhaltig-drucken.ch

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
12. 09.	cleverprinting, Photoshop Expertentag	Hamburg
12. 09.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	Düsseldorf
13. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	Düsseldorf
16. 09.	cleverprinting, Update CS6 – alles, was wichtig ist	Frankfurt
16. 09. - 20. 09.	Print Media Academy, EB Pro	Heidelberg
16. 09. - 20. 09.	Print Media Academy, Speedmaster SM 74	Heidelberg
17. 09. - 19. 09.	Print Media Academy, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 (Modul 1)	Heidelberg
17. 09.	cleverprinting, Kompaktkurs Colormanagement und PDF/X	Frankfurt
17. 09.	Corelab A&F, After-Work-Event	Stuttgart
18. 09.	Corelab A&F, After-Work-Event	München
18. 09.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	Frankfurt
18. 09. - 19. 09.	cleverprinting, Redaktionelle Zusammenarbeit mit Adobe InDesign und InCopy	Düsseldorf
23. 09. - 24. 09.	Print Media Academy, Die grafische Druckvorstufe	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, Speedmaster CX 102	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 200 Basis	Heidelberg
24. 09.	Doxnet, Round Table auf der DMS Expo	Stuttgart
25. 09.	Print Media Academy, Der Offsetdruck im Überblick	Heidelberg
25. 09. - 26. 09.	cleverprinting, Social Media-Marketing auf Facebook, Twitter und co.	Hannover
27. 09.	Print Media Academy, Die Weiterverarbeitung zum Endprodukt	Heidelberg
07. 10.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	München
08. 10.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	München
08. 10. - 09. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
09. 10.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	München
10. 10.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	München
10. 10. - 11. 10.	Fogra, Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
14. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München
14. 10. - 15. 10.	Doxnet, Doxnet vor Ort	A-Wien
14. 10. - 15. 10.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
14. 10. - 18. 10.	Print Media Academy, Speedmaster XL 106 Basis	Heidelberg
16. 10. - 17. 10.	cleverprinting, Photoshop High-End Bildbearbeitung und Compositings	München
18. 10.	tgm, Typografie intensiv 10	München
21. 10.	Fogra, Farbverbindlicher Softproof – Workshop	München
21. 10. - 23. 10.	Print Media Academy, Speedmaster XL 106 Wendung	Heidelberg
21. 10. - 25. 10.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 500 Basis	Heidelberg
22. 10.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Hannover
22. 10. - 25. 10.	Fogra, Fehler an Druck-Erzeugnissen	München
23. 10.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Hannover
24. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit INDS und PSD	Hannover
25. 10.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	Hannover
28. 10. - 29. 10.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
04. 11. - 08. 11.	Print Media Academy, Falzen Basis (Modul 1)	Heidelberg
04. 11. - 08. 11.	Print Media Academy, EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Heidelberg
05. 11.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Frankfurt
05. 11. - 08. 11.	Fogra, Grundlagen der Drucktechnik	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

➤ www.a-f.ch

➤ www.cleverprinting.de

➤ www.doxnet.eu

➤ www.fogra.org

➤ www.polar-mohr.com

➤ www.print-media-academy.de

➤ www.tgm-online.de

POLAR LABELDAYS 2013 Parallel zur LabelExpo in Brüssel veranstaltet Polar seine LabelDays 2013. Vom 23. bis 27. September können sich Kunden über die neuen Lösungen vor Ort in Hofheim informieren. Gezeigt werden dabei sowohl Systeme für Schnitt- und Stanzetiketten als auch den Wertpapier- und Sicherheitsdruck. > www.polar-mohr.com

AGFA-FORUM Wer nach Lösungen zum Ausbau digitaler Geschäftsfelder sucht, kann sich ab September bei einem der zehn Termine des Agfa-Forum informieren. Web-to-Print und App-Lösungen sind zukunftsweisende Möglichkeiten, um Kundenbindungen zu festigen und neue Anwender und Kunden zu gewinnen. An einem interessanten Nachmittag präsentiert Agfa Graphics Online-Lösungen für E-Commerce und E-Publishing und stellt die cloud-basierten Lösungen Arkitek Eversify und Apogee StoreFront vor. Nach dem Start des Forums am 3. September in Hamburg stehen noch folgende Termine auf der Agenda: 17. September in Wien, 18. September in Nürnberg, 24. September in Solothurn, 25. September in Stuttgart, 26. September in München und 1. Oktober 2013 in Wiesbaden. > www.agfagraphics.de

SYMPOSIUM VERPACKUNGSDRUCK Die Fogra veranstaltet am 23. und 24. Oktober 2013 das dritte Verpackungsdruck-Symposium in München. Drei Probleme für Faltschachtelhersteller, ihre Zulieferer und Kunden werden aufgegriffen: Mineralölrückstände in Faltschachteln und damit verbundene Produkthaftungsaspekte, Druckfarbenregulierung für Lebensmittelverpackungen in Deutschland und Europa sowie Anforderungen an den Erstöffnungsschutz. Darüber hinaus werden Entwicklungs- und Forschungsergebnisse aus der Farbmessung, Veredelung und Drucktechnik vorgestellt. Das ausführliche Programm zum Symposium ›Verpackungsdruck – die Faltschachtel‹ findet sich im Internet. > www.fogra.org

›PRINT COCKTAIL‹ Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet gemeinsam mit seinen Handelsmitgliedern und Industriepartnern deutschlandweit seinen Branchentreff ›Print Cocktail. Bisher gab es Veranstaltungen in Erfurt, Karlsruhe und Krefeld. Der nächste Termin findet im Allgäu (Mindelheim) vom 26. bis 27. September 2013 statt. Der RGF etabliert dabei ein neues Konzept, um Industriepartnern und Fachhandelsmitgliedern eine Möglichkeit zu geben, Kunden und Interessenten zu überschaubaren Kosten zu erreichen. Zielsetzung ist es, das breite Lösungsspektrum vor Ort aufzuzeigen. Weitere Aufwertung erfahren die Veranstaltungen durch Symposien und Vorträge zu aktuellen Themen. > www.printcocktail.de



Der nächste Termin findet im Allgäu (Mindelheim) vom 26. bis 27. September 2013 statt. Der RGF etabliert dabei ein neues Konzept, um Industriepartnern und Fachhandelsmitgliedern eine Möglichkeit zu geben, Kunden und Interessenten zu überschaubaren Kosten zu erreichen. Zielsetzung ist es, das breite Lösungsspektrum vor Ort aufzuzeigen. Weitere Aufwertung erfahren die Veranstaltungen durch Symposien und Vorträge zu aktuellen Themen. > www.printcocktail.de

DEHNBERGER FORUM Bald wird sich der Vorhang des Dehnberger Hoftheaters zum 8. Mal heben. Seit Beginn vor sieben Jahren bekam das Dehnberger Forum stets Bestnoten der Besucher. Es wird auch 2013 wieder ein Programm zur Inspiration geben mit exzellenten Rednern voller Ideen und Geschäftssinn und Menschen, die Meinungen haben, Klartext reden und Denkanstöße geben. Es sollen Zukunftsperspektiven unserer Branche diskutiert und auch über deren Tellerrand hinausgeschaut werden. Das historische Juwel, das Dehnberger Hoftheater, erwartet die Gäste am Donnerstag, 19. September 2013.

›Publishing der Zukunft‹

REICHT PRINT ALLEINE NOCH AUS?

Print ist und bleibt ein starkes Medium: reichweitenstark, glaubwürdig, werbewirksam. 82% der Bevölkerung sind printaffin, bestätigt das Institut für Demoskopie Allensbach. Aber reicht Print alleine noch aus? Dieser Frage geht der vierte Fachkongress ›Publishing der Zukunft‹ am 19. September 2013 nach. Unter dem Titel ›Digitalisierung – Chance für Print und E-Medien‹ diskutieren und referieren Fachleute, Experten und Branchenkenner aus Agenturen, Druckereien, Verlagen, Beratungsgesellschaften und Content-Anbietern.

›Wir werden bewusster und relevanter publizieren. Dazu muss der Medienmix weiter verzahnt werden. Dann können wir mit den neuen Möglichkeiten des Publizierens neue Märkte erschließen«, ist Simon Betsch überzeugt. Der Director Brand Consulting der KMS Team GmbH ist einer von zwei renommierten Keynote-Speakern für den Kongress. Doch wohin genau geht die Reise? Welche Bedürfnisse stecken hinter den Entwicklungen? Wie können diese Bedürfnisse für Produktentwicklungen und Innovationen nutzbar gemacht werden? Antworten auf diese und weitere Fragen wird Dirk Steffen, stellvertretender Geschäftsführer von TNS Infratest, in seiner Keynote beantworten.

Der Fachkongress ist eine Kooperationsveranstaltung des Cluster Druck und Printmedien Bayern, der Typographischen Gesellschaft München, des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels und des Verbandes Druck und Medien Bayern.

›Der Fachkongress hat sich zur Leitveranstaltung für Zukunftsthemen im Publishing entwickelt. Jeder, der sich schon heute über das Publizieren von morgen informieren will, sollte hier dabei sein«, betont Clustersprecher Holger Busch die Breitenwirkung des Kongresses. > www.cluster-print.de

PDF modulo X

EIN WORKSHOP MIT IMPRESSED UND CALLAS

Im Oktober und November veranstalten die Impressed GmbH und die callas software GmbH einen Workshop in Hamburg, München und Frankfurt. Robert Zacherl (Impressed) und Olaf Drümmer (callas), zwei exzellente Kenner von PDF/X, führen den PDF modulo X Workshop gemeinsam durch. Beide Referenten bringen ein Maximum an PDF/X-Expertise und Praxis Know-how ein, von dem die Workshop-Teilnehmer profitieren können. Wie lassen sich Medien-Workflows mit PDF/X-4 praktisch umsetzen? So lautet das Motto des Workshops, der sich an alle richtet, die PDF-Dokumente für die moderne Medienproduktion erstellen und verarbeiten – in der grafischen Industrie genauso wie in Unternehmen der Industrie und Wirtschaft, Behörden, Verbänden, oder in der Aus- und Weiterbildung. Der Workshop bietet Anregungen und Entscheidungshilfen, um Abläufe zwischen Auftraggebern und Dienstleistern optimal zu gestalten. Muss der Kunde PDF/X beherrschen, um einwandfreie Druckdaten zu liefern? Die Kluft zwischen PDF/X-Theorie und praktischen Produktionsanforderungen soll mit diesem Workshop geschlossen werden.

> www.impressed.de

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail: nico@druckmarkt.com

Týpo St.Gallen

Stelldichein der internationalen Typografie-Szene

Die zweite Týpo St.Gallen, die vom 20. bis 22. September 2013 und unter der Ägide der Schule für Gestaltung St.Gallen stattfindet, befasst sich mit der Fläche zwischen den einzelnen Buchstaben – dem Weißraum.

19 Redner werden am dreitägigen Symposium für intelligente Unterhaltung sorgen. Erwartet werden rund 300 Typografie-Interessierte 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 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 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 Buchstabenspaziergang 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

Ausstellung ›Gut zum Druck‹

Kunst und Werbung bei Wolfensberger

Johann Edwin Wolfensberger (1873 bis 1944) setzte im grafischen Gewerbe neue Maßstäbe und gab der modernen Schweizer Kunst eine frische Plattform. 1911 vereint der gelernte Steindrucker in einem imposanten Jugendstilbau an der Belderstraße 109 in Zürich Geschäfts- und Wohnräume, Druckerei, Steindruckatelier und Kunstgalerie unter einem Dach.



Der Schaffhauser Maler Hans Sturzenegger und ein Atelierlithograf beim Probedruck eines Kunstblattes im Maschinensaal der Graphischen Anstalt J. E. Wolfensberger 1915.

In- und ausländische Künstler, unter ihnen Ferdinand Hodler, Cuno Amiet und Oskar Kokoschka, entwerfen die Plakate zu ihren Ausstellungen im ›Wolfsberg‹ selbst direkt auf den Stein. Otto Baumberger, Emil Cardinaux, Burkhard Mangold und andere Pioniere der Schweizer Werbegrafik gehören zu den Mitarbeitern der ersten Stunde.

Die Ausstellung, die vom 25. Oktober 2013 bis zum 2. März 2014 im Landesmuseum Zürich besucht werden kann, gibt Einblicke in den Be-

trieb eines am Schnittpunkt von Gebrauchsgrafik, Kunst und Kommerz gelegenen Unternehmens, veranschaulicht die Technik des



Steindrucks und zeigt eine breite Palette an erstklassigen Steindrucken von kleinformater Reklame über Originalgrafik und Kunstproduktionen bis zum Plakat. Die Mehrzahl der gezeigten Drucke stammt aus dem Fundus einer durch die Swiss Graphic Design Foundation vermittelten Schenkung der Nachfahren von J. E. Wolfensberger an das Schweizerische Nationalmuseum.

➤ www.nationalmuseum.ch

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

+49 (0) 26 71 - 38 36

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



ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



nächster Schwerpunkt: Verpackung

Der Spätsommer und Herbst 2013 bringen durch die Vielzahl an Messen eine derartige Fülle an Informationen, Nachrichten, neuen Produkten und Wissenswertes, dass wir diese weder in unseren gedruckten Ausgaben, noch in den etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben von ›DRUCKMARKT impressions‹ alle zeitnah unterbringen konnten. Denn nach der kuzen Sommerpause stehen Messen wie etwa die Label-Expo, FachPack, Druck + Form, die Ifra-Nachfolgeveranstaltung World Publishing Expo und die Viscom an. Deshalb werden wir für die nächsten Ausgaben schwerpunktmäßig Themen aufbereiten, die das Geschehen in einen Zusammenhang stellen. Geplant sind für die Ausgaben, die in den nächsten Wochen erscheinen werden, folgenden Schwerpunkt-Themen:

- Zeitungstechnik
- Retrofit im Rotationsdruck
- Verpackungs- und Etikettendruck
- Large Format Printing

Und natürlich gibt es in den Ausgaben stets aktuelle News. Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zu einem noch interessanteren und lebendigeren Medium.

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

BERUF

Wie bitte, Sie kennen unseren Stellenmarkt noch nicht

www.mediaforum.ch

DESIGN & TYPOGRAFIE

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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

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

NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fäzeln • Blockleimen • Banderolieren • Nummerieren
Fillen • 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.SPRINTIS.DE TEL. (09 31) 40 41 60

KUVERTS

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

switzerland

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
BINDENMASCHINEN 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

AUSRÜSTEN | VERPACKEN | VERSENDEN

 **25**
JAHRE SCHAR

SCHAR | DRUCKVERARBEITUNG.CH
Schar Druckverarbeitung AG | Benzenstrasse 281 | 4852 Rothrist
Tel. 062 785 10 30 | info@druckverarbeitung.ch | www.druckverarbeitung.ch

MKW Graphische
Maschinen

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

 Fordern Sie
unser
„know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer
www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

VERSCHIEDENES

Vipasa
Vino Pasta Salsa



**WEIN UND PASTA –
MEHR NICHT!**

Wein und Pasta – was braucht es
mehr? Man sitzt zwischen Regalen
mit Antipasti, Teigwaren und
Weinen aus allen Gegenden Italiens
und isst eines der beiden unkomplizierten
Pastagerichte: schnell, ohne Firlefanz,
hergestellt und serviert mit italienischer
Herzlichkeit. Dazu im kommunikativen
Ambiente ein Glas Wein, einen Espresso –
mehr nicht.

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

VERSCHIEDENES



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de


Wissen, wo es lang geht ...


DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

**Empfehlungsanzeigen auch
für das schmale Budget:**
In jeder gedruckten Druckmarkt-
Ausgabe und etwa 20 Mal im
Jahr im Internet im PDF-Maga-
zin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon +49 (0) 2671 3836
E-Mail: nico@druckmarkt.com
www.druckmarkt.com
Ansprechpartner:
Klaus-Peter Nicolay

SCHMUCK

 **BARBARA HAUSER**



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

VERSCHIEDENES



**Tausend Dank.
Für 10 Jahre Engagement.**

 **SOS-KINDERDORF
STIFTUNG**

Jubiläum! Seit zehn Jahren gibt uns die
SOS-Kinderdorf-Stiftung eine nachhaltige
Perspektive für unser Leben: Mit Bildung und
Ausbildung. Ein riesiges Dankeschön dafür
und an alle, die an uns junge Menschen glauben
und sich für unsere Zukunft engagieren.

**Gestalten Sie dauerhaft Zukunft.
Setzen auch Sie sich ein.**

SOS-Kinderdorf-Stiftung
Renatastraße 77 · 80639 München
Tel. 089 12606-109
stiftung@sos-kinderdorf.de

Bankverbindung:
DAB-Bank, Filiale München
Konto Nr. 307 065 4003 - BLZ 701 204 00

GÜTESIEGEL.



Publikation 2013
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

Diese Zeitschrift wurde vom Verband SCHWEIZER MEDIEN
mit dem Gütesiegel für das Jahr 2013 ausgezeichnet.

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

**Empfehlungsanzeigen auch
für das schmale Budget:**
In jeder gedruckten Druckmarkt-
Ausgabe und alle 14 Tage im
Internet im PDF-Magazin
‹Druckmarkt impressions›.

Telefon +41 44 380 53 03
E-Mail:
thalmann@druckmarkt-
schweiz.ch
www.druckmarkt-schweiz.ch

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 