

DRUCKMARKT

18. Mai 2014

impressions 81

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



Foto: Sihil



Die feine Art, Großartiges zu drucken

Large Format Printing ab Seite 8.

Großformatdruck: Boom ohne Ende? Seite 10.

Bildung, Termine & Events: Terminkalender. Seite 38.

www.druckmarkt.com

DRUCK MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

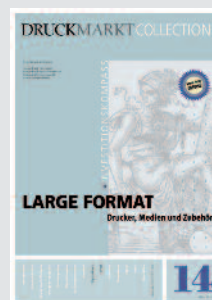
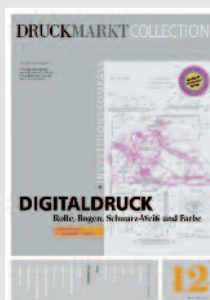


DIE Schlaumacher

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.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Es wurde auch Zeit!

Inhaltsverzeichnis

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

	Markt & Zahlen
04	Nachrichten
	Large Format Printing
08	Anziehungspunkt für Großformatdrucker
10	Boom ohne Ende?
14	Die feine Art, Großartiges zu drucken
16	Am Puls des Marktes
18	›Rundum-Sorglos-Paket‹ für Baumärkte
20	Nachrichten
22	Durst erweitert seine Modellpalette
24	Lösungen für Druckvorstufe, Workflow und Weiterverarbeitung
28	Überarbeitete Anapurna-Versionen für Wide Format
	Termine, Bildung & Events
34	Terminkalender
35	Nachrichten
36	Fotografie ist mehr als Technik
37	Seminare & Veranstaltungen
39	Business to Business
39	Impressum

Eine Ausgabe nur für den Großformatdruck? Nicht ganz: Auf die relevanten Nachrichten aus dem Markt und die Terminvorschau müssen Sie auch in dieser Ausgabe nicht verzichten. Und ja, denn einmal steht die Fespa Digital 2014 in München unmittelbar vor der Tür und wird ab 20. Mai das Branchengeschehen für einige Tage beherrschen, zum anderen aber auch deshalb, weil der Großformatdruck längst erwachsen geworden ist und sich in immer mehr Bereichen des Designs, des Drucks und (indirekt) des täglichen Lebens etabliert hat.

Deshalb haben wir dem Large Format Printing auch eine komplette Ausgabe unserer ›Druckmarkt COLLECTION‹ gewidmet, ein Heft, das wohl seinesgleichen sucht, weil alle relevanten Themen kompakt, lesefreundlich und kompetent in einem Heft auf 48 Seiten aufbereitet sind. Denn hier werden nicht nur das Marktumfeld und die sich daraus entwickelnden Chancen für Druckereien ausführlich beschrieben, es werden außerdem die technischen Voraussetzungen für den Großformat-Inkjet-Druck verständlich erläutert, auf etwa 12 Seiten werden die aktuellen Drucksysteme, unterteilt nach Format und Drucktechnologie (Rolle oder Flachbettdrucker), in Marktübersichten dargestellt und schließlich geht ein eigener Teil des Heftes auf die enge Verbindung von Maschinen und Material samt Übersicht ein. Abgerundet wird das Heft durch einen LFP-Glossar und ein Verzeichnis der wichtigsten Anbieter beziehungsweise Distributoren oder Händler in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Natürlich wissen wir, dass die Marktübersichten überholt sein werden, sobald die Fespa ihre Tore öffnet. Und auch in den folgenden Monaten werden sich permanent Veränderungen ergeben, denn der Markt des Large Format Printing und seiner Anwendungen verändert sich rasend schnell. Aber sollen wir deshalb tatenlos zusehen, wie das Heft immer weniger aktuell und damit uninteressant wird?

Nein, für solche Dinge gibt es ja schließlich den Digitaldruck. Sobald wir die technischen Daten der neuen Maschinen zugeordnet haben und sobald die Hauptauflage des Heftes vergriffen ist – und wir gehen davon aus, dass dies sehr schnell der Fall sein wird – werden wir das Magazin (insbesondere die Marktübersichten) aktualisieren und ›portionsweise‹ sowie bei Bedarf digital drucken, um auf dem Stand der Entwicklungen zu bleiben.

Damit wollen wir als Fachmagazin einen neuen Weg einschlagen und der Literatur für unsere Branche eine adäquate und zeitgemäße Publikationsplattform geben. Wir denken, es wurde auch höchste Zeit! Und mit der ›Druckmarkt COLLECTION‹ lässt sich dieses Konzept bestens umsetzen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

MARKE ILFORD VERKAUFT Chugai Photo Chemical Co., Tokio, und C.R. Kennedy & Company, Melbourne, haben den Zuschlag für die Nutzung des Ilford-Markenzeichens und den assoziierten Bestand erhalten. Ilford ist eine weltbekannte Marke und einer der Pioniere der fotografischen Industrie mit einer 135-jährigen Geschichte. Der Erwerb durch das japanische und das australische Unternehmen soll die globale Fortführung der Ilford-Produktreihen gewährleisten. Mit Ilford Imaging Europe GmbH wurde ein neues Unternehmen als Beteiligungsgesellschaft gegründet. Diese soll für Produktentwicklung, Produktion, Logistik, Vertrieb und Marketing verantwortlich zeichnen.

ÜBERNAHME DER PAPIERFABRIK UETERSEN Am 8. Mai wurde der Kaufvertrag zwischen Brigl & Bergmeister (B&B) und Stora Enso unterzeichnet, wonach die B&B-Gruppe 100 Prozent der Papierfabrik Uetersen übernimmt. Die frühere Feldmühle-Papierfabrik mit einer Kapazität von 240.000 Tonnen pro Jahr produziert auf zwei Papiermaschinen und Streichanlagen einseitig gestrichene Spezialpapiere für Etiketten und flexible Verpackungen. Außerdem umfasst das Sortiment hochwertige Bilderdruckpapiere und Bilderdruckkartons. Die Transaktion bedarf noch der Genehmigung der zuständigen Wettbewerbsbehörden.

TRADITIONSNAME VERSCHWINDET Nachdem die deutsche Print-Kette Koebecke als Tochter der spanischen Service Point Anfang November 2013 Insolvenz anmelden musste, hat nun der in New York ansässige Investor Mimeo die Kette mit zehn Standorten und 100 Mitarbeitern übernommen. Mimeo will den Betrieb unter neuem Namen, zu einem Produktionszentrum in Kontinentaleuropa ausbauen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Der Verband Kopie & Medientechnik sieht die Entwicklung von Druck-Dienstleistungsketten am deutschen Markt jedoch weiterhin kritisch. Nach zwei Pleiten der Reprint-Kette, der Insolvenz der Koebecke-Kette und der drastischen Schrumpfung der Copyboxx-Kette hat das Geschäftsmodell zentral gesteuerter Druck-Filialketten überlebt, glaubt der Verband. »Es gibt in Zentraleuropa zu viele Druckmaschinen am Markt, während die Nachfrage abnimmt. Daher kommt es immer wieder zu Pleiten«, glaubt motio-Geschäftsführer Achim Carius und weist darauf hin, dass Inhaber von Familienbetrieben in schwierigen Phasen auch einmal mit eigenem Vermögen aushelfen und so das Überleben des Unternehmens sichern. Ferngesteuerten Filialketten von Investoren hingegen fehle es an authentischer Marktnähe. Hier stünden die Inhaber nur selten für Misserfolge gerade. Solche Ketten würden sich immer wieder mit Hilfe des liberalen deutschen Insolvenzrechts und häufig auf Kosten solide arbeitender Kollegenbetriebe entschulden. > www.motio-media.de

TECHNOTRANS WÄCHST Die Technotrans-Unternehmensgruppe liegt in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2014 laut einer Mitteilung des Unternehmens im Plan. Insgesamt stiegen die Umsätze von 26,3 Mio. € im Vorjahr auf 27,1 Mio. € im laufenden Geschäftsjahr. Das entspricht einem Plus von 3,1%. Dazu beigetragen hätten die Umsatzanteile außerhalb der Druckindustrie, die den größten Anteil an diesem Wachstum haben. Das Ergebnis verbesserte sich im ersten Quartal um rund 30% auf 1,4 Mio. Euro (Vorjahr: 1,1 Mio. Euro).

Heidelberg erreicht Ergebnisziel JAHRESÜBERSCHUSS

VON VIER MILLIONEN EURO

Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist nach fünf Verlustjahren in die Gewinnzone zurückgekehrt. Nach vorläufigen Berechnungen des Druckmaschinenbauers lag der Jahresüberschuss im Geschäftsjahr 2013/2014 (1. April 2013 bis 31. März 2014) bei 4 Mio. € (Vorjahr: -117 Mio. €). »Heidelberg schreibt nach Steuern wieder Gewinne. Das war unser wichtigstes Ziel«, sagte



Gerold Linzbach, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Wir haben trotz schwacher Umsatzentwicklung

die Profitabilität von Heidelberg deutlich gesteigert. Das ist eine großartige Leistung und gleichzeitig Basis für die weitere positive Entwicklung unseres Unternehmens.« Obwohl der Konzernumsatz (laut Heidelberg unter anderem währungsbedingt) mit 2,43 Mrd. € wie erwartet unter dem Vorjahreswert (2,735 Mrd. €) lag, hätten sich alle Ergebniskennzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbessert. Dies habe nach vorläufigen Zahlen zu einem Jahresüberschuss von 4 Mio. € (Vorjahr: -117 Mio. €) geführt. »Die starke Verbesserung des Ergebnisses zeigt, dass unsere Neuausrichtung auch bei schwierigen Rahmenbedingungen erfolgreich ist«, führt Linzbach weiter aus. »Damit sind wir jetzt gerüstet, durch Optimierung unseres Portfolios den Umbau weiter voranzutreiben.«

Im zurückliegenden Geschäftsjahr hat der Heidelberg-Konzern die Zahl der Mitarbeiter weltweit um etwa 1.100 auf etwas mehr als 13.000 Mitarbeiter einschließlich 502 Auszubildender verringert. > www.heidelberg.com

Hönle Gruppe ELTOSCH UND GRAFIX VERSCHMELZEN

Mit der Verschmelzung der Unternehmen Eltosch und Grafix zur Eltosch Grafix GmbH schließen sich zwei Spezialisten aus Infrarot- und UV-Technologie sowie Puder und Kühlung zu einem neuen Team zusammen. Es soll keine fusionsbedingten Kündigungen geben und die bisherigen Standorte in Hamburg, Stuttgart und Unterlöss sollen ebenfalls erhalten bleiben.

Geschäftsführer der Eltosch Grafix GmbH sind Carsten Scheffel, ehemals Geschäftsführer der Eltosch Torsten Schmidt GmbH, und Andreas Döderlein, bisher Vertriebsleiter von Grafix.

»Wir sind sicher, dass durch die Zusammenführung des Know-hows und dem kontinuierlichen Austausch unserer Mitarbeiter Synergien entstehen, von denen unsere Kunden profitieren werden. Nach der bereits erfolgten Zusammenarbeit in den Tochtergesellschaften in Amerika und Asien ist die Fusion ein logischer und konsequenter Schritt, um das Unternehmen in



seiner Position zu stärken«, kommentiert **Carsten Scheffel** die Hintergründe der Verschmelzung. Doch gemeinsames

Forschen und Entwickeln ist nicht der einzige Vorteil des Zusammenschlusses. »Die Verschmelzung ist der beste Weg, um den Anforderungen auf dem Weltmarkt gerecht



zu werden«, erklärt **Andreas Döderlein**. Synergien machten sich besonders in den Bereichen Vertrieb und Service

merkbar, in denen man nun mit vereinten Kräften Anwendungen und Lösungen für die Kunden finden will. Aber auch im Einkauf und in der Produktion ergäben sich ganz neue Möglichkeiten.

> www.eltosch-grafix.de

KBA erzielt mehr Umsatz BETRIEBSERGEBNIS BLEIBT NEGATIV

20,8% mehr Neuaufträge, ein Umsatzplus von 11,9%, mehr Bestellungen bei Bogen- und Sondermaschinen, ein positives Betriebsergebnis im Bogensegment und ein verbessertes Vorsteuerergebnis gegenüber 2013. Mit diesen Schlagzeilen signalisiert Koenig & Bauer, dass die Talfahrt gestoppt und der Konzernumbau »ein gutes Stück vorangekommen« ist. Das laufende Jahr ist nach den Worten des Vorstands vorsitzenden



Claus Bolza-Schünemann jedoch »von der Neuausrichtung auf einen kleineren und strukturell stark veränderten Druckmaschinenmarkt geprägt.« Trotz des im ersten Quartal gestiegenen Auftragseingangs und Umsatzes erwartet er für 2014 weiterhin einen Konzernumsatz von 1,0 bis 1,1 Mrd. €.

Dabei sollten die Digitaldrucktechnik sowie Maschinen für den Verpackungsdruck und Spezialmärkte einen wachsenden Umsatzbeitrag leisten und für eine Veränderung im Produktmix von KBA sorgen. Denn die Nachfrage im

Kerngeschäft mit Rollenoffsetmaschinen ist weiter verhalten und belastet Umsatz und Ergebnis.

Dagegen sind die Bestellungen im Bogenoffset auf 146,5 Mio. € (Vorjahr: 132,8 Mio. €) und bei Rollen- und Sondermaschinen um 41,4% auf 95,0 Mio. € gestiegen. Der Quartalsumsatz liegt 11,9% und mit 213,4 Mio. € über dem Vorjahreswert. Im Konzern liegt der Auftragsbestand laut KBA bei 588,6 Mio. €.

Bei der Neuausrichtung von KBA geht es neben Kapazitätsanpassungen um die Ausrichtung auf Wachstumsmärkte wie den Verpackungsdruck. In diesem Zusammenhang verweist Bolza-Schünemann auf die Integration der 2013 neu hinzugekommenen Gesellschaften KBA-Kammann für den Glas-Direktdruck sowie KBA-Flexotecnica für den flexiblen Verpackungsdruck. Ergebnissteigernde Effekte würden erst nach Umsetzung des Konzernumbaus wirksam. Deshalb erwartet der Vorstand für das laufende Jahr noch einmal ein negatives Konzernergebnis vor Steuern. 2015 soll ein signifikant besseres operatives und Vorsteuerergebnis bringen und im Geschäftsjahr 2016 will der Konzern wieder profitabel wirtschaften.

› www.kba.com

Web-Portal flinq.de VON FUNKE MEDIENGRUPPE AN DRUCKHAUS WEPPERT AN DRUCKHAUS WEPPERT

Das Online-Design- und Print-Portal flinq.de, mit dem vor allem kleinere Unternehmen ihre Werbemittel wie Plakate, Broschüren oder Flyer etc. in professioneller Qualität selbst gestalten können, wird zum 1. Juni 2014 veräußert. Die Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH erwirbt die Marke und die Assets von der Funke Digital GmbH. Die Schweinfurter Unternehmensgruppe Weppert ist ein mittelständisches Druckhaus mit mehreren Tochtergesellschaften, das sich dem Offset- und Digitaldruck verschrieben hat. Besonderes Know-how besitzt das Unternehmen, das bereits mehrere Web-Portale betreibt, im Online-Bereich. »Die Akquisition stellt eine strategisch wichtige Ergänzung un-



seres Portfolios dar«, sagt **Norbert Hettlich**, Geschäftsführer der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH. Im Rahmen der Übernahme haben die Funke Mediengruppe und Weppert einen langfristigen Affiliate Deal für flinq abgeschlossen. Das Portal bleibt damit in allen digitalen Kanälen für sichtbar.

› www.flinq.de

Interpack 2014 175.000 BESUCHER KAMEN ZUR MESSE

Die Interpack 2014 in Düsseldorf sorgte für volle Messehallen: Rund 2.700 Aussteller in 19 Hallen begrüßten 175.000 Besucher aus 120 Ländern. Interesse, fachliche Kompetenz der Besucher und Investitionsbereitschaft seien noch einmal deutlich höher gewesen als zur Vorveranstaltung. Als erfreulich bewerteten Aussteller die Geschäftsabschlüsse und Verkäufe.

Die Interpack 2014 hat mit einem Anteil von ausländischen Besuchern von rund 66% einen eigenen Rekord aufgestellt und auch einen Spitzenwert aller Veranstaltungen der Messe Düsseldorf markiert. Bestimmende Themen waren Ressourceneffizienz bei Maschinen und Anlagen sowie beim Packmitteleinsatz, Qualität und Sicherheit für fälschungssichere Endprodukte vor allem in sensiblen Bereichen wie Food/Getränke und Pharma sowie Vielfalt und Flexibilität für ein breiteres Angebot und schnellere Produktzyklen.

Die nächste Interpack soll im Frühjahr 2017 in Düsseldorf stattfinden. Der Termin wird zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

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

Merck und BASF**VERSTÄRKTES ENGAGEMENT AM INNOVATIONLAB**

Mit einer Mehrheitsbeteiligung an der InnovationLab GmbH intensivieren Merck und BASF ihr Engagement, um die wissenschaftlichen Arbeiten der Forschungs- und Transferplattform für organische Elektronik in Heidelberg weiterzuführen. Die InnovationLab GmbH geht aus dem Kooperationsnetzwerk »Forum Organic Electronics« hervor, das im Rahmen des Spitzencluster-Wettbewerbs bis Ende 2013 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert worden war.

Merck und BASF haben ihren Anteil auf zusammen 70% erhöht und werden gemeinsam mit der Universität Heidelberg und dem Karlsruher Institut für Technologie (KIT) den Beirat der Forschungsplattform bilden. Rund 100 Wissenschaftler arbeiten inzwischen am InnovationLab an Projekten zur gedruckten und organischen Elektronik.

Die InnovationLab GmbH geht auf eine Initiative der Metropolregion Rhein-Neckar zurück und wurde von Universitäten und Unternehmen der Region (BASF SE, Heidelberger Druckmaschinen AG, Merck KGaA und SAP AG) gegründet.

2011 startete der Forschungsbetrieb mit einem Hightech-Labor für gedruckte und Organische Elektronik für mehr als 15 Mio. €.

Ermöglicht wurde dies durch eine Förderung des BMBFs von 40 Mio. € (2008 bis 2013). Weitere 40 Mio. € steuerten die industriellen Partner des Clusters bei. Der Aufbau der Clusterstruktur wurde vom Land Baden-Württemberg unterstützt.

› www.innovationlab.de

VDMA Photovoltaik-Produktionsmittel**Deutliche Marktbelebung nach schwierigerem Jahr 2013 zu beobachten**

Die Auftragssituation der Hersteller von Komponenten, Maschinen und Anlagen für die Photovoltaik in Deutschland entwickelte sich zum Ende des ersten Quartals 2014 überaus positiv. Dies zeigt die aktuelle Geschäftsklimaumfrage des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), nach der 90% der Unternehmen eine Verbesserung der Auftragslage im Vergleich zum Vorjahreszeitraum melden. Auch die Umsatzerwartung für das laufende Jahr spricht Bände. Mit einem Plus von knapp 30% soll die Trendwende gelingen. »Die positiven Anzeichen der letzten Monate haben sich bewahrheitet. Das Interesse an innovativen und zukunftsorientierten Technologien, Prozessen und Maschinen kann aktuell vermehrt in Auftragseingänge umgemünzt werden. Ob der Knoten bereits geplatzt ist, werden die nächsten Monate zeigen. Wir sind aber optimistisch, 2014 den Wachstumspfad wieder betreten zu können«, erklärt Dr. Peter Fath, Geschäftsführer der RCT Solutions GmbH und Vorsitzender von VDMA Photovoltaik-Produktionsmittel. Die Photovoltaik-Zulieferer hatten 2013 ein schwieriges Jahr. Geprägt von Überkapazitäten, Handelsstreitigkeiten, Preisdruck und die Konsolidierung der Solarbranche ließ eine Belebung der wirtschaftlichen Situation lange auf sich warten. Das spiegelte sich natürlich auch in der Umsatzentwicklung des deutschen Photovoltaik-Maschinenbaus wider. So wurde 2013 gut 700 Mio. € umgesetzt – satte 45% weniger als im ebenfalls herausfordernden Vorjahr. 2014 bietet dagegen wieder deutliches Wachstumspotenzial. Schlüsselfaktoren dafür sind die Marktstimmung und die weltweit anziehende Photovoltaik-Nachfrage. »Die Anzeichen dafür, dass im

laufenden Jahr ein neuer Investitionszyklus greift, haben sich verstetigt. Die meisten großen Photovoltaik-Hersteller planen derzeit eine Steigerung ihrer Fertigungskapazitäten. Zusätzlich versuchen sie, ihre Präsenz in Schwellenländern weiter auszubauen. Für das Jahr 2014 erwarten wir deshalb ein kräftiges Wachstum«, unterstreicht Dr. Florian Wessendorf, Geschäftsführer VDMA Photovoltaik-Produktionsmittel.

Den Benchmark mit seinen internationalen Marktbegleitern besteht der deutsche Photovoltaik-Maschinenbau weiterhin. Mit einem Weltmarktanteil von über 50% konnten deutsche Unternehmen ihre Wettbewerbsposition auch 2013 erfolgreich behaupten. Die Kapazitätsauslastung im deutschen Photovoltaik-Maschinenbau hat sich zusehends erholt. So berichten zwei Drittel der Unternehmen von einer normalen Auslastung ihrer Kapazitäten. Die von den Unternehmen ermittelte Auftragsreichweite zum Ende des ersten Quartals 2014 pendelt sich auf 4,5 Monate ein. Zur Stützung der Erträge fokussieren sich die PV-Maschinenbauer auf Effizienzsteigerungen in Produktion, Logistik und Personal sowie auf die Reduktion der Beschaffungskosten (Rohmaterial, Energie etc.).

› www.vdma.org/pv

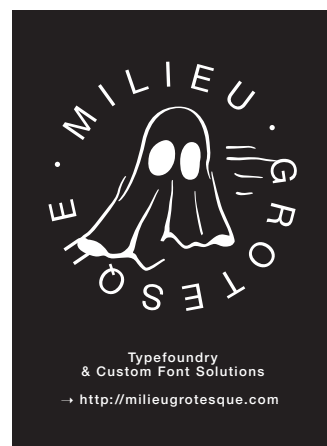
Canon Deutschland**BERATUNGSKOMPETENZ MIT FOGRA PARTNERN**

Canon Deutschland verfügt über 13 neue Fogra-Partner in den eigenen Reihen. Alle Canon-Teilnehmer an der Zertifizierung zum DigitalPrint Expert (DPE) der Fogra haben die Prüfung erfolgreich absolviert. Canon untermauert damit den Anspruch auf höchste Qualität in der Kundenberatung. Zwölf der Zertifizierungen entfielen auf Business Consultants im Geschäftsbereich Professional Print. Außerdem wurde ein Produktspezialist aus dem Bereich Training & Support erfolgreich zertifiziert. Michael Stock, Solutions Business Consultancy Manager Professional Print & Information Management, erklärt: »Damit haben wir als Canon Deutschland GmbH ausgewiesene Farbdigitaldruckexperten in unseren Reihen, die ihr umfangreiches Fachwissen in Theorie und Praxis im Rahmen der Zertifizierung erfolgreich unter Beweis gestellt haben.«

Mit der Zertifizierung zum DigitalPrint Expert VPC sind die Canon-Experten in der Lage, Digitaldrucksysteme gemäß den Richtlinien der ISO 12647-8 einzurichten und zu bewerten. Sie können Kunden somit bei der Vorbereitung und Durchführung der FograCert Validation Print Creation unterstützen und diese bei der Fogra beauftragen.

Die Zertifizierung der Consultants zum DigitalPrint Expert PSD berechtigt die Canon Deutschland GmbH, Audits im Rahmen der Prüfung nach dem Fogra Prozessstandard Digitaldruck (PSD) durchzuführen und so dem steigenden Bedürfnis der Kunden nach Prozesssicherheit beim Digitaldruck Rechnung zu tragen.

› www.canon.de





und / oder



Digital mit KBA RotaJET

- Kleine Zeitungsauflagen
- Variabler Datendruck
- Print-on-Demand
- Personalisierung
- Individuelle Mailings
- Bücher, Zeitschriften
- Industrieller Druck
- Neue Geschäftsmodelle
- 1:1 Marketing

Offset mit KBA Commander

- Kleine bis große Auflagen
- Semicommercials
- Kurze Rüstzeiten
- Hohe Druckqualität
- Neue Werbeformate
- Hohe Produktivität
- Automatisierung nach Maß
- Kompakte Bauweise
- Zielgruppen-Produktion

Welchen Weg Sie auch wählen. Wir unterstützen Sie kompetent.

Die Medienbranche ist im Wandel. Druckauflagen werden kleiner und die Zielgruppen spezifischer. Die Ansprüche bei Qualität, Produktivität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit steigen. Neue Werbeformate und neue Geschäftsmodelle mit Mehrwert sind gefragt. Als Technologieführer bietet KBA maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Anforderungen – egal ob im bewährten Offset oder im Inkjet-Digitaldruck.

Mehr Infos? Anruf genügt.

Koenig & Bauer AG

Tel.: +49 (0)931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com

Anziehungspunkt für Großformatdrucker

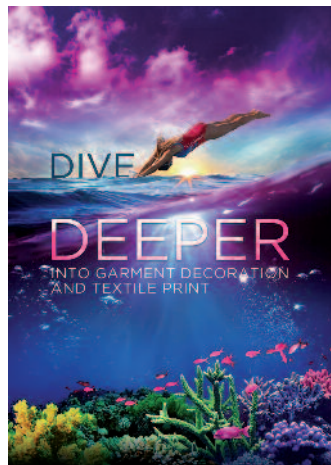
Die Fespa Digital 2014, die weltweit führende Spezialmesse für den digitalen Großformatdruck öffnet vom 20. bis 23. Mai 2014 in München ihre Tore.

München ist der Anziehungspunkt für Vertreter der Druckbranche aus aller Welt, wenn die Fespa Digital, die führende globale Messe für den digitalen Großformatdruck, auf dem Münchner Messegelände Station macht.

In vier Hallen der Messe München stellen mehr als 450 internationale Unternehmen ihre Geräte, Softwareprogramme, Materialien und Tinten für den Großformatdruck vor. Internationale Technologiekonzerne wie Agfa, Canon, Fujifilm und HP sind bei der Fespa Digital ebenso vertreten wie die zahlreichen weiteren aus Deutschland, Österreich oder der Schweiz – 25% der Aussteller bei der Fespa Digital kommen aus diesen Ländern.

Die diesjährige Fespa Digital ist größer als je zuvor – die Ausstellungsfläche der letzten entsprechenden Veranstaltung in Deutschland wird um 20% übertroffen. Die Fespa Digital findet üblicherweise an unterschiedlichen Orten in Europa statt. Bisher waren die Städte Amsterdam (2006, 2009), Genf (2008), Hamburg (2011), Barcelona (2012) oder London (2013). Der Veranstaltungsort München ist bei den Fespa-Besuchern besonders beliebt: Schon die Fespa-Leitveranstaltung für den Sieb-, Digital- und Textildruck war 2005 und 2010 hier zu Gast und zog ein internationales Publikum an.

Integriert in die Fespa Digital 2014 sind die Fespa Fabric als Bereich speziell für digitalen Textildruck und Bekleidungsdekoration sowie die



European Sign Expo als Schwestermesse mit dem Schwerpunkt auf nicht Nonprint-Signage-Technologien wie Profillettern, Neon- und LED-Displays sowie digitale Beschilderungen auf großformatigen Monitoren. Solche Beschilderungslösungen werden immer häufiger an Flughäfen, in großen Einkaufszen-

tren, Sportarenen sowie bei Messen und ähnlichen Veranstaltungen eingesetzt.

Standort Deutschland

»München ist ein hervorragender Ort für die Fespa Digital 2014«, freut sich Neil Felton, CEO der Fespa. »Wir sind damit erstklassig positioniert – die Stadt hat große Anziehungskraft für Besucher aus aller Welt und ist für Entscheidungsträger aus Unternehmen in vielen wichtigen Märkten gut zu erreichen.«

Ebenso betont er, dass Deutschland in Bezug auf Drucktechnologie das europäische Kernland ist und bleibt. »Es handelt sich um einen Premiestandort für diese Messe, mit der wir Anbieter aus Druck und visueller Kommunikation ansprechen – angefangen bei Druckdienstleistern über Designer, deren Ideen es umzuset-

zen gilt, bis hin zu Markenartiklern, für die Print auch künftig ein wesentliches Element im Kommunikationsmix ist«, sagt Felton.

Schließlich kommt der digitale Großformatdruck bei immer mehr Anwendungen zum Einsatz: Point-of-Sale- und Schaufenstergrafiken, Beschilderungen, Fahrzeugbeschriftungen, Flaggen, Banner und Außenwerbung. Die Technologie ist zudem auf dem Weg, auch bei der Architektur und Innenausstattung, etwa für Wand- und Bodengestaltung eine tragende Rolle zu spielen.

Lesen Sie dazu auch die folgenden Beiträge aus der »Druckmarkt COLLECTION 14« zum Thema Large Format Printing und die Vorschau auf die Fespa Digital ab Seite 20.

› www.fespa.com

Kreative Druckproduktion mit LED UV-Technologie



Außergewöhnliche
Druckqualität

Sechs Farben plus
Weiß in einem
Druckgang

Transparent-Tinte
für hochglänzende
Lackeffekte



Acuity LED 1600 Der neue Standard im LED-UV-Druck

Mit der Einführung des Hybriddruckers Acuity LED 1600 für starre und flexible Medien wurde das Qualitätsniveau auf eine neue Stufe gehoben. Dank Fujifilms führender Druckkopf- und Tintentechnologie, die bisher nur in Highend-Flachbettdruckern zum Einsatz kam, wird Sie diese Maschine sicher begeistern. Damit ist sie die Basis für die Erweiterung Ihres Produktportfolios.

Nutzen Sie die Vorteile von Fujifilms fortschrittlicher Drucktechnologie!

Weitere Informationen senden
wir Ihnen auf Wunsch gerne zu.
grafische_systeme@fujifilm.de



Top-Ergebnisse mit Fujifilms LED-UV- Technologie

- 20m²/Std. max. Geschwindigkeit
- Verarbeitung von temperatur-empfindlichen Materialien
- Geringerer Energiebedarf
- Verlängerte Lampenlebensdauer
- Umweltfreundlicher Druck

AcuityLED1600

FUJIFILM
Value from Innovation



Mit Druckbreiten bis zu mehreren Metern sind LFP-Systeme in völlig neue Dimensionen vorgestoßen. Ob Innen- oder Außenwerbung, Plakate, Ausstattungen für Ausstellungen, Messen oder Geschäftsräumen, Banner, Teppiche, Fahrzeugverklebungen und andere großformatige Drucksachen – Large Format Printing ist inzwischen überall dort präsent, wo bisher der Siebdruck zu Hause war – oder nackte Wände. Dabei kommen die Vielfalt der bedruckbaren Materialien, neue Tinten und Veredelungsmethoden dem Druck in kleinen Auflagen auch bei Außenanwendungen bei Wind und Wetter entgegen. Der Inkjet-Druck hat sich für alle großflächigen Anwendungen etabliert.

Boom ohne Ende?

Durch seine imposante Dynamik, die der Digitaldruck in den letzten 20 Jahren entwickelt hat, sind völlig neue Anwendungen entstanden. Eine der interessantesten ist zweifellos das Large Format Printing, ein Markt, der technisch und qualitativ gesehen explodierte und einen geradezu beispiellosen Boom erlebte.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Vergleichsweise geringe Anschaffungskosten, wenig Platzbedarf und die relativ einfache Handhabung haben es gleich zu Beginn der Ära des Large Format Printings (LFP) ermöglicht, dass nicht nur hoch spezialisierte Dienstleister den großformatigen Druck nutzen konnten, sondern auch Agenturen und Werbeabteilungen in der Industrie außerhalb der grafischen Industrie. Zunächst kamen dabei Drucker im A3-Überformat zum Einsatz, sehr schnell folgten aber Systeme mit einer Druckbreite von etwa 60 cm, die Drucke im Format A2 und A1 erlauben. Agenturen und Vorstufenabteilungen in Druckereien setzten die Systeme zunächst im Proofbereich ein – was für alle Beteiligten einen diffizilen Umgang mit der neuen Technik, mit Color Management und Standardisierungsbestrebungen bedeutete. Heute ist das Thema weitestgehend abgehakt und auch die Diskussion um beispielsweise die Proofherstellung mit Rasterpunkt-Wiedergabe hat an Brisanz verloren.

Zwar werden LFP-Systeme noch immer für Inhouse-Proofs oder für großformatige Imposition- und Standproofs genutzt (zum Teil mit Wendeeinrichtung ausgestattet, um registerhaltige Formproofs für die Abstimmung mit den Kunden oder internen Abteilungen herzustellen), allerdings sind derartige Anwendungen im Rahmen des Großformatdrucks nur Randerscheinungen.

Dynamische Entwicklung

Hätte sich Large Format Printing ausschließlich mit Anwendungen in der Druckindustrie aufgehalten, wäre der Markt bei Weitem nicht so dynamisch gewachsen, wie es sich ab der Jahrtausendwende gezeigt hat. Schließlich, und das sollte man nicht vergessen, wurden diese Systeme nicht für die grafische Branche entwickelt, auch wenn sie heute in fast jedem Druckereibetrieb, vor allem in Siebdruckereien, eingesetzt werden.

Large-Format-Drucker, wie wir sie heute kennen, gibt es erst seit Anfang der 1990er Jahre und waren zunächst für den CAD-Bereich konzipiert. Mit einem Farbdrucker für Strichzeichnungen läutete Encad (später Kodak) 1992 die Ablösung der Stiftplotter ein und ab 1994 kamen die ersten Systeme wie Encad Novajet II oder HP 650c auf den Markt, die farbige Drucke und damit den Einsatz für grafische Anwendungen ermöglichten.

Schon 1998 lag der weltweite Umsatz bei 1,5 Mrd. \$ und hatte sich bis 2000 mehr als verdoppelt. Nach Studien von Markets and Markets wächst der LFP-Markt seit 2011 noch immer um durchschnittlich 5,7% pro Jahr. Bis 2016 soll der weltweite Markt dann ein Volumen von 12,5 Mrd. \$ erreicht haben.

In Deutschland beträgt das Marktpotenzial nach verschiedenen Schätzungen etwa 100.000 Betriebe, die sich aus einer heterogenen Masse aus Fotografen, Messebauern, Copyshops, Agenturen, Inhouse-Produktionsabteilungen der Industrie, Architekten und der grafischen Industrie zusammensetzen.

Einer Schätzung zufolge nutzen bereits 75% dieser Unternehmen und Abteilungen Large Format Printing. Davon produzieren etwa 65% im technischen Bereich in Ingenieur- oder Architekturbüros, 35% der Systeme kommen auf grafische Anwendungen, was jedoch nicht mit der Druckindustrie gleich zu setzen ist.

Weltweit wurden laut IDC 2012 je Quartal 73.000 LFP-Systeme verkauft, knapp 300.000 Systeme jährlich. Dabei zeigen die Zahlen jedoch, dass sich der Markt für die Hardware langsam einer gewissen Sättigung nähert. Allerdings stellt alleine das Austauschpotenzial von etwa 10% und Jahr ordentliche Umsätze für die Anbieter der Systeme in Aussicht. Dazu kommt natürlich noch der umsatzträchtige Markt der Verbrauchsmaterialien, der Tinten und Bedruckstoffe umfasst.

Vielfältige Märkte

Hersteller und Anbieter von LFP-Systemen schufen und forcierten in den zurückliegenden Jahren eine immer breiter werdende Anwendungspalette. Nischenanwendungen wurden ›hoffähig‹ gemacht und zum festen Bestandteil des Repertoires. Gleichzeitig haben Hardware und die bedruckbaren Medien rasant an Vielfalt zugenommen.

So werden Large-Format-Lösungen heute in allen denkbaren Bereichen eingesetzt. Das reicht vom einfachen Banner über Plakate, den Messebau und den Display-Markt bis hin zum industriellen Textildruck oder zu Fahrzeugverklebungen. Auch im Corporate Design sind entsprechende Anwendungen zu finden. Da sich mit digitalen Großformatdruckern individuelle Sujets drucken lassen, können zum Beispiel Unternehmen oder Hotelketten Fußbodenbeläge, Teppiche und Tapeten inklusive des eigenen Logos und entsprechender Hausfarben fertigen lassen. Fotografen und Künstler haben Large Format Printing als Technologie entdeckt, um ihre Kreationen auszudrucken. Dazu werden Druckmedien verwendet, die vom hochglänzenden Fotopapier über Aquarellpapier bis zu Textilien wie Leinwand oder Seide reichen.

Noch Potenzial vorhanden

Schon diese kurze Auflistung zeigt die schier endlose Anwendungsvielfalt in den unterschiedlichsten Märkten. Gerade neue, bislang weniger bekannte Applikationen haben noch ein großes Potenzial. Hier könnte der Großformatdruck auch für den Verpackungsdruck interessant werden. Auch bei Personalisierungen und Individualisierungen sind noch längst nicht alle Anwendungen zu Ende gedacht oder noch gar nicht genauer ins Visier genommen worden. ►

Bildquelle: Canon



Für LFP-Dienstleister gehört das Weiterverarbeiten, Veredeln und Ausrüsten genauso zum Handwerk wie das Drucken selbst. Für das Finishing werden oftmals größere Räumlichkeiten benötigt als für den ›Drucksaal.

Dennoch sind Large Format Printer in der klassischen Druckindustrie weit weniger anzutreffen, als man annehmen könnte. Lediglich Siebdruckereien haben das Potenzial erkannt – nicht zuletzt deshalb, weil LFP in ihren Märkten professionell eingesetzt werden kann. Damit kaufen sich die Siebdrucker gleichzeitig eine Vereinfachung bei der Formherstellung ein: Die chemiebasierte Formenherstellung entfällt komplett.

Doch auch für klassische Akzidenzdruckereien kann der Markt der LFP-Applikationen noch immer hoch interessant sein, wenn man das eigene Angebot erweitern und bisher extern vergebene Aufträge im eigenen Haus fertigen will. Für viele Anwendungen ist der Markt zwar ziemlich besetzt und auch Preiskämpfe haben längst eingesetzt, doch für clevere Lösungen ist noch immer ausreichend Platz.

Inkjet hat sich durchgesetzt

Die Anforderungen an die LFP-Systeme sind durch die Vielfalt der Applikationen so gewachsen, dass sich das Angebot an Large Format Printern immer weiter verzweigt. Und zwar im Hinblick auf Technologie, Qualität, Geschwindigkeit, Preis und Flexibilität.

Die Mehrheit der großformatigen Digitaldruckmaschinen sind heute Tintenstrahldrucker, die das Angebot dominieren. Andere Technologien spielen eigentlich keine Rolle mehr. Auch Maschinen für rein fotografische Anwendungen auf entsprechendes Material sind selten geworden.

Heute beherrschen zwei Typen den Markt: Flachbett- und Rollendrucker. Viele Hersteller bieten auch hybride Systeme an, die sowohl Rollenware als auch starre Materialien verarbeiten, doch sind diese Maschinen meist im oberen Preissegment angesiedelt. Zudem lassen sich die Drucksysteme nach der Art der Inkjet-Technologie, durch den Einsatz der Tinten und vor allem durch ihre Größe unterscheiden, die bei bis zu 5 m Druckbreite liegt.

Die technischen Unterschiede werden wir in den folgenden Artikeln noch ausführlich beleuchten.

Qualität und Geschwindigkeit

Aus dem Markt, auf dem sich ehemals vor allem kleinere und viele neue Unternehmen (vorwiegend aus den USA und Israel) tummelten, ist inzwischen eine Industrie geworden, die längst auch große Konzerne angezogen hat. Interessant ist dabei, wie intensiv sich die ehemaligen Fotogrößen Agfa oder Fujifilm in diesen Markt eingemischt haben. Hier werden Gesamtlösungen aus Druckern (zum Teil OEM-Produkte oder modifizierte Geräte), Color-Management-Software, Tinten und Materialien in nahezu allen Qualitäten an-

geboten. Genauso bemerkenswert ist die Palette an Bedruckstoffen, die von Papierfabriken und deren Händlern angeboten werden. Schließlich haben die Druckmedien erheblichen Einfluss auf die Qualität der Ausdrücke.

LFP-Drucker mit acht und mehr Druckköpfen für die vier Basisfarben Cyan, Magenta, Yellow, Black und weitere Farben wie Light Magenta und Cyan sowie zusätzliche Grautöne sind heute praktisch an der Tagesordnung. Zudem werden auch Sonderfarben wie Orange, Grün und Violett eingesetzt, um den Farbraum zu erweitern. Bei den UV-Druckern können außerdem Weiß oder Lack als Veredelungskomponenten eingesetzt werden.

Geschwindigkeit ist natürlich auch ein Thema. Verfeinerte und schnellere Mechanik liegt ebenso im Trend wie Automatisierungsmaßnahmen beim Materialhandling. Auch der Einsatz mehrerer Druckköpfe für die Grundfarben bringt nicht nur eine rechnerische Vervielfachung der Leistung. Doch die höhere Leistung hat auch ihren Preis.

Boom ohne Ende?

Der Bereich Large Format Printing hat zweifellos eine beispiellose Karriere hingelegt. Nach dem enormen Wachstum hat sich die Wachstumskurve allerdings etwas abgeflacht – ein völlig normaler Vorgang. Denn dies heißt ja nicht, dass der Markt nicht nach wie vor noch ein Riesenpotenzial bietet. Der Trend zum Drucken bei Bedarf und zu kleineren Auflagen oder Unikaten, kürzere Zyklen bei Display- und Outdoor-Anwendungen, eine größere Auswahl an Bedruckstoffen und die weiter steigende Qualität sprechen alle für die digitale Inkjet-Drucktechnologie im Großformat.

Grundsätzlich ist also von einer weiteren Steigerung beim Bedarf von LFP-Produkten auszugehen. Allerdings ist auch ein permanenter Preisverfall bei LFP-Standardprodukten wie Banner, Postern und Schildern nicht zu übersehen. Statt auf relativ einfache Anwendungen auf Papier, Folie etc. setzen viele LFP-Dienstleister inzwischen auf die Abwicklung individueller Printproduktionen, bei denen auch Drucke auf Glas, Metalle, Vlies und so weiter eine Rolle spielen. Auch hybride Produktionen als Kombination aus klassischen Techniken des Siebdrucks mit dem Digitaldruck sind Wege, um neue Produkte zu kreieren. Der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt.

Der LFP-Boom, davon ist heute auszugehen, wird also noch eine Zeit lang anhalten. Doch neue Produkte oder Strategien für neue Dienstleistungen sind alleine nicht ausreichend. Es geht für die Anbieter von LFP-Produkten heute auch darum, die betriebliche Effizienz zu steigern, die Rentabilität zu erhöhen, die Umweltverträglichkeit zu steigern und den Kundendienst zu verbessern. Es gibt also noch einiges zu tun.



LARGE FORMAT

Drucker, Medien und Zubehör

Haben Sie noch den Durchblick bei Large-Format-Druckern, Tinten und Medien? Wenn Sie ehrlich sind: Nein! Eher ist das Thema ein Bereich für Insider, die sich ausschließlich mit dem Großformatdruck beschäftigen.

Dies soll der Investitionskompass ›Large Format Printing‹ ändern. In der Broschüre werden die Techniken noch einmal grundlegend erläutert und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Dabei werden die Drucktechniken beschrieben, Begrifflichkeiten geklärt, Druckköpfe und deren Auflösungen zueinander in Relation gestellt, die verschiedenen Tintenarten erläutert und die Funktion der Medien dargestellt.

Über 210 Systeme werden in der Marktübersicht anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert.

Neben einem Glossar zum Thema Large Format Printing bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Large Format
48 Seiten DIN A4,
davon über 12 Seiten
Marktübersichten sowie
Tabellen, Artikel, Praxis-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.
Zu bestellen im Internet
für:
15,00 € / 18.00 CHF.
www.druckmarkt.com



DRUCKMARKTCOLLECTION

www.druckmarkt.com

Die feine Art, Großartiges zu drucken

Wir sind beim besten Willen keine Wide-Format-Profis, keine Zertifizierer und schon gar kein Testinstitut. Wir sind als Werbeagentur mit angeschlossener Redaktion (oder umgekehrt) aber auch keine LFP-Neulinge oder Anfänger. Gerade deshalb hat es uns gereizt, einmal ein neues System zu testen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Keine Messgeräte, kein großartiger Testaufbau, sondern einfach so, als wollten wir uns in eine neue Anwendung einarbeiten – das war unsere Vorstellung von dem Test. Canon gab uns die Chance dazu. Und genügend Zeit.

Satte sechs Wochen durften wir uns austoben an einem Gerät, das mittlerweile schon Preise eingeehmt hat. So wurde das gesamte Sortiment der imagePrograf-Drucker von Canon als »2014 Wide-Format Graphic Arts Printer Line of the Year« von der Test- und Forschungsorganisation Buyers Laboratory LLC (BLI) ausgezeichnet. Außerdem wurde der imagePrograf iPF6400S, das im September 2013 vorgestellte Modell, das wir im Test hatten, mit dem »BLI Winter 2014 Pick Award« prämiert. Beim englischen Institut wird nach Kriterien wie Zuverlässigkeit, Bildqualität, Benutzerfreundlichkeit, Farbmanagement und Produktivität bewertet. Laut BLI ergaben die Tests des iPF6400S eine außergewöhnliche Farbkonsistenz mit »erstaunlich niedrigen« Delta-E-Werten.

Das alles wussten wir nicht, das hat uns auch überhaupt nicht interessiert. Wir wollten vielmehr wissen, wie sich das Gerät quasi vom Lkw der Spedition runter in unser Netzwerk einbinden lässt, wie schnell wir produzieren können und was dabei an Qualität herauskommt.

Ja, ein bisschen Einlesen war notwendig, aber selbst für Redakteure keine Hürde. Beim »Networking« war allerdings ein Profi gefragt (den wir im



Haus haben), doch der machte das alles irgendwie zwischen zwei Telefonaten. »Da haben die sich wirklich etwas dabei gedacht«, sagte er mehrfach, oder: »Man merkt doch gleich, dass die nicht zum ersten Mal einen Drucker gebaut haben.«

Was will ich eigentlich?

Und was uns ebenfalls auffiel: Der Drucker hat alles das, was man benötigt, um eine bestimmte Aufgabe zu erfüllen. Denn man sollte schon wissen, was man will, bevor man sich für das eine oder andere Modell entscheidet. Deshalb hatten wir eine

Der »kleine« von Canon liefert großartige Ergebnisse. Für vergleichsweise wenig Geld bekommt man mit dem imagePrograf iPF6400S ein Drucksystem, das vielseitig ist, hohe Qualität liefert und zudem noch sehr schnell und äußerst sparsam beim Tintenverbrauch ist. Unser Test-Urteil: empfehlenswert!



kleine Checkliste, nach der wir den Drucker bewerteten.

Was will ich drucken? In welchem Format muss ich drucken? Welche Vorstellungen von Qualität habe ich und welche haben meine Kunden? Wie flexibel muss ich beim Medieneinsatz sein? Und wie viel Platz habe ich?

Fangen wir bei letzterem Punkt an. Platz braucht der Drucker kaum. Und mit dem auf Rollen gelagerten Gestell lässt er sich leicht von A nach B schieben. Er ist nur 34,4 cm tief und etwas mehr als 70 cm breit. Dabei sollte man auf das Gestell mit Rollen nicht verzichten, schließlich ist der Drucker etwa 90 kg schwer.

Wir wollten in erster Linie Fine Art drucken. Hört sich vielleicht wenig spannend an, für uns jedoch war die Spannung groß. Denn es ging um Reproduktionen von Aquarellen, Grafiken (Holz- und Linolschnitten) und Gemälden, die wir bisher nur im Offset hatten drucken lassen. Mit den im iPF6400S möglichen Formaten A2 quer oder A1 im Hochformat konnten wir die Werke sogar in Originalgröße drucken, wobei der Drucker mit nur jeweils 5 mm Rand links und rechts das Material optimal ausnutzt.

Entsprechend unserem Vorhaben hatte uns Canon eine Materialauswahl geliefert, die einfach genial war. Zwei verschiedene Fotopapiere (Canon Satin Photo Paper 240 g/m² und ein Museo Silver Rag 300 g/m²) sowie ein Fine-Art-Papier, das sich Museo Max nennt und das wohl

kaum zu überbieten ist, wenn es um beispielsweise die Reproduktion von Aquarellen oder feinen Federzeichnungen geht. Wir kennen zwar nicht das komplette Angebot der Canon-Medien, doch Museo Max hat uns so überzeugt, dass wir es jederzeit wieder einsetzen würden.

Ausgereiftes Paperhandling

Und ohne große Umschweife: Nach den ersten Drucken bereits waren wir von der Qualität mehr als beeindruckt. Die Aquarelle auf dem wie ein Naturpapier wirkenden Museo Max waren vom Original eigentlich kaum zu unterscheiden.

Aber auch beim Paperhandling zeigt Canon die jahrelange Erfahrung und das Praxiswissen, das hinter der Entwicklung steckt. Der iPF 6400S druckt beim Medienwechsel einen Code auf das Papier, um beim erneuten Einlegen durch Einlesen des Codes genau zu wissen, um welches Material es sich handelt, wie viele Meter Material noch auf der Rolle zur Verfügung stehen und ob der anstehende Job überhaupt noch auf das verbleibende Material passt. Ein vielleicht kleines Detail, aber durchaus nützlich.

Ebenso nützlich ist das Archiv, in dem die meisten Medien samt Profilen abgespeichert sind. Und auch wenn ein Medium eingelegt wird, das nicht im Archiv vorhanden ist, lässt sich dessen Charakter in der vorhandenen Liste finden und so identifizieren.

Einzig die Tatsache, dass der Drucker stärkere Medien nicht schneidet, sondern nur eine Perforationslinie druckt, hat uns etwas irritiert. Denn der Drucker hat das Material nur

wenige Zentimeter aus dem Drucker herausgefahren. Das Hantieren mit Schere oder Skalpell war nicht besonders komfortabel.

Auf Produktion getrimmt

Von der Rolle lassen sich Materialien von 0,07 bis 0,8 mm Stärke bedrucken, bei manueller Zufuhr sogar von 0,5 bis 1,5 mm (was wir allerdings nicht getestet haben). Dafür können wir die im Datenblatt angegebenen Druckgeschwindigkeiten von 0:35 Minuten für ein A1-Bild auf Normalpapier im Schnell-/Sparmodus ebenso bestätigen wie die knapp 2 Minuten für den Druck auf Hochglanz-Fotopapier. Natürlich erhöht sich die Druckzeit bei einem besseren Druckmodus. Für uns jedoch erstaunlich, dass sich an der Qualität der von uns ausgewählten Motive nur wenig veränderte. Zwar verbesserten sich Tiefen- und Lichterzeichnung, aber über alles betrachtet, muss man sich schon genau überlegen, ob das bei jedem Motiv notwendig ist.

Der iPF6400S ist also ganz offensichtlich auf Produktion getrimmt, was auch und die Gigabit-Ethernet-Verbindung und der schnelle Datentransfer unterstreichen. Aber auch durch die relativ großen Tintenbehälter reduzieren sich die Tintenwechsel und die ›Hot Swap‹-Technik erlaubt den Austausch der Tinte im laufenden Betrieb, indem ein Zwischentank-System eingesetzt wird. Dass man sich automatisch per E-Mail informieren lassen kann, wenn ein Tintenwechsel ansteht, das Papier gewechselt werden muss oder ein Druckjob beendet wurde, mag zwar zeitgemäß sein, ob es sinnvoll

ist, muss jeder für sich selbst entscheiden.

Was uns jedoch wirklich erstaunt hat, war der sparsame Tintenverbrauch. Wir haben die Medien alle samt quasi vollflächig mit sehr farbstarke Motiven bedruckt, doch Tinte mussten wir nur einmal ersetzen. Und dass, obwohl das Gerät zuvor bereits auf der Viscom im Einsatz war und nicht mit vollen Tanks angeliefert wurde.

Qualitätspaket

Die Druckauflösung des iPF6400S von 2.400 dpi × 1.200 dpi, zusätzliche Funktionen wie die automatische Erkennung und Kompensation verstopfter Düsen und ein eingebauter Farbsensor, der für gleichbleibende und exakte Farbproduktionen sorgt, machen den Drucker zu einem echten Qualitätspaket. Daran haben auch die acht Lucia EX Pigmenttinten Cyan, Magenta, Yellow, Black, Medium Black, Grau sowie PC und PM (Light Cyan und Magenta) mit ihrem großen Farbraum und den feinen Abstufungen bei Schwarz- und Grautönen einen erheblichen Anteil.

Mit der Standard-Software steht zudem alles zur Verfügung, was für einen produktiven Einsatz benötigt wird. Aber wir hatten gar nicht die Zeit, alle Möglichkeiten auszutesten. So können wir weder das Modul zum Kontrollieren der Druckkosten noch die Abrechnungssoftware beurteilen. Die Software-Module wie das Photoshop Plug-In, PosterArtist Lite für die einfache Erstellung von Postern und die Direct Print & Share Software, mit der Dateien direkt gedruckt werden können, verbessern

definitiv die Produktivität. Bei unserem Test hat sich aber vor allem der Stapeldruck von JPG-, TIFF- und PDF-Dateien bewährt.

Übrigens: Wir hatten ein Modell mit allem Schnickschnack. Canon verspricht mit der Software Colour Calibration Management Console und dem optionalen Spektralfotometer ein hochpräzises Farbmanagement, wobei die Einheitlichkeit der Farben via ›Calibration Link‹-Technologie über mehrere Drucker hinweg sichergestellt werden kann.

Davon abgesehen, dass wir ja eh nur einen Drucker hatten, haben wir uns mit dem Color-Management erst gar nicht intensiv auseinandergesetzt. Denn die Maschine machte genau das, was wir wollten. Und das hat uns einmal mehr bestätigt, dass man mit den Standardeinstellungen der Hersteller sehr wohl gut arbeiten kann. Sobald man an etwas dreht (so unsere Erfahrung mit anderen Geräten), wird es kompliziert bis unübersichtlich. Das ›Verschlimmbessern‹ können und dürfen ja alle die tun, die lieber messen, als produzieren. Wir gehören nicht dazu.

Deshalb können wir die Maschine allen empfehlen, die sich erste Sporen im Large Format Printing verdienen wollen – und auch Geld. Deshalb unser Urteil: Bildqualität, Produktivität und Benutzerfreundlichkeit sind kaum noch zu verbessern. Offenbar weiß Canon, was ihre Kunden benötigen und was sie von einem Drucker erwarten.

Nur eine Frage blieb uns nach dem Test: Wenn ein Canon-Einstiegsgerät um die 2.000 Euro (ohne Mehrwertsteuer) all das kann, was können dann erst die größeren Geräte? ■

DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie alle 14 Tage im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

www.druckmarkt.com

Am Puls des Marktes

Man muss erst gar nicht lange auf einschlägigen Seiten im Internet suchen, um Billiganbieter zu finden. Der Markt wimmelt vor Unternehmen, die preisgünstig verkaufen, was oftmals zu Lasten der Qualität geht. Fujifilm geht mit seiner Marke euromedia einen ganz anderen Weg und setzt dabei auch völlig andere Prioritäten.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Fujifilm ist im Large Format Printing heute eine der ganz großen Nummern. Der Kauf des britischen Farbenherstellers Sericol im Jahr 2005 war für den traditionellen Hersteller von Filmen, Druckplatten und Druckvorstufenlösungen der Auftakt zu einer rasanten und beispielhaften Aufholjagd in dem bereits existierenden Markt von Large-Format-Druckern und entsprechenden Tinten. 2007 übernahm die damalige Fujifilm Sericol den Kölner Vertriebs-händler Colormy. Seitdem werden auch Bedruckstoffe unter der Markenbezeichnung »euromedia« angeboten. Heute wird unter dem Dach von Fujifilm eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl von etwa 130 verschiedenen Druckmedien für alle gängigen Anwendungen im Großformatdruck bereitgestellt.

Umfangreiche Testumgebung



David Radtke ist als Marketing Manager Media & Digital Solutions mitverantwortlich für den weltweiten Wareneinkauf und Vertrieb der Produkte der Marke euromedia. Dabei werden interessante und innovative Produkte auf dem Weltmarkt eingekauft oder nach Spezifikationen von euromedia gefertigt. »Es hat durchaus Vorteile, nicht selbst Hersteller von Bedruckstoffen zu sein«, erklärt Radtke. »Als Distributor ist man nicht in die Entwicklung und Produktion eigener

Lösungen involviert und kann sich intensiv dem Markt widmen. Dadurch lernt man viel besser zu verstehen, was Digitaldrucker wirklich benötigen.«

Man könnte es auch so definieren: Werden Lösungen für neue Applikationen gesucht, lassen sich bei verschiedenen Herstellern die Rosinen herauspicken und ideale Kombinationen aus Bedruckstoffen, Tinten und Drucksystemen zusammenstellen. »Dabei bewerten wir die Produkte immer unter dem Aspekt, ob sie die Anwendungsmöglichkeiten der Kunden auch wirklich bereichern«, erläutert David Radtke.

Er und sein Team investieren den größten Teil ihrer Zeit darauf, neue Produkte zu finden und sie auf Herz und Nieren zu testen. Dazu steht in Düsseldorf eine umfangreiche Testumgebung für alle LFP-Verfahrenstechniken mit Fujifilm-Druckern und LFP-Printern des Wettbewerbs zur Verfügung. Sinn und Zweck dieser Tests ist der problemfreie Einsatz der Medien in der täglichen Praxis bei den Kunden. Und bevor euromedia ein Material für den Gebrauch zertifiziert, muss es einen wahren Parcours an Tests absolviert und bestanden haben.

Dabei ist dieses Tagesgeschäft ein hartes Stück Arbeit. Denn bei der Wahl des richtigen Mediums ist nicht nur die Qualität des Mediums selbst, sondern auch die verwendete Tinte entscheidend – und damit die Inkjet-Technologie sowie die mit der Trocknung verbundenen Temperatu-



FlowTex FR ist ein leichtes Polyestertextil mit ca. 195 g/m², ist knickfrei, bietet eine satte Farbwiedergabe und ist auch für Hinterleuchtungen geeignet. Es lässt sich im Innen- und Außenbereich für PopUp-Displays, Leuchtkästen, Rahmensysteme oder im Interior Design und Ladenbau einsetzen.

ren. So lassen sich einige Materialien zwar problemlos in verschiedenen Verfahren bedrucken, aber nur schwer trocknen. Dies alles sind wesentliche Kriterien der Medienbewertung. Daher werden insbesondere neue Medien vor der Marktfreigabe einem intensiven Benchmarking unterzogen. Dass euromedia bei dieser Gelegenheit gleich die Profile der Medien ermittelt und für die wichtigsten RIPs im Internet zum Download bereitstellt, ist ein zusätzlicher nützlicher Service.

Workflow statt Komponenten

Gleichzeitig richten David Radtke und sein Team ihr Augenmerk aber auch auf Innovationen beziehungsweise besondere Applikationen und intelligente Lösungen. »In nur wenigen Märkten sind die Anforderungen so vielfältig wie im Großformat-

druck. Deshalb schauen wir uns den kompletten Workflow an und nicht nur einzelne Komponenten«, unterstreicht David Radtke.

Diese Philosophie spiegelt sich auch im Sortiment von euromedia dementsprechend wider. Die Anwender finden eine breite und aufeinander abgestimmte Angebotspalette an Tinten, Medien und Zubehör, die von Basis- und Standardprodukten für Volumenjobs bis zu Medien mit cleverem Zusatznutzen reichen. Diverse davon hat euromedia exklusiv im Sortiment.

Zum Beispiel DecoFrame, eine genial einfache Idee, bei der Bild und Rahmen aus ein- und demselben Material bestehen. Der vorkonfektionierte Karton wird mit einem UV-Flachbettdrucker, anschließend wird der perforierte und selbstklebende Rahmen mit wenigen Handgriffen zum dreidimensionalen Bild zusammen-

gesteckt – was bei etwas Übung kaum zwei Minuten dauert. Dank der vorgefertigten Lasche kann das Bild mit Rahmen gleich aufgehängt werden. »Das Interesse an Deco-Frame ist seit der Vorstellung auf der drupa 2012 ungebrochen groß«, sagt Radtke.

Nicht weniger faszinierend ist die selbstklebende Polypropylenfolie WonderTack, die völlig ohne Klebstoff auskommt. Die einzigartige Oberfläche, die sich auf der Haftseite einer mikroporösen Saugnapftechnik bedient, haftet rückstandslos frei auf allen ebenen Oberflächen. Der Film ist dimensionsstabil, kann blasenfrei aufgetragen werden, lässt sich leicht positionieren und immer wieder verwenden, sodass Kosten gespart werden können.

Am Puls des Marktes

Neben engen Kontakten zu Herstellern und Druckern hat David Radtke ein wachsames Auge auf allgemeine Trends und auch neue Entwicklungen bei den Materialien.

So hat euromedia zum Beispiel das knickunempfindliche FlowTex FR-Polyestermaterial mit textiler Struktur und satter Farbwiedergabe im Programm. Das leicht dehnbare, auch für PopUp-Displays geeignete Material, lässt sich ohne Weiteres gefaltet verschicken. Vor Ort an seinem Einsatzort entspannt es sich binnen Sekunden. Von den Falten bleibt nicht einmal ein Hauch. »Sie brauchen keine aufwändigen Verpackungen und sparen Versandkosten«, erläutert David Radtke.

Auch ist nach Einschätzung Radtkes der Markt der wasserbasierten Anwendungen rückläufig. »Eigentlich bewegt sich alles auf UV-Anwendungen zu«, sagt er. »Und hier ist Fujifilm ja bestens aufgestellt«. Seit Fujifilm Ende der 1990er Jahre gemeinsam mit Inca das erste UV-Flachbettdrucksystem samt Tinten entwickelte, konnte man im Markt stets einen gewissen Vorsprung halten. Aus Sicht des Unternehmens wird der Trend im großformatigen Inkjet-Druck weiter in Richtung UV-Technologie gehen. Im oberen und

mittleren Marktsegment und ganz besonders bei Flachbettdruckern ist UV inzwischen das marktführende Verfahren. Bei Fujifilm geht man davon aus, dass UV künftig in weitere Marktsegmente vordringen und zusätzliche Anwendungsmöglichkeiten erschließen wird.

Einen gerade wachsenden Druckbereich sieht Radtke außerdem im Interieur- und Raumdesign. Nach seiner Einschätzung wird das Bedrucken von Tapeten weiter zunehmen, nachdem Innenarchitekten nicht mehr nur ihre gewerbliche Klientel beraten, sondern auch Privatkunden nach individuellen Lösungen für Wohn- und Nutzflächen fragen. Auch »grüne Medien« werden bei den Großformatdruckern gegenüber ihrer Kundschaft immer mehr zum Verkaufsargument. »Die Nachfrage nach umweltverträglicheren Medien war noch nie so groß«, stellt Radtke fest, auch wenn es im Vergleich zur traditionellen Druckindustrie noch immer eher bescheidene Ausmaße habe. Dennoch bleibt euromedia auf diesem Weg und erweitert das schon

heute umfassende Angebot »grüner Medien«, die in einem eigenen Katalog als PVC-frei, Oeko-Tex- und PEFC-zertifiziert gekennzeichnet sind.

Ohnehin sind die gedruckten Unterlagen und auch die Website des Anbieters geradezu beispielhaft, was die Übersichtlichkeit und den Informationsgehalt angeht. Auch das ist offensichtlich ein Resultat der ausgiebigen Tests, die euromedia fährt.

Immer neue Ideen finden

»Fujifilm wird heute im Markt als Technologieführer mit einem hochwertigen Portfolio an Verbrauchsmaterialien, UV-Drucksystemen und Services wahrgenommen. Mit unserem umfassenden Angebot decken wir zum einen praktisch alle Einsatzbereiche des Large-Format-Marktes ab, zum anderen eröffnen wir unseren Kunden mit immer neuen Ideen Möglichkeiten für neue Anwendungen«, resümiert David Radtke. ■

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



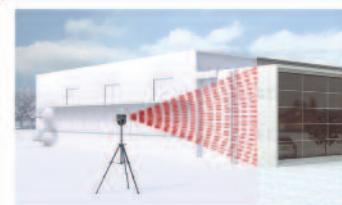
Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos. Komplexe Bauteile in kleinen Stückzahlen wirtschaftlich zu produzieren ist unser Ziel.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau, Reverse Engineering und Architektur.

›Rundum-Sorglos-Paket‹ für Baumärkte

Die Überlegung, in ein UV-System zu investieren, das direkt auf starre Materialien druckt, hatte CI Compact schon seit 2011 ins Auge gefasst. Durch den direkten Druck auf unterschiedliche Materialien wie Dibond, Hartschaum oder Glas und flexiblen Medien wie Banner oder SK-Folien erspart sich das Team bei CI Compact viel Zeit, da der Arbeitsgang Folienkaschieren entfällt.

Text und Bilder: Agfa

Jahrelange Erfahrung im Marketing bei einer großen Baumarktkette bringt Rolf Rüdiger mit. Als er sich 1994 in Wermelskirchen mit der Werbeagentur und dem Werbetechnikbetrieb CI Compact GmbH selbstständig machte, versorgte er zunächst kleinere Baumärkte mit digital bedruckten Folien für Preisauszeichnungen und Informationstafeln, die auf feste Träger kaschier wurden. Acht Jahre später zog das Unternehmen in ein neues Firmengebäude, wo es heute mit elf Mitarbeitern verschiedene Baumärkte in Deutschland vom Shop-Design über die Produktion von Schildern, Preisauszeichnungen sowie Banner, bis hin zur Montage anbietet. Herzstück der All-Inklusive-Produktion ist eine Agfa Anapurna M2050, die seit knapp einem Jahr bei CI Compact produziert.

»Wir haben den Virus Baumarkt«, lacht Rolf Rüdiger, der von Anfang an auf Qualität gesetzt hat. Aufgrund seiner Erfahrung wusste er, worauf es ankommt. Seine Tochter Heike ist seit 2000 im Unternehmen tätig und stieg 2011 als Gesellschafterin ein. Leidenschaftlich entwickeln beide, unterstützt von einer Grafikerin, Ideen und Konzepte, die ihren Kunden zu attraktiven Verkaufsflächen und guten Absatzzahlen verhelfen. Jetzt hat CI Compact den Lüchau Baumarkt in Wedel bei Hamburg mit Shop-Systemen und der Beschilderung ausgestattet.

»Wir haben in diesem Bereich 20 Jahre Erfahrung und ein Netzwerk,

um Anforderungen und Bedürfnisse schnell zu erkennen und individuelle Lösungen zu entwickeln«, erklärt Heike Rüdiger, die als kreativer Kopf die unter dem Dach CI Compact ansässige CI Werbeagentur & Werbetechnik leitet.

Roland Schneider ist seit 1998 im Unternehmen tätig und vor allem für den Vertrieb zuständig. Einer der wichtigsten Kunden für CI Compact ist die Eurobaustoff Handelsgesellschaft mbH mit in Deutschland über 1.500 Anschluss Häusern. Diese Häuser werden heute alle durch CI Compact betreut. »Das Volumen ist im Laufe der Jahre immer größer geworden«, sagt Roland Schneider. Neben den elf fest angestellten Mitarbeitern und freien Monteuren arbeiten wir für Außenmontagen bei Großprojekten mit Subunternehmen zusammen, allerdings stets unter Leitung eines CI Compactlers vor Ort.«

Vernetzte Partnerschaft

Von Beginn an produzierte CI Compact digital gedruckte Folien, zunächst mit Agfa Grand Sherpa-Systemen. Vier davon standen in Wermelskirchen. »Qualität ist für uns oberstes Gebot«, sagt Roland Schneider. »Dafür setzen wir uns selbst hohe Maßstäbe und führen eine strenge Endkontrolle durch. Nur Produkte, die wir für gut befinden, verlassen unser Haus.« So sieht sich CI Compact auch nicht als Dumping-Anbieter: »Unsere Kunden legen Wert auf hochwertige Produkte und

unsere Preise sind manchmal auch nicht die günstigsten«, bekennt Schneider: »Die Baumarktketten, die wir betreuen, wollen diese Qualität und sie sind auch bereit, für diese Qualität zu zahlen, ganz nach dem Motto ›wer billig kauft, kauft zwei Mal.«

Dies ist in der heutigen Zeit zwar eher ungewöhnlich, im Falle von CI Compact jedoch leicht zu erklären. Die Anforderungen der Baumärkte sind seit Jahren gewachsen. Die enge Zusammenarbeit zwischen der Eurobaustoff und CI Compact geht oft so weit, dass das Unternehmen für die Shop-Konzepte und die Umsetzung bestimmter Aktionen oft freie Hand bei der Gestaltung bekommt. Die Endabstimmung wird aber stets in Zusammenarbeit mit der Eurobaustoff-Zentrale durchgeführt. »Wir sind quasi eine Außenstelle der Baumärkte und wissen, was gewünscht wird«, erklärt Roland Schneider. »Ich muss genau wissen, wie wir die Schilder, Regale und Shop-Systeme überhaupt befestigen können und erst danach können wir anfangen eine Idee zu gestalten und umzusetzen.« Dabei liefert CI Compact das ›Rundum-Sorglos-Paket‹, zu dem nicht nur die gedruckten Displays und Tafeln beziehungsweise bedruckte Regalrückwände zählen, sondern auch sämtliche Befestigungs-Systeme.

CI Compact hat übrigens eigens für die Baumarkt-Anwendungen Befestigungs-Systeme entwickelt und arbeitet mit Lieferanten zusammen,

die diese Teile speziell für CI Compact herstellt.

Neue Gestaltungsfreiheit

Der erste Kontakt zum Hochleistungsproduktionssystem Agfa Anapurna M kam über den Systemhändler von CI Compact. Dort knüpfte man erste Kontakte mit Harry Hoppe, Agfa Sales Manager Wide Format Inkjet Germany. Schon seit 2011 gab es Überlegungen, in ein UV-System zu investieren, das direkt auf starre Materialien druckt. Durch den direkten Druck erübrigt sich der Arbeitsgang Folienkaschieren.

Die Agfa Anapurna M2050 wurde im März 2013 in Wermelskirchen installiert. Man hatte in der Zwischenzeit für die Baumärkte ein Konzept entwickelt, bei dem jede Regaleinheit mit Sortimentsinformationen, gedruckt auf Hartschaum, ausgestattet wurde. Da kamen bei einem Baumarkt mit 6.000 m² schnell mal 600 bis 700 Tafeln zusammen. Das war laut Schneider mit der Folienproduktion und dem anschließenden Laminierten und Kaschieren nur mit hohem Personalaufwand möglich. Die Produktion mit der Anapurna M2050 sorgte für eine erhebliche Erleichterung. »Natürlich haben wir uns auch andere Maschinen angesehen, aber es gab keine Maschine, die uns von der Druckqualität so überzeugt hat, wie die Anapurna«, freut sich Nils Heilsberger, Produktionsleiter bei CI Compact. Zufrieden ist er auch mit dem direkten Kontakt zu Agfa.



Roland Schneider (links) und Harry Hoppe freuen sich über die gute Qualität und die flexiblen Einsatzbereiche der Agfa Anapurna M2050 bei CI Compact.



Der Druck auf Glas für die Innen- und Außenanwendung ist ein streng gehütetes Betriebsgeheimnis und vor allem von Hotels, Museen und Baumärkten stark nachgefragt.

Das Projekt Lüchau

Das Spezial-Know-how um die Bedürfnisse eines Baumarktes, gepaart mit den technischen Möglichkeiten der Agfa Anapurna setzte CI Compact jetzt für die Lüchau-Baumärkte um. Der Baumarkt wurde 2013 um ein 1.500 m² großes Gartencenter erweitert, das mit neuen Regalen und Verkaufsflächen ausgestattet wurde. Hier hat CI Compact von der Preisauszeichnung über die Regalbeschriftung und -bedruckung, bis hin zu Wegweisern und Werbebannern sowie Verkaufsdisplays, alles gedruckt. Insgesamt umfasst der Baumarkt Lüchow in Wedel mehr als 6.000 m² Fläche.

Die Herausforderung für diesen Job: Es gab eine Logo- und Schrift-Änderung für die sechs Lüchau-Häuser in Norddeutschland. »Daher wurden praktisch alle Auszeichnungen und Beschilderungen, die in den Märkten

vorhanden waren, ausgetauscht«, berichtet Roland Schneider. »Dazu zählte die gesamte Außenfassade und die Innenbeschilderung.«

Beliebte Verkaufsmodule

CI Compact hat in Zusammenarbeit mit Eurobaustoff verschiedene Module zur Verkaufsunterstützung entwickelt, die jeder Markt nach eigenen Bedürfnissen zusammenstellen kann. So gibt es etwa ein Modul für Heckenscheren, bei denen die Scheren in einem Regal hängen, dessen Rückwände mit einer grünen Hecke bedruckt sind. Weiter gibt es Module für Aktionsflächen sowie Arbeitskleidung.

Fast alles, was im Baumarkt zu sehen ist, wurde auf der Agfa Anapurna M2050 gedruckt. Die dabei eingesetzten Materialien werden vor dem Druck auf das gewünschte Endformat geschnitten und schließ-

lich bedruckt. »Das System produziert zuverlässig und sicher«, freut sich Roland Schneider, der vor allem vom hohen Qualitätsstandard des Drucksystems begeistert ist: »Durch die hohe Auflösung erreichen wir beste Ergebnisse, vor allem glatte Flächen sind streifenfrei und brillant.« Die Materialvielfalt der Anapurna lässt verschiedenste Anwendungen zu. Die meisten Produkte werden auf Hartschaum gedruckt, aber Schneider hat auch schon Holz, Dibond, Metall und Glas bedruckt. Für die Drucke setzt er UV-härtenden Tinten von Agfa ein, die eine lange Haltbarkeit bieten und sofort weiterverarbeitet werden können.

Neue Herausforderung Glas

Roland Schneider hat auch erste Versuche mit dem Druck auf Glas gemacht. »Das läuft hervorragend«, freut er sich. So wurde schon eine

abgehangene Decke als Bleiverglasung für ein Hotel realisiert oder eine Reihe Glas-Stelen für eine Ausstellung. »Glas-Produkte werden auch für Baumärkte immer attraktiver«, erklärt Schneider, »denn sie setzen immer mehr auf Emotionen und Erlebniswelten, um auch weibliche Kunden etwa im Bereich Garten oder Badeinrichtungen zu gewinnen.« Für neue Ideen sind Baumärkte offensichtlich immer offen.

Und kreativen Geschäftsideen stehen mit Large-Format-Printern nichts mehr im Wege. CI Compact hat für sein Arbeitskleidungs-Shop-System »Fashion at Work« schon so viele Anfragen, dass man an die Grenzen der Produktionskapazität stößt. »Wenn das alles Aufträge werden, können wir gut und gerne eine weitere Agfa Anapurna M2050 gebrauchen«, sagt Roland Schneider.

➤ www.agfagraphics.de

Wissen, wo es lang geht.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

MIMAKI EUROPE FEIERT Mimaki setzt auf der Fespa Digital 2014 unter dem Motto ›Together We Create‹ seinen Ideenreichtum mit dem Ziel ein, Kunden, Händlern und Partnern Geschäfte zu ermöglichen, die rentabler als zuvor sind. »Wir freuen uns auf unsere Veranstaltungen auf der Fespa Digital 2014«, sagt **Mike Horsten**, General Manager Marketing EMEA von Mimaki Europe. »Natürlich auch, weil wir dort den 10. Jahrestag der Gründung von Mimaki Europe begehen. Diese Leistung wollen wir in großem Stil würdigen.« Neu auf der diesjährigen Fespa Digital sind Informationszentren, die eine Mischung aus Präsentationen, Gesprächen, Networking und Produktvorführungen darstellen. »Im ›Digital Hub‹ der Messe werden unsere Mitarbeiter die Besucher durchgehend über die Möglichkeiten informieren, die ihnen Mimaki Europe bietet. Sie erfahren mehr über Marktforschungsergebnisse oder erhalten Tipps zum Markteinstieg. Rund um die Uhr wird es Produktvorführungen geben. Und der Spaßfaktor kommt auch nicht zu kurz«, betont Horsten. Zudem tritt Mimaki Europe auf der Messe auch als Sponsor des Home Furnishings Awards und des Young Designer Awards auf.
 > www.mimakieurope.com



EINTAUCHEN IN LFP Als Komplettanbieter für Großformatlösungen will Canon auf der Fespa Erfolgsgeschichten und Anwendungen von Kunden vorstellen. Dazu zählen Applikationen wie Tapete und Fußboden-Lamine, die mit Großformattechnologien hergestellt werden. Marco de Wert von der Sanders Group erklärt im Digital Conference Theatre (22. Mai von 15.00 bis 15.30 Uhr), wie LFP seine Geschäftstätigkeit verändert hat. Besucher finden auf dem Canon-Stand Anregungen und erfahren, wie Canon durch die Kombination aus seiner Imaging Expertise und den Drucktechnologien von Océ zum Partner werden kann. Canon zeigt komplette Workflows vom Design, über den Druck bis zur Nachverarbeitung sowie Lösungen zur Optimierung der Arbeitsabläufe und ein umfangreiches Angebot an eigenen Medien. > www.canon.ch

SUPPORT FÜR OEMS AUSGEBAUT Mit dem neuen European Ink Jet Technical Centre antwortet Ricoh Europe auf die wachsende Nachfrage nach industriellen Inkjet-Druckköpfen, die im Großformat-, Textil- und 3D-Druck eingesetzt werden. Das Center mit Sitz in Telford, Großbritannien, öffnete im April 2014 und bietet OEM-Partnern von Ricoh technischen Support. Es verfügt über Labore für Prüfungen, Evaluationen und Schulungen. Damit sollen europäische Integratoren bei der Entwicklung, Bewertung und Validierung von Ricohs Inkjet-Komponenten unterstützt werden. > www.ricoh.de

FAHRZEUG- UND GEBÄUDEGRAFIKEN Avery Dennison kommt auf der Fespa Digital 2014 mit einer farbenfrohen und kreativen Präsentation von Lösungen für Selbstklebgrafiken. Den Besuchern will der Hersteller eine breite Palette neuer Anwendungen für den Automotive-Bereich und Gebäudebeschriftungen zeigen. Dabei ist die MPI 3010 das neueste Produkt im Angebot selbstklebender Digitaldruckfolien.
 > www.averydennison.com



Horizonte Zingst STRANDAUSFLUG MIT SCHMETTERLINGEN

Wer Lust auf eine Strandwanderung, Schmetterlinge und beeindruckende Fine Art-Drucke hat, sollte sich das Umweltfestivalfestival ›Horizonte Zingst‹ vom 24. Mai bis zum 1. Juni merken. Als Partner mit von der Partie ist die Neschen AG: Der Bückeburger Beschichtungsspezialist liefert auch 2014 wieder die Druckmedien und Schutzlamine für die Open-Air-Installationen. Da die Exponate extremen Witterungsbedingungen



Fine Art Prints im Riesenformat von jeweils 3 x 3 m am Strand des Ostseeheilbads Zingst nahe der Seebrücke: In diesem Jahr sind es Schmetterlinge im Großformatdruck.

ausgesetzt sind, müssen sie hohe Qualitätsansprüche erfüllen. Geschützt sind sie mit dem Neschen-Laminat ›filmolux performance matt‹. Die XXL-Bildershow ›Butterfly‹ an der Zingster Seebrücke steht im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die Schmetterlingsfotos von Jan Michael Hosan reihen sich in den Themenzyklus ›be careful‹ ein. Unter diesem Leitmotiv soll die Ausstellung mit Fine Art Prints im Format von jeweils 3 x 3 m die Besucher für den Natur- und Umweltschutz sensibilisieren. Vielleicht will der eine oder andere aber auch einfach nur nach der Fespa entspannen. Warum nicht in Zingst in Mecklenburg-Vorpommern?
 > www.neschen.com

Bordeaux auf der Fespa 2014 LÖSUNGEN FÜR DEN TINTENSTRAHLDRUCK

Bordeaux Digital PrintInk, Entwickler und Hersteller von Tinten und Beschichtungen, präsentiert seine Lösungen für die Eco-Solvent-Drucker von Epson, Mimaki, Mutoh, Roland und weiteren Herstellern. Die gesamte Fuze Eco-Reihe mit lösemittelhaltigen Mix & Match-Tinten eignet sich nach Angaben des Herstellers für den Hochgeschwindigkeitsdruck. Auf der Messe will das Unternehmen zudem seine chipgestützte

700-ml-Kartusche für einen Epson Surecolor S-Drucker vorstellen. Diese Lösung mit Fuze Eco SC-Tinten sorgt im ›Mix & Match‹-Betrieb mit Originaltinten für gleichbleibend hohe Tintenqualität beim Wechsel von Original- auf Bordeaux-Kartuschen – ohne Vorbereitung oder Anpassung. Fuze Eco SC gibt es auch im 1.000-ml-Beutel, der 40% laut Bordeaux mehr Tinte enthält als die OEM-Kartuschen. In Kombination mit dem Smart Cartridge System von InkOnDemand ermöglicht diese Lösung längere Druckzyklen, die Kontrolle des Tintenstands und die Meldung anstehender Tintenwechsel in Echtzeit. Neben der Präsentation seiner UV-härtbaren Tinten und Haftvermittler wird das Unternehmen auch seine hochdichten Farbstoffsublimationstinten im Live-Einsatz vorführen.
 > www.c-m-y-k.com

Fujifilm

VORSTELLUNG NEUER UV-TINTEN

Zur Fespa Digital wird Fujifilm vier neue Tinten präsentieren, die auf unterschiedliche Anwendungen ausgerichtet sind. Dieses neue Angebot ermöglicht es Druckdienstleistern ihr Angebot unter Nutzung vorhandener Großformatdrucker auf neue Bereiche auszudehnen. Uvijet OH ist die neueste Entwicklung der Uvijet-Tinten für die Verwendung mit Polyethylen und Polypropylen-Materialien in der On-set-Reihe. Diese Substrate werden



aufgrund ihrer Recycling-Fähigkeit immer beliebter.

Uvijet OL ist eine neue geruchsarme Tinte, die der DIN-Norm EN 1230-1 für Display- und Sekundärverpackungen entspricht. Der Restgeruch ist ähnlich dem von wasserbasierenden Flexofarben.

Fujifilms neue thermale UV-härtende Inkjet-Tinte, die Uvijet KV, ist für einfache industrielle Anwendungen ausgelegt. Wie Fujifilm mitteilt, gewährleistet eine neue Formulierung – ohne Kompromisse an die Druckgeschwindigkeit der Acuity Advance Select – hohe Qualität sowie lebendige Farben und hat unter Wärmezufuhr gute Dehnungseigenschaften von 300% bis 400%. Uvijet QN Weiß ist eine neue Farbe, die entwickelt wurde, um den Einsatzbereich der Uvistar-Modelle zu erhöhen. Diese Tinte erlaubt Benutzern großformatige Plakate zu fertigen, die für hinterleuchtete Tag-Nacht-Applikationen geeignet sind.

➤ www.fujifilm.eu

Canon

NEUE IMAGEPROGRAF MODELLE

Canon verstärkt sein Großformatdrucker-Sortiment mit neuen imagePrograf Modellen, von denen einige optional als Multifunktionslösung eingesetzt werden können. Nach der Einführung von zwei 6-Farben-SE-Modellen im Februar baut Canon damit sein Sortiment von 5-Farben-Modellen weiter aus. Die neuen Systeme eignen sich für ein breites Einsatzspektrum, das von High-End-CAD-Anwendungen und technischen Zeichnungen bis



zu Vollfarb-3D-Renderings im Maschinenbau und Bau reicht und sogar den Inhouse-Posterdruck umfasst.

Die sieben neuen Modelle umfassen mit dem imagePrograf iPF680/iPF685 zwei 5-Farben-Systeme mit einer Druckbreite von 610 mm sowie zwei 5-Farben-Modelle mit 914 mm Druckbreite – die imagePrograf iPF780/iPF785. Mit dem imagePrograf iPF780 MFP und dem iPF785 MFP kommen zwei neue Multifunktionslösungen hinzu. Auf dem Erfolg der Canon 5-Farben-MFP-Modelle aufbauend, ist der neue iPF8400 SE 6-Farbedrucker mit Pigmenttinten auch als Multifunktionslösung erhältlich.

Die imagePrograf iPF680/iPF685 und iPF780/iPF785 sind auf die schnelle Produktion von hochqualitativen technischen Dokumenten ausgelegt. Die imagePrograf iPF680/iPF685 und iPF780/iPF785 bieten dank einer Reihe neuer Funktionen eine höhere Produktivität und niedrigere Betriebskosten als ihre Vorgänger. Alle Modelle verfügen über eine höhere Ausgabe-geschwindigkeit.

➤ www.canon.de



Roland Schneider von CI Compact



Anapurna M2050

Verlässliche Resultate. Gesicherte Einkünfte.

Wie Roland Schneider von CI Compact feststellt, sind Spezialanwendungen wie Direktdruck auf Glas und die kontinuierliche Auslastung der beste Weg zu einer nachhaltigen Rentabilität. Nichts unterstützt ihn dabei besser und zuverlässiger als die Großformatdrucker von Agfa Graphics.

Die innovativen Drucker aus der Anapurna- und Jeti-Familie kombinieren die neueste Technologie mit herausragender Verarbeitungsqualität. Ergänzt um den Asanti Workflow und die Tinten von Agfa Graphics bilden sie eine integrierte Lösung, deren Bestandteile perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Nur so erreicht man höchste Produktivität und beste Rentabilität.

Mehr Informationen finden Sie unter www.agfagraphics.de

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Epson NEUE GROSSFORMATIGE DRUCK-/SCANKOMBINATIONEN

Die neuen 4-Farbdrucker der Epson SureColor SC-T-x200er Reihe wurden für den Einsatz in POS-, CAD- und GIS-Anwendungen konzipiert. Druckdienstleister, Copy-Shops, Vermessungs-, Architektur- und Konstruktionsbüros nutzen bei der Serie Druckbreiten von DIN A1+ (SureColor SC-T3200, 61 cm), DIN A0+ (SureColor SC-T5200, 91,4 cm) und DIN B0+ (SureColor SC-T7200, 111,8 cm) und profitieren laut Epson von einer hohen Druckge-



schwindigkeit bei niedrigen Betriebskosten. SureColor SC-T7200 und SC-T5200 sind zusätzlich auch als Multifunktionsgeräte mit DIN A1+ Scanner erhältlich und verarbeiten optional zwei Papierrollen parallel. Die SureColor-Serie ist ab Juni 2014 im Fachhandel verfügbar. Die mit einer Scaneinheit ausgerüsteten Varianten erlauben den Benutzern, schnell großformatige Vorlagen zu digitalisieren. Beide Maschinen unterstützen moderne Scanfunktionen wie Scan direkt in eine Datei oder in eine E-Mail. Dabei wird eine Vorlage im Format DIN A1 je nach Auflösung in rund 39 Sekunden digitalisiert. Eine als Option verfügbare PostScript-Erweiterung vereinfacht die Integration der Druckerserie in bestehende Design- und Druckumgebungen. Die Kombination der UltraChrome XD-Pigmenttinte mit dem PrecisionCore TFP-Druckkopf sorgt laut Epson für gleichbleibend hohe und reproduzierbare Druckqualität.

➤ www.epson.de

Neu vorgestellt

Durst erweitert seine Modellpalette

Durst hat Ende April auf der ISA 2014 in Orlando neue Rho-Modelle vorgestellt: es handelt sich um die neue Rho P10 HS Reihe und den Rho 312R.

Die neue Rho P10 HS Serie ist ausgestattet mit den Durst Quadro Array 10M Druckköpfen, die über die doppelte Anzahl an Düsen verfügen. Die Drucksysteme bieten neben der herkömmlichen UV-Trock-



Durst P10 250 HS.

nung auch eine LED-Lichthärtung an. Dadurch werden die Tintentropfen bei höheren Geschwindigkeiten abgedichtet und erzielen eine perfekte Qualität bei der anschließenden UV-Härtung.

Die P10 Serie setzte bei ihrer Einführung vor zwei Jahren einen neuen Qualitäts-Standard beim industriellen Inkjet-Druck. Die gleiche Qualität, mit einer Auflösung von bis zu 1.000 dpi, ist jetzt verfügbar mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 400 m² pro Stunde. Damit sind die Drucker nach Angaben von Durst die produktivsten Drucker ihrer Klasse, drucken auf starre und Rollenmedien gleich schnell und ermöglichen einen einfachen Wechsel zwischen den Medien-gattungen. Die Systeme drucken auf eine breite Medienpalette wie Hartschauplatten, Metall, Acryl, PVC, Rollenmedien wie Klarsichtfolie und andere Backlit-Materialien, Textilien und Vinyl.

Die ›Fine-Art‹ Druckqualität der neuen und bestehenden P10 Drucker ermöglicht Nahbetrachtungen von Werbe- und Unternehmensma-

terialien. Die sehr feinen Töne und zusätzliche Light-Farben (Light-Cyan und Light-Magenta), ermöglichen eine perfekte Farbwiedergabe. Dadurch eignen sich die Drucksysteme ideal für Innen- und Außenbeschilderungen, POP-Materialien, kleine bis mittelgroße Verpackungen und hintergrundbeleuchtete Luxusgüter-Werbungen. Der ebenfalls auf der ISA vorge-

stellte Rho 312R ist der produktivste 3,2 m Rolle-zu-Rolle Drucker seiner Klasse. Er definiert einen neuen Qualitätsstandard für den industriellen Backlit- und Fine-Art-Druck. Der Rho 312R verfügt über die Durst Quadro Array 12M Druckköpfe mit Variodrop-Technologie, die mit Tropfengrößen von 12 Pikolitern exzellente Druckqualität mit bis zu 900 dpi ermöglichen und mit der Variodrop-Technologie die Produktivität steigern. Im High-Speed Modus druckt der Rho 312R 240 m² pro Stunde, bis zu 70 m² im 4-Pass Modus und 122 m² pro Stunde im POP Modus. Die Produktivität wird außerdem durch die Möglichkeit gesteigert, zwei 1,6 m Rollen parallel über einzelne Druckbahnen zu produzieren.

Die hohe Flexibilität, Produktivität und Druckqualität macht den Rho 312R zur profitablen Lösung für Backlits, Kunstdrucke, POP, Banner, Tapeten und Fassadendekorationen.

➤ www.durst-online.at

HP NEUE DRUCKER DER SERIEN LATEX 300 UND DESIGNJET Z

HP hat die neue HP Latex 300 Druckerserie vorgestellt. Als Einstiegsmodell ermöglicht der HP Latex 310 laut Hersteller auch bei begrenztem Platzangebot einen einfachen Betrieb. Er verbindet die Vorteile der Latex-Technologie mit kompakten Abmessungen. Die Medienzuführung erfolgt von vorn, was den Produktionsbereich maximiert. Der 64 Zoll HP Latex 330 bietet vielfältige Anwendungsmöglichkeiten und ist in der Lage, größere und



HP Latex 300 Druckerserie.

schwerere Rollen zu verarbeiten. Er druckt bis zu 50 m²/h.

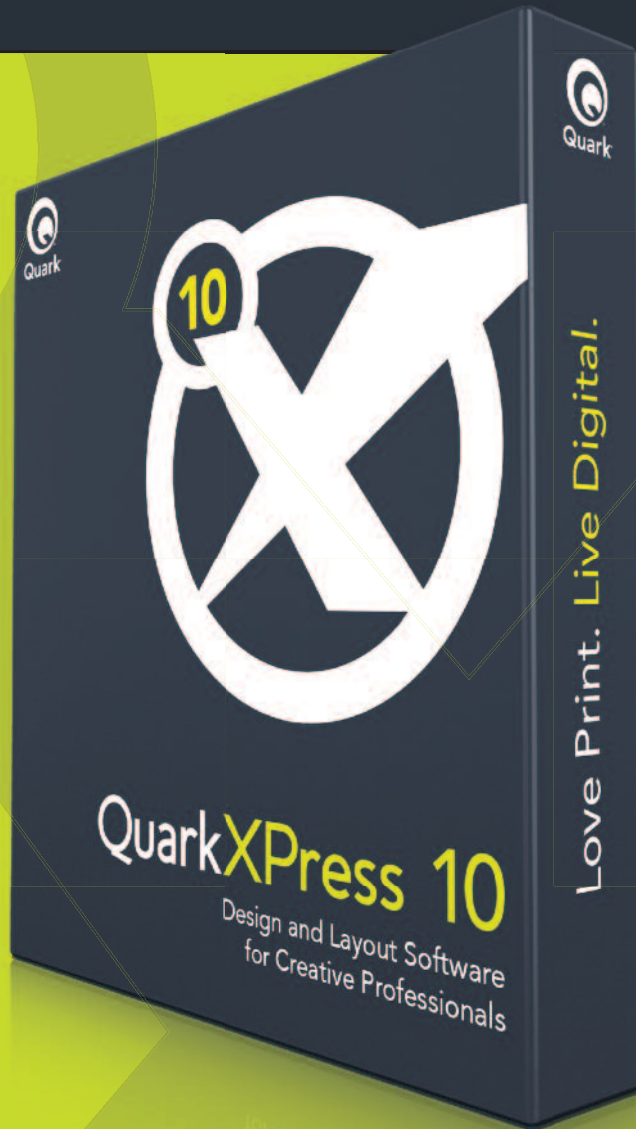
Der für größere Druckmengen ausgelegte HP Latex 360 Drucker druckt bis zu 91 m²/h. und bietet durch seine Tintenauffangschale auch die Möglichkeit, poröses Textmaterial zu bedrucken. Der Drucker verfügt zudem über automatische Front-to-Back-Registrierung für das beidseitige Bedrucken des Trägermaterials.

Ebenfalls für kleine bis mittlere Druckereien präsentiert HP mit den Modellen HP Designjet Z6600 Production Printer und HP Designjet Z6800 Photo Production Printer Geräte mit einer im Vergleich zu den Vorgängermodellen um bis zu 50% höhere Produktionsgeschwindigkeit.

➤ www.hp.com

XPress Yourself!

Kreativer Ausdruck erfordert die richtigen Werkzeuge. QuarkXPress 10 wurde vollständig überarbeitet, so dass es jetzt fantastische Grafiken ausgibt, über virtuose Produktivitätsfunktionen verfügt und eine Designoberfläche bereitstellt, die Ihrer Kreativität Flügel verleiht.



Über 50 neue und verbesserte Funktionen



Xenon Graphics Engine

Vielseitige Echtzeitausgabe von PDF-, Photoshop- und TIFF-Dateien



Unterstützung von HiDPI- und Retina®-Displays

Schöpfen Sie die Displaytechnologie der neuen Generation voll aus



Designinhalte für Tablet- und Smartphone-Apps

Erstellen Sie preisgekrönte Apps für iPad, iPhone, Android und andere mobile Geräte.



Moderne und optimierte Benutzeroberfläche

Durch das weiterentwickelte Anwendererlebnis können Sie schneller und flüssiger arbeiten

www.quark.com/10

QuarkXPress 10 ist kompatibel mit Mac OS 10.7.5 (Lion®), Mac OS X 10.8.x (Mountain Lion®), Mac OS 10.9.x (Mavericks®), Microsoft Windows 7 (32 und 64 Bit), Windows 8 (32 und 64 Bit) und ist verfügbar als unbefristete Lizenz via Download oder DVD.

**Neuer Mimaki-Drucker
NEUE TINTEN UND DRUCKKÖPFE
FÜR MEHR QUALITÄT**

Mimaki hat die Verfügbarkeit der Produktfamilie JV300-130/160 von Eco-Solvent-Tintenstrahldruckern für den Großformatdruck bekanntgegeben. Der JV300-130/160 verarbeitet lösemittel- und wasserbasierte Sublimationstinten und ermöglicht ein breites Spektrum von Anwendungen für Schilder im Außenbereich, Poster, Innendekorationen und Fahrzeugverkleidungen. Diese erstmals auf der Fespa Digital 2014 vorgestellten Drucker bieten eine



beeindruckende Ausgabequalität bei einer Breite von 1,3 und 1,6 m und einer Geschwindigkeit von bis zu 105,9 m² pro Stunde. Sie arbeiten mit neuen Tinten und Druckköpfen. Das Modell JV300-130/160 wird ab Juni 2014 ausgeliefert.



Mit dem UV-Inkjet-Flachbettdrucker JFX200-2513 als Einstiegsmodell und dem Direkt-Sublimationsdrucker Tx500-1800DS für Textil- und Soft-Signage-Anwendungen wird Mimaki zwei attraktive Drucklösungen präsentieren. Der Tx500-1800 DS wird das erste Mal in Europa gezeigt.

➤ www.mimakieurope.com

Esko will Renntempo vorlegen

Lösungen für Druckvorstufe, Workflow und Weiterverarbeitung

Esko verspricht den Besuchern der Fespa Digital 2014 an seinem Stand »rasante« Erlebnisse voller innovativer Ideen für ihr Geschäftswachstum. So ist es zumindest in einer Pressemitteilung zur Messe zu lesen. »Die Fespa Digital ist immer eine Hochspannungsmesse«, sagt Armand Gougay, Esko Vice President EMEA. »Mit dem Thema Rennsport, das unsere Fähigkeit unter-



streichen soll, die Produktion von Schildern und Displays von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung zu beschleunigen, werden wir diese Dynamik weiter erhöhen. An unserem Stand werden wir sowohl Weiterverarbeitungsanlagen als auch Softwarelösungen zeigen, die stellvertretend für die Breite unseres Portfolios stehen.«

Nach der Markteinführung der Kongsberg C64 auf der SGIA Expo im vergangenen Herbst in den USA zeigt Esko das System auf der Fespa Digital 2014 erstmals in Europa. Diese superbreite Weiterverarbeitungsanlage ist nach Angaben des Herstellers die erste ihrer Art und eine völlig neue Plattform, die auf Grundlage der jahrzehntelangen Erfahrungen von Kongsberg entwickelt wurde. Sie sei für die Rund-um-die-Uhr-Produktion, sieben Tage pro Woche, sowie für den Einsatz in halbindustriellen Umgebungen vor-

gesehen. Die Anlage unterscheidet sich von anderen Systemen dadurch, dass sie Materialien in einer Größe bis zu 3,2 x 3,2 m verarbeiten könne. Aufgrund ihrer robusten Konstruktionsweise und der aus Karbon gefertigten Traverse für den Materialdurchlass müsse die Kongsberg C beim Schneiden nicht abbremsen. Zudem verarbeitet sie ein umfangreiches Materialspektrum.

Die Palette reicht nach Angaben von Esko von Papier und Textilien bis zu Riffelkarton, Kunststoff, Aluminiumverbundstoffen und dreiwelliger Pappe.

»Mit dieser modernen Weiterverarbeitungsanlage sind unsere Kunden durch die hohe Genauigkeit bei hohen Geschwindigkeiten und einer schnellen Beschleunigung in der Lage, ihre Produktivität zu steigern und die Zeit der Produkte bis zur Markteinführung zu verkürzen. Diese Vorteile werden wir den Besuchern unseres Standes vorführen«, ergänzt Gougay.

➤ www.esko.com

**Dr. Hönle AG
MASSGESCHNEIDERTE
TROCKNUNGSSYSTEME**

Der UV-Spezialist Hönle nutzt die Fespa als Bühne für seine Highend-Aushärtungssysteme für industrielle Druckanwendungen. Hönle produziert seit fast 40 Jahren UV-Systeme für die Druckindustrie. Dabei entstehen individuelle Trocknungssysteme, maßgeschneidert auf die Anforderungen der Kunden und auf dem neuesten Stand der Technik. Die Palette reicht von konventioneller UV-Technologie, über inertisierte Lösungen bis zur UV-LED-Technologie.



LED-Powerline von Hönle.

Mit dem jetCure bietet Hönle einen UV-Trockner für den großformatigen Inkjet-Druck. Durch doppelte Peak-Leistung gegenüber vergleichbaren Geräten ermöglichen die UV-Systeme der jetCure-Serie eine hervorragende Aushärtung selbst bei hohen Geschwindigkeiten und führen so zu einer deutlich verbesserten Druckqualität. Das gilt selbst für temperaturempfindliche Bedruckstoffe, dafür sorgen speziell entwickelte Kaltlichtreflektoren. jetCure-Geräte sind mit auf die Druckfarbe angepassten Strahlerspektren erhältlich und auch die Länge kann individuell auf den jeweiligen Druckprozess abgestimmt werden. Neben konventioneller UV-Technologie präsentiert Hönle maßgeschneiderte Lösungen in Sachen UV-LED, allen voran die LED Powerline-Serie. Diese hochintensiven LED-Arrays sind in verschiedenen Bestrahlungsbreiten und Wellenlängen erhältlich.

➤ www.hoenle.de

Fespa Digital 2014

SWISSQPRINT LANCIERT NEUEN UV-DRUCKER

swissQprint, Hersteller hochqualitativer Inkjet-Systeme, hat einen neuen UV-Flachbettdrucker angekündigt. Das vierte Modell im Angebot des Schweizer Herstellers wird das größte und wirtschaftlichste im Sortiment sein. swissQprint verspricht und nie dagewesene Output-Raten im Qualitäts-Druck. Dies soll bei Live-Demonstrationen unter Beweis gestellt werden. Hohe Produktivität ist zweifellos ein wichtiger Aspekt. Aber auch Viel-

swissQprint lanciert seine größte Flachbett-Maschine mit »nie dagewesenen Output-Raten im Qualitätsdruck«, so der Schweizer Hersteller.



seitigkeit hat sich swissQprint auf die Fahne geschrieben und will dies vorführen. Zusätzlich zum neuen Maschinenmodell wird das bereits bewährte System Impala vor Ort spezielle Effektdrucke produzieren. (Ein Tipp von der Redaktion: Die Effektdrucke sollte man sich unbedingt ansehen, da hierbei Software und Material für erstaunliche Ergebnisse sorgen.)

➤ www.swissqprint.com

Antalis Tochter

ANTALIS MACRON GMBH ALS AUSSTELLER AUF DER FESPA

Die Antalis Macron GmbH, Tochter von Antalis, präsentiert ihre Produkte aus dem internationalen Antalis-Sortiment an Digitaldruckmedien der Dachmarke Coala. Im Zuge des Zertifizierungsprozesses für das Drucken mit HP-Latex-Technologie wurde eine breite Auswahl an Coala-Produkten empfohlen und auf die neueste Generation von Druckmaschinen abgestimmt. »Die laufenden Investitionen im Medien-Bereich, sei es durch neue Medien,

Zertifizierungsprogramme oder spezielles Zubehör, zeigen, dass nach wie vor viel Potenzial in diesem speziellen Marktsegment steckt«, erklärt Harm Reimers, Geschäftsführer der Antalis Macron GmbH. Im Rahmen der Messe wird ebenfalls das neue, in Kürze erhältliche, internationale Sortiment »Coala System« vorgestellt. Hierbei handelt es sich um eine Auswahl aus dem Bereich der mobilen Werbe- und Präsentationssysteme wie etwa RollUp-Displays, Messewände, Theken- und Banner-Systeme.

➤ www.antalis-macron.de

Herr Dubois gewinnt gern.

Er sucht ständig nach Möglichkeiten, mehr Aufträge zu erhalten, besser zu produzieren und sich einen Wettbewerbsvorsprung zu sichern.

Jetzt ist Herrn Dubois erneut ein entscheidender Schritt gelungen.

Er hat festgestellt, dass er seine Offsetdruckmaschinen mit **Kodak Prosper S** Eindrucksystemen in moderne Digitaldruckmaschinen verwandeln kann, die auf kostengünstige Weise genau das produzieren, was seine Kunden wünschen: hochwertige ein- oder vierfarbige Drucke für die 1:1-Kommunikation. Durch die Integration hochqualitativer Inkjet-Eindrucksysteme in seine Maschinen kann er seine bestehenden Investitionen effizient nutzen, um seinen Kunden einen deutlichen Mehrwert zu bieten und sein Gewinnpotenzial zu erweitern.

Herr Dubois hat den Einstieg in die Inkjet-Eindruckstechnologie vollzogen und damit die Gewissheit, seiner Konkurrenz um Längen voraus zu sein.

SHIFT TO IMPACT

Steigern Sie mit hochwertig personalisiertem Druck Ihren Gewinn

Näheres erfahren Sie unter
kodak.com/go/sseries



SHIFT TO IMPACT

drive profit with high-value
personalised print

©Kodak, 2014.
Kodak und Prosper sind Marken von Kodak.

Sun Chemical ZUR FESPA MIT NEUER SOFT-SIGNAGE-TINTE

Sun Chemical wird seine Palette an Tinten für den digitalen Markt einschließlich einer neuen Soft-Signage-Lösung präsentieren. Zudem wird die neueste Erweiterung der



Tintenserie Streamline, die Streamline TX, vorgestellt, eine Sublimationstinte zum direkten Bedrucken von Textilien. Die Textildruckfarbe sei entwickelt worden, um der steigenden Nachfrage nach Materialien auf Kunstfaser- und Polyesterbasis für Signage-Anwendungen gerecht zu werden, teilt Sun Chemical mit. Die Sublimationstinte zum direkten Bedrucken bietet kräftige Farben und tiefes Schwarz, zwei Attribute, die für auffällige Soft-Signage-Anwendungen unerlässlich seien. Da die Tinte tief in die Fasern eindringt, bietet sie auch hervorragende Durchscheineigenschaften. Dieses Merkmal hat sich als vorteilhaft für den Fahndruck erwiesen, wo beim Betrachten des Bildes von beiden Seiten des Materials eine ähnliche Wirkung erzielt wird. Neben Streamline TX werden auch andere Produkte aus der Streamline-Tintenserie zu sehen sein. Dazu gehören die lösemittelbasierten Streamline-Tinten ESL HPQ, Ultima HPQ und Optima HPQ, die seit ihrer Markteinführung im Juli 2012 zum Geschäftswachstum beigetragen haben.

➤ www.sunchemical.com

Roland DG ANKERN AUF DER FESPA DIGITAL

Unter dem Motto ›Werft die Anker aus!‹ lädt Roland DG ein, den Schatz an Möglichkeiten zu heben. Das Flaggschiff ist der Soljet Pro4 XR-640. Dieser Drucker/Schneidplotter vereint nach Angaben des Herstellers Zuverlässigkeit, Vielseitigkeit und Tempo. Der XR-640 arbeitet mit der neuen Eco-Sol Max2-Tinte unter anderem in Weiß, Metallic-Silber und hellem Schwarz. Das opake Weiß erzielt prächtige Effekte auf transparenten und



farbigen Medien. Metallic-Silber wird verwendet, um Gold, Bronze, Kupfer und mehr als 500 andere Metallic-Farben zu simulieren. Helles Schwarz seinerseits bietet ansprechende Graustufen und eignet sich für Schwarz-Weiß-Bilder. Diese Tintenfarben sind auch bei der neuen VersaCamm-Reihe verfügbar. Die neuen Sprösslinge dieser Familie namens VS-i setzen die Tradition nutzerfreundlicher und erschwinglicher Drucker mit Schneidfunktion fort, heißt es in einer Messe-Information.

Auch der Soljet Pro4 XF-640 ist mit an Bord. Ferner stellt die Roland-Besatzung den VersaUV LEF-20 vor. Dieser kompakte Flachbettdrucker druckt Texte und Bilder mit hoher Auflösung auf eine breitgefächerte Palette an dreidimensionalen Artikeln, darunter iPhone- und Tablet-Hüllen, Stifte, Plexiglas-Fotowürfel, Golfbälle und andere Gegenstände oder Platten bis zu einer Höhe von 10 cm.

➤ www.rolanddg.de

euromedia 2D VINYL P-GB FÜR DIE 2D- VERKLEBUNG

Zur Fespa Digital präsentiert Fujifilm mit dem euromedia 2D Vinyl P-GB erstmalig und europaweit ein neues Produkt für die 2D-Verklebung. Das selbstklebende Material ist nach Herstellerangaben für eine Vielzahl an Anwendungen im Solvent-, Latex- und UV-Druck einsetzbar und besonders für Verklebungen auf ebenen und leicht gewölbten Untergründen geeignet. Der graue Kleber deckt auch kontrastreiche Untergründe zuverlässig ab. Die



Der graue Kleber vom euromedia 2D Vinyl P-GB deckt auch kontrastreiche Untergründe ab.

gute Planlage ermögliche eine einwandfreie Bedruckbarkeit und Weiterverarbeitung. Die laut euromedia besonders weiße, glänzende Oberfläche garantiere die Wiedergabe von leuchtenden Farben und exzellenten Kontrasten. euromedia 2D Vinyl PGB sei dabei sehr dimensionsstabil, auch über lange Zeit und unter widrigen Umständen. Für die Verklebung ist das Material im euromedia-Portfolio zwischen dem 2D Vinyl P-WB (früherer Name: Campaign Vinyl) mit weißem Kleber und dem 2D Smart Apply mit grauem Kleber und Luftkanaltechnologie für die einfache Verklebung angesiedelt. Mit diesen drei Produkten könnten alle Kundenanfragen im Bereich der 2D-Verklebung bedient werden.

➤ www.euromedia.de

Anwendungen im Textilbereich NEUES EPSON SUBLIMATIONS- TRANSFERPAPIER

Epson präsentiert in Kooperation mit Partnerunternehmen eine Vielzahl an Lösungen, die allesamt auf den Epson SureColor SC-S und SureColor SC-F Inkjet Serien basie-



Das neue Epson Sublimationspapier ist für den Druck mit der SureColor SC-F-Serie optimiert.

ren. So werden auf dem Stand Schilder, POS-Materialien, Fahrzeugbeschriftungen, Bühnenausstattungen, Kleidung, Geschenk- und Werbeartikel gestaltet und produziert.

Mit dem neuen ›DS Transfer Production Paper‹ erweitert Epson sein Angebot um ein vielseitig verwendbares Sublimationsmaterial. Dieses exklusiv von Epson angebotene Transferpapier wurde für die SureColor SC-F-Serie in Verbindung mit UltraChrome DS-Tinten optimiert. Es eignet sich für den Einsatz bei großvolumigen Produktionen von Textilien. Das Papier ist leicht (75 g/m²), trocknet schnell, wellt im nassen Zustand nicht und verarbeitet daher auch größere Tintenmengen. Die hohe Stabilität während des Drucks und beim Transfer vereinfacht die Handhabung und ermöglicht professionelle Ergebnisse bei effizienter Nutzung.

➤ www.epson.de

3M

ELEGANTE FARBTÖNE FÜR DAS CAR WRAPPING

Einzigartiges Fahrzeugdesign ermöglicht die Wrap Folie 1080 von 3M. Glanztöne, Mattfarben oder Carbon-Optik: Die Farbpalette der 3M-Folien bietet für jeden Look den passenden Ton. Mit fünf weiteren Farben ist die Auswahl nun auf 55 Farbtöne angewachsen, mit denen sich individuelle Designs auf Autos, Motorrädern oder Bussen verwirklichen lassen. Neu sind die Farben Satin White Aluminium, Gloss Charcoal Metallic, Gloss Blue Steel Me-



tallic, Matte Deep Black und Matte Dark Navy.

Die gegossenen Spezialfolien für die Fahrzeugvollverklebung bieten laut 3M eine schnelle und blasenfreie Verarbeitung. Die Comply-Technologie mit Mikro-Luftkanälen sorgt dafür, dass die Luft zwischen Folie und Lack ausgestrichen werden könne. Die 1,52 m breiten Rollen ließen sich zudem nahtlos auf großen Flächen verkleben. Durch die 3M Controltac Klebstofftechnologie seien die Folien repositionierbar und erleichterten so die Verarbeitung. Die Funktionsdauer liegt laut 3M bei bis zu sechs Jahren in Abhängigkeit von Folientyp und Art des Einsatzes.

➤ www.3m.de

Agfa Graphics

Überarbeitete Anapurna-Versionen für Wide Format

Der Anapurna M3200i RTR für mittlere bis hohe Durchsatzanforderungen gehört zu den ersten Modellen der verbesserten Anapurna-i-Reihe, die für höhere Produktivität und Qualität ausgelegt ist. Auf der Messe wird die Anapurna M3200i RTR mit Doppelrollenzuführung und Mesh-Option gezeigt. Bei einer Druckbreite von 3,2 m erzielt der Rollendrucker im Sechsfarbenendruck (CMYKLcM) bis zu 116 m² Durchsatz pro Stunde im Express Modus. Die optionale Doppelrollenzuführung (Dual Role) ermöglicht das gleichzeitige Drucken auf zwei nebeneinander verwendeten Rollen desselben Materials, die jeweils bis zu 1,52 m breit sein können. Die neue Mesh-Option ermöglicht das Drucken auf Netzmaterialien ohne Liner. Dazu wurde unterhalb des Druckbereiches eine Rinne hinzugefügt, die mit tintenabsorbierendem Mate-



Die i-Reihe erhielt ein völlig neues, modernes Design, das zur standardmäßigen Designperspektive für alle Anapurna-i-Drucker wird.

rial gefüllt ist. Durch diese Option wird der Anwendungsbereich erweitert. Die M3200i RTR verwendet UV-härtende Tinten mit einem laut Agfa großen Farbraum, die lebendige Resultate auf den flexiblen Materialien liefern, einschließlich Bannern, selbstklebendem Vinyl sowie Front- und Backlit. Die überarbeitete Version des Hybrid-Inkjet-Druckers Anapurna M2050i (im Bild oben) für das Wide Format erfüllt nach Angaben von Agfa Graphics den Bedarf an höherer Leistung und Qualität auf einem Markt, der zunehmend nach Professionalität strebt. Mit Druckköpfen neuester Generation erziele die Anapurna M2050i eine Produktivitätssteigerung von bis zu 75% im Vergleich zum Vorgängermodell – bei gleichbleibend hoher Druckqualität. Mit Dual-Board-Druck und randlosem Drucken soll die Produktivität sogar noch weiter gesteigert werden. Die umfangreiche Weiterentwicklung hat das System nach Herstellerangaben noch robuster und damit fit gemacht für höhere Arbeitslasten. In Kombination mit dem präzisen Transportbandsystem erzielen die neuen Druckköpfe eine optimierte Punktpositionierung und versprechen damit exzellente Druckqualität auf einer Vielzahl an Medien. Die Anapurna M2050i bietet eine solide Wiedergabe von Volltonflächen, Schriftgrößen von 4 Punkt sowie eine ausgezeichnete Tonwertreproduktion. Weißdruck ist ebenfalls inbegriffen. Die Anapurna M2050i verwendet UV-härtende Tinten, die für Innen- und Außenanwendungen auf den branchenüblichen flexiblen und starren Materialien einsetzbar sind.

➤ www.agfagraphics.com

Sihl

HP LATEX DRUCKER, MATERIAL UND SERVICE AUS EINER HAND

Die Sihl Direct GmbH festigt ihre Kompetenz beim umweltfreundlichen Druck mit Latex-Tinten. Ab sofort vertreibt das Unternehmen die Drucker HP Latex 310, HP Latex 330 sowie HP Latex 360. Zusätzlich erhalten Druckanwender ein umfangreiches Sortiment an Medien, die für den Einsatz mit der Latex-Drucktechnik optimiert sind. Bereits zur diesjährigen Fespa in München kann die Sihl Direct GmbH für die Drucker der Latex 300 Serie von HP



zertifizierte Sihl Druckmedien vorstellen und liefern. Das Angebot der verfügbaren Latex-Medien wird zudem um das Sihl Vivalux Backlit Heavy Latex 200 erweitert. Über den Verkauf der Produkte hinaus bietet die Sihl Direct dem Latex-Anwender wichtige Mehrwerte. Die Dienstleistungen reichen von der Bedarfsanalyse und Finanzierungs-konzepten über die Installation von Hardware und Software bis hin zu einem leistungsfähigen Service und Support. »Die Sihl Direct versteht sich als Lösungspartner für die LFP Branche. Der Kunde bekommt ein Gesamtkonzept, das individuell auf seine Bedürfnisse abgestimmt ist«, erläutert Wolfgang Tropartz, Leiter Vertrieb der Sihl Direct GmbH.

➤ www.sihl-direct.de



WEB-TO-PRINT

E-Business und Workflows

Mit Karten der Onliner

Im Investitionskompass ›Web-to-Print – E-Business und Workflows‹ werden die Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet. Da wird die Allianz von Druck und Internet ebenso diskutiert wie die Bedeutung moderner Workflows für die Angebote im Internet. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit dem Einbeziehen von Kunden und deren Kunden sowie Handelspartnern in das Geschäftsmodell Web-to-Print, das damit zu einem Modell ›Web-to-Business‹ avanciert. Etwas mehr als 30 Systeme werden in der Marktübersicht Web-to-Print-Systeme anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert. Darüber hinaus gibt es ›Karten der Onliner‹ in Deutschland und der Schweiz sowie eine Marktübersicht der wichtigsten Online-Druckereien mit deren Angeboten. Neben einem Glossar zum Thema Web-to-Print bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Web-to-Print
44 Seiten DIN A4,
davon 7 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabel-
len, Artikel, Anwender-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.



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

15,00 € / 18.00 CHF.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

PRIMER FÜR JETI TITAN S UND HS Ende April feierte der Agfa Jeti Titan HS auf der Sign Expo in Orlando seine Nordamerika-Premiere, jetzt wird er auch in München zu sehen sein. Durch die neue Primer-Option für den Titan S/HS kann die Haftung der Drucktinten und die Haltbarkeit der Drucke auf kniffligen Materialien entscheidend verbessert werden.

Mit der neuesten Generation der Druckköpfe Ricoh Gen 5 mit 1.280 Düsen kombinieren der Jeti Titan S (Speed) und HS (High Speed) laut Agfa eine ausgezeichnete Druckqualität mit hoher Produktivität zu einem »unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis«. Beide Modelle eignen sich für hochwertige Drucke wie POP- und Backlit-Anwendungen als auch für Anwendungen mit hohen Auflagen. Ein neuer digitaler Primer macht die Jeti Titan S und HS jetzt noch vielseitiger. Primer wird in der Regel zur Herstellung von Schildern

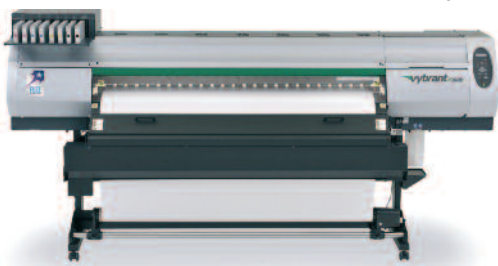


und Displays für Außenanwendungen auf preiswerten, jedoch in Bezug auf die Haftung schwierigeren Bedruckstoffen eingesetzt (zum

Beispiel geriffeltes Polypropylen), mit dem Ziel, die Haltbarkeit der Drucke zu verlängern. Die Primer-Lösung kann als Grundierung entweder auf die gesamte Fläche oder partiell aufgebracht werden. Anschließend wird sie mit dem UV-Trocknungssystem des Druckers ausgehärtet. Der Primer verbessert die Haftung, ohne die maximale Dichte oder den Farbumfang zu beeinträchtigen. > www.agfagraphics.com

FUJIFILM VYBRANT F1600 Fujifilm hat zur Fespa Digital die Einführung des neuen Großformatdruckers Vybrant F1600 angekündigt, ein 1,6 m breites Rolle-zu-Rolle-System, das mit Fujifilms Hybrid Fuze UV-Tintentechnologie ausgestattet ist. Diese Technologie soll die Effizienz und die Ergebnisse, die mit einem großformatigen-Produktionssystem erreichbar sind, verbessern. Der UV-Anteil der Tinte erzeugt einen widerstandsfähigen Farbfilm mit hoher Kratzfestigkeit, während ein Eco-Solvent-Träger für einen flachen Tintenaufbau sorgt und somit die Flexibilität in der Handhabung und Verarbeitung verbessert. Dank der UV-Härtung, ist keine Ausdünstung erforderlich, sodass der Druck sofort weiterverarbeitet und versendet werden kann. Die Vybrant F1600 bietet nach

Herstellerangaben eine Produktivität von bis zu 18 m²/Stunde und arbeitet mit vier Tintenkanälen Cyan, Magenta, Gelb



und Schwarz. Der Drucker soll ideal für das Bedrucken von Vinyl oder anderen flexiblen Materialien für den Innen- oder Außenbereich sein, bei denen Haltbarkeit und kurze Lieferzeiten im Vordergrund stehen. Die Kombination von UV-Komponenten mit einem Eco-Solvent-Träger sorgt für ein hochglänzendes Druckbild mit glatter Oberfläche und lebendiger Farbwiedergabe, heißt es weiter in der Ankündigung. > www.fujifilm.eu

SA International FLEXI SCHNUPPER-ABOS UND SOFTWARE-PRÄSENTATION

SA International (SAi) bietet Besuchern der Fespa Digital eine exklusive Messeaktion: Nutzer aus dem Bereich der Werbetechnik und des LFP-Druck können kostenlos ein 30-Tage-Schnupper-Abo vom Flexi nutzen, die vom Unternehmen angebotene beliebte Software für Druck und Werbetechnik.

Die kürzlich gestartete Abonnementinitiative des Unternehmens – verbunden mit neuen Möglichkeiten zur Kostenkontrolle – sowie die Ankündigung, dass die populäre SAi-Software FlexiPrint von HP für die neuesten Latexdrucksysteme ausgewählt wurde, sind nur zwei der weiteren Highlights, die SAi auf der Messe in München zu bieten hat.

Bei der Fespa Digital erfolgt die EMEA-Einführung der neuen FlexiPrint-Software für die HP-Latexdrucksysteme (HP Latex 310 und 330). Die Drucksysteme werden mit der SAi-Software FlexiPrint HP ausgeliefert. Damit stehen Großformat-Werbetechnikern zahlreiche Funktionen zur Verfügung.

Einen rasanten, bedienerfreundlichen RIP, der PDF-Dateien nativ verarbeitet, verbindet SAi FlexiPrint mit einer Fülle von Bildbearbeitungsfunktionen. Ideal ist die Software nicht nur für Routiniers der Werbetechnik, sondern auch für Print- und Copyshops, die einen flexiblen Einstieg in neue Geschäftsfelder suchen.

Ein besonderes Highlight: SAi FlexiPrint HP (Basic Edition) ist mit der cloudbasierten HP Medienbibliothek integriert. Automatisch heruntergeladen und in die Druckereinstellungen eingebunden werden HP Medienprofile, die – je nach Substrat – für optimale Druckergebnisse sorgen.

> www.thinksai.com

Mutoh DREI NEUE DRUCKER AUF DER FESPA DIGITAL

Mutoh stellt drei neue Drucker vor: einen kompakten 24"-Rolle-zu-Rolle-Drucker und zwei LED-UV-Modelle. Mit der Einführung der LED-UV-Drucker erweitert Mutoh sein Portfolio für Sign & Display, Farbstoffsublimation und textile Direktdruckanwendungen um eine neue Kategorie ökologischer Drucker, die auf Spezialartikel und industrielle Kleinauflagen ausgerichtet sind. Die neuen Druckermodelle werden auf der Messe neben den



Mutoh VJ-1626UH.

ValueJet X-Druckern präsentiert, die Ende Januar 2014 vorgestellt wurden.

Der ValueJet 628 ist Mutohs erster 610 mm breiter Rolle-zu-Rolle-Drucker für Werbedruck-, Werbetechnik-, Beschilderung- und Print-to-Cut-Anwendungen. Der Drucker ist mit den neuesten Micro-Piezo-Druckköpfen ausgestattet und liefert mit acht Tintenkanälen hochwertige Drucke für Innen- und Außenanwendungen.

Der ValueJet VJ-426UF ist ein Desktop A3+ Flachbett LED UV Drucker und bietet die Möglichkeit auf ein breites Spektrum von festen Materialien und Objekten bis zu einer Stärke von 7 cm direkt zu drucken. Der VJ-1626UH ist ein 64" (165 cm) breiter Hybrid LED UV Drucker, der auf einer umfangreichen Auswahl von starren und flexiblen Materialien inklusive wärmeempfindlicher Trägerstoffen druckt.

> www.mutoh.eu

ICH

BIN

DAS

EINZIGE

WAS

SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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

 **PRINT
POWER**

ADD PRINT. ADD POWER

Screen**FLACHBETTDRUCKER TRUEPRESS JET 3200UV HS**

Screen hat mit der Truepress Jet W3200UV HS seine Produktfamilie von UV-Flachbett-Inkjetdruckern erweitert. Das neue Modell bietet eine Ausgabegeschwindigkeit von 150 m²/h und ist damit fast doppelt so schnell wie der im vergangenen Jahr auf den Markt gebrachte Truepress Jet W3200UV mit 85 m²/h. Das neue Drucksystem wird auf der Fespa in München mit zahlreichen neuen Leistungsmerkmalen erstmals der Öffentlichkeit präsentiert.



Truepress Jet W3200UV HS.

Die Truepress Jet W3200UV HS wurde gemeinsam von Screen und deren Tochtergesellschaft Inca Digital entwickelt. Sie Maschine bietet sechs Farben + Weiß und kann eine Vielzahl von starren und flexiblen Substraten mit einer Größe von bis zu 3,2 x 1,6 m und einer Stärke von maximal 50 mm bedrucken. Mit den Truepress-Tinten von Screen einschließlich hochdeckendem Weiß, hellem Cyan und hellem Magenta, bietet die Truepress Jet W3200UV HS hohe Druckqualität auf verschiedenen Substraten.

➤ www.screeneurope.com

Folex**GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK-MEDIEN**

Folex zeigt auf der Fespa Digital in München das integrierte Folex / Regulus Sortiment mit Großformat- und Digitaldruck-Medien. Zum ersten Mal wird der neue, über 30 Seiten umfassende LFP-Produktkatalog präsentiert, der Händlern und Anwendern wertvolle Informationen zu Einsatzzweck und Vorteilen der Materialien liefert. Damit ist ein Nachschlagewerk verfügbar, das wertvolle Dienste bei der Auswahl des richtigen Produktes für die

jeweilige Anwendung leisten wird. Ein Schwerpunkt auf dem Folex-Messestand wird das Segment UV- und Latex-Druck sein. Es werden neue Lösungen gezeigt, die die für Großserienfertigung von Displays benötigte Wirtschaftlichkeit bei maximaler Produktionssicherheit gewährleisten. Auch für Eco-Solvent-Tinten steht für die kostengünstige Serienfertigung mit der Quick-Dry Technologie eine erfolgreiche Produktreihe zur Verfügung, die um einen zusätzlichen Roll-Up Film ergänzt wurde. Weitere Highlights gibt es im Bereich Farbseparation zu sehen: die Filme der ReproJet Reihe für Pigment- und Ecosolvent-Tinten bieten eine Auflösung und Farbtiefe, die sich auch für anspruchsvolle Siebdruck-, Flexo- und Tampon-Anwendungen eignen.

➤ www.folex.com

➤ www.regulus.de

Kiian Digital auf der Fespa SCHWERPUNKT AUF DRUCKFARBENENTWICKLUNGEN

Nach der Bekanntgabe der Kiian Group, dass Kiian Digital eine juristisch eigenständige Einheit geworden ist, hat das unabhängig betriebene Unternehmen sein Engagement im digitalen Sektor gestärkt: Die fortgesetzte Konzentration auf das Entwickeln von Digitaldruckfarben für Textil- und Grafikanwendungen wurde bestätigt. Die neuen Markenkonzepte werden ebenso wie die Ergänzungen im Produktsortiment auf der Fespa Digital 2014 präsentiert.

»Die Fespa Digital ist die ideale Plattform für die Präsentation der jetzt eigenständigen Gesellschaft Kiian Digital auf dem Großformatmarkt«, sagt Roland Biemans, Marketing Director bei Kiian Digital.

»Besucher an unserem Stand werden zu den ersten gehören, die das neue Druckfarbentiment von Kiian Digital in Augenschein nehmen können. Auch die Einsatzgebiete, für die diese Tinten speziell konzipiert sind, werden vorgestellt. Unser neues Portfolio umfasst innovative Zusatzfarben, die das Spektrum für den Sublimationsdruck auf vielfältigen Textilien und Grafikmaterialien erweitern.« Zum Sortiment der Sublimationstinten von Kiian Digital gehören die Digistar-Palette und die kürzlich eingeführte K-One-Tinte für den Kyocera-Inkjet-Druckkopf – damit werden hohe Qualität und Produktivität für die industrielle Fertigung ermöglicht. Die Digistar-Gen-R-Farbformulierung, die zu piezoelektrischen Druckköpfen von Ricoh kompatibel ist, wurde speziell für den Sublimationstransferdruck auf Polyester und Mischfasern mit mindestens 80% Polyester entwickelt. Für Epson-Druckköpfe steht die Digistar-High-Pro-Tinte zur Verfügung, die ebenfalls den Transferdruck auf Polyester und vorbehandelte feste Materialien ermöglicht.

➤ www.kiian.it

Inca Digital und Fujifilm NEUER UV-FLACHBETTDRUCKER INCA ONSET R40I

Inca Digital gibt die Markteinführung seines UV-Flachbettdruckers Inca Onset R40i für das Großformat bekannt. Weltweit wird dieser neue Drucker von Fujifilm, dem exklusiven Vertriebspartner von Inca, an seinem Stand auf der Fespa Digital 2014 erstmals präsentiert.

Der Onset R40i verfügt über Fujifilm Dimatix Spectra-Druckköpfe mit einer Tröpfchengröße von 14 Pikolitern und bietet eine Produktivität von 400 m²/Stunde. Auf Basis der



»Onset Scaleable Architecture«-Plattform ist der neue Onset mit verschiedenen Farboptionen (CMYK, Light Magenta, Light Cyan und Weiß) erhältlich, wobei Kunden die Möglichkeiten haben, ihre Maschine von einer 4-Farben-Konfiguration in eine mit 5, 6 oder 7 Farben (bis zu 8 Farbkäna, 2 für Weiß) zu ändern. Im Zuge ihres Geschäftswachstums und zur Erfüllung ihrer sich ändernden Produktionsanforderungen können Kunden weitere Komponenten des Drucksystems anpassen, wie die UV-Aushärtungslampen, Automation, Geschwindigkeitsmodi, Elektronik und Software. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 80 Vollformat-Bogen/Stunde und einer Auflösung von max. 1.200 dpi können Substrate mit einer Größe von bis zu 3,14 m x 1,6 m und einer Materialstärke von bis zu 50 mm bedruckt werden.

➤ www.fujifilm.eu

➤ www.incadigital.com



»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 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 einer 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 Management 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 technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Studium zum/zur »Publikationsmanager/in« an der »gib«Zürich, der Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation. Mit einer derart qualifizierten Fachkraft sitzen Sie mit Ihrem Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der »Publikationsmanager« ist Synonym für Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

«gib»Zürich-Studium «Publikationsmanager/in ED»

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

Informieren Sie sich eingehend, unverbindlich und persönlich auch über die Zugangsvoraussetzungen für Studenten aus EU-Ländern. 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

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS				
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse	
2014				
23. 06. - 25. 06. 2014	Doxnet, 16. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden		www.doxnet.eu
24. 06. - 26. 06. 2014	Zellcheming, Jahrestagung und Expo	Frankfurt		www.zellcheming.de
26. 08. - 28. 08. 2014	Suisse emex 2014, Messe der Event- und Marketingbranche	Zürich		www.suisse-emex.ch
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2014, World of Imaging	Köln		www.photokina.de
08. 10. - 11. 10. 2014	20. Druck + Form	Sinsheim		www.druckform-messe.de
08. 10. - 12. 10. 2014	Buchmesse Frankfurt 2014	Frankfurt		www.buchmesse.de
13. 10. - 15. 10. 2014	World Publishing Expo 2014, Messe der Zeitungsindustrie	Amsterdam		www.wan-ifra.org
05. 11. - 07. 11. 2014	Viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt		www.viscom-messe.com
2015				
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition	München		www.ice-x.com
18. 05. - 22. 05. 2015	Fespa	Köln		www.fespa.com
19. 05. - 23. 05. 2015	Grafitalia, Fachmesse für die grafische Industrie	Mailand		www.grafitalia.biz
19. 05. - 23. 05. 2015	Converflex, Fachmesse für Papierverarbeitung und Verpackungsdruck	Mailand		www.converflex.it
19. 05. - 23. 05. 2015	IPack-IMA, Messe für die Verarbeitungs- und Verpackungstechnologie	Mailand		www.ipack-ima.com



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

Impressed SMART AUTOMATION ROADSHOW III

Im Mai 2014 startete die Impressed GmbH die dritte Smart Automation Roadshow durch 9 Städte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unter »Smart Automation« versteht Impressed die intelligente Verknüpfung bestehender Systeme und Programme zu einem automatisierten Produktionsworkflow. Wie lassen sich inner- und zwischenbetriebliche Produktionsabläufe effizienter gestalten? Das ist die zentrale Frage der Impressed Automation Roadshow (ISAR). Im Mittelpunkt der ISAR III steht die Verknüpfung von Auftragsdaten (xml, jdf, Datenbanken) mit den Produktionsdaten (PDFs, offene Dateiformate etc.) und die damit verbundene standardisierte und automatisierte Prozess- und Produktionssteuerung. Medien- und Druckdienstleister haben für die zahlreichen Aufgaben und Probleme bei der Erstellung, Verwaltung, Korrektur etc. von Daten in unterschiedliche Soft- und Hardware investiert.

Impressed zeigt auf der ISAR III, wie Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen in alle Stufen des Produktionsprozesses mit einbezogen werden können. Auf Basis eines exemplarischen Management-Information-Systems und einer Produktionsdatenbank wird die Möglichkeit demonstriert, die Kommunikation zwischen Kunde und Dienstleister zu optimieren, auftragspezifische Prüfungen und Korrekturen vorzunehmen und diese Daten dem Kunden zur Freigabe zu übermitteln.

Verbleibende Termine sind der 27. Mai in Berlin, 3. Juni in Ismaning, 4. Juni in Ostfildern, 18. Juni in Hannover, 25. Juni in Zürich und der 26. Juni in Wien.

➤ www.impressed.de

Qualifizierte Fortbildung GEPRÜFTER MEDIEN- PRODUKTIONER/F:MP.

Mit über 500 Absolventen hat die Fortbildung »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.« einen sehr hohen Stellenwert in der Branche. Am 12. September geht es nun in eine weitere Runde.

Fortbildungsangebote unter dem Dach des f:mp.-Campus verfügen über einen hervorragenden Ruf in der grafischen und Kommunikationsindustrie. Das gilt vor allem für »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.«. Die Fortbildung passt sich aufgrund ihres modularen Konzepts hervorragend an die Anforderungen der Medienproduktion an und ist deshalb ein weithin anerkanntes Kriterium für Kompetenz und Know-how.

Aufbauend auf gemeinsamen Basiskompetenzen fokussieren zwei unterschiedliche Schwerpunkte jeweils relevante Inhalte zu den Themenkomplexen Print sowie Online / Mobile / Digital. Dabei können die Teilnehmer sowohl die Grundlagen als auch beide Schwerpunkte gleichzeitig erarbeiten. Alternativ dazu besteht die Möglichkeit, die Grundlagen und lediglich einen Schwerpunkt zu absolvieren. So können die Teilnehmer die Module ganz individuell nach ihren beruflichen Anforderungen im Bereich der Medienproduktion zusammenstellen. Das von den Teilnehmern erworbene Wissen wird anschließend in Form eines Assessment-Centers geprüft.

Die Fortbildung eröffnet den Teilnehmern beste berufliche Qualifikationen. Mittlerweile haben schon über 500 Medienproduktioner erfolgreich an der jährlich stattfindenden Bildungsmaßnahme teilgenommen. Zahlreiche Anfragen belegen die Relevanz einer fundierten und gleichzeitig praxisorientierten Fortbildung. Das Interesse für den im September 2014 in Frankfurt startenden Kurs ist also schon jetzt sehr hoch. Es sind jedoch noch wenige Plätze frei.

➤ www.f-mp.de

Online-Umfrage STRATEGIEN IN DER DRUCKINDUSTRIE

Der Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) bietet am 5. Juni 2014 in Ismaning einen exklusiven Managementtag zum Thema Strategien in der Druckindustrie an. Im Vorfeld befragt der VDMB wieder Unternehmen der Branche zum Thema. Über www.vdmb.de/umfrage-strategie sind alle Unternehmen der Druck- und Medienbranche aufgerufen, ihre Meinung zu diesem Grundsatzthema zu äußern. »Ich kann nur dazu aufrufen, sich bei diesem Thema einzubringen. Die Branche steht auch weiterhin in einem harten Wettbewerb, der Markt wird sich weiter konsolidieren. Wer nicht spätestens jetzt strategisch denkt, wird sich in Zukunft nur schwer behaupten können. Gemeinsam können wir voneinander lernen und uns Handlungsoptionen für eine erfolgreiche Zukunft erarbeiten«, betont VDMB-Hauptgeschäftsführer Holger Busch die Bedeutung des Themas und der Umfrage.

»Die klare strategische Ausrichtung unterscheidet den erfolgreichen Unternehmer vom weniger erfolgreichen. Mit dem Strategietag der Druckindustrie greifen wir dieses lebensnotwendige Thema für unsere Branche auf. Renommierte Wissenschaftler, Unternehmensberater und erfahrene Unternehmer aus der Branche erläutern, warum Strategien wichtig sind und wie man von der Idee zur wirklichen Strategie kommt. Die Teilnehmer lernen Instrumente kennen, wie sie ihre Strategie im Unternehmen umsetzen und dauerhaft verankern. Die Beispiele aus der Praxis beleuchten, welche Fehlerquellen es gibt und wie man sie idealerweise vermeidet«, erläutert Busch das Konzept, das sich im vergangenen Jahr beim Kooperationsstag der Druckindustrie bereits überaus erfolgreich bewährt hat.

➤ www.vdmb.de/strategietag

MfG-Award 2014 startet DIE STÄRKEN VON PRINT UNTER BEWEIS STELLEN

Der MfG-Award 2014 – Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – startet ab sofort. Bis zum 1. August 2014 können Designer, Druckspezialisten und ihre Auftraggeber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Nachwuchsdesigner und Auszubildende ihre Arbeiten einreichen. Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung, Emotion und Individualität – so lauten die offenen Kategorien, mit denen die Stärken gelungener Druck-Erzeugnisse gezeigt werden. Der Nachwuchs wird zudem über die Kategorie »Debütanten« angesprochen. Der MfG-Award unterscheidet sich damit grundlegend von anderen Wettbewerben, in denen nach Produktkategorien bewertet wird. Im Mittelpunkt des bvdM-Wettbewerbes steht, was Print einmalig und unverwechselbar macht: Print überzeugt, vereinfacht, löst Emotionen aus und wirkt häufig nachhaltiger als elektronische Medien. Sämtliche Drucksachen können zur Bewertung eingeschickt werden, die mindestens einer der fünf Kategorien zugeordnet werden können. Der bvdM und die Jury erwarten auch in diesem Jahr faszinierende Wettbewerbsbeiträge, angeregte Diskussionen unter den Experten – und Gewinnerarbeiten, die die Überzeugungskraft gedruckter Medien in ihrer ganzen Breite abbilden.

Eine weiterer Vorteil des MfG-Awards sind seine konstant günstigen Teilnahmegebühren (Profis: ab 125 Euro, Nachwuchs: 25 Euro). Die Preisverleihung findet am 9. Oktober 2014 auf der Frankfurter Buchmesse statt. Alle Informationen zum Wettbewerb, die Ausschreibungsunterlagen und das pdf-Anmeldeformular, wie auch nach der Jury-Sitzung die Präsentationen der Shortlist-Arbeiten sind online zu finden.

➤ www.mfg-award.de

MESSEN IN MAILAND Im nächsten Jahr finden zur Weltausstellung Expo 2015 unter dem Motto ›Feeding the Planet, Energy for Life‹ vom 19. bis 23. Mai in Mailand die Grafitalia, Italiens bedeutendste Fachmesse für die grafische Industrie, und die Converflex, Fachmesse für Papierverarbeitung und Verpackungsdruck, gemeinsam mit der IPack-IMA, Italiens führender Messe für die Verarbeitungs- und Verpackungstechnologie, statt. > www.grafitalia.biz > www.converflex.it > www.ipack-ima.com

FORTBILDUNG IM HAUCHLER STUDIO Das Hauchler Studio, seit nahezu 70 Jahren in der Ausbildung von Führungskräften in Medien, Werbung und Druck tätig, bietet den nächsten Fachschulkurs in Vollzeit vom 29. September 2014 bis 29. Juli 2015 sowie in Teilzeit an Samstagen vom 30. August 2014 bis 23. Juli 2016. In Heidelberg ist der nächste berufsbegleitende Kurs vom 28. März 2015 bis Januar 2017 geplant. Auf einer Infoveranstaltung in Biberach stehen am 10. Mai um 9:30 Uhr Experten zu Struktur, Inhalten, Prüfungsmodalitäten, Förderungsmöglichkeiten sowie Kursinhalten, Ablauf und Besonderheiten im Hauchler Studio Rede und Antwort. > www.hauchler.de

LEHRGANG TYPOGRAFISCHER GESTALTER Im August beginnt an der Schule für Gestaltung St.Gallen der Lehrgang ›Typografischer Gestalter/in‹ mit eidg. Fachausweis. Die Ausbildung hat die Aufgabe, qualifizierte Fachkräfte auszubilden, die schriftästhetische und lesespezifische Aspekte überzeugend vertreten, für formale Qualität der Produkte und für die wirtschaftliche Abwicklung des Auftrags verantwortlich zeichnen. Die Absolventen beraten Kunden in allen Fragen der typografischen und farblichen Gestaltung, der Bildkonzeption und deren Ausführung. Die Anmeldefrist läuft noch bis Ende Mai 2014. > www.gbssg.ch



PRO CARTON Von 17. bis 20. September 2014 findet der ECMA Pro Carton Congress in Sorrento (Italien) statt – dort werden die Preise für den Pro Carton ECMA Award und den Pro Carton Young Design Award vergeben (Einreichfrist: 6. Juni). Es ist der erste gemeinsame Kongress von Pro Carton und ECMA, der Europäischen Carton Makers Association. Das Thema: ›WhatsUp on Cartons? Multiple Challenges ahead‹. > www.ecmaprocartoncongress.com

DEUTSCHE DRUCK- UND MEDIENTAG Erstmals bündeln der Bundesverband Druck und Medien (bvd/m) und der bayerische Landesverband VDMB ihre Jahrestagungen und verknüpfen sie mit dem branchenweit etablierten Unternehmerforum des bvd/m. Damit entsteht – in enger Kooperation mit sämtlichen Verbänden der Branche – ein neuer Treffpunkt für die Industrie. Praxisnah präsentiert und diskutiert werden Entwicklungen der (Print)-Medien und Märkte, Trends im Einkaufsverhalten der Kunden und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen. Die Teilnahme am Deutschen Druck- und Medientag 2014 ist für Mitglieder der Druck- und Medienverbände kostenfrei. Für Nicht-Mitglieder wird eine Teilnahmegebühr von 490,- € erhoben. > www.bvdm-online.de

photokina 2014

Fotografie ist mehr als Technik

Vom 16. bis 21. September 2014 öffnet die photokina, weltweit wichtigste Messe der internationalen Foto- und Imagingbranche, in Köln wieder ihre Tore. Dort werden neben Produktneuheiten aus allen Angebotsbereichen der Imaging-Welt Angebote rund um Action-Cams, das Filmen mit Fotokameras und die Vernetzung der Geräte untereinander und dem Internet zu

cial Events auf dem Messegelände und in der Stadt Köln runden das Programm der photokina ab. So bietet die photokina auch 2014 wieder ein umfassendes Angebot für Imagingprofis und den Fachhandel. Die Angebote im Bereich des Computer Generated Imaging und der Fernoptik mit Weitblick ›Look and See‹ werden fortgesetzt und weiter ausgebaut. Das gilt



den Messethemen zählen. Nach dem Motto ›Fotografie ist mehr als Technik‹ geben fünf Themenwelten der Messe eine kompakte Struktur und greifen stärker als bisher den emotionalen Aspekt der Fotografie auf.

So finden sich Kameras, Objektive und Equipment in der Themenwelt ›Capture your world‹, Licht, Blitze und Stative bilden die Themenwelt ›Light up your world‹. Angebote, die sich mit dem Speichern, Verbinden und Übertragen von Bildern und Daten befassen werden unter ›Share your world‹ zusammengefasst, ›Create your world‹ ist die Themenwelt, die die Angebote rund um Eingabe, Editierung und Verarbeitung beinhaltet. Alle Angebote und Dienstleistungen rund um Druck, Finishing und Präsentation finden sich unter der Überschrift ›Show your world‹.

Ein Eventprogramm mit Kongressen, Workshops, Symposien, Live-Shootings, Bilderschauen und Spe-

auch für den Bereich der photokina professionals, der sich umfassend dem Thema ›Lukrative Geschäftsfelder für den Profifotografen‹ widmet. Zudem hält photokina communities unter der Überschrift ›Be mobile, be in action, be connected‹ ein Bühnenprogramm für reale und virtuelle Communities sowie Aussteller rund um die Themen ›Social Media‹, ›Connectivity‹, ›Mobile apps‹ und ›Action/Outdoor cams‹ bereit.

> www.photokina.de

f:mp.

»ALLES WAS RECHT IST 2.0« –
ONLINE/MOBILE/PRINT

Aufgrund der aktuellen Entwicklung im Bereich der Online- und Mobile-Anwendungen wurde der Schwerpunkt der Seminarreihe »Alles was Recht ist 2.0« speziell auf diesen Bereich gelegt, ohne das Basiswissen zu Vertragsgestaltung, Geschäftsbedingungen und Gewährleistung zu vernachlässigen. Jeder, der sich im Berufsalltag mit der Produktion von Print-, Online- oder digitalen Medien auseinandersetzt, wird auch mit rechtlichen Erfordernissen konfrontiert. Die Seminarreihe »Alles was Recht ist 2.0«, die der f:mp. in Kooperation mit der Kanzlei Ellmer & Bengsch-Ellmer veranstaltet, vermittelt notwendige Kenntnisse, um juristische Fallstricke vermeiden, frühzeitig erkennen und weitestgehend selbstständig lösen zu können. Dazu werden unter anderem typische Probleme und gesetzliche Vorgaben erläutert und ein Überblick über Rechte und Pflichten geboten. Der Referent Horst-Michael Ellmer, Rechtsanwalt und Mediator, beantwortet gerne auch Fragen zu individuellen Problemstellungen aus dem Berufsalltag der Teilnehmer. Hierdurch wird neben der hohen Relevanz des Themas an sich auch ein konkreter Praxisbezug geschaffen. Die Seminare finden noch am 2. Juni 2014 in Köln und am 25. Juni 2014 in München statt. Die Kosten der Teilnahme betragen 395 Euro. Mitglieder des f:mp. zahlen eine verminderte Seminargebühr von 295 Euro. In den Preisen sind neben ausführlichen Seminarunterlagen auch Getränke und Mittagessen enthalten.

» www.f-mp.de/seminare

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
26. 05. - 27. 05.	vdmb , Illustrator/InDesign Spezial: Verpackungs- und Etikettenerstellung	Ismaning
26. 05. - 27. 05.	tgm , Adobe Illustrator	München
27. 05. - 28. 05.	cleverprinting , Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	Frankfurt
30. 05. - 31. 05.	tgm , Typografie intensiv – Raster	Germering
01. 06.	tgm , Geodaten visualisieren	München
02. 06.	tgm , Adobe Illustrator	München
02. 06.	cleverprinting , Colormanagement in der Praxis	Hannover
03. 06.	cleverprinting , Acrobat und PDF/X	Hannover
04. 06.	cleverprinting , PitStop	Hannover
04. 06.	vdmb , Colormanagement: Colormanagement in DTP-Anwendungen	Ismaning
04. 06. - 05. 06.	WAN-IFRA , Zeitung Digital 2014	Berlin
04. 06. - 05. 06.	Heidelberg PMA , Spitzenleistung für Verpacker	Wiesloch
05. 06.	tgm , Adobe Illustrator	München
05. 06.	cleverprinting , Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hannover
06. 06.	cleverprinting , Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Hannover
10. 06. - 11. 06.	Polar , Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
10. 06. - 12. 06.	Heidelberg PMA , Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1	Ludwigsburg
12. 06. - 13. 06.	Polar , Bedienerkurs für Polar Computcut V 4.10.1 und V 5.0.2	Hofheim
23. 06. - 27. 06.	Heidelberg PMA , Falzen Aufbau Modul 2	Ludwigsburg
25. 06. - 26. 06.	vdmb , E-Books: E-Books mit InDesign erstellen	Ismaning
26. 06.	Heidelberg PMA , HEI Open Days	Heidelberg
26. 06.	cleverprinting , InDesign Expertentag: Autom. Katalog- und Prospekt-Produktion	Düsseldorf
27. 06.	cleverprinting , InDesign Expertentag: Autom. Katalog- und Prospekt-Produktion	Düsseldorf
27. 06.	vdmb , Gestaltung: Zeitschriften- und Magazingestaltung für iPad & Co.	Ismaning
27. 06. - 29. 06.	tgm , Sommerakademie: Freiheit für die Typografie	Chiemsee
28. 06.	tgm , Typograffiti-Workshop	München
01. 07.	vdmb , Colormanagement: Praxis-Know-how für Fortgeschrittene	Ismaning
02. 07.	Dr. Hönle AG , Aushärtung mit UV-LEDs	Gräfelfing
02. 07. - 03. 07.	tgm , Adobe Acrobat	München
05. 07. - 06. 07.	tgm , XML: Grundlagen und Praxis	München
07. 07. - 08. 07.	Polar , Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim
07. 07. - 09. 07.	vdmb , InDesign Basis: sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Ismaning
09. 07.	tgm , Adobe Acrobat	München
09. 07. - 10. 07.	Polar , Bedienerkurs für Polar Computcut V 4.10.2 und V 5.0.4	Hofheim
10. 07.	vdmb , Know-how für Kundenberater – Teil 1: Druckvorstufe und Reproduktion	Ismaning
11. 07.	vdmb , Know-how für Kundenberater – Teil 2: Papier und Druck	Ismaning
11. 07. - 12. 07.	tgm , Typografie intensiv 10 – Prospekte	Germering
16. 07.	vdmb , ProzessStandard Offsetdruck: PSO Uptade: refresh your standard	Ismaning
16. 07. - 17. 07.	vdmb , Tablet-Publishing: Digitale Magazine fürs iPad & Co. mit InDesign erstellen	Ismaning
18. 07.	tgm , Vernissage – 60. TDC-Show und Granshan meets Reading	München
21. 07.	vdmb , Know-how für Kundenberater – Teil 3: Ausschließen und Weiterverarbeitung	Ismaning
22. 07.	vdmb , Know-how für Kundenberater – Teil 4: Projektmanagement für Printprodukte	Ismaning
23. 07.	vdmb , InDesign Update: Creative Suite 6: die Neuheiten im Überblick	Ismaning
24. 07.	vdmb , Photoshop Spezial: Moderne Bildbearbeitung 3: professionelle Farbkorrekturen	Ismaning
30. 07. - 03. 08.	tgm , Sommerakademie: Konzept, System und visuelle Gestaltung	Chiemsee

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

» cleverprinting.de » hoenle.de » polar-mohr.com » print-media-academy.de » tgm-online.de
 » vdmb.de » wan-ifra.org

f:mp.

GEPRÜFTER MEDIEN-PRODUKTIONER/F:MP.

Direkt nach dem Ende des neuen Fortbildungsmoduls ›Geprüfter Medienproduktionsf:mp. – Schwerpunkt Druckveredelung‹ organisiert der f:mp. bereits den zweiten Kurs in diesem Jahr. Start ist am 4. September 2014 in Köln.

Die positive Resonanz der Teilnehmer des ersten Kurses war mehr als überzeugend. Das spricht nicht nur für die Kompetenz der Referenten und den Vorteil des Konzepts, das fundierte Wissensvermittlung mit praktischem Know-how kombiniert. »Der Zuspruch, den wir von den Teilnehmern bekommen haben, belegt auch die Relevanz dieses Themas und dessen Bedeutung im Rahmen der Medienproduktion«, so Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbands Medienproduktions e. V. (f:mp.). »Druckveredelung schafft Zusatznutzen und präsentiert Wertigkeit. Das sind angesichts der zunehmenden Digitalisierung von Kommunikation wichtige Schlüsselfaktoren, die es zu nutzen gilt.«

Die Fortbildung erweitert die theoretischen, technischen und praktischen Kenntnisse der Medienproduktions, damit diese ihr Know-how im Umfeld der kreativen Beratung unter Beweis stellen können. Für viele Kommunikationsstrategien ist es erfolgsentscheidend, dass einerseits alle Möglichkeiten der Standardisierung und damit der industriellen Printproduktion ausgereizt werden und andererseits die Wirkmechanismen der Druckveredelung, Weiterverarbeitung und Individualisierung effektiv integriert werden. An dieser Stelle können Medienproduktions mit ihren Kompetenzen einen wesentlichen Beitrag für den Erfolg von Kommunikation leisten.

➤ www.f-mp.de

Wettbewerb

DER NEUNTE FEDRIGONI TOP AWARD HAT BEGONNEN

Ein internationaler Wettbewerb der sich an alle Kreativen richtet, die zwischen Mai 2013 und Juli 2014 hochwertige Arbeiten mit Fedrigoni-Papieren umgesetzt haben.

Agenturen, Grafiker, Druckereien, Verleger oder auch Industrieunternehmen haben hier die Möglichkeit ihre außergewöhnlichen Projekte zu präsentieren.

Druckprojekte können für folgende fünf Kategorien eingereicht werden:

- 1) Bücher (Gianfranco Fedrigoni gewidmet): Bücher, Kunstkataloge etc.
- 2) Corporate Publishing: Broschüren, Produktkataloge, Geschäftsberichte, Grußkarten und Einladungen, Kalender, Notebooks, Tagebücher etc.
- 3) Etiketten: auf einer Verpackung angebracht wie Lebensmitteletiketten, Weinetiketten, Spirituosenetiketten etc. (unterstützt durch die Firma Manter).
- 4) Verpackung: Schachteln, Etuis, Papiertragetaschen, Displays etc.
- 5) HP Indigo Digitaldruck: Druckprojekte die im HP Indigo Digitaldruck realisiert wurden.

Die Bewertung und Auswahl der Arbeiten ist einer Gruppe internationaler und unabhängiger Experten aus der Welt des Designs und der Grafik anvertraut und beruht auf Kriterien wie Originalität, Funktionalität und Umsetzung sowie dem kreativen Einsatz des Papiers. Die Gewinner erhalten eine Auszeichnung und die Arbeiten werden im März 2015 auf einer Ausstellung in London präsentiert. Zusätzlich wird ein Katalog erstellt, der während der Ausstellung verteilt und an ein qualifiziertes Publikum verschickt wird. Eine Auswahl der besten Arbeiten wird anschließend im Internet veröffentlicht.

Die Teilnahme am Fedrigoni Top Award ist kostenlos, Anmeldeschluss ist am 31. Juli 2014.

➤ www.fedrigonitopaward.com

Doxnet Veranstaltungen 2014 MESSEN UND EIGENE VERANSTALTUNGEN

Das Erfolgsgeheimnis von Doxnet ist schnell gelüftet: eine Mischung aus Fachvorträgen, direkten Kontakten zu führenden Herstellern der Hard- und Softwarebranche, ein einzigartiges Branchennetzwerk sowie ein ausgewogenes Tagungsangebot machen den Verband und seine Dienstleistungen so attraktiv. Mit über 700 Fachleuten aus rund 200 Firmen und Organisationen bietet der Verband seinen Mitgliedern ständig aktuelle Informationen und Veranstaltungen – in der Summe eine hochinteressante Plattform für einen Wissensaustausch. Über das Jahr verteilt bietet der Verband folgende Veranstaltungen an:

16. Doxnet Fachkonferenz und Ausstellung im Kongresshaus in Baden-Baden (23. bis 25. Juni 2014); Doxnet Studienreise zu Steinbeis Papier GmbH nach Glückstadt (3. + 4. Juni 2014); Doxnet Round Table während der DMS Expo In Stuttgart (8. Oktober 2014); Doxnet Round Table während der Druck + Form in Sinsheim (9. Oktober 2014); Doxnet-vor-Ort in Wien und Großenbergsdorf (20. + 21. Oktober 2014) und Doxnet-Tag in München (6. November 2014).

➤ www.doxnet.eu

Quark

QUARKXPRESS MASTERCLASS-TRAININGS-SERIE

Um Designern und Produktionsleuten zu helfen, das Beste aus QuarkXPress herauszuholen, bietet Quark ab Anfang Mai eine Reihe von sechs kostenlosen Online-Trainings-einheiten. Es werden zu unterschiedlichen Themen Best Practises, spezielle Tastenkürzel und andere QuarkXPress Tipps und Tricks vorgestellt. Jede Masterclass-Sitzung dauert 30 Minuten und wird von einem QuarkXPress Experten präsentiert. Die Teilnehmer können an den Sessions als Live-Webinar teilnehmen, oder im Nachgang auf die Video-Aufzeichnungen zugreifen. Jeder Teilnehmer, der an allen sechs Live-Sessions teilnimmt, oder sich alle Sitzungen On-Demand ansieht, erhält ein persönliches Zertifikat und das Quark Masterclass-Logo, welches für die persönliche Webseite oder im LinkedIn Profil genutzt werden kann, um die neu erworbenen QuarkXPress Fähigkeiten zu bestätigen. Die Teilnehmer aller sechs Live- oder On-Demand-Lektionen haben außerdem die Chance ein iPad in der finalen Verlosung im November zu gewinnen.

QuarkXPress Masterclass-Trainings-Inhalte: Objektstile, Zeichenstilvorlagen und bedingte Stile (Lektion 1 am 7. Mai), Typographie: Unterschneidungen, OpenType-Funktionen und Schriftenverwaltung (Lektion 2 am 4. Juni), Preflight: Verwendung von Job Jackets, Voransichten und Proofing (Lektion 3 am 9. Juli), App Studio: HTML5-Animationen und interaktive App-Inhalte (Lektion 4 am 6. August), Produktion: PDF/X und Farbmanagement (Lektion 5 am 1. Oktober) und Publishing: eBooks und ePUB (Lektion 6 am 29. Oktober).

➤ <http://content.quark.com/QuarkXPress-DE-Masterclass-Series.html>

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


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

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



NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau



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

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

Heftmechaniken
selbstklebend, mit Abheftvorrichtung

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

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

WEITERVERARBEITUNG

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

„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
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

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

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

WEITERVERARBEITUNG



RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau



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

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

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Print- und Medienindustrie und erscheint im 18. Jahrgang sechs mal pro Jahr. Zudem erscheint »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin etwa alle 14 Tage im Internet. In den Heften der Reihe »Druckmarkt Collection« werden spezielle Themen aufbereitet und erscheinen als Dossier oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten.

Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Heft-Einzelverkauf:
12,00 € plus Versandkosten.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur und Herausgeber)
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2014



»Druckmarkt« ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel



Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.

www.druckmarkt.ch

Wissen

WO ES LANG GEHT

Investitionsentscheidungen werden durch eine zunehmende Vielfalt an Lösungen nicht einfacher. Wer kennt noch die Unterschiede und wer hat noch die Zeit, die Fakten im Detail zu vergleichen? Das lässt viele Entscheider alles andere als ruhig schlafen.

Abhilfe schafft das Printmagazin »Druckmarkt«, das mit seinen Analysen und Übersichten Maßstäbe gesetzt hat. Seit über fünfzehn Jahren erscheint das Magazin und die Nachschlagewerke »Investitionskompass«. Wir analysieren die aktuelle Situation der Branche anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, Manager und Macher zu Wort kommen, informieren und kommentieren.



Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

Druckmarkt • Abo-Service
Ahornweg 20 • D-56814 Fankel/Mosel
Tel. (+49) 0 26 71 - 38 36

www.druckmarkt.com