

DRUCKMARKT 7. Juli 2014 impressions 83

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition 

Evolution ohne Kopfbewegung

Die One-Pass-Drucker kommen – ab Seite 16.

Markt & Zahlen: Kurze Wege, schnelle Entscheidungen. **Seite 10.**

Large-Format-Printing: Der lange Weg zum Inkjet-Material. **Seite 12.**

Print & Finishing: Inkjet-Revolution beim Veredeln. **Seite 28.**

Bildung, Termine & Events: Terminkalender und News. **Seite 44.**

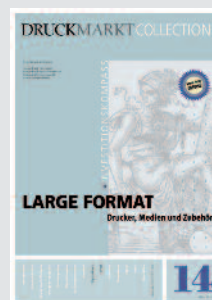
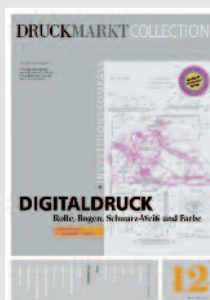


DIE Schlaumacher

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.ch



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 18,00 CHF zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Evolution und Kopfschütteln

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 100 Millionen Euro für Nanografie-Projekt
- 07 Lösungen für Druck, Beschichtung und Veredelung
- 10 Kurze Wege, schnelle Entscheidungen

Print & Finishing

- 12 Der lange Weg zum Inkjet-Material
- 16 Geiz ist ganz und gar nicht geil
- 18 Von links nach rechts, von rechts nach links
- 20 Fespa-Nachrichten
- 24 Evolution ohne Kopfbewegung
- 28 Inkjet-Revolution beim Veredeln
- 30 Industrielles Drucken par excellence
- 32 Nachrichten
- 32 Öfter mal was Neues ausprobieren
- 34 CPI schlägt neues Buchdruck-Kapitel auf
- 38 Inkjet-Farbmaschine im Beta-Test
- 41 Eine statt drei Linien
- 42 Neue Geräteklasse in der Densitometrie

Bildung, Termine & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Nachrichten
- 46 Seminare und sonstige Veranstaltungen
- 49 Business to Business
- 49 Impressum

Seit gut 20 Jahren sprechen wir nun vom Digitaldruck, jenem Druckverfahren, das bei seiner Vorstellung nicht neu war, sondern der Druckindustrie nur andere Maschinen, Toner, RIPs und Workflows anbot. Längst vorher schon wurde in Rechenzentren digital gedruckt – im Büro ohnehin. Denn was anderes als digitale Daten soll ein Computer an einen Drucker schicken? Und was soll der wohl anderes tun als digital drucken?

In diesen gut 20 Jahren nach Vorstellung der Xeikon und Indigo zur IpeX 1993 hat sich unglaublich viel getan. Die Maschinen sind schneller geworden, die Qualität wurde permanent gesteigert, die Arbeitsabläufe wurden geschmeidiger und neue digitale Druckverfahren sind dazu gekommen. Längst geben nicht mehr die Toner-Maschinen den Takt vor – auch wenn sie noch zu Tausenden installiert sind. Der Inkjet hat das Zepter übernommen in Bezug auf Anwendungsvielfalt (zum Beispiel im Large-Format-Printing) und bei der Leistungsfähigkeit (im Highspeed-Rollendruck).

Jetzt legt HP mit seiner PageWide-Technologie noch eine Schippe drauf. Zunächst einmal im Bogenformat 70 x 100 cm sollen Großformatdrucker für reprografische Anwendungen auf den Markt kommen. Andere Anwendungsbereiche und -formate werden explizit nicht ausgeschlossen. Es wäre auch fatal, nachdem Steinemann jetzt eine Lackiermaschine im B1-Format vorgestellt hat. Leistung: 10.000 Bogen/Stunde. Beides sind Technologien mit starken Druckköpfen, die auf durchlaufende Bogen drucken. Genau das ist es, was wir unter ›Evolution ohne Kopfbewegung‹ verstehen (siehe auch die Artikel ab Seite 18). Die Diskussion, wann das zeitraubende Scannen von links nach rechts und umgekehrt endlich ein Ende hat, ist somit nur noch eine Frage der Zeit. Denn nachdem HP vorgelegt hat, werden auch alle anderen ihre Schubladen aufmachen und nachziehen müssen.

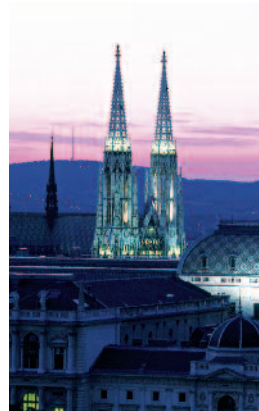
Doch trotz all dieser technischen Fortschritte verharren die Hersteller (und insbesondere ihre Marketing-, Verkaufs- und Kommunikations-Abteilungen) noch immer auf dem, was schon zu Beginn des Digitaldrucks der völlig falsche Ansatz war: Es geht nicht darum, den Offset zu verdrängen! Der hat Stärken, an die der Digitaldruck so schnell nicht herankommt. Es gilt, ihn zu ergänzen. Es geht auch nicht darum, immer wieder darauf hinzuweisen, dass man im Digitaldruck Offsetqualität erreiche. Für solche Argumentationen haben wir nur noch ein Kopfschütteln übrig. Denn warum kastriert man eine Drucktechnologie auf den Farbraum des Offsetdrucks? Besser sollten die Vorteile des Inkjet-Digitaldrucks mit acht oder zwölf (und sicher auch noch mehr Farben) genutzt werden, ein Verfahren auf die Beine zu stellen, das besser ist als der Offsetdruck!



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again



Für den Druckmarkt berichten heißt auch, viel unterwegs zu sein. Alleine schon wegen der Schwesterzeitschrift Druckmarkt Schweiz. Denn mit den eigenen Augen erlebt, lässt sich ein viel besserer Blick auf das Branchengeschehen richten. Und auch für diese Ausgabe waren wir wieder kräftig auf Achse. Hier also einige Stationen, die zum Inhalt des Heftes beigetragen haben.

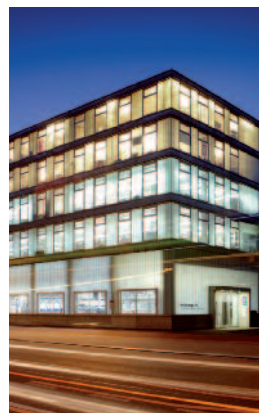
Nein, es sind nicht immer die spektakulärsten Orte, an denen wir unsere Informationen beziehen, oft genug ist es auch der eigene Schreibtisch. Doch auch die Eindrücke anderer tragen durchaus dazu bei, einen einigermaßen dichten Überblick über das zu bekommen, was in der Branche aktuell passiert. Und das ist in den letzten zwei Monaten, seit wir unsere Ausgabe 90 veröffentlicht haben, einiges passiert ist, haben wir etliche Kilometer im Auto und im Flieger hinter uns gebracht, haben intensiv zugehört, haben notiert sowie diskutiert und nebenbei auch etwas von Land und Leuten gesehen. Vor allem aber, so lässt sich feststellen, es wird scheinbar nirgendwo so viel gedruckt wie überall!

VANCOUVER Anfang April in Canadas Westen: Noch ist der Winter nicht ganz vorbei und der Frühling nicht richtig da, da gewährte Canon ausgewählten Kunden einen Blick in die Produktion am Standort Vancouver, wo der neue Large-Format-Printer Arizona hergestellt wird. Vorgestellt wurde er erst zur Fespa in München. Mehr auf Seite 22.

BARCELONA Eine bahnbrechende Technologie hat HP vorgestellt: Es geht um den One-Pass-Druck im Large-Format-Printing (siehe auch Seite 18 in unserem Beitrag ›Von links nach rechts und rechts nach links‹). Weitere Details zu der neuen HP-Strategie und der Ankündigung der PageWide-Technologie lesen Sie auf Seite 24.

WIEN Nun bekommt Österreich wahrscheinlich ein eigenes Fachevent mit Konferenz und Ausstellung für den Druck, für Publishing, Werbetechnik und Verpackung. Jedenfalls laufen die Vorbereitungen für den Event in Wien bereits auf vollen Touren. Geplanter Termin: 15. bis 17. April 2015. Mehr zum Event auf Seite 44.

AMSTERDAM Die Vorbereitungen für die World Publishing Expo 2014, die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) vom 13. bis 15. Oktober 2014 in Amsterdam ausgerichtet wird, nehmen Gestalt an. Auch andere Events stehen an. Mehr zu Veranstaltungen, Seminaren und Terminen auf Seite 42.



CANNES Das von der Kreativagentur Geometry für den Feinstpapierhersteller Fedrigoni entwickelte Designprojekt ›The Paper Skin‹ wurde beim 61. International Festival of Creativity in Cannes mit einem Bronzenen Löwen ausgezeichnet. Über die Leica X2-Sonderedition ›The Paper Skin‹ hatten wir bereits in unserer Ausgabe ›Druckmarkt 89 im Februar 2014 ausführlich berichtet. Nachschlagen lohnt sich also.

MARKTHEIDENFELD Flyeralarm kennt jeder, das Druckhaus Mainfranken, das für den Onlineprinter druckt, in unserer Branche auch. Aber wo liegt jetzt dieses Marktheidenfeld genau? Auch wir mussten uns erst mal schlau machen, wo wir hinfahren hatten, als wir die Einladung von Steinemann ins Druckhaus bekamen. Was wir dort zu sehen bekamen, war die Reise allemal wert: ein Inkjet-Lackiersystem im Formatbereich 70 x 100 cm. Weitere Details auf Seite 28.

ZÜRICH Um den traditionsreichen Bogenoffsetdruckmaschinenhersteller manroland war es lange sehr ruhig. Ende Mai meldete er sich wieder zu Wort. Treffpunkt war die Druckerei Karl Schwegler AG in Zürich. Die Führungsriege der manroland Swiss und der Geschäftsführer des Offenbacher Herstellers manroland Sheetfed warfen einen Blick zurück und erläuterten ihre Pläne. Ein aufschlussreiches Gespräch – nicht nur für die Schweiz: Seite 10.

LUDWIGSBURG Jawohl, ein Schloss soll es in Ludwigsburg auch geben. Aber auch dieses Mal ging es für uns vorbei am barocken Bauwerk direkt über die Neckarbrücke zur Falzmaschinenfabrik von Heidelberg zu den Falztagen, die Anfang Juni stattfanden. Hier erfuhren wir Neues aus dem Bereich der Weiterverarbeitung. Den Bericht über die Veranstaltung können Sie in der nächsten Ausgabe lesen. Die erscheint am 21. Juli.



FANKEL Verpackung ist der Schwerpunkt des aktuellen ›Druckmarkt-Magazins, das soeben erschienen ist. Darin berichten wir über verschiedene Veranstaltungen zum Thema und haben uns einmal Gedanken gemacht über das derzeit heiß diskutierte Thema der Verpackungsproduktion im Digitaldruck. Mehr im **Heft 91**.



DÜREN Ach nein, wie idyllisch: eine Chemiefabrik mitten im Grünen. Eine, die Papiere und Folien beschichtet. Und das schon seit über 100 Jahren. Aber das mit dem Grün meint das Unternehmen ernst. Denn Sihl legt größten Wert auf Nachhaltigkeit. Wie sich Sihl aufgestellt hat, was produziert wird und wie Umweltschutz gelebt wird, erfahren wir vor Ort und Sie in dieser Ausgabe ab Seite **12**.



MÜNCHEN Strahlender Sonnenschein während der Fespa Digital vom 20. bis 23. Mai 2014 (siehe dazu unseren Bericht auf Seite **18**). Während der Messe, nachmittags am 21. Mai, feierte die European Digital Press Association (EDP) die Gewinner des 8. EDP-Awards. Mehr als 120 neue Produkte wurden eingereicht, von denen schließlich



28 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet wurden. Alle Preisträger finden Sie in der Anzeige auf Seite **31**. »Die erstaunliche Anzahl von 60 nominierten Produkten durch den Technischen Ausschuss der EDP zeigt die Innovationskraft der Branche«, betonte EDP-Präsident Rudolf Messer während der Feierstunde. Die Awards der EDP sind ein renommierteres Instrument der Entscheidungshilfe für die Anwender neuer Technologien.

Rudolf Messer nutzte bei der EDV-Preisverleihung auch die Gelegenheit vor mehr als 70 Vertretern der herstellenden Industrie, die wichtige Aufgabe der Fachzeitschriften als solche darzustellen. »Wir sind das Transportmittel für Ihre Nachrichten an die potenziellen Kunden – und das in der Regel kostenlos. Aber wir brauchen auch Budgets, um unsere Ausgaben zu decken. Deshalb denken Sie bei den nächsten Etat-Beratungen an diese Tatsache. Denn man stelle sich vor: Es gibt Nachrichten, die vermittelt werden sollen – auch auf Papier – aber es gibt keine Fachzeitschriften mehr für die Verbreitung der Botschaften.«

Die EDP Association wurde 2006 von sechs Fachzeitschriften mit dem redaktionellen Schwerpunkt auf Digitaldruck und digitale Produktion gegründet. Inzwischen zählt die EDP 20 Mitgliedszeitschriften in ganz Europa, deckt 25 Länder ab und erreicht in Europa mehr als eine halbe Million Leser.

Eines der Ziele der EDP Association ist es, Anwender bei der richtigen Wahl ihrer Technologien zu unterstützen. Denn nicht jedes High-Tech-Produktionswerkzeug erfüllt die Anforderungen in einer anspruchsvollen Produktionsumgebung.

Die nächste Runde für die EDV-Awards 2014/2015 hat bereits begonnen und gilt für alle Produkte, die nach dem 1. April 2014 angekündigt oder auf den Markt gebracht wurden. Die Anmeldefrist endet am 28. Februar 2015.

› www.edp-net.org

DRUCKMARKT impressions

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können, oder die Informationen, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie etwa alle 14 Tage in unserem PDF-Magazin ›DRUCKMARKT impressions‹, das auf der Internet-Seite des Druckmarkt publiziert wird.

Dabei ist ›Druckmarkt impressions‹ kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin im PDF-Format, das zeitversetzt oder parallel und als Ergänzung zu den in der Schweiz und in Deutschland publizierten Ausgaben erscheint.

Damit ist ›Druckmarkt impressions‹ ein ergänzendes Format unseres Fachmagazins: mit Nachrichten, Basisartikeln, Anwenderreportagen, Termin Tabellen für die nächsten Wochen und Monaten, aktuellen Terminen, ergänzenden Informationen und ganzen Schwerpunktausgaben.

Dabei machen die Links zu weiterführenden Informationen oder auf zurückliegende Ausgaben zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben des Druckmarkt aktuell und zeitgemäß ergänzt.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

KUNDENCENTER FÜR INKJET Xerox hat Anfang Juni ein neues europäisches Kundenzentrum mit dem Schwerpunkt Inkjet-Drucksysteme und -Services eröffnet. Das Impika Inkjet Innovation Centre im französischen Aubagne verfügt über einen knapp 8.500 m² großen Ausstellungsraum mit Impika Inkjet-Drucksystemen, der an die Produktionsstätten und



Forschungseinrichtungen des Unternehmens angrenzt. Im Centre können Kunden und Interessenten die Inkjet-Maschinen Technologie testen. »Nach dem Erwerb von Impika im Jahr 2013 stellt die Eröffnung des Centres einen Meilenstein für unsere Inkjet-Strategie dar«, erklärt Andrew Copley, Präsident Graphic Communications Operations bei Xerox. Zu den ausgestellten Produkten gehören die Impika iPrint Compact, iPrint Reference, iPrint eVolution und iPrint eXtreme sowie die iEngine 1000 und 1000L. > www.xerox.de

gibt es online etwa vielfältigere Werbeformen als in den anderen Medien. Wenn es dann von Onlinewerbeformen nur so wimmelt – Banner, Social-Media-Werbung, Promotion, In-Video-Ads, Suchmaschinen-Werbeanzeigen etc. – wird wohl etwas hängen bleiben, wollen die Online-Werber ihren Kunden weiß machen. Doch viel nutzt nicht immer viel.

NUTZER IGNORIEREN ONLINEWERBUNG Eine Studie belegt, was wir ohnehin schon seit längerer Zeit »gefühl« und auch bereits publiziert haben. Onlinewerbung wird von einer Mehrheit der Nutzer ignoriert. Laut der Studie von Harris Interactive unter 2.000 US-Amerikanern ab 18 Jahren ignorieren über 82% Onlinewerbung. Mit deutlichem Abstand folgen Fernsehen (37%) und Radio (36%). Am wenigsten Ignoranz findet im Druckmedium Zeitung statt, dort schaffen es nur 35% der Leser, Anzeigen zu übersehen. Ähnliches dürfte sicher auch für Magazine und andere werbegeeignete Druckmedien gelten.

Nun kann man lange diskutieren und diese Zahlen wieder relativieren. So gibt es online etwa vielfältigere Werbeformen als in den anderen Medien. Wenn es dann von Onlinewerbeformen nur so wimmelt – Banner, Social-Media-Werbung, Promotion, In-Video-Ads, Suchmaschinen-Werbeanzeigen etc. – wird wohl etwas hängen bleiben, wollen die Online-Werber ihren Kunden weiß machen. Doch viel nutzt nicht immer viel.

VERTRIEBS- UND MARKETINGAKTIVITÄTEN Ricoh Deutschland hat die bisher separaten Divisionen Sales und Marketing am 1. Juli 2014 organisatorisch zusammengeführt. Ziel ist es nach Angaben von Ricoh, durch die gemeinsame Nutzung vorhandener Ressourcen weitere Synergiepotenziale zu erschließen und Vertriebsaktivitäten stärker und effektiver auf Markt- und Kundenanforderungen auszurichten. Die Verantwortung dafür übernimmt Peter Tabke, der bereits seit 1. November 2011 als Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung die deutsche Vertriebsorganisation leitet.

GEMEINNÜTZIGES KINDER-FUSSBALLTURNIER Der Polar Mohr Cup 2014 fand in diesem Jahr am 5. Juli statt. Das seit Jahren etablierte Fußballturnier für junge Nachwuchskicker im Alter von 8 bis 9 Jahren fand zum wiederholten Mal zu einem gemeinnützigen Zweck statt. Die Einnahmen aus den Startgeldern der teilnehmenden Mannschaften wurden vom SV 09 Hofheim und Polar Mohr auf eine runde Zahl erhöht. So konnte ein Betrag von 700 € an eine gemeinnützige Organisation gespendet werden. > www.polar.mohr.com

Altana beteiligt sich an Landa Digital Printing

100 Millionen Euro für Nanografie-Projekt

Seit der ersten Präsentation auf der drupa 2012, als Benny Landa mit seiner Nanografie-Maschine sein Marketing-Feuerwerk abbrannte, ist es eher ruhig geworden um die als »bahnbrechend« bezeichnete Technologie. Die Erkenntnis, das Maschinenlayout und die Architektur ändern zu müssen, sorgte wohl für die größte Verzögerung bei dem ehrgeizigen Projekt – immer wieder wurde die Auslieferung erster Maschinen verschoben. Jetzt wurde bekannt, dass sich Auslieferung von Beta-Maschinen abermals, nun auf die erste Hälfte 2015, verschiebt. In der zweiten Jahreshälfte soll dann die Auslieferung der Bogenmaschinen beginnen.

Nun teilten die Landa-Gruppe und der Spezialchemiekonzern Altana mit, dass sie eine Vereinbarung unterzeichnet haben, wonach Altana für 100 Mio. € im Wege einer Kapitalerhöhung einen Minderheitsanteil an Landa Digital Printing erwirbt. Beide Unternehmen sehen den Schritt als Finanzinvestment und den Startpunkt für eine langfristige Partnerschaft. Andere Geschäftsbereiche der Landa-Gruppe wie Landa Labs und Landa Ventures seien nicht Teil der Transaktion. Die von Altana eingebrachten finanziellen Mittel sollen für den nächsten (»den letzten«, wie es in der Mitteilung heißt) Entwicklungsschritt der Nanography-Technologie verwendet werden.

Konkret soll das Geld in den Bau und Produktionsstart der von Landa entwickelten Nanographic Printing Druckmaschinen fließen sowie in den Aufbau von Produktionskapazitäten für die zugehörigen Nanoinks in Israel. Altana will als Entwicklungspartner die Erfahrungen aus der Druckindustrie seiner Geschäftsbereiche BYK Additives & Instruments, Eckart Effect Pigments und Actega Coatings & Sealants einbringen.

»Wir freuen uns, diese strategische Partnerschaft mit Benny Landa einzugehen. In Sachen Innovation sprechen wir dieselbe Sprache«,



wird **Dr. Matthias L. Wolfruber**, Vorstandsvorsitzender der Altana AG, in einer Unternehmensmeldung zitiert. »Ich bin zuversichtlich, dass wir damit in eine Technologie investieren, die auch unseren Kunden helfen kann, sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.«



Benny Landa, Inhaber und Geschäftsführer der Landa-Gruppe, sieht in der Verbindung mit der Altana-Gruppe einen

entscheidenden Meilenstein für sein Unternehmen und »einen Vertrauensbeweis für unser Bestreben, Digitaldruck für den Verpackungs- und kommerziellen Druck nutzbar zu machen. Altana bringt wertvolle Erfahrungen in diesen Märkten und im Betrieb weltweiter Produktionsstätten mit, die wir im Zuge der Ausweitung unserer globalen Präsenz gerne nutzen.«

Von den zur drupa 2012 genannten Kooperationspartnern aus dem Kreis der Druckmaschinenbauer dürfte indes nur noch Komori übrig geblieben sein. Sowohl bei Heidelberg, als auch bei manroland Sheetfed übt man sich in Zurückhaltung bezüglich der Partnerschaft. Landa selbst äußerte sich in einem Gespräch mit der österreichischen Fachzeitschrift 4c: »Wir konzentrieren uns auf Komori.« Der japanische Druckmaschinenbauer wird gemäß einer Vereinbarung vom November 2013 die Hardware der Maschine liefern.

nico

Wifag ist jetzt Wifag-Polytype Technologies

Lösungen für Druck, Beschichtung und Veredelung

Die Wifag Maschinenfabrik AG, Schweizer Hersteller von Rotationsmaschinen mit über 100-jähriger Tradition, heißt jetzt Wifag-Polytype Technologies AG und hat ihren Sitz im schweizerischen Freiburg. Der Name der neuen Gesellschaft soll für Komplettlösungen rund um Druck, Beschichtung und Veredelung stehen, wie das Unternehmen mitteilt. Unter dem Dach der Wifag-Polytype Technologies AG seien nun Software- und Automationskompetenz, Maschinenbau- und Material-Know-how vereint. Die Lösungen umfassen den Maschinenbau für Druck-, Beschichtungs- und Veredelungsmaschinen, konventionelle und digitale Prozesslösungen, Automations- und Leitstand-Technologie sowie Software, Inkjet-Tinten und Primer.

Dies alles wurde möglich durch den 2007 begonnenen strategischen Zukauf von Unternehmen und die Erweiterung des Expertenteams, so Wifag-Polytype Technologies. Die zunächst als Tochterunternehmen

weiterbestehende Polytype Converting AG soll voraussichtlich Anfang 2015 mit der Wifag-Polytype Technologies AG verschmolzen werden. Die bisherigen Wifag- und Polytype-Converting-Tochterunternehmen in Deutschland, China und den USA bleiben unverändert bestehen. Die beiden Unternehmen Wifag und Polytype Converting haben in den vergangenen Jahren zusätzliches Know-how eingekauft. Mit der Mehrheitsübernahme von Pagen-darm in Hamburg im Jahr 2007 kam die Trockner-Technologie, mit der Firma Spühl 2008 der Digitaldruck in die Unternehmensgruppe. Zwar wurde der Vertrieb der LFP-Maschinen der Baureihe Virtu eingestellt, die Experten von Spühl bilden aber die Keimzelle für das »Digital Competence Center« der Wifag-Polytype Group. Ähnliches gilt für das »Automation Competence Center«, in dem das Know-how der Wifag und der 2011 übernommenen Solna zusammengefasst wurden, das jüngst durch ein Team ergänzt wurde, das bisher für EAE in Ahrensburg arbeitet.

Die Schweizer haben nun nach eigenen Angaben auch den für Lebensmittelverpackungen geeigneten wasserbasierten Inkjet-Digitaldruck zur Marktreife gebracht. Gemeinsam mit Kunden entwickelt die Wifag-Polytype Technologies AG derzeit Lösungen für den Druck auf Aluminiumfolie und Papiersubstrate. Ein wichtiger Schritt, um diese Projekte zum Erfolg führen zu können, war die Übernahme eines zehnköpfigen Forschungs- und Entwicklungsteams der in Insolvenz befindlichen Ilford Imaging Anfang 2014. Das Team brachte das Know-how für Inkjet-Farben, Primer und funktionelle Schichten ein. Daneben liefert Wifag-Polytype Technologies AG auch OEM-Technologie: So beispielsweise die Digital Engine für das digitale Großformat-Lackiersystem Dmax des Schweizer Herstellers Steine-mann (siehe auch Druckmarkt 91). Darüber hinaus wird die digitale Drucktechnologie auch für die anderen Unternehmen der Gruppe bereitgestellt.

Akquisition

AUS BST INTERNATIONAL UND ELTROMAT WIRD BST ELTROMAT

Mit dem Kauf der eltromat GmbH durch BST International zum 1. Juli beginnt für beide Unternehmen eine neue Ära. Mit der künftigen BST eltromat entsteht ein neuer Technologiepartner. BST International in Bielefeld ist nach eigenen Angaben führender Anbieter rund um die laufende Materialbahn mit Systemen zur Bahnlaufregelung, Farbmessung, Bahnbeobachtung, Registerregelung, Schichtdicken- und Flächengewichtsmessung sowie speziell zugeschnittenen Lösungen für die Reifenherstellung. Die bisherige eltromat GmbH in Leopoldshöhe ist für innovative Video-, Inspektions-, Farb- und Registerregelungssysteme für Inline-Druckprozesse bekannt.

Uwe Meyer, Geschäftsführer BST International, wird bei BST eltromat Sprecher der Geschäftsführung. Die bisherigen eltromat-Geschäftsführer Dr. Gunter Taurus und Dr. Johann-Carsten Kipp werden die kaufmännische beziehungsweise technischen Geschäftsführung übernehmen. Komplettiert wird die Führungsmannschaft durch Kristian Jünke, der als stellvertretender Geschäftsleiter den Bereich Sales & Service leiten wird.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

**Paul Leibinger GmbH & Co. KG
VERGRÖßERUNG UM MEHR
ALS 30%**

Die Paul Leibinger GmbH & Co. KG baut mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 8 Mio. € den Produktbereich der industriellen Inkjet-Drucker an ihrem Firmensitz in Tuttlingen aus. Neben dem Bau einer neuen Produktionshalle wird der bestehende Service- und Verwaltungsbereich erweitert. Der Spezialist für industrielle Kennzeichnungssysteme und Verifikationslösungen vergrößert seinen Hauptsitz damit um über 30%. Die Erweiterung dient vor allem dem Ausbau der Inkjet-Druckerserien JET3 und JET2neo. Dabei soll die Fertigungstiefe weiter ausgebaut werden. Die Geschäftsführung setzt damit verstärkt auf die Produktherstellung

»Made in Germany:« Wir steigern Flexibilität, Qualität und Produktivität, was schlussendlich den Kunden in Form zuverlässiger Produkte zugute kommt«, berichtet Geschäftsführerin **Christina Leibinger**. Mit den Investitionen reagiert Leibinger auf die gute Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre. Allein im Jahr 2013 wurde der Umsatz um 23% gesteigert und im ersten Quartal 2014 bereits um 12% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erhöht.

➤ www.leibinger-group.com



**bvdm
WOLFGANG POPPEN IST NEUER
PRÄSIDENT**

Auf der Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes Druck und Medien am 27. Juni 2014 in München wurde **Wolfgang Poppen** zum neuen Präsidenten gewählt. Er tritt die Nachfolge von Rolf Schwarz an, der nach elfjähriger Amtszeit nicht mehr kandidierte. Poppen ist bereits Mitglied des Sozialpolitischen Ausschusses des bvdm und Vorsitzender des Verbandes Papier, Druck und Medien Südbaden e. V. Wolfgang Poppen ist Gesellschaftervertreter, Geschäftsführer und Verleger der Badischen Pressehaus GmbH & Co KG mit deren Tochterunternehmen Freiburger Druck. In seiner Antrittsrede in München unterstrich er die Bedeutung der engen Zusammenarbeit der Landesverbände mit dem Bundesverband. »Die gemeinsame Definition von Aufgaben und die gut abgestimmte Arbeitsteilung führen zu genau der Unterstützung, die die Unternehmen der Branche brauchen«, führte er aus.

Als Vizepräsidenten gewählt wurden Sönke Boyens, Boyens Media Print GmbH & Co. KG, gleichzeitig Vorsitzender des Sozialpolitischen Ausschusses; Rolf Schwarz, Druck- und Verlagshaus Thiele & Schwarz GmbH, neuer Schatzmeister des bvdm; Matthias Tietz, Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH, Vorsitzender des Verbands-Ausschusses Technik + Forschung sowie Christoph Schleunung, Schleunungdruck GmbH.



**Dr. Fries verstärkt Management
ONLINEPRINTERS STREBT
INTERNATIONALISIERUNG AN**

Die Geschäftsleitung der Onlineprinters, einer der führenden Internet-Druckereien in Europa, wird seit 1. Juli durch das ehemalige Vor-



standsmitglied von Cewe Color, **Dr. Michael Fries**, verstärkt. Dr. Fries bringt umfassende strategische und praktische Erfahrung aus der Branche mit. In seiner letzten Position als Vorstand des Fotobuch-Herstellers Cewe Color war er bis Ende 2013 für dessen deutsche Betriebe und den Aufbau der B2B-Online-druckerei Viaprinto verantwortlich. Internationale Management Erfahrung sammelte er bei der Boston Consulting Group, davor leitete er bei der Bertelsmann AG die Produktion von Mohn Media in den Bereichen Vorstufe und Bogendruck. Der erfahrene Manager übernimmt gemeinsam mit **Walter Meyer**, Gründer und CEO der Onlineprinters, die Leitung der

Onlineprinters Holding GmbH und deren Tochtergesellschaften Druckerei und Verlag E. Meyer GmbH und Onlineprinters GmbH. »Wir sind sehr stolz darauf, dass uns Dr. Fries bei der nächsten Ausbaustufe unserer internationalen Expansion unterstützen wird«, freut sich Meyer auf die Zusammenarbeit, der Onlineprinters mit einem Wachstum von rund 20% jährlich und einem Jahresumsatz in dreistelliger Millionenhöhe als einen der Marktführer der Branche in Europa sieht.

➤ www.onlineprinters.com

**Kyocera
HERVORRAGENDES ERSTES
QUARTAL 2014**

Der Laserdruckermarkt ist im ersten Quartal um 2,4% zurückgegangen, Kyocera konnte jedoch nach den Zahlen des Marktforschungsinstituts IDC gegen den Trend um 4,3% wachsen. 49.748 verkaufte Systeme bedeuten dabei das zweitbeste Ergebnis seit Firmengründung und einen Marktanteil von 16,3% – Rekordwert der letzten vier Jahre. Kyocera konnte darüber hinaus in den Business Segmenten Schwarz-Weiß- und Gesamtmarkt ab 20 Seiten/Min. die Marktführerschaft erringen. Kyocera konzentriert sich dabei weiterhin ausschließlich auf den Geschäftskundenbereich. Im A4-MFP-Markt wuchs Kyocera um 16,7%, obwohl der Gesamtmarkt einen Rückgang von 12,5% verzeichnete. 13.668 Systeme bedeuten einen Marktanteil von 7%. Darüber hinaus setzte der japanische Hersteller sowohl im Schwarz-Weiß-Bereich mit 8.965 verkauften Systemen und einem Marktanteil von 7,8% sowie im Color-Bereich mit 4.703 abgesetzten Systemen und einem Marktanteil von 5,8% neue Unternehmens-Bestmarken. In den entsprechenden Business-Segmenten ist Kyocera im ersten Quartal 2014 laut IDC mit einem Marktanteil von 12,7% die Nummer zwei des Gesamtmarkts. Ähnlich erfolgreich zeigt sich das Bild im A3-MFP-Segment. Auch hier wächst das Unternehmen mit 29,2% deutlich stärker als der Gesamtmarkt (+8,2%).

➤ www.kyocera.de

KURZ & BÜNDIG

Kyocera Document Solutions weitet sein Engagement in der Fußball-Bundesliga wieder aus. Der Anbieter von Lösungen im Bereich Dokumentenmanagement wird erneut Co-Sponsor bei Borussia Mönchengladbach. • Der **Södra**-Aufsichtsrat hat beschlossen, rund 700 Mio. Kronen in die Ausweitung der Zellstoffproduktion im schwedischen Mörrum zu investieren. • Die **RAJA-Gruppe**, nach eigenen Angaben Europas Nr. 1 im B2B-Versandhandel von Verpackungen, hat beim Umsatz im Jahr 2013 um 2,1% zugelegt und weist nun 421 Mio. € aus. • Seit Ende 2013 unterstützt **Cewe** die SOS-Kinderdörfer in Deutschland sowie ausgewählte internationale Projekte. Nun baut das Oldenburger Unternehmen sein Engagement weiter aus und spendet 40.000 Euro für ein Projekt in Ghana. • Die Sanierung und Restrukturierung der Druckereigruppe **Offizin Andersen Nexö (OAN)** wurde erfolgreich abgeschlossen. Das Insolvenzgericht Leipzig hat die Insolvenzverfahren (in Eigenverwaltung) über das Vermögen der Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH, der **Messedruck Leipzig GmbH**, der **Treuleben & Bischof GmbH** und der **Leipziger Kunst- & Verlagsbuchbinderei GmbH** aufgehoben.

„Eine leistungsstarke
Symbiose exzellenter
Qualität, innovativer
Technologie, hoher
Kosteneffizienz und
engagiertem Service.“



Olivier Neidhart, Verwaltungsrat-Präsident, Neidhart + Schön Group
und Comprinta AG vertraut auf die Technik seiner beiden Rapidas 106

Feeling Good

with  KBA

Zufriedene Kunden wie Olivier Neidhart geben auch uns ein gutes Gefühl. Sie sind Ansporn und Lohn für unsere Arbeit. Nicht ohne Grund legen wir großen Wert auf die persönliche Betreuung und einen funktionierenden After-Sales Service. Wir wollen, dass unsere Kunden sich bei KBA gut aufgehoben fühlen und ihre Ziele erreichen. Dabei unterstützen wir sie. Mit individuellen Lösungen, wegweisenden Innovationen und technologisch herausragenden Maschinen. Und natürlich mit der besonderen Verpflichtung aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

Überzeugen Sie sich selbst.
Unser Team freut sich auf den Kontakt zu Ihnen!



Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com



Kurze Wege, schnelle Entscheidungen

Da sitze ich im Meetingroom einer Züricher Druckerei mitten in der Schweiz und höre gespannt, was ein gebürtiger Spanier über einen Engländer zu berichten weiß, der vor gut einem Jahr ein deutsches Traditionsunternehmen übernommen hat. Ja, die Rede ist von manroland – von manroland Sheetfed, wie sich das Offenbacher Unternehmen heute nennt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Rafael Penuela ist seit »ewigen Zeiten« mit dem Hersteller von Bogenoffsetdruckmaschinen verbunden und seit Januar 2013 Geschäftsführer des Unternehmens, das nach der Insolvenz des Vorgängerkonzerns manroland Druckmaschinen AG nur noch ein Schatten dessen ist, was es einmal war. 2.480 Druckwerke habe man 2007 noch hergestellt und verkauft. Heute seien es noch 500 bis 600 Druckwerke, sagt Penuela: »Doch damit, den Maschinen und einer Reihe an zusätzlichen Dienstleistungen verdienen wir Geld und haben 2013 sogar einen Gewinn erwirtschaftet.«

Überholte Denkweisen

Das hört sich alles äußerst ungewöhnlich an. Ist es wohl auch. Rafael Penuela ist aber fest davon überzeugt, dass die alten Denk- und Handlungsweisen in unserer Branche heute nicht mehr funktionieren. Die nämlich hätten dazu geführt, dass die deutschen und japanischen Druckmaschinenhersteller in den letzten fünf bis sechs Jahren Milliarden schulden aufgehäuft hätten. Überholte Denk- und Management-Methoden hätten schließlich auch die manroland AG in die Pleite getrieben. Heute könnten diese Handlungsweisen erst recht nicht mehr funktionieren, nachdem sich der weltweite Markt für Druckmaschinen nahezu halbiert habe. In der stringenten Logik, wie Penuela diese Fakten vorträgt, erscheint



Mit dem Gastgeber und langjährigen Kunden Daniel Baer, Geschäftsleiter der Karl Schwegler AG, in der Mitte: Rafael Penuela, Geschäftsführer manroland Sheetfed in Offenbach (links), und Jakob Rösti, Geschäftsleiter der manroland Swiss AG.

das Handeln des Offenbacher Maschinenherstellers durchdacht und sinnvoll. Selbst die Entscheidung der Geschäftsführung von manroland Sheetfed, sich nur noch auf Bestandskunden zu konzentrieren und jeglichem Wettbewerb beim Maschinenverkauf aus dem Weg zu gehen. »Wir wollen damit den ständigen Preiskämpfen entgegenwirken. Druckereien, die nur deshalb ein Angebot einholen, um damit die nächste Preisspirale nach unten loszutreten, bekommen von uns kein Angebot«, sagt Rafael Penuela klipp und klar.

Dabei gibt er unumwunden zu, dass ihn diese Vorgehensweise als »gelernten Vertriebler« selbst zunächst irritiert hatte. Allerdings versteht man Kunden, bei denen Maschinen verschiedener Hersteller installiert sind, ebenfalls als »installierte Basis«. Natürlich stehe man bei Neuin-

vestitionen hier im Wettbewerb zu anderen Maschinenherstellern, doch habe man nach Analysen festgestellt, dass sich die Konzentration auf bestehende Kunden voll und ganz bewährt habe. Zumal es viele treue »Roländer« gebe. »Wir haben während der Insolvenz etliche Aufträge von bestehenden und auch neuen Kunden bekommen, was beweist, wie stark die Marke ist«, sagt Penuela.

Kundenurteil: Sehr gut

Einer dieser Kunden ist Daniel Baer, Geschäftsleiter der Karl Schwegler AG. Er war bei diesem Zusammentreffen mit einigen wenigen Journalisten in erster Linie Gastgeber, bestätigte aber als Kunde des Druckmaschinenbauers, dass die Mitarbeiter von manroland auch in der Krisenzeit während und nach der

Insolvenz »einen sehr guten Job gemacht« haben. Es sei kein einziger Mangel an Service und Beratung festzustellen gewesen. Was einmal für die Stabilität der Maschinen spricht (die Karl Schwegler AG hat eine Sechsfarben Roland 700 plus Lack und eine Fünffarben Roland 900 plus Lack in Betrieb), zum anderen aber auch für das Krisen-Management. Denn bei 50 Mitarbeitern im Eineinhalb- beziehungsweise Zweischichtbetrieb hätte ein Stillstand beim Service für Schwegler selbst auch zur wirtschaftlichen Katastrophe führen können, räumt Daniel Baer ein.

Konzentration auf Wesentliches

»Die Insolvenz war für uns alle, für die Mitarbeiter bei manroland, und auch bei den Kunden ein traumatisierendes Ereignis«, blickt Penuela zurück. Und um sein Bekenntnis zu ergänzen: Es hatte auch die Wettbewerber und deren Kunden sowie uns von der Fachpresse arg gerüttelt und beschäftigt. Denn diese Insolvenz und der kurz später bekannt gewordene Konkurs von Kodak ließ die Wellen noch höher schlagen, was denn nun aus dieser Branche werde. Doch manroland hatte zu diesem Zeitpunkt andere Probleme, als über die Zukunft der Druckindustrie nachzudenken.

»Zunächst war ein Management-Buyout geplant«, berichtet Penuela, »doch dann kam Langley.« Und dessen Führungsstil sei mit der alten AG

überhaupt nicht zu vergleichen. Kurze Wege, schnelle, aber fundierte Entscheidungen, seien sein Management-Stil. Und darin sei er knallhart. Diese Gangweise hat bei den Mitarbeitern und den Führungskräften aber offenbar gefruchtet.

Man konzentriert sich auf das, was zu tun ist und verbringt die kostbare Zeit nicht in tagelangen Meetings. Und diese Konzentration auf das Kerngeschäft wolle man auch konsequent beibehalten. »Wir wollen uns ganz bewusst nicht breiter aufstellen: Kein Prepress, kein Postpress«, gibt Penuela zu verstehen.

Neben Druckmaschinen bietet manroland Sheetfed jedoch weiterhin Printservices, Beratungen, Printcom (Verbrauchsmaterial) und Printnetwork (Vernetzung).

Lehrgeld bezahlt

»Es gibt Nischen, in denen der Digitaldruck den Offset ablösen mag, und wir haben solche Bereiche auch identifiziert«, sagt Penuela und verweist auf die angestrebte Kooperation mit Landa. »Doch wir sind nach wie vor vom Offsetdruckdruck überzeugt.« Was ihn an der künftigen Zusammenarbeit mit Landa reizt, seien die relativ geringen Prozesskosten und die Materialvariabilität der Maschinen. Doch auf explizite Nachfrage schätzt Rafael Penuela, dass Benny Landa noch eine drupa braucht, um ein fertiges Produkt auf die Beine zu stellen. Und erst dann könne man die Technik in die eigenen Maschinen integrieren. Anderes

interessiere ihn in Sachen Digitaldruck nicht. Hier habe man über die Jahre genügend Lehrgeld bezahlt.

Apropos drupa: Hier hat manroland wohl einiges im Köcher. »Wir haben einige Weiterverbesserungen und Produkte auf den Weg gebracht, werden aber keine Entwicklungskapazitäten beispielsweise auf die Erhöhung der Höchstgeschwindigkeit unserer Maschinen legen. Unser Hauptgeschäft sind 3B-Maschinen und dabei wollen wir die Wendegeschwindigkeit und andere andere Dinge optimieren.«

Wo steht manroland heute?

Damit lässt sich auch ein Bild zeichnen von dem, was manroland Sheetfed heute ist. Aktuell beschäftigt das Unternehmen 1.800 Mitarbeiter in weltweit 40 Ländern, davon 900 im Werk Offenbach und davon wiederum 80 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung. Der Umsatz lag im Jahr 2013 bei 365 Mio. Euro.

70% der Verkäufe gehen nach Asien oder Südamerika. Die Maschinen, die beispielsweise nach China gehen, seien inzwischen ebenfalls hoch automatisiert, stellt Rafael Penuela fest. Allerdings spiegelten die Maschinenverkäufe derzeit auch die Situation auf den Märkten wider. »Die Roland 900 Perfector ist zwar eine tolle Maschine für den Verlagsdruck, wird zurzeit allerdings nur wenig nachgefragt«, sagt Penuela. Dafür aber seien über 100 Inline-Foiler weltweit installiert. Ein typischer Beleg, wie sich der Markt darstellt.

Ein Unterschied zu anderen Herstellern ist übrigens auch, dass manroland die Maschinen nicht im Werk abdruckt, sondern erst beim Kunden. Was den Vorteil habe, das zeitaufwändige Verfahren im Werk einzusparen, dafür allerdings längere Zeit bei der Installation beim Kunden brauche. Was ja nicht unbedingt schlecht ist, wenn die Mitarbeiter, die später an der Maschine arbeiten sollen, den Technikern einen Blick über die Schulter werfen können.

Und die Schweiz?

Und was hat manroland Sheetfed in der Schweiz vor? Von neuen Installationen hat man schon länger nichts mehr gehört, von großen Worten hat man längst Abstand genommen. Und man konzentriert sich auf die bestehenden Kunden – siehe oben. Doch Jakob Rösti, Geschäftsführer der Schweizer Organisation, ist mit dieser Situation gar nicht unzufrieden. Und er hat sich einiges vorgenommen. »Wir haben festgestellt, dass das Anwendungs-Know-how der Technologie hinterher hinkt«, sagt er und sieht seine Aufgabe und die der manroland Swiss darin, die Prozesse beim Kunden zu begleiten. Er und die rund 20 Mitarbeiter haben ihr Budget ohne Maschinenverkäufe geplant. Kunden unterstützen, beraten, nachrüsten und Verbrauchsmaterialien sollen das Unternehmen am Leben halten und Gewinne einfahren.

Rösti ist sicher, diese Strategie auch ohne Maschinenverkauf verkraften

zu können, wenngleich es ja nicht aussichtslos sei, dass ein Kunde in eine neue Maschine investiert.

Die installierte Basis in der Schweiz sind rund 500 Druckwerke. Etwa 30% davon stehen bei Verpackungsdruckern. In diesem speziellen Markt glaubt Rösti einen Marktanteil von 80% zu halten. »Es gibt also genügend Potenzial, mit den Kunden die Prozesse weiter zu verbessern«, sagt er. Daniel Baer stimmt ihm zu. Seitdem die Schwegler AG die vermeintlich teureren Vulcan-Drucktücher auf Empfehlung von manroland einsetzt, habe man unter dem Strich die Qualität erhöht und gleichzeitig auch noch Geld gespart.

Doch noch Wettbewerb

»Nach der Insolvenz war es natürlich ruhig um uns«, räumte Rafael Penuela ein. »Jetzt werden wir die Kommunikation auch gegenüber der Öffentlichkeit wieder aufnehmen. Und den Beweis, innovativ zu sein, müssen wir noch erbringen. Aber wir arbeiten an Neuheiten, die vielleicht noch 2014 angekündigt werden. Spätestens zur drupa 2016 werden diese da sein.«

Es gibt ihn also doch noch, den Dreikampf der deutschen Druckmaschinenbauer, wenn auch inzwischen unter völlig anderen Vorzeichen und mit ganz anderen Zielen der Beteiligten. Das aber kann für die Kunden, die Drucker, nur gut sein.

➤ www.manroland.ch

Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com





Der Standort in Düren gehört mit 300 Mitarbeitern, zehn Beschichtungsmaschinen, einem Labor-Coater und verschiedenen Ausrüstsystemen zu den wichtigsten Herstellern von beschichteten Papieren für Foto-, Druck- und Büroanwendungen innerhalb der Diatec-Gruppe. In Düren betreibt Sihl eine der modernsten Maschinen zur Herstellung von mikroporösen Beschichtungen für Fotopapiere und POS-Medien.

Der Weg zum perfekten Inkjet-Medium

Mit dem technischen Fortschritt wachsen auch die Ansprüche der Kunden an die Produkte. Das erfordert ein zeitnahes Anpassen bei bereits eingeführten Produkten sowie die Entwicklung völlig neuer Lösungen für den Inkjet-Bereich. Die Sihl GmbH bietet aufgrund ihres Know-hows und ihrer technischen Möglichkeiten entsprechende Lösungen an.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Kürzer werdende Produktzyklen und steigende Qualitätsansprüche erfordern sowohl technische Kompetenz als auch flexible Produktions- und Liefermöglichkeiten. Dabei ist ›Time to Market‹ zum entscheidenden Erfolgsfaktor geworden – ganz besonders in Hightech-Branchen. Da die Sihl GmbH in Deutschland und Europa forscht, entwickelt und produziert, sieht sich das Unternehmen in der Lage, vergleichsweise rasch auf die Marktgegebenheiten reagieren zu können, die schnelle und sichere Lieferfähigkeit zu garantieren und Konstanz zu ermöglichen. Dabei versteht Sihl die Qualität als ein absolutes Muss.

»Die tragenden Säulen hierfür sind die permanente Marktbeobachtung und das Ableiten von Trends, das ständige Ausweiten des technologischen Know-hows sowie die sicher beherrschten Arbeitsprozesse«, sagt



Siegfried Zilliger.

Er ist seit April 2014 neuer Leiter der Business Unit Digital Imaging der Sihl GmbH in Düren. Er

löst Hans-Georg Bauer ab, der nach 48 Jahren Betriebszugehörigkeit seinen Abschied von der Spitze der Division genommen hat, dem Unternehmen jedoch auch weiterhin für Spezialaufgaben zur Verfügung stehen wird.

Um schnell reagieren zu können, hat Sihl das sogenannte ›Integrated Process Development‹ etabliert. Hier arbeiten die verschiedenen Fachberei-

che wie Entwicklung, Materialwirtschaft, Produktion, Qualitätssicherung, Marketing und Controlling von Anfang an parallel an Neu- und Weiterentwicklungen.

»Basierend auf definierten Entwicklungsstufen generieren die Teams zum jeweiligen Ende der vorgegebenen Zeitrahmen ihre Ergebnisse«, erläutert Bauer. Wesentlich für den Entwicklungsprozess sei dabei das perfekte Zusammenwirken der physikalischen, chemischen, quantitativen und zeitlichen Elemente bei der Realisierung definierter Vorgaben.

Ständige Kontrollen optimieren die Abläufe

Diese systematische Vorgehensweise sowie permanente Fehleranalysen zeigen mögliche Schwachpunkte bereits in der Entwicklungsphase auf. »Lösungen können so effektiver und zeitnah erfolgen«, erläutert Hans-Georg Bauer. »Die Anforderungen und Prüfungen werden für die Produktion festgelegt.«

Dies alles geschieht noch in der Vorphase und während der ersten Testläufe. Erst wenn das Produktdesign endgültig definiert ist, geht es über Produktionsversuche in die ersten Produktionsläufe. An deren Ende stehen das fertige Produkt samt gesicherter Spezifikationen der Ausgangsstoffe und Zwischenfabrikate sowie der Liste verlässlicher Zulieferer. Dokumentiert sind ebenso Vorschriften zu Prozessschritten, Qualitätsprüfungen, Informationen über

die Materialverfügbarkeit sowie Vorgaben für Produktmarketing und Verkauf. Nach Aussage von Siegfried Zilliger ist dies alles eingebunden in die vielen gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften, behördlichen Auflagen und darüber hinaus in selbst auferlegte Zielsetzungen wie Arbeitssicherheit und Umweltschutz.

Vom Versuch zum Produkt

Die Sihl GmbH entwickelt, produziert und vermarktet beschichtete Papiere und Folien. Um im Wettbewerb bestehen zu können, sind umfangreiches Know-how sowie effiziente Fertigungsmöglichkeiten erforderlich. Sihl hat diese Komponenten einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess unterworfen.

Unverzichtbare Basis ist dabei ein breit angelegtes Wissen über Papiere, Folien, Kunststoffe und Lacke sowie diverse Beschichtungstechniken. Die Herstellung der für die Beschichtung notwendigen Rezepturen erfolgt im Werk in Düren und basiert auf den Entwicklungen des Forschungsteams. Die benötigten Beschichtungslacke werden in automatisierten Anlagen hergestellt. In mehreren Verfahrensschritten wie dem Dispergieren, Mahlen, Filtern oder Erhitzen erfolgt die endgültige Aufbereitung. Aus diesem Großansatz wird die Streichmasse an die Beschichtungsmaschine geliefert. Diese unterliegt vor der Lieferung in die Fertigung wie oben beschrieben einer strengen Qualitätskontrolle

bezüglich Zusammensetzung und Funktionalität. Erst nach der Freigabe kann die Produktion starten.

Die Zusammensetzung der für die spezielle Beschichtung der Materialien benötigten Streichrezepturen und das grundsätzliche Design der Produkte werden in der Entwicklungsabteilung entworfen, die durch Kleinansätze im Labormaßstab sogenannte Handstriche anfertigt. Diese durchlaufen eine umfangreiche Überprüfung auf ihre Funktionalität. Ist die richtige Zusammensetzung gefunden, erfolgt ein erster Maschinenversuch auf einer Produktionsanlage.

Tests sichern Qualität

Erweist sich die Streichrezeptur auch dort als tauglich, werden anschließend in mehreren Verfahrensstufen die Prozessparameter für die endgültige Produktion auf der Großanlage fixiert. Begleitet werden diese Versuche durch die interne Prüfstanz, dem Anwendungszentrum, wo alle marktgängigen Verfahren nachgestellt werden können.

Durch die Praxistests auf aktuellen Druckern verschiedener Hersteller ist eine weitergehende und umfassende Begutachtung des Produkts unter Praxisbedingungen möglich. Die Erfahrungen gehen später in die Kompatibilitäts-Bewertungen ein, die Kunden auf der Sihl Homepage im Media-Finder jederzeit abrufen können.





Für die Ausrüstung in Kleinrolle, Großrolle oder Formate gibt es im Werk in Düren leistungsfähige Ausrüstmaschinen.

Das finale Produktdesign liegt erst dann fest, wenn es von der Anwendungstechnik und von ausgewählten Kunden bestätigt ist.

»Wir verfolgen Trends und setzen diese in marktfähige Produkte um«, sagt Siegfried Zillinger. Insbesondere die Produktmanager seien daher verpflichtet, die Entwicklung der Technologie, des Marktes und dessen Anforderungen genau zu analysieren und hieraus die erforderlichen Verbesserungen zu formulieren.

Produktion ›Made in Europe‹

Der Weg vom Basisprodukt zum fertigen Druckpapier beginnt im Rohstofflager. Dort erfolgt die Entladung der unterschiedlichen Rohstoffe, die sofort im System erfasst werden, um während und nach der Produktion bestimmte Chargen zurückverfolgen zu können. Die Auswahl der Rohstoffe, die für die weiter veredelten Fertigprodukte benötigt werden, erfolgt zuerst einmal nach der spezifizierten Eignung. Eingangskontrollen und Stichproben stellen bereits vor der Beschichtung eine effektive Fehlerbeseitigung sicher. Unbrauchbare Chargen werden sofort gekennzeichnet und damit für die Produktion gesperrt.

In der Beschichtung werden die gelieferten Rohmaterialien – Papiere oder Folien in Rollenform – mit Hilfe verschiedener Auftragsverfahren mit dem entsprechendem Coating versehen, das in flüssiger Form aufgebracht wird, durch das Auf-

tragswerk dosiert und deren Flüssigkeitsanteil in der Trockenstrecke verdampft. Diese komplexen Produktionsvorgänge können durch eine Vielzahl an Beschichtungstechniken auf die Vielfalt der späteren Anwendungen angepasst werden. Hierdurch erreicht Sihl das umfangreiche Sortiment von etwa 700 hochwertigen Druckträgern, das seinesgleichen sucht.

Der Fokus im Werk Düren sowie an den anderen Standorten der Gruppe liegt klar auf einer möglichst flexiblen Produktion unterschiedlicher Papierlösungen auf hohem technischen Niveau. Dafür sind entsprechende ISO-Zertifizierungen vorhanden. Auf den durch Sihl modifizierten und ausgebauten Anlagen können je nach Produktausstattung mehrere Beschichtungen in einem Arbeitsgang beziehungsweise auch in mehreren Arbeitsgängen aufgebracht werden. Erfolgt die Beschichtung mit Hilfe mehrerer Arbeitsprozesse, werden die Rollen in einem Halbfabrikatlager gepuffert, wo sie auf den nächsten Arbeitsgang oder die Konfektionierung warten.

Konfektionierung und Veredelung

Nach Abschluss der Beschichtung erfolgt die Konfektionierung in Groß- oder Kleinrollen sowie Formatbögen. Eine weitere Art der Weiterveredelung ist die Kaschierung. Dieser Verfahrensschritt ermöglicht die Herstellung von selbstklebenden

Materialien oder von speziellen Materialverbunden wie dem einreißfesten EnDuro-Material für Brief- und Buchumschläge.

Die beschichteten Produkte werden durch die Qualitätskontrolle anhand verschiedener Prüfvorgaben getestet und für die Verwendung als Fertigprodukt freigegeben. Für die Ausrüstung in Kleinrolle, Großrolle oder Formate sind im Werk verschiedene, Ausrüstmaschinen vorhanden. Die Großrollenausrüstung bedient Kunden, die die fertig beschichteten und/oder kaschierten Produkte in Eigenregie beispielsweise zu Wett-Tickets, Anhängeetiketten oder Medien zur Datenaufzeichnung weiterverarbeiten. Diese Abnehmer erhalten Großrollen.

In der Kleinrollenausrüstung werden alle Formen von Rollen für Registrierkassen bis hin zu 160 cm breiten Rollen für Tintenstrahldrucker gefertigt. Blattware in den Fotoformaten 10 x 15 cm bis hin zu A0-Bögen kommen aus einer vollautomatischen Schneideanlage. Von der Ausrüstung gehen die fertigen Formate oder Rollen in den Versand.

Das alles erfolgt unter Beachtung der umfassenden Nachhaltigkeits-Philosophie des Unternehmens, in der die Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Geschäftspartnern und der eigenen Mitarbeiter definiert ist.

› www.sihl-direct.de

› www.sihl.com

ÜBER 100 JAHRE BESCHICHTUNGSTRADITION

Sihl – The Coating Company: Als einer der führenden Anbieter hochwertiger funktionaler Oberflächenbeschichtungen bietet Sihl umfassende und langjährige Lösungskompetenz und Kundenbetreuung. Grundlagen dafür sind das über mehr als 100 Jahre angesammelte fundierte technische Know-how, Zuverlässigkeit und eine ausgeprägte Innovationstätigkeit.

Ziel von Sihl ist es, den Kunden exakt auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Lösungen zu bieten. Die Produkte von Sihl bedienen eine Vielfalt von Anwendungen und Branchen – sie reichen von Fotopapieren, über Medien für den Großformatdruck, Verpackungsmaterialien und fälschungssicheren Etiketten bis hin zu Heißprägefolien für industrielle Anwendungen. Sihl fertigt ausschließlich in Europa unter Einhaltung ökologischer, rechtlicher, sozialer und arbeitssicherheitsbezogener Standards.

Die heutige Sihl GmbH wurde 1902 als ›Dürener Fabrik präparierter Papiere GmbH‹ gegründet und beschäftigte sich zunächst mit der Herstellung von Papieren für das ›technische Büro‹. Es handelte sich um Baupläne, Skizzen und Karten und der Vervielfältigung als Blaupausen. Mit dem Übergang zum Lichtpausverfahren ging es bereits um Tonalität und Gradation.

Von der Entwicklung der Lichtpauspapiere her kennt Sihl (damals noch als Renker bekannt) die technischen Zusammenhänge, wie man durch Beschichten Oberflächen vergrößert, Farbstoffe fest verankert und brillant zur Geltung bringt. Dieses Know-how wird heute bei der Herstellung von Inkjet-Materialien genutzt und weiter verbessert.

Seit 2003 gehört Sihl zur italienischen Diatec-Gruppe, die sich auf Oberflächen für besondere Anforderungen spezialisiert hat. Sihl bietet mehr als 700 Produkte und daraus abgeleitet über 5.000 Artikel.



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.

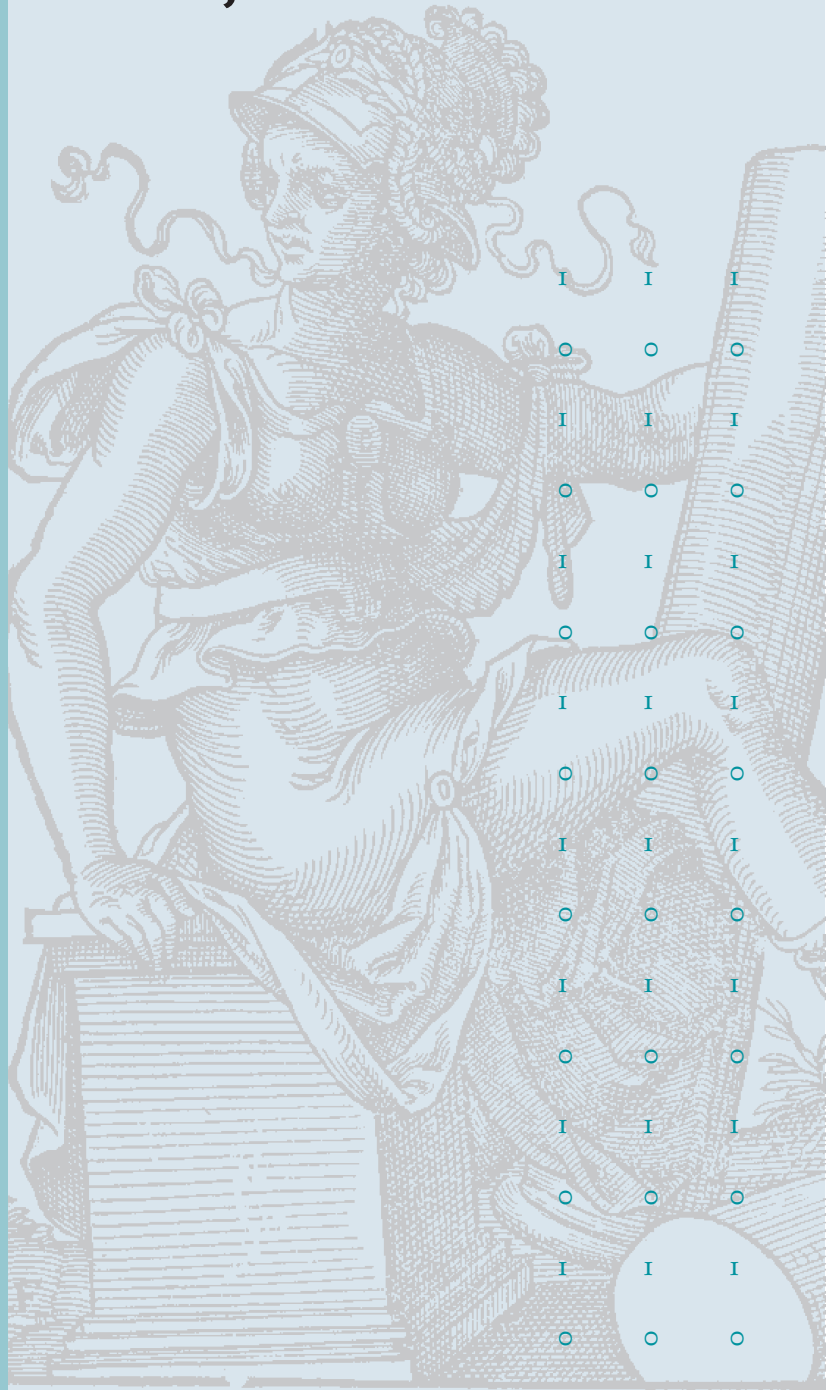
Dies soll der Investitionskompass ›Large Format Printing‹ ändern. In der Broschüre werden die Techniken noch einmal grundlegend erläutert und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Dabei werden die Drucktechniken beschrieben, Begrifflichkeiten geklärt, Druckköpfe und deren Auflösungen zueinander in Relation 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
52 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.



DRUCKMARKTCOLLECTION

www.druckmarkt.com

Geiz ist ganz und gar nicht geil

Verbesserungen im Ressourcenverbrauch und in der CO₂-Bilanz, eine hohe Sicherheit am Arbeitsplatz, Ausbildungs- und Qualifizierungsangebote, ein verantwortlicher Umgang mit den Produkten sowie gesellschaftliches Engagement – Nachhaltigkeit ist nicht umsonst, für Sihl jedoch ein zentraler Bestandteil der Unternehmens-Philosophie und Strategie.

Text und Bilder: Sihl

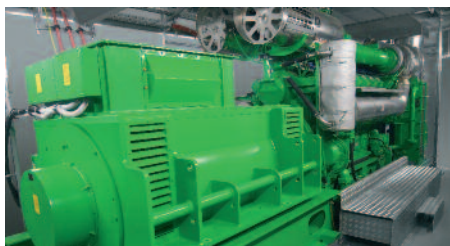
Begriffe wie ›Corporate Social Responsibility‹ oder ›Corporate Citizenship‹ sind keine amerikanische Erfindung, sondern tief in der europäischen Tradition verankert. In den italienischen Stadtrepubliken, der norddeutschen Hanse sowie im europäischen Bürgertum des 19. und 20. Jahrhunderts galt der ›Ehrbare Kaufmann‹ als Leitbild für tugendhaftes Verhalten, das einem langfristigen geschäftlichen Erfolg dient und den sozialen Frieden aufrecht erhält. Dieser Tradition und Kultur folgen auch heute viele Unternehmen. Gerade im Mittelstand wird Nachhaltigkeit oftmals unauffällig, aber äußerst wirksam gelebt.

Was es konkret für ein Unternehmen bedeutet, nachhaltig zu wirtschaften, zeigt die Sihl GmbH. In Düren veredelt das Unternehmen Medien mit hochwertigen Oberflächenbeschichtungen. Das Angebot reicht von Inkjet-Medien für den Großformatdruck, kleinformatige Medien für Foto- und Büroanwendungen sowie speziell beschichtete Papiere und Folien für funktionale Produkte wie Tickets, Labels oder Briefumschläge. Mit 300 Mitarbeitern, zehn Beschichtungsmaschinen und diversen Ausrüstsystemen werden circa 190 Mio. m² Material jährlich produziert. Dabei bekennt sich ›Sihl – The Coating Company‹ zu einer verantwortlichen Unternehmensführung. »Wir wirtschaften so, dass auch zukünftige Generationen ihre Chancen haben und dass dabei der langfristige Erfolg des Unternehmens gesichert ist«, erläutert Sihl-Geschäftsführer



Heiner Kayser. Dabei wird ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt. »Nachhaltigkeit schließt für Sihl neben dem Umweltschutz auch soziale und gesellschaftliche Aspekte mit ein. In der Praxis wird dieser Anspruch in den Handlungsfeldern Umwelt, Arbeitsplatz, Markt und Gemeinwesen umgesetzt«, erläutert Kayser.

KLEINER ÖKO-FUSSABDRUCK Sihl realisiert ökologische Verbesserungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. »Ziel ist ein kleiner ökologischer Fußabdruck«, erläutert Heiner Kayser. Sihl strebt daher über den gesamten Lebenszyklus der Produkte umweltverträgliche Lösungen an.



Das Blockheizkraftwerk deckt den Jahres-Durchschnitts-Strombedarf von Sihl. Die 2012 instal-

Das beginnt bereits bei der Herkunft des Zellstoffs. Wichtig sind hierbei die weltweit gültigen Standards für eine nachhaltige und sozialverträgliche Forstwirtschaft: FSC (Forest Stewardship Council) und PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes). So bezieht Sihl wo immer möglich Rohpapiere von FSC- oder PEFC-zertifizierten Papierfabriken. Zudem sind sowohl das Werk in Düren als auch die deutsche Vertriebsorganisation, die Sihl Direct, FSC-zertifiziert und können Produkte, die den Standards entsprechen, anbieten.

Schon bei der Produktentwicklung berücksichtigt Sihl, dass Umwelt und Gesundheit der Kunden nicht gefährdet sind. Dafür hat das Unternehmen ein Gefahrstoffmanagement eingerichtet, das es erlaubt, kritische Substanzen frühzeitig zu erkennen und zu ersetzen. Selbstverständlich, dass bestehende Gesetze und Verordnungen umgesetzt werden. So ist es Anspruch der Sihl-Werke und der Vertriebsorganisationen in ganz Europa, alle Anforderungen der EU-Chemikalien-Verordnung REACH zu erfüllen.

MEHR EFFIZIENZ Ein Ziel von Sihl ist die kontinuierliche Steigerung der Energieeffizienz. In den letzten zwei Jahren wurden hier wichtige Fortschritte erzielt. Die 2012 installierte Fotovoltaik-Anlage bietet eine Leistung von 307 KW. Mit der Anlage werden jährlich circa 270.000 KWh emissionsfreier Strom erzeugt und die Umwelt um etwa 190 t CO₂ entlastet.

2013 wurden rund 2 Mio. Euro in ein Blockheizkraftwerk mit 2.000 KW Leistung sowie in ein Niedertemperaturwärmenetz investiert. Damit lassen sich der gesamte Strombedarf sowie ein Teil des Wärmebedarfs effizient und umweltfreundlich herstellen. Die überschüssige Strommenge wird in das öffentliche Netz eingespeist. Insgesamt kann die eingesetzte Energie im Blockheizkraftwerk zu ca. 80% genutzt werden. Im Vergleich dazu erreicht ein normales Kohlekraftwerk nur einen Anteil der genutzten Energie von maximal 40%. Und bei der Entsorgung definiert Sihl jedes Jahr neu, um welchen Umfang die Abfallmenge sinken soll. Dies wird in einem ISO-Audit überprüft. Den regulatorischen und institutionellen Rahmen für die Umsetzung der



lierte Fotovoltaikanlage entlastet die Umwelt um circa 190 Tonnen CO₂ jährlich. Mit der neuen



Labor-Beschichtungsanlage können Entwicklungen effizienter gestaltet werden.

Umweltziele bildet ein nach ISO 14001-zertifiziertes Umwelt-Management-System, das 2003 und damit noch vor der ISO 9001 eingeführt wurde. Hinzu kommt seit letztem Jahr ein Energie-Management-System nach ISO-Norm 50001. Damit lassen sich die Energieflüsse erfassen und die Effizienz der Anlagen und Arbeitsprozesse bewerten. »Die Zertifizierung nach ISO 50001 zeigt die Bedeutung, die Sihl einem schonenden Umgang mit endlichen Ressourcen beimisst. Gleichzeitig können wir aber auch einen dreistelligen Millionenbetrag einsparen, was unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöht«, erläutert Heiner Kayser.

Die Zertifizierungen berechtigen dazu, Medien mit dem FSC- und PEFC-Prüfsiegel herzustellen und zu verkaufen. Im Bereich Digital Imaging liegt der Anteil an FSC-/PEFC-zertifizierten Papieren bei 30%, im Engineering-Sortiment bei 80% und bei den kleinformatischen Papieren bei 43%. Bei Roll-up- und Pop-up-Medien wird nur FSC-zertifiziertes Papier eingesetzt.

Die neue Labor-Beschichtungsanlage hebt die Qualität auf ein neues Niveau. Indem sich Produktionsprozesse simulieren lassen, können Produkte jetzt noch schneller, effizienter und mit höherer Produktionsqualität entwickelt und umgesetzt werden. »Der Labor-Coater ist für Sihl der Schlüssel für die Optimierung des bestehenden Produktsortiments und für das Erschließen neuer Geschäftsfelder«, betont Heiner Kayser.

VERTRAUEN UND VERLÄSSLICHKEIT Für Sihl ist neben den rein technisch umsetzbaren Nachhaltigkeitsmaßnahmen auch der vertrauensvolle Umgang mit den Mitarbeitern zentrale Voraussetzung für den Erfolg. »Wir legen großen Wert auf eine verlässliche, vertrauensvolle Arbeitsatmosphäre und individuelle Gestaltungsspielräume«, erläutert Heiner Kayser.

Dazu hat Sihl ein System für Gesundheits- und Arbeitsschutz eingeführt, mit dem Gefahren am Arbeitsplatz erkannt und beseitigt werden. Das Resultat ist beeindruckend: Das Werk in Düren verzeichnet seit drei Jahren keine meldepflichtigen Unfälle in der Produktion. Zusätzlich analysiert Sihl »Beinaheunfälle«, sodass technische oder organisatorische Verbesserungspotenziale frühzeitig erkannt werden.

Im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter stellt sich Sihl der Herausforderung mit einem Ausbildungs- und Weiterbildungsprogramm, mit dem bis 2016 die Fluktuationsquote durch Pensionierung von 8% durch eigene Mitarbeiter aufgefangen werden soll. Neben den Ausbildungen in verschiedenen Berufen ist zudem die Etablierung eines dualen Studiums geplant.

Über die geschäftliche Tätigkeit hinaus zeigt Sihl gesellschaftliches Engagement in seinem direkten Umfeld. Das Unternehmen ist Sponsor der Volleyball-Mannschaft von Evivo Düren, ein Teil des finanziellen Beitrags fließt in die Jugendarbeit. Weiterhin unterstützt Sihl kulturelle und musikalische Aktivitäten in der Region, darunter das Papiermuseum in Düren.

EUROPÄISCHER DENKEN »Nachhaltiges Wirtschaften senkt Kosten, erhöht die Produktivität der Mitarbeiter und steigert den Absatz«, stellt Heiner Kayser fest. Ergebnisse sind hohe Mitarbeiterzufriedenheit, niedrige Fluktuationsraten, höhere Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, Ressourceneffizienz, optimierte Produktionsabläufe und Image-Gewinn. Kayser plädiert gleichzeitig dafür, dem Standort Europa mehr Wertschätzung entgegenzubringen. »Jedem sollte klar sein, dass viele Produkte im asiatischen Raum unter völlig anderen Umwelt- und Arbeitsbedingungen hergestellt werden.« Die Konsequenz daraus: »Wir müssen europäischer Denken und Handeln und das bedeutet auch mehr in Europa hergestellte Produkte zu kaufen. Geiz ist ganz und gar nicht geil, sondern macht den Standort Europa langfristig kaputt.«

› www.sihl.com



Digitaldruckereien im Großformat setzen auf Agfa Graphics.

Der beste Weg zu einer nachhaltigen Rentabilität ist die maximale Produktivität. Nichts eignet sich dafür besser als die zuverlässigen Großformatdrucker von Agfa Graphics.

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

Wir wissen, was digitale Großformatdruckereien brauchen. Deshalb entscheiden Sie sich für Agfa Graphics.

www.agfagraphics.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Von links nach rechts, von rechts nach links

Innerhalb weniger Jahre haben sich der digitale Großformatdruck und das Large-Format-Printing (LFP) in der Druckindustrie aus der Nische in den Vordergrund gespielt. LFP galt vielen Offsetdruckern bislang als etwas, womit sich Siebdrucker oder Werbetechniker beschäftigen. Doch dies hat sich geändert. LFP ist auf breiter Front interessant geworden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Mit der gestiegenen Qualität, Flexibilität und Anwendungsvielfalt unter anderem durch neue Farben und Bedruckstoffe stiegen die Anforderungen an die Druckprodukte, was zu einer Dynamik führte, die LFP zu einem wichtigen Bestandteil im Medienmix der Werbung machte. So wird LFP auch für die Druckbranche umso wichtiger, je mehr die klassischen Geschäftsfelder kleiner werden. Oder positiver ausgedrückt: Die Kunden erwarten von ihrem Drucker heute, dass er ihnen neben Visitenkarten und Flyern auch großformatige Plakate oder bedruckte T-Shirts liefert.

Dabei haben großformatige Druckprodukte zudem einen immensen Vorteil: Sie werden auf absehbare Zeit nicht oder nur mit sehr hohem Aufwand durch digitale Medien zu ersetzen sein. Plakate, Displays, Anwendungen im Messebau, Raumausstattungen, Werbetechnik aller Art und immer mehr auch industrielle Anwendungen wie Dekordruck auf Materialien wie Textilien, Metall und Holz bis hin zu Glas und Keramik belegen einmal die Vielfalt der möglichen ›Drucksachen‹, andererseits die hohe Wahrscheinlichkeit, nicht durch andere Entwicklungen substituiert zu werden.

Riesiges Marktpotenzial

Schätzungen zufolge umfasst das Marktpotenzial alleine in Deutschland rund 100.000 Betriebe, die aus einem äußerst heterogenen Umfeld

kommen, das sich neben Druckern aus der grafischen Industrie aus unterschiedlichen Sparten wie Messebauern, Agenturen, Inhouse-Produktionsabteilungen, industriellen Anwendern, Architekten und Fotografen zusammensetzt. Etwa 75% dieser Zielgruppe setzen den Großformatdruck bereits ein. Bei Siebdruckereien ist die Digitalisierung so weit fortgeschritten, dass es (von Ausnahmen abgesehen) wohl kaum noch einen Betrieb gibt, der nicht mit einem oder mehreren digitalen Großformatdruckern einen Teil seiner Aufträge abwickelt.

Die wachsende Bedeutung des Large-Format-Printings lässt sich aber auch an der zunehmenden Zahl an Anbietern von Verbrauchsmateria-

lien, Software und Weiterverarbeitungstechnik ablesen, die speziell auf den Bedarf im digitalen Großformatdruck zugeschnittene Produkte anbieten. Die neue Fachrichtung Großformatdruck in der Berufsausbildung für Medientechniker dürfte ebenfalls ein Indiz für die Bedeutung des LFP-Marktes zu sein.

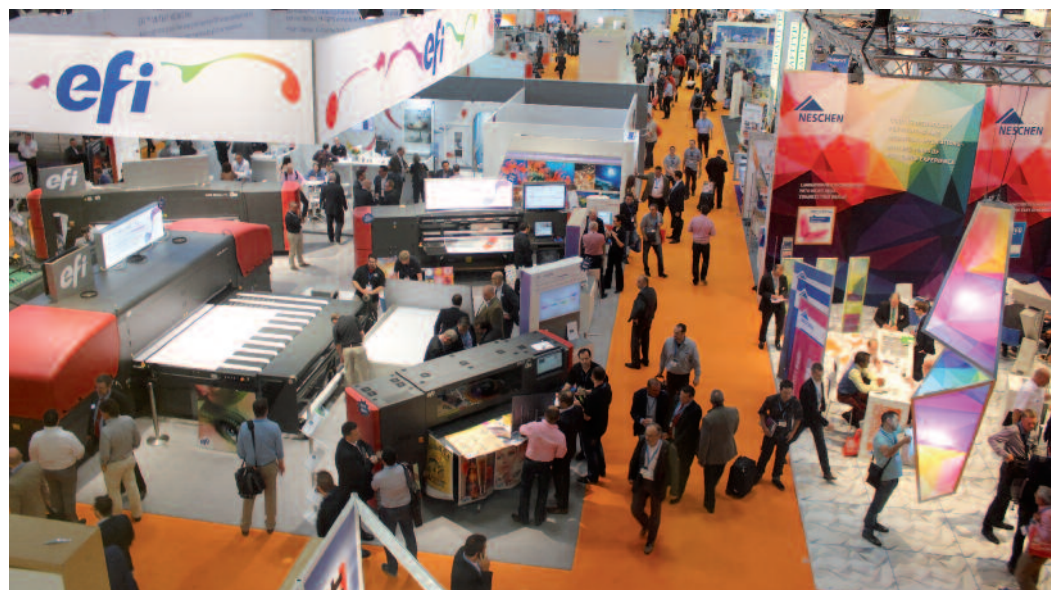
Interessant auch für Offsetdrucker

Und wenn man so will, ist die Bedeutung des Marktes am Wachstum typischer LFP-Messen erkennbar. Die Fespa Digital 2014 in München, die vom 20. bis 23. Mai 2014 die Aufmerksamkeit der Branche auf sich zog, geht als die bislang größte

Messe ihrer Art in die Geschichte ein. Mit 536 Ausstellern auf der Fespa Digital und parallelen Veranstaltungen war die Messe in München 21% größer als der Event 2011 in Hamburg, der bisher größten Fachmesse mit demselben Schwerpunkt.

Doch von solchen Zahlen und Vergleichen einmal abgesehen, kamen die Besucher (die aus 120 Ländern angereist sein sollen) in München auf ihre Kosten. Immerhin 50 neue Produkte von Bedruckstoffen und Medien über Tinten bis zu Drucksystemen wurden vorgestellt.

Fasst man die Stimmen von der Messe zusammen, ist der Wandel in der Branche wohl unübersehbar. Verbal zumindest und bezogen auf den



Gut besucht waren die Messestände auf der Fespa Digital 2014 in München an den vier Messetagen. Dabei galt das Interesse der Besucher den Großformatmaschinen ebenso wie Workflows und den zahlreich angebotenen Medien und Verbrauchsmaterialien.

Großformatdruck. Die kleineren Auflagen und die Vielfalt der Anwendungsmöglichkeiten, so hieß es vielerorts, machten Large-Format-Printing auch für Offsetdrucker immer interessanter.

Und da scheint in der Tat etwas dran zu sein, denn man traf in München durchaus auch gestandene Offsetdrucker, die sich nicht nur aus Langeweile auf der Messe umsahen. »Wir setzen LFP für kleinere Plakatauflagen ein« oder »Wir nutzen den UV-Inkjet-Druck für Veredelungen«, waren gängige Statements. Andere interessierten sich weniger für die Inkjet-Druckmaschinen, dafür aber umso mehr für die Schneideplotter, Graviersysteme und andere Weiterverarbeitungs- und Veredelungsmöglichkeiten, die im Large-Format-Umfeld angeboten werden.

Anwendungs-Vielfalt

»Es reicht nicht aus, ein F1-Auto zu bauen, man muss auch wissen, wie es zu fahren ist. Und das trifft auf LFP ebenso zu«, sagte Mike Horsten auf der Mimaki-Pressekonferenz. Und damit hat er sicher nicht unrecht. Denn LFP ist inzwischen nicht mehr der einfache Druck großformatiger Poster oder Banner. Es geht um durchaus komplexe Anwendungen, um Materialvielfalt und Druck-

Know-how. So hatten viele Aussteller mehr Wert auf die möglichen Applikationen als auf die Präsentation ihres Maschinenprogramms gelegt, um den Besuchern Ideen mit auf den Weg zu geben, was heute möglich ist.

Zu den Anwendungsbeispielen zählten (wie etwa bei Canon) maßgeschneiderte Tapeten, bedruckte Laminatböden und Buntglas, Lenticulardruck, der wetterfeste Digitaldruck von Landkarten und das Drucken auf Holz für dekorative Zwecke in der Inneneinrichtung. Aber auch bei anderen Herstellern wie Mimaki, Roland, Agfa etc. lohnte der Blick auf die Vielfalt an Applikationen. Oder auch bei Fujifilm zu sehen: eine Tiefziehtinte mit entsprechendem Tiegel, der das Material samt Druck in Form bringt. Faszinierend auch, zu welch gewaltigen Werkzeugen die Schneideplotter geworden sind. Es sind also in der Tat die Anwendungen, die spannend sind. Erstaunlich hingegen, welche (inzwischen fast unübersichtliche) Vielfalt einige bisher als Papiergroßhändler bekannte Unternehmen im Großformatdruck bieten. Natürlich sind die Maschinen und Geräte »Handelsware«, doch zusammen mit dem Angebot an Papieren und anderen Substraten ergibt sich ein One-Stop-Shop für viele LFP-Anwender.

Alles im digitalen Wandel?

Ein Bekannter, der über Jahrzehnte in der Vorstufe und im Offsetgeschäft zu Hause war (inzwischen bei einem Anbieter von Wide-Format-Lösungen tätig ist), kommentiert es einfach so: »Im Offset hört man nur noch Klagen. Jetzt bin ich mit anderen Kunden konfrontiert, mit anderen Aufgaben, Anwendungen und anderen Märkten. Hier macht das Arbeiten Spaß.«

Doch ganz so einfach und ganz so schnell geht das nicht überall. Zwar kann man via Job schnell von dem einen ins andere Lager wechseln, doch der Aufbau eines attraktiven Geschäfts ist für einen Hersteller eine ganz andere Nummer. Der Inkjet-Anteil, gemessen am Gesamtumsatz, beträgt bei Agfa Graphics beispielsweise heute noch keine 15%. Gemessen an der Zeit, die Agfa nun in diesem Segment unterwegs ist, erscheint das vergleichbar wenig. Oder anders ausgedrückt: Mit analogen Techniken lässt sich scheinbar noch immer mehr (und vielleicht auch einfacher) Geld verdienen, als mit digitalen Techniken. Noch. Wann und ob sich das umkehrt, weiß niemand genau.

HP ist zumindest davon überzeugt, dass alles im digitalen Wandel ist. Ja klar, das muss HP auch so sehen und kommunizieren, denn etwas anderes als digitale Lösungen hat HP nicht. Was ja kein Vorwurf sein soll.

Ist One-Pass eine Option?

Und dennoch hat man den Eindruck, dass bei all den Aussagen, um wie viel schneller und produktiver der Großformatdruck geworden sei, auch beim LFP alles seine Zeit braucht. Denn prinzipiell hat sich ja nichts verändert. Seit Jahren sehen wir, wie sich die Druckköpfe von links nach rechts und von rechts nach links bewegen. Ja, schneller zweifellos, aber noch immer bidirektional und in etlichen Durchläufen pro Job. Und je größer die Formate werden, umso mehr erinnert die Produktion an ein Tennisspiel: Links,

rechts, rechts, links. Nach all den Jahren kribbelt es schon in den Fingern und die Frage ist wohl erlaubt, wann die Post so richtig abgeht?

Die Antwort gab HP zwei Wochen nach der Fespa in Barcelona mit der Ankündigung, dass man mit »Page Wide« eine Technologie entwickelt hat, die den One-Pass-Druck realisiert (siehe auch den Beitrag auf Seite 22). Einen ersten Prototypen haben wir produzieren sehen, mit marktreifen Produkten ist aber erst ab Mitte 2015 zu rechnen.

Damit hat sich bewahrheitet, dass One Pass sehr wohl eine Option für den Großformatdruck ist. Einen Eindruck geben ja auch die Flachbettmaschinen von Inca (Fujifilm) oder die Drucker von Durst und Efl. Hier sind bis zur Fertigstellung eines kompletten Drucks nur noch wenige Scan-Durchgänge nötig. Würde man diesen Maschinen ein Paar mehr Druckköpfe spendieren, wäre auch hier der One-Pass-Druck möglich. Allerdings wären diese Highspeed-Maschinen mit der aktuellen Technik heute wohl kaum bezahlbar.

Doch eins scheint sicher: Nachdem HP nun vorgelegt hat, werden die anderen wohl nicht mehr lange auf sich warten lassen. Zur nächsten Fespa Digital, die 2015 in Köln stattfindet, werden wir mehr wissen.



Anwendungs-standen bei vielen Ausstellern im Mittelpunkt wie hier bei Canon.



Messeangebote oder Anzeigen eines massiven Verdrängungswettbewerbs?



INCA ONSET R40i Auf der Fespa Digital 2014 hat am Stand von Fujifilm eine der größten unabhängigen britischen Druckereien, die Image-data-Group, die weltweit erste Inca Onset R40i bestellt. Die Onset R40i bietet eine Produktivität von 400 m²/h, eine maximale Ausgabeauflösung von 1.200 dpi und kann Medien bis zu einer Stärke von 50 mm verarbeiten. Der großformatige Inkjet-Drucker wird von Inca Digital konstruiert und gebaut und von Fujifilm exklusiv weltweit vertrieben.



TECCO-SORTIMENT Tecco war erstmals auf einer Fespa vertreten und präsentierte sein erweitertes LFP-Sortiment. Gezeigt wurden Medien für Eco-Solvent, Solvent, Latex und UV. Ein Schwerpunkt lag bei hochwertigen Medien wie Tapeten und Leinwand/Canvas. Hier wurden vier verschiedene Qualitäten vorgestellt. Eine via Inkjet bedruckbare Tapete ist das Wallpaper NW Smooth Prepasted, das mit einem Kleber versehen ist, der beim Aufbringen der Tapete durch Wasser aktiviert wird. Die Tapeten sind in den Rollenbreiten 55 cm und 111 cm verfügbar. Zudem zeigte Tecco Medien für den Außeneinsatz, darunter das M1-zertifizierte Banner Hybrid für Banner und Roll-Ups oder das kratzunempfindliche und reißfeste Synthetic Paper beispielsweise für Präsentation, Banner und Poster. > www.tecco.de

BORDEAUX-KOOPERATION Bordeaux Digital Printink, Entwickler und Hersteller von Druckfarben und Lacken, gab während der Fespa bekannt, Colormagic als neuen Partner gewonnen zu haben, einen Wiederaufbereiter (Remanufacturer) von Tinten für den digitalen Großformatdruck. Durch die Kooperation will Bordeaux sein Angebot an lösungsmittelbasierten und UV-härtenden Tinten erweitern. Auf der Messe wurden Öko-Lösungsmittel-Tinten für den Roland Soljet Pro4 XF-640 und den Epson SureColor-Drucker gezeigt. Die Mix & Match-Tinten sorgen laut Bordeaux für einen höheren Durchsatz und eine verbesserte Farbrillanz. Interesse fanden auch die wasserbasierten Sublimationstinten, das Angebot an schnell härtenden UV- und UV-LED-Tinten sowie Haftvermittlern, die bei Druckern der Modellserien Efi Vutek, Océ Arizona, HP Scitex, Agfa etc. eingesetzt werden könnten. > www.c-m-y-k.com

DURST IN PRODUKTION diedruckerei.de geht mit einem neuen Hochgeschwindigkeits-UV-Rollendrucker für den Druck von Mesh- und PVC-Planen in Premium-Digitaldruckqualität in Produktion. »Der neue Durst Rho 312R Rolle-zu-Rolle Drucker ermöglicht individuelle Großformatdrucke für Planen und Mesh bei exzellenter Bildqualität, wie sie in der Außenwerbung bisher noch nicht am Markt angeboten wurden«, freut sich Julia Voigt, Marketingleiterin der Onlineprinters GmbH. Die Fine-Art-Bildqualität der Digitaldrucke wird durch ein 6-Farb-UV-Tintensystem inklusive Light Cyan und Light Magenta, Varidrop-Technologie mit hoher Pigmentierung und einer Auflösung von 900 dpi ermöglicht. Im Druckbild werden dadurch wärmere Töne und homogene Farbflächen in weicher Anmutung erzeugt. Die Flexibilität, Produktivität und Druckqualität macht den Großformatdrucker zu einem Hochgeschwindigkeits-UV-Rollendrucker mit einer Ausgabegeschwindigkeit von bis zu 240 m² pro Stunde. Bei Onlineprinters kommt der Drucker für Anwendungen beim Fine-Art-Druck für PVC-Planen und Meshgewebe zum Einsatz. Insgesamt will die deutsche Onlineprinters GmbH eine Million Euro alleine 2014 in den weiteren Ausbau der Abteilung für Large-Format-Printing investieren. > www.diedruckerei.de

SWISSQPRINT MIT NEUER DRUCKERGENERATION

Zur Fespa Digital 2014 stellte swissQprint den neuen Großformatdrucker Nyala 2 vor, der fortan die größte, produktivste und wirtschaftlichste Maschine im Sortiment des Schweizer Produzenten ist. Was am neuen Flachbettendrucker zuerst auffällt, ist die optische Ähnlichkeit mit seinem Vorgängermodell Nyala. Die Gesamtmaschinengröße ist nämlich gleich geblieben. Dennoch ist der Drucktisch der Nyala 2 mit 3,2 x 2 Metern um 25% größer als der des Schwestermodells.

Nyala 2 arbeitet mit einer neuen Druckkopf-Technologie. Der Drucker erlaubt eine maximale Geschwindigkeit von 206 m²/h in Produktions-Qualitäten.

Dies war bislang mit nur verhältnismäßig groben Auflösungen



möglich. Etliche Kunden haben bereits Bestellungen platziert und werden ihr neues Arbeitstier in der zweiten Jahreshälfte in Betrieb nehmen. Die Kosten für die Nyla 2 sind zwar höher als bei der bisher größten swissQprint-Maschine, relativieren sich jedoch durch weit geringere Quadratmeterkosten.

> www.swissqprint.com

SIHL DIRECT LIEFERT

Bereits im Vorfeld der Fespa hatte die Sihl Direct den Vertrieb der HP Latex-300-Serie angekündigt und stellte auf der Messe ein vielseitiges Medien-Sortiment für den Einsatz mit Latex Tinten vor. Jetzt erfolgte bereits die erste Auslieferung. CCL Digitale + Fotografische Bildverarbeitung aus Hamburg erhält das Flaggschiff der Serie, die HP Latex 360. Für unterschiedliche Roll-up-Anwendungen setzt CCL die satin beschichtete, wasserfeste Polyesterfolie PolySOL Roll-up Film

180 von Sihl ein. »Die Nachfrage nach der Latex-300-Serie hat unsere Erwartungen übertroffen«, erklärt Wolfgang Tropartz, Leiter Vertrieb der Sihl Direct GmbH. »Die Kunden finden vor allem das Gesamtpaket aus Leistung, Preis und Vielseitigkeit der bedruckbaren Materialien sehr attraktiv.« Das Dürener Unternehmen Sihl Direct liefert unterschiedliche Medien, die für den Druck auf den neuen Maschinen von HP zertifiziert oder von den Dürener LFP-Spezialisten qualifiziert sind. > www.sihl-direct.de



BLICKFÄNGE

Einer der Blickfänge der Fespa war der Messestand der Neschen AG. Beim Betreten der Halle beeindruckte die 5 m hohe, frei schwebende Textilschulptur an der Frontseite des Messestandes. Der Einsatz des hinterleuchteten artist premium light-Textils fand bei vielen Besuchern ebenso großes Interesse wie viele andere Materialien. Starke Nachfrage bestand laut Neschen nach der brillanten Schutzfolie filmolux UV ultra gloss und den Digitaldrucktapeten, die auch großflächig am Messestand verklebt waren. Zudem fanden jeden Tag mehrfach Tapeziervorführungen statt, bei denen die Besucher ihre Tapezierkünste selbst unter Beweis stellen konnten. Den kompletten Fußboden des Standes hatte Neschen mit easy dot im Verbund mit nippon plus sowie anderen Floor Graphics Solutions ausgelegt. Auf großes Interesse stießen überdies die beiden Kaschiermaschinen und die entsprechenden Anwendungen, die Neschen auf der Fespa



präsentierte. Laut Neschen wurden auf der Messe zahlreiche Aufträge verbucht. Zudem haben sich der gudy dot-Roller und das gudy dot tape erneut als Give-away und als Türöffner für zahlreiche Gespräche erwiesen.

Wie bei allen Messen in diesem Jahr zog easy dot erneut viel Aufmerksamkeit auf sich, nicht zuletzt, weil große Teile der Stellwände vollflächig mit dieser selbstklebenden Digitaldruckfolie gestaltet waren.

Als Highlight erhielt schließlich die digital bedruckbare Selbstklebefolie easy fix 180 MSP den »EDP Award 2014« und wurde als »Best Adhesive Substrate« ausgezeichnet. Die EDP (European Digital Press Association) ist ein Zusammenschluss aus 20 europäischen Fachzeitschriften für den Druckbereich (dazu zählt auch der »Druckmarkt«). Die Preisübergabe erfolgte im Rahmen der diesjährigen Fespa.

» www.neschen.com

POSITIVE PERSPEKTIVEN

Mutoh berichtet von einer erfolgreichen Präsenz auf der Fespa Digital, auf der es das Debut drei neuer Drucker gab. Viel Resonanz fanden der 24" breite ValueJet 628 Eco Ultra sowie die neuen LED-UV-Drucker-Modelle, der Flachbettdrucker A3+ VJ-426 UF und der 64" breite ValueJet 1626UH Hybrid. Die Einführung der Mutoh LED-UV-



Drucker ist laut Mutoh der Start in das Marktsegment der Spezial-, Industrie- und Kleinauflagen Applikationen.

»Unser Stand war an allen vier Messetagen buchstäblich mit Besuchern verstopft. Wir waren mit den positiven Reaktionen bezüglich unserer neuen Druckermodelle sehr zufrieden. Die Besucher waren von der Qualität, der Umweltverträglichkeit und den digitalen Drucklösungen der neuen LED-UV-Linie begeistert. Wir konnten mehrere Bestellungen verbuchen und viele aussichtsreiche Kontakte mit Kaufinteresse generieren. Die Umsatzprognosen für das nächste Quartal sehen sehr positiv aus«, kommentiert Arthur Vanhoutte, Geschäftsführer Mutoh Belgien, den Messeauftritt des Unternehmens.

» www.mutoh.eu

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

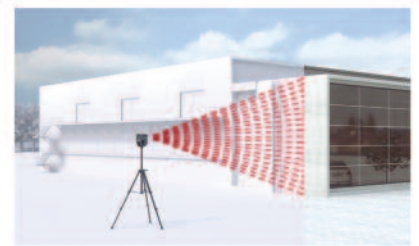
Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.

**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.

EINSTIEGS-KONGSBERG

Esko hat sein Portfolio an Weiterverarbeitungsanlagen um die Kongsberg-V-Serie ergänzt, eine Schneidanlage der Einstiegsklasse. Marian Zincke, Vice President Digital Finishing bei Esko, begründet den Einsteig in dieses Segment damit, dass Markttests gezeigt hätten, dass Bedarf an leistungsfähigen Weiterverarbeitungsanlagen zu attraktiven Einstiegspreisen besteht. »Ansprechen möchten wir damit all jene, denen es auf Produktivität, Verlässlichkeit und Präzision ankommt.«

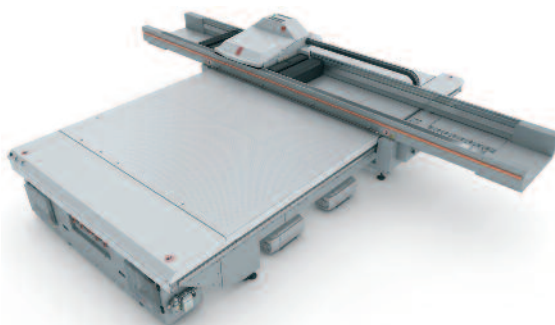
Erhältlich sind zwei Baugrößen: V20 (für Materialien bis 1.700 x 1.300 mm) und V24 (bis 1.700 x 3.200). Geeig-



net ist die Kongsberg-V-Serie für Werkzeuge zum Schneiden, Rillen, Bohren und Fräsen. Mit an Bord ist auch das Kamerasystem i-cut Vision Pro. Sämtliche Werkzeuge sind mit Barcodes gekennzeichnet und rasten beim Werkzeugwechsel schnell und sicher ein. Erhältlich sind Schneidplatten für Materialien von hauchdünnen Papieren und Folien zu schweren Kartonagen und Platten. Für Schnelligkeit, Präzision und Belastbarkeit steht der Zahnstangenantrieb, der Power mit einer raffinierten Achsteuerung verbindet.
> www.esko.com

CANON ARIZONA MIT GRÖßEREM FORMAT

Canon hat auf der Fespa mit der Océ Arizona 6100 Serie eine neue Druckerplattform der Arizona-Serie vorgestellt. Sie wurde für Druckereien entwickelt, die pro Jahr mehr als 30.000 m² an starren Materialien bedrucken. Die Serie besteht aus dem Sechsfarb-Drucksystem Océ Arizona 6160 XTS und der Océ Arizona 6170 XTS mit sieben Druckfarben und hebt die Technologie des Arizona-Sortiments auf eine neue Produktivitätsstufe. Die neue Arizona-Serie wurde für die effiziente Produktion auf starren Materialien optimiert, als dediziertes Flachbettssystem entwickelt, und bietet einen Vakuumschisch mit 2,5 m x 3,05 m Fläche. Die Flachbett-Architektur unterstützt ein breites Spektrum von Produktionsmöglichkeiten auf Plattenmaterial ein-



schließlich dem Druck auf individuell geformten, nicht-rechteckigem Material, schweren Substraten oder glatten Medien. Der Flachbettisch verfügt über zwei unabhängige Druckzonen, von der jede über ihr eigenes Vakuumsystem verfügt und das Drucken bei gleichzeitiger Zuführung oder Entnahme von Medien erlaubt. Alternativ lassen sich die beiden Zonen zu einem einzigen Feld kombinieren, um 2,5 x 3,05 m große Prints erstellen zu können. Pneumatisch heb- und senkbare Anlegestifte gewährleisten eine schnelle und einfache Zuführung der starren Materialien. Durch die einfache Medienzuführung kann ein einzelner Operator bis zu zwei Drucksysteme simultan bedienen und im Produktionsmodus knapp 50 Bogen pro Stunde produzieren.

Mit fast 27.000 piezoelektrischen Düsen, die im Druckschlitten in sieben Reihen angeordnet sind, produziert die Arizona 6100 Tintenstrahldrucke mit einer Geschwindigkeit bis zu 155 m² pro Stunde. Wie alle übrigen Drucker der Arizona-Serie verwendet der Océ Arizona 6100 Serie die Océ VariaDot Technik und erreicht damit eine Druckqualität, die an die Bildqualität von Fotos heranreicht.

> www.canon.de

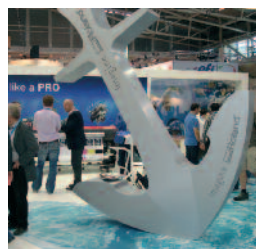
FUJIFILM ACUITY F

Ebenfalls auf der Fespa in München kündigte Fujifilm die neue Acuity F-Serie an, die baugleich ist mit der oben genannten Canon Arizona 6100. Die hohe Druckleistung der Acuity F wird

durch Fujifilms Uvijet-Tinten optimiert. Diese beinhalten die unternehmenstypische »Micro-V« Dispersion-Technologie, die nach Angaben von Fujifilm bei jedem Druck brillante Farben, gute Haftung und lange Haltbarkeit bieten.
> www.fujifilm.eu

DEN ANKER GEWORFEN

Roland DG hat auf der Fespa das Flaggschiff, den Soljet Pro4 XR-640, präsentiert. Dieser Schneideplotter bietet eine Kombination aus hoher Druckqualität und Produktivität. Der XR-640 arbeitet mit der neuen Eco-Sol Max2-Tinte auch in Weiß, Metallic-Silber und aufgehelltem Schwarz. Das opake Weiß erzielt prächtige Effekte auf transparenten und farbigen Medien. Metallic-Silber wird verwendet, um Gold, Bronze, Kupfer und weitere Metallic-Farben zu simulieren. Helles Schwarz seinerseits kreiert ansprechende Graustufen und eignet sich bestens für S/W-Bilder. Diese Tinten stehen auch bei der neuen



Die Besucher des Stands von Roland DG bestaunten eine farbenfrohe Unterwasserwelt, deren Mittelpunkt ein gigantischer folierter Anker bildete.

VersaCamm VS-i-Reihe zur Verfügung, Schneideplotter, die zu einem günstigen Preis erhältlich sind. Poster, Sticker, Textiltransfers und Banner sind nur einige der möglichen Anwendungen. Auch der VersaUV LEF-20 stieß bei den Besuchern auf großes Interesse. Der kompakte Flachbettdrucker ist in der Lage, viele Gegenstände und Materialarten wie etwa iPhone-Hüllen, Golfbälle und Stifte zu bedrucken. Aber auch auf Glas und Metall kann nach dem Auftragen eines Primers gedruckt werden.
> www.rolanddg.de



NEUE MONO-VINYLE

Komplett überarbeitet präsentierte Fujifilm das Mono-Vinyl- und Laminatportfolio von euromedia auf der Fespa. Dafür wurden elf monomere Folien ausgewählt. Die Vinyle haben eine Stärke von 80 µ oder 100 µ, sind gloss oder matt, mit permanentem oder wieder ablösbarem Kleber in grau oder transparent. Außerdem sind alle Folien nur schwer entflammbar und verfügen über ein B1-Zertifikat. Überarbeitet wurde auch das Laminat-Portfolio. Entsprechend zum Mono-Vinyl II FR gibt es nun auch das Mono Laminat II FR. Für den hochwertigen Schutz bringt Fujifilm die HighProtect Laminat Advanced FR-Reihe auf den Markt: erhältlich in den Versionen matt, glänzend und crystal. Die dimensionsstabilen Kaltlamine mit Solventkleber sind hochklar, haben einen UV-Filter und ein B1-Zertifikat.
> www.fujifilm.eu

RICOH Pro™ C901/901S Graphic Arts +

RICOH
imagine. change.

Professioneller Digitaldruck neu definiert

Der Beste seiner Klasse

Innovationen liegen RICOH im Blut. Unsere Produktionsdrucksysteme basieren auf fundierten Erfahrungen durch kontinuierliche Forschung und Entwicklung. Der Pro™ C901/C901S Graphic Arts+ setzt neue Massstäbe in Bezug auf Produktivität, Effizienz, Qualität und Rentabilität.

Das System druckt mit einer Nenngeschwindigkeit von 90 A4-Farbseiten pro Minute im Duplexmodus und unterstützt Papierformate bis zu SRA3 (320 x 450 mm) mit einem Höchstgewicht von 350 g/m².

TEMPO

Höchste Geschwindigkeit seiner Klasse

TECHNOLOGIE

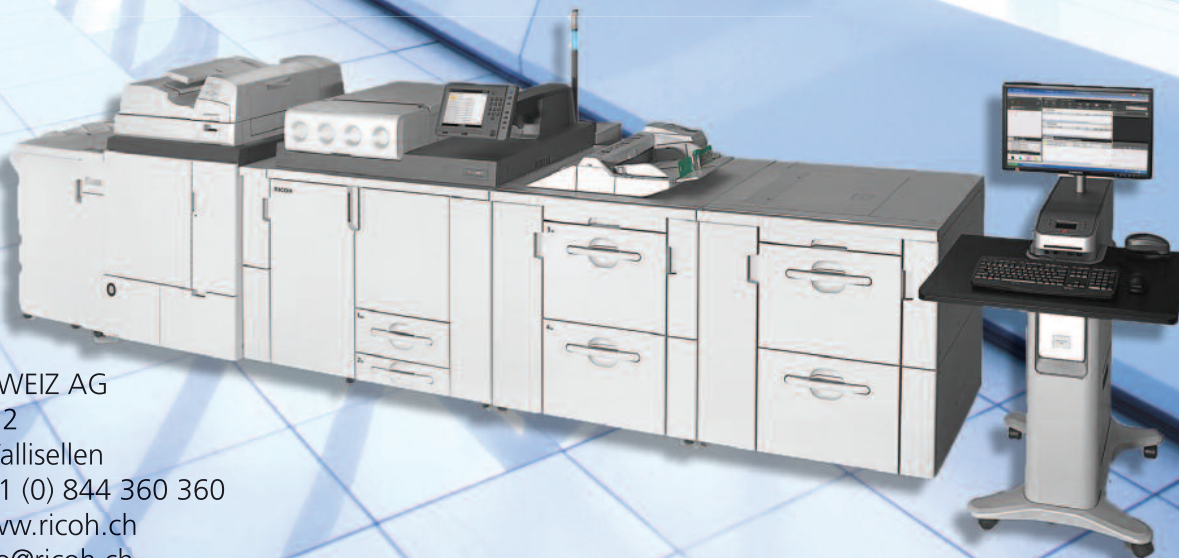
Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

LEISTUNG

Grosse Bandbreite von Druckjobs

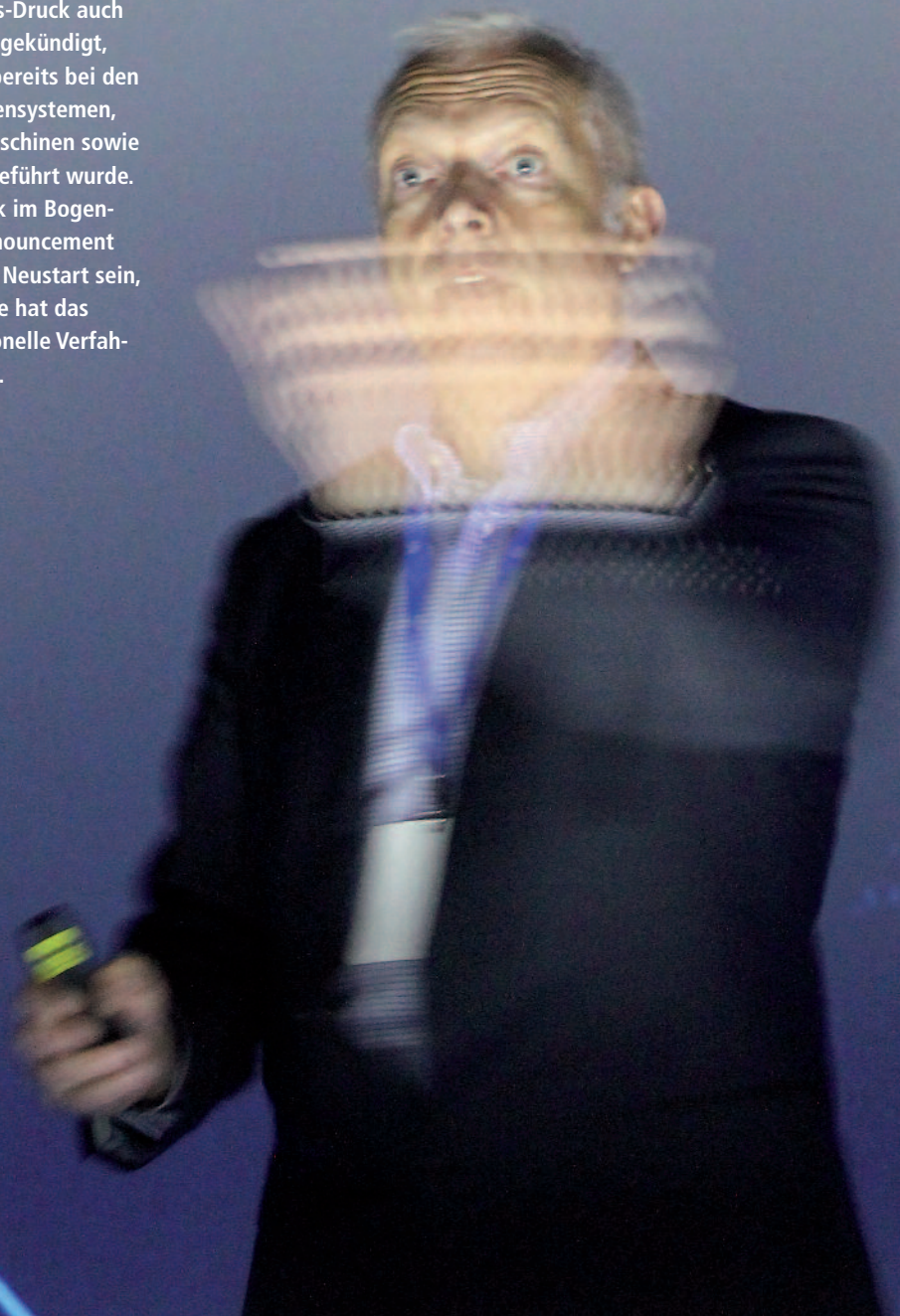
EFFIZIENZ

Umfassende Workflow-Interaktion



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

Schon seit einiger Zeit hat uns die Frage beschäftigt, wann Inkjet-Drucker im Großformat die Bildmotive endlich ›in einem Rutsch‹ drucken. Jetzt hat das ständige Hin und Her, von links nach rechts und von rechts nach links, wie es HP-Marketing-Director François Martin eindrucksvoll zeigt, ein Ende. HP hat unter dem Namen ›PageWide‹ den seitenbreiten One-Pass-Druck auch für das Großformat angekündigt, nachdem die Technik bereits bei den Inkjet-Highspeed-Rollensystemen, bei B2-Digitaldruckmaschinen sowie im Office-Bereich eingeführt wurde. Für den farbigen Druck im Bogenbereich dürfte das Announcement dennoch geradezu ein Neustart sein, denn diese Technologie hat das Zeug dazu, die traditionelle Verfahrenstechnik abzulösen.



Evolution ohne Kopfbewegung

Zuerst dachte ich, ich sei auf der falschen Veranstaltung. Vom Markt der Reprografie war die Rede, davon, dass Architekten, Ingenieure und Konstruktionsbüros hohen Bedarf an Drucksystemen hätten und dass HP nunmehr mit neuen Modellen in diesem Markt nachlege. Und dafür sollte ich nach Barcelona geflogen sein? Ja, und es hatte sich gelohnt!

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Nach dem Event muss ich eingestehen, dass es eine perfekte Inszenierung war. HP vermittelte in seinen ansonsten hermetisch abgeriegelten Labors in Barcelona Wissen aus erster Hand, wobei im sogenannten »Dark Room« die Wechselwirkung von Markt und Technologie-Innovation deutlich wurde. So waren die Informationen über den Reprografie-Markt eigentlich nur das Vorspiel für eine bahnbrechende Ankündigung: die One-Pass-Drucktechnologie, die bei HP den Namen »PageWide« trägt. Diese wird, ist sie erst einmal auf breiter Front verfügbar, den Markt auf Dauer verändern.

Disruptive Technologie?

HP setzt damit ein Zeichen. Und die Wettbewerber zugleich unter Druck, wengleich sich HP noch bis zur zweiten Jahreshälfte 2015 Zeit lassen will, das erste Produkt bis zur Marktreife zu entwickeln.



François Martin, Marketing-Direktor der Imaging & Printing Group von HP und des Graphics Solution Business, sieht in dieser Entwicklung einen logischen Prozess. Damit könne HP seine Position im Markt stärken. Denn es sei eine Sache, eine führende Position im Markt zu erreichen, eine andere, sie zu halten. Wesentlich sei dabei, auf eigenen Technologien aufbauend, mit den Kunden Erfahrungen zu sammeln. Daran

schließe sich das Antizipieren und Vorausdenken an sowie drittens, neue Technologie-Klassen zu definieren und neue Wege zu finden, diese zu nutzen. Das beziehe auch Services mit ein und das Identifizieren neuer Öko-Systeme.

Genau das wolle man mit der neuen Technologie erreichen. Und François Martin wäre kein Marketing-Profi, würde er bei »HP PageWide« nicht auch von einer disruptiven Technologie sprechen. Das nämlich ist eine Innovation, die eine bestehende Technologie, ein Produkt oder eine Dienstleistung möglicherweise vollständig verdrängt (engl. disrupt: unterbrechen oder zerreißen).

Aber halten wir den Ball zunächst einmal ganz flach. Noch ist die angekündigte Technologie für den Großformatdruck kein fertiges Produkt, noch hat sie nichts anderes ersetzt und vor allem: Ganz so neu ist das alles nicht.

30 Jahre HP Inkjet-Technologie



Aber wer wüsste das besser als **Dr. Ross Allen**, Senior Technical Specialist, der sich als Wissenschaftler seit 30 Jahren bei HP mit der Inkjet-Technologie auseinandersetzt? Er nahm uns mit auf eine eindrucksvolle Reise, die im Jahr 1984 begann und die dem Moore'schen Gesetz folgend, die Fortschritte der HP Inkjet-Performance aufzeigte. In der Tat hat sich

über die Jahre die Leistung der HP Thermal-Inkjet-Drucker alle 18 Monate verdoppelt. Die neue, nochmals weiter verbesserte Technologie der PageWide-Technologie wird nach Ansicht von Dr. Allen abermals ein Meilenstein sein.

Alleine die Entwicklung der letzten 30 Jahre zu beschreiben, ist sicher einen Artikel wert, würde an dieser Stelle aber zu weit führen. Hierzu reicht, es die letzten acht Jahre Revue passieren zu lassen.

2006 stellte HP einen 4,25-Zoll breiten Druckkopf vor, der als Thermal-Inkjet-Plattform in Großformat- und Latex-Druckern sowie beim Inkjet-Rollensystem Web Press eingesetzt wurde. Hier haben die in Reihe geschalteten Druckköpfe die Aufgabe, das Druckbild in voller Bahnbreite auf das Papier zu bringen.

2013 wurde die seitenbreite (Page-wide) Technologie bei Desktop-Multifunktionsdruckern, der HP Officejet Pro XSeries, eingeführt. Mit diesem 8,57-Zoll (21 cm) breiten Vierfarbkopf drucken diese Geräte bis zu 42 A4-Farbseiten pro Minute. Mit dieser Generation will HP die Laserdrucker aus dem Büro drängen.

Die Idee der seitenbreiten Druckköpfe, wie sie in den Inkjet-Rollensystemen eingesetzt werden, will HP jetzt auch auf den großformatigen Bogen- und Großformatdruck übertragen. Start soll eine PageWide-Druckerfamilie hoher Produktivität mit 40-Zoll (102 cm) Breite für technische Grafiken und Reproduktionen sein. Doch für diese Anforderungen sind die genannten

4,25- und 8,57-Zoll-Druckköpfe ungeeignet. So liefert der 4,25-Zoll-Druckkopf nur maximal zwei Farben und würde für einen großen Vierfarbdrucker etliche Druckköpfe längs zur Bahn und hintereinander geschaltet benötigen. Der Vierfarben-8,57-Zoll-Druckkopf wiederum ist nicht für ein modulares Konzept geeignet. Zudem lässt er sich nicht ohne größeren technischen Aufwand austauschen.

Neue Druckkopf-Plattform

Also musste ein neuer Druckkopf her. »Das Wissen um die Stärken und Grenzen der früheren Druckkopf-Generationen gab uns die Gelegenheit, eine neue Druckkopf-Plattform zu entwickeln. Der für die PageWide-Technologie konzipierte neue Druckkopf hat nunmehr eine Breite von 5,08-Zoll«, erläuterte Dr. Allen. Das entspricht einer Druckbreite von 12,75 cm.

»Die Performance-Ziele und Funktionen für die neuen Druckköpfe wurden durch das Großformat und der Skalierbarkeit bestimmt«, zeigte Dr. Allen auf. Lange Lebensdauer und geringe Gesamtbetriebskosten seien ebenfalls Voraussetzung gewesen. Es ging also darum, kompakte Druckköpfe zu entwickeln, die hohe Druckqualität und Produktivität kombinieren, die einen zuverlässigen und schnellen Tropfenausstoss gewährleisten, die durch lange Zeitintervalle zwischen den Service-



HP zeigte in den Räumlichkeiten der Forschung & Entwicklung in Barcelona einen Prototyp seines Großformat-Druckers mit PageWide-Technologie. Was so unscheinbar aussieht, könnte jedoch die Märkte im Druck revolutionieren. Die acht nebeneinander angeordneten PageWide-Druckköpfe bringen es auf eine Breite von 102 cm. Nahezu im Sekundentakt liefern bedruckte Bogen im Formatbereich 70 x 100 cm aus dem Drucker. Und das in einer durchaus ansprechenden Qualität!

DRUCKKOPF-SPEZIFIKATION

- Thermal-Inkjet-Technologie
- 5,08-Zoll (12,75 cm) Druckbreite
- 4 Farben (CMYK)
- HP PageWide-Tinten
- 6.336 Düsen pro Farbe
- 25.344 Düsen pro Druckkopf
- 1.200 Düsen pro Zoll
- Eingebaute Steuerungs elektronik
- Skalierbares Design
- Austausch durch Benutzer ohne Werkzeug

Zyklen für Produktivität sorgen, die eine hohe Druckdichte und Farbsättigung bei Schwarz-Weiß- und Farb- anwendungen auch beim One-Pass-Druck erreichen, die mit höchster Genauigkeit mikrofeine Dots platzieren und die Modulfähigkeit besitzen, um eine Reihe von Druckbreiten zu unterstützen.

Der HP 5,08-Zoll-Druckkopf sei von Beginn an als skalierbare Komponente für Hochgeschwindigkeits-Anwendungen konzipiert worden, erklärte Dr. Allen. »Skalierbar definiert dabei die Design-Philosophie, einzelne Module nebeneinander und/oder versetzt auf einer gewünschten Breite anordnen zu können, und zusätzliche Farben oder höhere Druckgeschwindigkeiten zu erreichen.« Die Module sind mit dem eigentlichen Druckkopf, der Tintenzufuhr, der Treiberelektronik etc. bestückt. Die Skalierbarkeit des Druckkopfes wird durch die »S-Form« der Module erreicht, sodass mehrere Druckköpfe

aneinander gesteckt werden können. So sind Druckbreiten in 5-Inch-Schritten möglich.

Keine Druckkopfbewegung

Der One-Pass-Druck verspricht zwar einen hohen Durchsatz, stellt die Technik aber vor deutlich mehr Herausforderungen als dies bei Multi-Pass-Druckköpfen der Fall ist, wie sie heute bei Großformatdruckern üblich sind. Statt der bidirektionalen Druckkopfbewegung ist der Druckkopf beim One-Pass-Druck stationär über der gesamten Druckbreite angeordnet und ermöglicht damit eine kontinuierliche Materialbewegung und somit auch Geschwindigkeitsregelung.

Dafür hat HP aber auch eine neue Generation von wasserbasierten Pigmenttinten entwickeln müssen, die die Anforderungen des One-Pass-Drucks erfüllen. Insbesondere müssen hohe Farbdichten auch für

Schwarz in einem Durchgang möglich sein. Beim Multipass-Druck sind hohe Farbdichten schon deshalb möglich, weil die Tinte bereits in das Material penetrieren kann, bevor einige Sekunden später der zweite Druckdurchgang die Nachbar-Dots setzt. Dies ermöglicht eine höhere Farbdichte als in einem Single-Pass-Prozess. Hier dauert es typischerweise etwa 100 Millisekunden für einen Tropfen Tinte, um in die Medienoberfläche eindringen zu können. Bei der PageWide-Technologie stünden dafür nur noch 5 Millisekunden zur Verfügung, erläuterte Dr. Allen, was eine gewaltige Herausforderung für die Tinten-Rezeptur und auch die Bildsteuerung ist.

Idealer Testmarkt?

Diese Probleme sind jedoch bereits weitestgehend gelöst. HP zeigte in seinen Labs in Barcelona einen noch namenlosen Drucker mit dem Code-

namen Niagara (übrigens der gleiche, den auch Canon verwendet), der über kurz oder lang Inkjet-Drucker mit beweglichem Druckkopf ersetzen wird.

Die Ausdrücke, die wir begutachten konnten, erreichten erwartungsgemäß keine Foto- oder Offsetqualität, zeigten beim Ausdruck von Karten mit feinsten Linien und Texten aber eine erstaunlich hohe Qualität. Und die wurde auf Standard-Papier mit 90 g/m² Flächengewicht erzielt, wie sie im Reprografie-Markt üblich ist. Es wurde uns aber versichert, dass auch andere Medien wie schwere Bond-Papiere, Pergament, Fotopapiere, Posterpapier und Polypropylen einsetzbar sind.

Erstaunlich auf jeden Fall die Geschwindigkeit. Nahezu im Sekundentakt liefern Bogen im Formatbereich 70 x 100 cm aus dem Drucker. Wobei Rollenmaterialien verarbeitet werden, die während des Drucks auf Format geschnitten werden.

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

+49 (0) 26 71 - 38 36

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



Mit der neuen Technik will HP im ersten Schritt den Markt der Reprografie angehen: durch signifikante Kostensenkung bei gleichzeitiger Steigerung der Produktivität und Benutzerfreundlichkeit.

Dieser Markt, in seiner Größe meist unterschätzt und oftmals nur mit »Blaupausen« oder Copy-Shops in Verbindung gebracht, könnte dabei der ideale Testmarkt für andere Anwendungen sein. Denn die Anforderungen der Reprografie sind nicht all zu weit von denen der Druckindustrie entfernt: Verlangt werden hohe Auflösungen für feinste Linien, große Formate und in der Ausgabe ein gefalztes Endprodukt.

HP schätzt, dass sich in diesem Markt ein Maschinen-Volumen von etwa 1,3 Mrd. \$ umsetzen lässt. Gut, es gibt neben HP ja noch andere Hersteller, aber HP will die Karten eben neu mischen und verteilen. Dazu legt man mit HP PageWide ordentlich vor.

Derzeit sind nach Angaben von HP in diesem Markt vorwiegend Monochrom-LED-Drucker im Einsatz, daneben produzieren separate Farbdrucksysteme. Mit dem PageWide-Drucker will HP die Schwarz-Weiß-Drucker bei den Kosten und auch der Geschwindigkeit schlagen – und zwar mit dem Farbdrucksystem, das mehr als 200.000 Düsen gleichzeitig ansteuern muss. Die Rechnerpower und die Software werden es schon richten. Deshalb spricht HP von einer »Image processing pipeline«, bei der sowohl im Controller als auch im Drucker je eine Adobe Print Engine

integriert sind. Die Last der großen Datenmengen soll auf diese Art und Weise verteilt werden.

»Yes!«

Offensichtlich stehen wir vor einem Paradigmenwechsel durch diese Technologie im Inkjet. Es ist zwar nicht der erste Schritt, aber es wird alles noch etwas Zeit brauchen. Dass sich HP zunächst auf den Reprografie-Markt konzentriert, ist gar nicht so dumm. So können im Hintergrund weitere Anwendungen angegangen werden. Denn mit PageWide überspringt HP das Format B2 und ist schon jetzt im Bereich 100 cm Breite (und beliebiger Länge) angekommen. Alle anderen Leistungsmerkmale lassen darauf schließen, dass diese Inkjet-Technologie in der Zukunft die Kosten reduziert, die Produktivität, Flexibilität und die Benutzerfreundlichkeit erhöht. Über die Qualität wird man noch sprechen müssen. Das weiß auch HP.

Doch auf die Frage, ob diese Technologie generell die Basis ist, die aktuellen Latex- und UV-Drucker zu ersetzen, antwortete Dr. Ross Allen kurzsilbig: »Yes!« Aber er ergänzte augenzwinkernd: »Das größte Problem bei PageWide für den Großformatdruck ist aber nicht technischer Natur. Das größte Problem ist, unser Management von der Entwicklung zu überzeugen.«

» www.hp.com

KOMMENTAR

One-Pass ist der nächste logische Schritt!

Wird der Digitaldruck die Branche jemals wirklich beherrschen? Diese Frage wird gerne und kontrovers diskutiert und sicherlich für absehbare Zeit noch reine Spekulation bleiben. Doch die jüngsten Entwicklungen im Digitaldruck lassen aufhorchen. Hier werden zurzeit die größten Fortschritte gemacht – und zwar im Großformat. Der Inkjet-Druck hat Aufträge, die der Offsetdruck vor etwa zehn Jahren vom Siebdruck an Land gezogen hat, längst im Visier. Und der Inkjet-Großformatdruck mit One-Pass-Technologie hat das Potenzial, nicht nur den Siebdruck, sondern in Teilbereichen auch den Offsetdruck zu verdrängen – wenn Preis und Qualität stimmen.

Die Single- oder One-Pass-Technologie, wie sie heute schon in kleineren Inkjet-Systemen zum Einsatz kommt, wird dabei der Schlüssel für den nächsten Technologieschritt sein. Bis vor wenigen Tagen galt noch, dass die Großen der Branche wie Durst, Efi, Fujifilm, Heidelberg, HP, Inca oder KBA diese Technologie sehr genau analysieren. Seit 12. Juni 2014 ist es Gewissheit, dass HP mit seiner sogenannten PageWide-Technologie im nächsten Jahr erste Produkte auf den Markt bringen wird. Gemeint sind damit großformatige Drucker, die einen Bogen nach dem nächsten ausspucken, wie wir in Barcelona bei HP bereits sehen konnten.

Durch die One-Pass-Technologie könnte sich der Break-Even-Point von heute etwa 500 auf dann 3.000 und mehr Bogen im Formatbereich 70 cm x 100 cm und größer verschieben. Das ist zwar noch immer sehr viel langsamer als das, was eine Offsetdruckmaschine leistet. Aber möglicherweise ist der Denkansatz auch völlig falsch, dass sich die Leistung eines Großformatdruckers der einer Offsetdruckmaschine nähern müsse.

Wesentliche Vorteile beim Digitaldruck sind ja bekanntermaßen der Wegfall der Plattenherstellung, die Makulatureinsparung und die Vielfalt zu bedruckender Materialien. In Wahrheit geht es also gar nicht um Druckgeschwindigkeit, sondern um Verarbeitungsgeschwindigkeit, um den Zeitaufwand, der für das Erledigen eines Jobs anfällt. Durch die Möglichkeit des direkten digitalen Drucks erübrigt sich der Zeitaufwand für beispielsweise Laminier- oder Kaschierschritte. Dass alles spricht für die Technologie des One-Pass-Drucks.

Doch noch sind etliche Hürden zu nehmen. Vermutlich werden auf absehbare Zeit bei der Qualität und an einem akzeptablen Preis noch Abstriche gemacht werden müssen. Denn für den One-Pass-Druck sind mehr Druckköpfe notwendig als bisher, für hohe Qualität und Ausfallsicherheit muss die Düsendichte höher sein als heute, zudem müssten auch UV-Farben verarbeitet werden können, die Trockner für die Aushärtung der Farben benötigen. Das alles bewegt sich für die Anforderungen und das Qualitäts-Niveau der Druckindustrie auf einem Niveau, das das Budget vieler Drucker sprengen dürfte. Ganz abgesehen davon nimmt das in Millisekunden zu verarbeitende Datenvolumen gewaltig zu.

Doch die IT und auch die Inkjet-Druckköpfe unterliegen dem Moore'schen Gesetz, wonach man sicher sein kann, dass sich die Leistungsfähigkeit bei gleichem Preis in 18 Monaten verdoppeln wird. One-Pass ist vielleicht noch eine Vision, aber sie ist zum Greifen nahe.

Klaus-Peter Nicolay

Die farbig illuminierten Niagara-Fälle scheinen die Entwickler von Inkjet-Technologie derart beeindruckt zu haben, dass sowohl die HP- als auch Canon-Ingenieure den gleichen Codenamen für ihre aktuellen Entwicklungen gewählt haben.



Bis die Tinten jedoch in solch gewaltigem Ausmaß auf das Papier und das wiederum aus dem Drucker strömen, wird noch viel Wasser die Niagara-Fälle herunterstürzen.

Inkjet-Revolution beim Veredeln

dmax steht für digital maximum und ist der Name der Maschine, diVar ist das Kürzel für Digital Varnishing Technology und Postprint Enhancement ist eine spezielle Nachbehandlung des flüssigen Lackfilms. Zusammengefasst ist das eine völlig neue großformatige digitale Lackiermaschine von Steinemann und Schmid Rhyner beim Druckhaus Mainfranken.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Um es gleich vorwegzunehmen: Es geht um eine zumindest kleine Sensation. Denn die Maschine, die am 4. Juni 2014 im Druckhaus Mainfranken vorgestellt wurde, nimmt das voraus, was im Bogen-Inkjet-Druck erst in einigen Monaten praxisrelevant werden könnte: die One-Pass-Produktion. Hierbei wird der zu bedruckende Bogen nicht, wie beim Large-Format-Druck üblich, bidirektional zig Mal abgefahren, sondern in einem Durchgang produziert.

Eine derartige Neuheit hätte man nicht unbedingt im beschaulichen Mainfranken erwartet, doch es müssen offensichtlich nicht immer die Metropolen der Welt und erst recht nicht immer die Großen des Inkjet-Drucks sein. Denn die völlig neue Inkjet-Druckmaschine für Spotlackierungen im maximalen Druckformat von 1.080 x 780 mm ist eine gemeinsame Entwicklung des Maschinenherstellers Steinemann Technology AG aus St.Gallen, des Lackspezialisten Schmid Rhyner AG aus Zürich und der Druckhaus Mainfranken GmbH in Marktheidenfeld als Anwender. Damit setzt Steinemann

gut 40 Jahre nach der Einführung der UV-Lackierung mit seinem ersten digitalen Produkt einen dicken Glanzpunkt in der Highend-Veredelung von Druck-Erzeugnissen.

Schweizer Technologie

Die dmax kombiniert Schweizer Maschinenbau mit einem innovativen Inkjet-Prozess für den Lackauftrag, wobei sowohl die Maschinenkonstruktion, die Digital Engine als auch die Lacktechnologie aus der Schweiz kommen. Einer aktuellen Information der Schweizer Wifag-Polytype ist zu entnehmen, dass die Freiburger die Inkjet-Konfiguration mit Ricoh-Druckköpfen als OEM-Produkt für Steinemann bauen. Der Präzisionsanleger kommt übrigens von KBA und damit wird es dann doch etwas internationaler.

Die dmax bietet einen maximalen Durchsatz bis 10.000 Bogen im Format 1.080 x 780 mm je Stunde beziehungsweise 100 m/Min. und liefert gleichzeitig mit einer Auflösung von 600 x 600 dpi konstant hohe Lackierqualität ohne Pinholes und

Orangenhaut-Effekte. Die Basis hierfür bilden unter anderem zwei von Schmid Rhyner patentierte Technologien.

Soweit zunächst die beeindruckenden technischen Daten. Doch mindestens so interessant sind die Hintergründe, weshalb diese Maschine überhaupt entwickelt wurde.

Haptische Effekte

»Aus unserer Sicht ist die Veredelung von Druck-Erzeugnissen mit haptischen Effekten eine höchst wichtige Entwicklung. Nur so können sich Printmedien deutlich von digitalen Medien abheben«, sagt **Ulrich Stetter**, Geschäftsführer des Druckhaus Mainfranken. Das sei auch ein wesentlicher Grund, warum sein Unternehmen die Technologiepartnerschaft mit Schmid Rhyner und Steinemann eingegangen sei. Schließlich nehme die Nachfrage nach hochwertig veredelten Druck-Erzeugnissen auf breiter Front zu. Und

Ulrich Stetter weiß, wovon er spricht. Als wichtigster Druckpartner der Onlineplattform flyeralarm veredelt das Druckhaus Mainfranken mit der dmax unter anderem Kalender, Visiten- und Postkarten sowie eine Vielzahl anderer Druck-Erzeugnisse mit haptischen Lackeffekten. Gleiches gelte für Aufträge von Drittkunden, die gerne die Produktionsinfrastruktur und -kapazitäten des Druckhauses in Marktheidenfeld nutzen, führt Stetter weiter aus. Gerade der Kreativität von Designern und Agenturen beim Spielen mit haptischen Effekten eröffne die Lackiermaschine interessante Möglichkeiten.

»Aufgrund der hohen Produktionsgeschwindigkeit in Kombination mit dem großen Format der Maschine haben wir zu der Technologie von Steinemann und Schmid Rhyner im Markt keine Alternative gesehen«, nannte Ulrich Stetter einen weiteren Grund, weshalb sich das Druckhaus Mainfranken als industrielle Druckerei gerne in die Entwicklungspartnerschaft eingebracht hat. Die in der Praxis x-fach bewiesene Zuverläss-

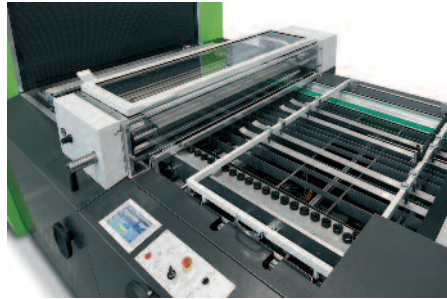


Die Steinemann dmax ist eine Hochleistungs-Inkjet-Lackiermaschine. Im Druckhaus Mainfranken feierte sie jetzt Weltpremiere.





Das gesamte Maschinenkonzept der dmax von Steinemann Technology ist auf hohe Leistungen ausgelegt. Der Einzelbogenanleger von KBA, der Bogenreinigungskalander, der extrem präzise



Vakuum-Bogentransport und die Auslage sind allesamt professionelle Komponenten und solider Maschinenbau. Schließlich muss bei dieser Maschine hohe Leistung bei gleichzeitig hoher Aus-



fall- und Produktionssicherheit gewährleistet sein. Entsprechendes gilt natürlich auch für die eigentliche Druck- und Trocknungseinheit der Maschine.

sigkeit der Maschinen von Steinemann – das Druckhaus Mainfranken arbeitet seit vielen Jahren mit zwei konventionellen UV-Lackiermaschinen des Schweizer Herstellers – und die hohe Qualität des digitalen Lackauftragsverfahrens seien weitere wichtige Überlegungen gewesen. Das alles hätte das Vertrauen gestärkt, auf das richtige Pferd gesetzt zu haben.

Akzidenzen und Packaging

»Das Druckhaus Mainfranken war für uns ein idealer Technologiepartner. Die Experten des Unternehmens haben uns mit sehr anspruchsvollen und konkreten Vorgaben hinsichtlich der zu veredelnden Produkte sowie der Oberflächenanforderungen herausgefordert. Hinzu kamen höchste Anforderungen an die Produktivität, die allein schon wegen des Web-to-Print-Prozesses für flyeralarm in der Branche ihresgleichen suchen«, beschrieb Steinemann-CEO Christof Stürm das Engagement des Druckhauses Mainfranken bei der Entwicklung der Lackiermaschine.

So realisiert die dmax mit den überlappend angeordneten 20 Inkjet-Druckköpfen über die gesamte Druckbreite dosierbare Lackmengen zwischen 4 g/m² und 35 g/m², um ein breites Spektrum von Anwendungen abzudecken.

»Da wir die Lacke selbst herstellen, konnten wir deren Formulierung während der Maschinenentwicklung auf den Prozess abstimmen und optimale Ergebnisse sicherstellen«, erläutert Dr. Dirk Schlatterbeck, bei Schmid Rhyner als Director Technical Department der Vater der digitalen Lackiertechnologie.

Neben dem Akzidenzdruck ist die Verpackungsherstellung für Schmid Rhyner und Steinemann ein ganz wichtiger Zielmarkt für ihre neue Technologie – sind doch beide Unternehmen mit ihren Produkten im globalen Faltschachtelmarkt ausgesprochen stark präsent. Mit dem großen Format wird die Lackiermaschine dmax gerade in der Faltschachtelproduktion für hohe Aufmerksamkeit sorgen. Und sie könnte für beide Unternehmen ein Türöffner für neue Anwendungen sein.

Flexible digitale Technologie

Denn die Produktivität, das ausgezeichnete Lackbild und die hervorragende Kantenschärfe seien nur einige Punkte, die für Anwender interessant sind. »Daneben bietet die dmax die grundlegenden Vorzüge digitaler Drucktechnologien«, sagte Ulrich Stetter: »Wir können kleine Auflagen bis zum einzelnen Exemplar kostengünstig lackieren«. Dabei entfallen beim digitalen Verfahren die üblichen Formen der Druckvorlagenproduktion wie Druck- und Lackplatten oder Siebe. Die Daten für die zu lackierenden Flächen werden von der Druckvorstufe übernommen, gerippt und auf die Maschine gespielt. Unmittelbar danach können die zu lackierenden Formen auf die unter den Inkjet-Köpfen durchlaufenden Bogen appliziert werden.

Im Siebdruck oder auch auf Offsetdruckmaschinen wären kleine Auflagen schon wegen der Formkosten und des Zeitaufwands kaum wirtschaftlich darstellbar. »Gerade der Zeitfaktor ist auch der Grund, weshalb wir alle Veredelungen offline

durchführen«, erläutert Ulrich Stetter. Einzelexemplare wären in traditionellen Druckverfahren ohnehin nicht machbar. Ganz anders bei der dmax: Mit ihr kann jedes einzelne Druck-Erzeugnis mit Lack individualisiert beziehungsweise personalisiert werden.

Die digitale Technik hat zudem den Vorteil, dass aufwändige Druckversuche und deren x-fache Wiederholung aufgrund geänderter Druckformen entfallen. Und das Verfahren lässt eine Vielfalt an Gestaltungsmöglichkeiten zu, die sonst nur über verschiedene Lacktypen möglich wären. Damit entfallen langwierige Entwicklungszyklen, was bei Konzeption, Konstruktion und Design neuer Verpackungen oder ausgefallener Akzidenzen äußerst schlanke Prozesse erlaubt. Selbst Muster sind mühelos darstellbar.

Hinzu kommt die Flexibilität der dmax beim Lackauftrag: Mit der neuartigen Inkjet-Technologie lassen sich gleichzeitig unterschiedliche Schichtdicken beziehungsweise Texturen auf die Bogen auftragen.



Die Ergebnisse sind überzeugend. Partielle und Spot-Lackierungen sowie 7-Punkt-Schriften



werden glasklar und mit hoher Kantenschärfe abgebildet. Dabei bietet die dmax eine hohe Pro-



duktivität durch die überlappend angeordneten 20 Ricoh-Inkjet-Druckköpfe.



Anfang Juni feierte die großformatige digitale Lackiermaschine dmax im Druckhaus Mainfranken in Marktheidenfeld Weltpremiere. Auf dem Bild zu sehen sind unter anderem Ulrich Stetter, Geschäftsführer der Druckhaus Mainfranken GmbH (zweiter von links), Christof Stürm, CEO von Steinemann Technology (rechts daneben), Patrik Moser, dmax-Projektleiter bei Steinemann, Dr. Dirk Schlatterbeck, Director Technical Department bei der Schmid Rhyner AG, und Markus Müller, Vice President Steinemann Technology (ganz rechts).

So erzielt die Maschine in einem Durchgang haptische Matt-/Glanz-Effekte. Dabei muss jedoch erwähnt werden, dass der Auftrag der unterschiedlich starken Lackschichten zu Lasten der Leistung geht. Je geringer der Lackauftrag, je höher die Leistung der Maschine. »Das Druckhaus Mainfranken hat ausreichend Daten und praxisbezogenen Input geliefert, um damit die Leistungsfähigkeit und die Handhabung der Maschine in der Praxis zu prüfen. Auch sonst haben wir von dem Unternehmen jede Unterstützung bekommen«, lobte Dr. Schlatterbeck die Zusammenarbeit mit der Druckerei.

Professionelle Komponenten

»Für uns war die zentrale Herausforderung, die neue Lackauftragstechnologie mit unserem soliden Maschinenbau in einer zuverlässigen und gleichzeitig flexiblen Hochleistungsmaschine zu integrieren«, sagte Markus Müller, Vice President Marketing & Sales bei Steinemann. So wartet die dmax mit vielen praxisbewährten Komponenten auf, die

speziell auf den Prozess abgestimmt wurden. Das gilt unter anderem für den KBA-Einzelbogenanleger mit Ausrichtung, den Bogenreinigungskalender, den präzisen Vakuum-Bogentransport für reproduzierbare Lackierergebnisse und die Auslage. Die Bogen werden vor der Lackierstation seitlich ausgerichtet und in Laufrichtung in ihrer effektiven Position erfasst. Die Inkjet-Druckköpfe werden entsprechend der Position des Druckbildes angesteuert und unmittelbar nach dem Lackauftrag mit einem UV-Trockner gehärtet. Die System kann um verschiedene Optionen wie eine Bogenvorstapelung, ein redundantes Inkjet-System oder eine Bogenweiche mit Inspektionstisch erweitert werden, wie es beim Druckhaus Mainfranken konfiguriert ist. Dass eine solche Maschine nicht zum Nulltarif erhältlich ist, dürfte klar sein. Mit etwa 650.000 € Investitionsvolumen ist schon zu rechnen. Allerdings erhält der Investor auch kein Spielzeug mit Plastikteilen, sondern hoch professionelle Maschinenkomponenten, die für hohe Leistung bei gleichzeitig hoher Ausfall- und Produktionssicherheit konzipiert sind. Und da sich die Inkjet-Technologie rasend schnell weiterentwickelt, wird der modulare Aufbau der Maschine sicherlich spätere Aufrüstungen erlauben.

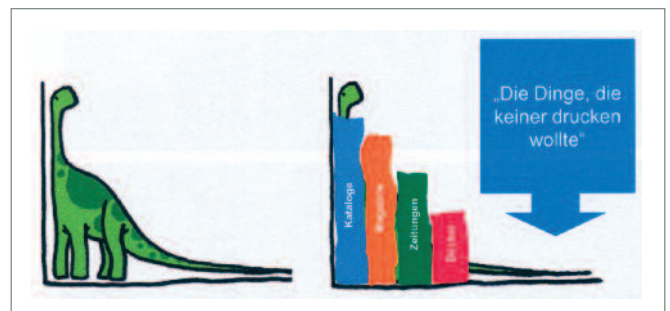
- > www.steinemann.com
- > www.schmid-rhyner.ch

Druckhaus Mainfranken

Industrielles Drucken par excellence

Die Druckhaus Mainfranken GmbH ist ein Joint Venture von flyeralarm, der Online-Plattform für Drucksachen, und Schleunungdruck in Marktheidenfeld. Schleunungdruck bringt Branchenwissen und jahrelange Erfahrung mit, flyeralarm Marktvolumen und neue Vertriebskanäle. Eine ideale Kombination, weshalb das Druckhaus auf standardisierte Prozesse, hohe Automatisierung und den industriellen Druck setzt. Denn ein Großteil der Druckprodukte wird über das kontinuierlich wachsende Online-Druckportal flyeralarm vertrieben.

Auf dem Portal stehen etwa 900 verschiedene Produkte und 3 Mio. Produktkonfigurationen zur Verfügung. Und die werden je nach Produkt am nächsten Tag zugestellt, wenn bis 16:00 Uhr am Vortrag bestellt wurde. Dies ist natürlich nur möglich, wenn Vorstufe, Druck und Verarbeitung perfekt aufeinander abgestimmt sind. So verarbeitet das Druckhaus im Schnitt 13.000 Aufträge am Tag. »Wir drucken täglich etwa vier Millionen Visitenkarten und sechs Millionen Briefbögen«, sagt Ulrich Stetter, Geschäftsführer des Druckhaus Mainfranken. »Und damit bewegen wir uns am ›long tail‹ der Drucksachen-Skala; wir drucken also Dinge, die andere nicht oder nur ungern drucken wollen.«



Nachvollziehbar, dass das Druckhaus Mainfranken damit einer der größten Anbieter im Bogenoffsetdruck in Deutschland ist. In Verbindung mit dem hochmodernen Maschinenpark sind hohe Qualität und Wirtschaftlichkeit charakteristisch für das Druckhaus Mainfranken, das inzwischen auf sechs Standorte angewachsen ist. Zwei davon befinden sich in Marktheidenfeld: Druckerei und Weiterverarbeitung sind nur wenige Kilometer voneinander getrennt. Die weiteren Betriebseinheiten, in denen Druck und Finishing erfolgen, sind in Greußenheim, Klipphausen, Kesselsdorf und Würzburg zu finden.

Gedruckt wird auf Bogenoffsetdruckmaschinen von Heidelberg und KBA, überwiegend in den Größenklassen 6 (etwa 100 x 140 cm) und 7 (etwa 120 x 160 cm Bogenformat). In der Summe sind mehr als 100 Druckwerke im Einsatz, die täglich etwa 240 Tonnen Papier bedrucken, das zu 80% aus PEFC-zertifizierten Beständen kommt. Ergänzt wird der Druckmaschinenpark durch Möglichkeiten im Digitaldruck sowie durch Maschinen mit Anicolor-Kurzfarbwerk oder UV-Wasserlos-Druckmaschinen im kleinen Format. Dazu kommt seit 2008 eine zunehmende Vielfalt an Druckveredelungsmöglichkeiten für die vollflächige oder partielle UV-Lackierung, Relieflackierung, Heißfolie oder Folienlaminierung. In der Weiterverarbeitung ist nahezu alles von Plano- oder Falzprodukten über sammelgeheftete Produkte bis hin zu Wire-O-Bindungen und Klebbindungen möglich.

- > www.druckhaus-mainfranken.de

SOFTWARE *Best design, layout and editing solution:* APPSOFT TECHNOLOGIES X editor • *Best special application solution:* RICOH Clickable Paper • *Best RIP solution:* COLORGATE Productionserver 8 • *Best workflow management solution:* AGFA Asanti • *Best web to print solution:* EFI Digital StoreFront 7.0 **PRINT SUPPORT TOOLS AND TECHNOLOGIES** *Best print support tool:* LACUNASOLUTIONS Smart Lightning System **WIDE FORMAT PRINTERS** *Best wide format roll to roll printer up to 1,6 meter:* Xerox Wide Format IJP 2000 • *Best super wide format roll to roll printer 3 meter +:* DURST Rho 512R • *Best flatbed/hybrid printer up to 200 K Euro:* MIMAKI JFX200-2513 • *Best flatbed/hybrid printer above 200 K Euro:* AGFA Jeti Titan HS • *Best high volume production class flatbed/hybrid printer:* HP Scitex FB10000 • *Best textile roll to roll printer:* HOLLANDERS ColorBooster DS • *Best direct garment textile printer:* EPSON SureColor SC-F2000 DTG **COMMERCIAL PRINT SYSTEMS** *Best cut sheet colour printer light production:* KONICA MINOLTA bizhub PRESS C1070 • *Best cut sheet colour printer high production:* XEROX iGen 150 Press **INDUSTRIAL AND SPECIAL PRINTING** *Best label printing solution:* SCREEN TruePress Jet L350UV digital label press • *Best industrial printing solution:* EFI Cretaprint C3 • *Best multi purpose object printer:* MIMAKI Kebab Option **FINISHING** *Best commercial printing finishing system:* THEMEDIAHOUSE motion-cutter • *Best large format finishing system:* Esko Kongsberg C **INK/TONER TECHNOLOGIES** *Best new ink technology:* HP 881 Latex • *Best environmental ink technology:* AGFA Altamira Pack LM • **SUBSTRATES** *Best self adhesive substrate for print:* HEXIS HX190WG2 digital printing vinyl • *Best non adhesive roll media:* EPSON Japanese Kozo Paper Thin • *Best self adhesive substrate non print:* HEXIS HFLEX100P • *Best rigid substrate:* 3A COMPOSITES KAPAtch • *Best textile substrate:* DHJ INTERNATIONAL DecoprintPearl • *Best digital special effect:* SWISSQPRINT 3D Moiré Effect

GLÜCKWUNSCH!

Während der Fespa Digital 2014 in München feierte die European Digital Press Association (EDP), der Zusammenschluss der 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, die Gewinner des achten EDP-Awards. Mehr als 120 neue Entwicklungen und Produkte wurden eingereicht. Schließlich wurden 28 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet. Herzlichen Glückwunsch! Mit den EDP Awards werden jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Bereichen Software, Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Finishing, Veredelung, Tinten und Druckmaterialien ausgezeichnet. Die begehrten EDP Awards unterstützen die Anwender bei ihren Kaufentscheidungen und vermitteln den Herstellern eine Wertsteigerung ihrer Produkte.

Austria | BeNeLux | Czech Republic | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Romania | Russia | Slovakia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

VIERTE KBA RAPIDA 106 Vor zwei Jahren hat KBA erstmals zwei Rapida 106 an Stora Enso Inpac in Gaobu Town (Provinz Guangdong) geliefert. Es handelte sich um eine Siebenfarbenmaschine mit Lackturm und UV-Ausstattung sowie eine Fünffarbenmaschine mit Lackturm für konventionelle Farben und Lacke. Kürzlich haben zwei weitere Anlagen dieser Baureihe für Stora Enso Inpac das KBA-Werk in Radebeul verlassen. Sie sollen im Frühherbst in Produktion gehen. > www.kba.com

»**YPSILON**« Die vierte Ausgabe des Papyrus-Magazin erschien Ende Juni in einer Auflage von 10.000 Exemplaren. Daneben steht die Online-Version als Blätterkatalog zum Abruf bereit. Die aktuelle Ausgabe verrät unter anderem, warum ein Veredelungselement auf der Buchrückseite zum Kauf animiert und wie die Wahl des passenden Papiers die Außendarstellung und Corporate Identity eines Unternehmens beeinflusst. Des Weiteren eröffnet das 10-seitige Magazin Einblicke in die Geschichte der Papyrus Inn Events. > www.papyrus.com



INLINE-KONTROLLE Die Druckerei systemform Datenbelege GmbH hat in ein Kameraprüfsystem zur Qualitätskontrolle investiert, mit dem Beschriftungen und Positionierungen während der Produktion geprüft werden können. Mit der 100%igen Überwachung spezifischer Kundenaufträge will systemform die Qualität der Druck-Erzeugnisse erhöhen. Durch die Inline-Prüfung kann bei den Vordrucken die Übereinstimmung von Barcodes oder QR-Codes mit der Klarschrift erfasst, sichergestellt und abgeglichen werden. > www.systemform-datenbelege.de

PACE IN POLEN Die Warschauer Druckerei Perfekt S.A., eine der führenden industriellen Druckereien Polens, produziert mit dem ersten Polar CuttingSystem PACE in Polen. Diese Investition erhöht die Produktivität um 30% und erspart eine Person. Das Unternehmen erweitert und optimiert permanent seine Produktionskapazitäten. So war es ein logischer Schritt, das in die Jahre gekommene Schneidsystem durch das moderne PACE-System zu ersetzen. > www.polar-mohr.com



SELF-SERVICE-SUPPORT Esko hat nach eigenen Angaben seine Online-»Knowledge Base« erfolgreich eingeführt. Sie ist Teil des Esko Help Centers und wurde als digitale Plattform für den Kundendienst als »Hilfe zur Selbsthilfe« eingerichtet, steht den Esko-Kunden auf der ganzen Welt offen und kann in mehreren Sprachen durchsucht werden. Esko reagiert damit auf die Wünsche seiner Kunden nach Online-Ressourcen als direktem Anlaufpunkt für Fragen und Probleme. > www.esko.com

Attraktivere Softcover-Produkte

Öfter mal was Neues ausprobieren

Mit der Option Tween können auf der Fadenheftmaschine Ventura MC von Müller Martini verkürzte Falzbogen in einem Buchblock mitgeheftet werden. Ob kreative Kataloge mit offener Fadenheftung für ein perfektes Aufschlagverhalten oder Softcover-Bücher mit verkürzten Bogen oder Ausklapptafeln – es entstehen attraktiven Printprodukte.

ausgeprägter Mund-zu-Mund-Propaganda immer bekannter geworden. Damit stiegen mit den Jahren nicht nur der Kundenstamm, sondern auch die Auflagen der fadengehefteten Bücher. Dass bei solchen Dimensionen an Handarbeit auf der aus Großvaters Zeiten stammenden Fadenheftmaschine nicht mehr zu denken ist,



Seit über einem Jahrzehnt produziert die Buchbinderei Mönch in Leipzig fadengeheftete Bücher mit verkürzten Bogen – von Hand. Jetzt entschied sich die Buchbinderei für eine Fadenheftmaschine Ventura MC von Müller Martini mit der Option Tween. »Bei uns sind es vor allem Stammkunden, die sich für die neuen Möglichkeiten mit Tweens interessieren«, stellt der Firmeninhaber André Mönch fest. »Wir haben gerade in jüngerer Zeit wieder einige Aufträge gewonnen, vorwiegend Softcover und alle aus dem Bereich Kunst mit Auflagen von bis zu 1.000 Exemplaren.« Mönch ist überzeugt, dass die Nachfrage nach attraktiven fadengehefteten Printprodukten mit verkürzten Falzbogen, integrierten Folien, transparentem Papier und verschiedenen Falzarten steigen wird. Das heute acht Mitarbeiter und zwei Lehrlinge beschäftigende und in einer Schicht produzierende Familienunternehmen ist aufgrund

Tweens, die verkürzten Falzbogen in fadengehefteten Buchblocks, können variabel positioniert werden und bieten interessante Verarbeitungsmöglichkeiten für Softcover- und Hardcover-Produkte.

ist naheliegend. Um verkürzte Bogen auch mit höheren Kapazitäten wirtschaftlich fertigen zu können, wandte sich die Buchbinderei an Müller Martini und gab so de facto den Startschuss für die Entwicklung von Tween auf der Fadenheftmaschine Ventura MC. Dass die Buchbinderei Mönch damit quasi zur Pionierin für die Verkürzte-Bogen-Option geworden ist, ist kein Zufall. Denn Mut zum Risiko hat das Unternehmen seit jeher ausgezeichnet.

> www.mullermartini.com

Software für T-Shirt-Transfer TONERVERBRAUCH SENKEN UND KOSTEN EINSPAREN

Die RGF-Industriepartner Forever GmbH, Anbieter von Transfermedien und Transferpressen, und Systemata, eine deutsche Software-schmiede, präsentieren TransferRIP – eine Software zur optimalen Ansteuerung von OKI-Weißtoner-drucksystemen. TransferRIP erzielt hochwertige Ausdrücke, verfügt über eine Einklick-Rasterfunktion und bietet zahlreiche nützliche Funktionen für den Weißtoner-druck. So können kleinste Auflagen in hoher Auflösung produziert werden, und dies mit einem Textilgriff, der weicher ist als ein Siebdruck. TransferRIP unterstützt alle gängigen Formate, ermöglicht ein vollautomatisches Freistellen der Druckdatei und den Import der Formate PDF, JPG, BMP, GIF, PNG, PSD und TIFF. TransferRIP erkennt dabei alle Arten von Elementen und stellt diese beim Importieren frei. Die selektive Weißtonersteuerung gewährleistet eine optimale Farbwiedergabe, durch die speziell auf die Forever-Transfermedien abgestimmten Farbprofile. Darüber hinaus erhält der Benutzer die Möglichkeit, mit mehreren Einstellungsmöglichkeiten wie Helligkeit, Kontrast, Sättigung und selektiver Farbkorrektur, das Druckbild auf seine persönlichen Anforderungen anzupassen.

➤ www.forever-ots.de
➤ www.systemata.de

Aller Tryk A/S LITHOMAN 48-SEITEN LIEGEND FÜR ALLER MEDIA A/S

Wohl jeder Skandinavier hatte schon ein Aller-Verlagsprodukt in der Hand, zwei von fünf Millionen Dänen sogar wöchentlich. Denn Aller Media A/S ist der führende nordische Zeitschriftendrucker und die Aller-Gruppe glaubt fest an den Erfolg des Drucks. Deshalb erneuert sie ihren Maschinenpark im dänischen Taastrup mit einer 48-Seiten Lithoman im liegenden Format. Eine nahezu identische Maschine produziert seit dem Frühjahr 2010 bei



Bei einem Zylinderumfang von 872 mm und einer Papierbreite von maximal 1.980 mm produziert die Lithoman mit maximal 65.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde bis zu 48 A4-Seiten pro Umdrehung.

Aller Tryk. Die neue Maschine wird zwei Wettbewerbsmaschinen ersetzen und verfügt über eine auto-print-Ausstattung mit maximaler Automatisierung.

Die Lieferung der Maschine erfolgt im Mai 2015. Es ist die fünfte Lithoman, die manroland web systems an Aller liefert. Die norwegischen und schwedischen Druckereien der Gruppe produzieren seit Jahren mit Lithoman-Maschinen.

➤ www.manroland-web.com

PrintHouseService GmbH GELUNGENER EINSATZ IN ÖSTERREICH

In einer generalstabsmäßig geplanten Aktion hat die zur KBA-Gruppe gehörende PrintHouseService GmbH die Schmitzringe an sechs H-Druckwerken einer Zeitungsrota-



Höchste Präzision bei KBA in Würzburg, messen, tauschen und schleifen der Schmitzringe.

tion des Typs MAN Colorman bei der print group Styria in Graz und St. Veit getauscht.

Vorgabe bei dieser Aktion war, dass das vom Schmitzringwechsel betroffene H-Druckwerk nur von Sonntagfrüh bis Freitagabend stehen durfte. In dieser Zeit mussten neun Zylinder demontiert, nach Würzburg transportiert, aufgearbeitet, zurücktransportiert, wieder eingebaut und neu eingestellt werden. Anschließend fand jeweils ein Drucktest statt. Alle sechs Aktionen wurden innerhalb dieser Zeitvorgabe durchgeführt.

Dazu PHS-Geschäftsfeldleiter Harald Klein: »Es hat sich gezeigt, wozu die doch relativ kleine Firma PHS im Verbund mit der Mutter Koenig & Bauer fähig ist. Vermutlich wurden noch nie schneller Zylinder an einer Colorman getauscht.«

➤ www.kba.com

MBO-Aggregate FÜR ENDLOS-DRUCKSYSTEME VON CANON ZERTIFIZIERT

Zwei der neuen MBO Digital-Signaturenlinien wurden als Partnerprodukte von Canon zertifiziert.

Bei der ersten Linie handelt es sich um eine 20"-Signaturenlinie, die Inline mit der Océ ColorStream 3000 Drucksystem-Serie steht. Die Linie setzt sich aus vier MBO-Aggregaten zusammen: Tänzermodul, Bahnspeicher, Querschneider und Taschenfalzmodul. Die Océ ColorStream Serie mit den Modellen 3200, 3500, 3700 und 3900 bieten Druckgeschwindigkeiten von 48 bis 127 m/Min. und eine Papierbahnbreite bis 540 mm. Im Rahmen der Zertifizierung wurden unterschiedliche Papiersorten mit Grammaturen zwischen 49 und 160 g/m² verwendet. Die Bogenlängen nach dem Querschneider hatten je nach gewünschter Signatur eine Länge zwischen 12" und 60".

Darüber hinaus wurde eine 30"-Signaturenlinie von MBO für die Inline-Anbindung an das Océ JetStream 5500 Drucksystem zertifiziert. Diese Linie umfasst die MBO-Aggregate Bahnspannungsmodul, Querschneider, Ausschleusmodul, Taschenfalzmodule und Auslage. In Verbindung mit dem Océ JetStream 5500 Drucksystem läuft die MBO-Linie mit Geschwindigkeiten bis zu 150 m/Min. bei Papieren mit Grammaturen zwischen 80 und 90 g/m². Die Bogenlängen nach dem Querschneider haben je nach Signatur eine Länge zwischen 12" und 54".

➤ www.mbo-folder.com

KURZ & BÜNDIG

Im vergangenen Jahr ein Presto II, nun ein Alegro und eine Ventura MC: **D.R.J. Tiskárna Resl** im tschechischen Náchod vertraut bei der Sammelheftung, Klebebindung und Fadenheftung auf Weiterverarbeitungs-Systeme von **Müller Martini**. • **Xerox** ist der »Sustainable Electronics Recycling International« **SERI-Koalition** beigetreten. Die hat sich zur Aufgabe gemacht, elektronische Geräte weiterzuverwenden beziehungsweise zu recyceln. Bisher unterstützen zehn Firmen die Initiative, die sich für eine nachhaltigere, »grünere« Welt einsetzt. • Die österreichische **Buchbinderei Immerl** erweitert ihre Schneidkapazität um eine weitere Schneidmaschine. Die vorhandene Maschine wird durch eine **Polar N 137 Plus** ergänzt. • **Lexmark** bietet fünf neue A3-Lasergeräte an: die monochromen Laserdrucker MS911 und Multifunktionsgeräte der MX910-Serie. • Zum dritten Mal hat **Kyocera Document Solutions** seine Fachhändler nach umweltrelevanten Gesichtspunkten qualifiziert. 62 Partner dürfen nun für zwei Jahre das Logo »Green IT Partner« tragen. • Die **Paul Leibinger GmbH** hat ihre Software zur Steuerung mehrerer JET3 Inkjet-Drucker um das Modul WINJET3 XY erweitert, mit dem Paletten auf einer Portalanlage gekennzeichnet werden können.

CPI schlägt neues Buchdruck-Kapitel auf

Eines der großen Bücherdruckunternehmen Europas, die CPI-Gruppe, investiert am Standort Leck bei Clausen & Bosse in eine FormerLine. Die übernimmt das Inline Finishing in einem neu geordneten Produktionsworkflow. Hier dürfte die Buchblocklösung FormerLine sicherlich gut zu tun haben.

Text und Bild: manroland

»Erzählt wird die spannende Geschichte einer intelligenten schwäbischen Arbeiterin, die konsequent ihren Weg geht. Sie überlässt nichts dem Zufall, ist sparsam und erobert nach und nach die Herzen der Digitaldrucker in aller Welt.« So oder ähnlich könnte der Buchklappentext zur Geschichte der Buchblocklösung FormerLine von manroland web systems lauten, käme denn jemand auf die Idee, ein solches Buch schreiben zu wollen.

Neue Digitallinie

Doch zunächst ist die Praxis gefragt – wie künftig bei der CPI-Gruppe, die täglich einige Millionen Bücher produziert. CPI ist nach eigenen Angaben der größte Schwarz-Weiß-Bücherdrucker Europas. In 17 Druckereien in Deutschland, England, Frankreich, der Schweiz, Spanien, den Niederlanden und in der Tschechischen Republik beschäftigt das Unternehmen 3.000 Mitarbeiter. Zur CPI-Gruppe gehören viele alteingesessene Buchhersteller Europas wie etwa Firmin-Didot, Clausen & Bosse, Koninklijke Wohrmann und Mackays, aber auch jüngere Unternehmen wie Antony Rowe und Buchbücher, die sich für spezialisierten Service und konstante Qualität einen Namen gemacht haben. Bei Clausen & Bosse in Leck erfüllt künftig eine weitere digitale Produktionslinie die Kunden- und Händlerwünsche nach schneller Lieferung von kleinen Auflagen. Alwin Stadler,



Hat ein weiteres Mal einen großen Bücherdrucker überzeugt: Die FormerLine von manroland wird ab Mitte 2014 bei CPI in Leck falzen und schneiden.

Leiter Geschäftsentwicklung Digitaldruck bei manroland web systems, kennt die Marktentwicklung: »Bei Verlagen und Druckereien findet ein Umdenken statt. Früher wurden hohe Offset-Auflagen gedruckt, die Bücher verkauft und zu viel produzierte auf Halde gelegt. Diese Lagerkosten will man heute sparen, deshalb wird die gewünschte Auflage digital ›just in time‹ hergestellt«.

Einschneidender Fortschritt

Bei CPI in Leck wird ab der zweiten Jahreshälfte 2014 eine weitere HP-Digitaldruckanlage arbeiten und im Wesentlichen vierfarbige Bücher drucken, die FormerLine und ein neu entwickelter Rima Hochgeschwindigkeits Lift-Collator werden die Bücher weiterverarbeiten. Die Konfiguration werden die Zulieferer gemeinsam aufstellen. »Die Fähigkeiten von manroland web systems

sind bei CPI bekannt, im Rollenoffsetmaschinenpark stehen zahlreiche Augsburger Druckanlagen«, erklärt Günter Pecher, Geschäftsführer bei CPI. Entscheidend ist jetzt aber natürlich die gegenwärtige Leis-

tungskraft der FormerLine und die Technologie im Inline-Finishing. Die bietet einen automatisierten Weiterverarbeitungsworkflow, schnelle Auftragswechsel und hohe Produktivität. Zudem überzeugt die Buchblocklösung mit ihrer Bahnführung. »Die gab es in dieser Form bisher nicht«, erklärt Günter Pecher. »Die Papierbahn läuft über die einzelnen Trichter. So müssen keine einzelnen Stränge geschnitten und gehandelt werden. Es gibt also keine Stränge, die verlaufen können und die Produktqualität steigt.«

Workflow-Stärken ausspielen

Für die industrielle Automatisierung im Digital Finishing sorgt printnetwork Bridge. Der integrierte Workflow stellt den automatisierten Produktionsfluss zwischen Vorstufe, Druckmaschine und Falzkomponenten her. Die FormerLine selbst, die neben Büchern auch Kataloge oder Flyer verarbeiten kann, ist schnell, flexibel und produktiv. Das Aggregat ist auf Bahngeschwindigkeiten von bis zu 300 m/Min. ausgelegt. Bei variabler Abschnittlänge (145 mm bis 457 mm) beträgt die maximale Bahnbreite 1.067 mm. Bei CPI wird die Bahn über maximal drei Trichter laufen. Zusammen mit dem Rima-Buchblockstapler kann das System bis zu 8.000 hilfsvorverleimte gestapelte Buchblöcke pro Stunde herstellen.



Wissen, wo es lang geht.

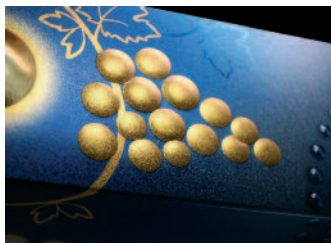
DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

» www.manroland-web.com

Karl Knauer KG

MIT SPEEDMASTER XL 106-6 LEISTUNG STEIGERN

Eine Speedmaster XL 106-6+LYYL der Heidelberger Druckmaschinen AG produziert seit Anfang 2014 beim Verpackungsspezialisten Karl Knauer KG. Das Ziel der Investition: die Wirtschaftlichkeit und Produktivität beim Drucken anspruchsvoller Faltschachteln weiter zu steigern. Berechnungen des Business Consulting Teams von Heidelberg im Vorfeld der Investition ergaben ein mögliches Produktivitätsplus von 40% durch Anpassungen in der



Mit der Speedmaster XL 106-Sechsfarbenmaschine in Doppellack-Konfiguration produziert Karl Knauer veredelte Präsentverpackungen mit Matt-Glanz-Varianten und UV-Anwendungen.

Logistik, bei der Auftragsplanung und in der Maschinenleistung. »Wir konnten bereits kurz nach dem Produktionsstart der Speedmaster durch die hohe Leistung der Maschine mit 18.000 Bogen/Stunde bei vielen Jobs und verbesserten internen Prozessen die Produktivität insgesamt deutlich steigern«, erklärt Gerhard Kammerer, technischer Leiter der Produktion bei Karl Knauer.

Karl Knauer produziert an Standorten in Biberach (Baden) und Pniewy (Polen) mit 540 Mitarbeitern rund eine Milliarde Faltschachteln pro Jahr für Markenartikler aus ganz Europa. Schwerpunktmäßig werden bei dem Verpackungs- und Werbemittelspezialisten Kartonagen zwischen 200 und 600 g/m² verarbeitet. Zudem sind mit der Speedmaster XL 106 außergewöhnliche Veredelungen in Matt-Glanz- oder UV-Anwendungen für das Segment Präsentverpackungen mühelos möglich.

» www.heidelberg.com

KAMA

HER MIT DEN FALTSCHACHTEL-KLEINAUFLAGEN!

Schnelles Umrüsten ist der Schlüssel für wirtschaftliches Weiterarbeiten von kleinen Faltschachtelaufgaben. Mit rasanten Jobwechseln an der DC 76 Foil zeigte der Maschinenhersteller Kama am HP-Stand auf der Interpack, was möglich ist – inklusive werkzeuglosem Ausbrechen der Zuschnitte (inline). Mal eben zwölf, 20 oder 50 personalisierte Bogen stanzen und rillen – und sofort zum nächsten Auftrag wechseln: Diese hohe Flexibilität beim Weiterarbeiten von Kleinauflagen hat die Dresdner Kama unter Beweis gestellt. An der Stanz- und Prägemaschine mit AutoRegister wurden im Wechsel B2-Bogen mit Kosmetikfaltschachteln im 12er Nutzen gestanzt und inline mit der



Die Kama SBU erledigt das Ausbrechen, Trennen und Auseinanderführen der Zuschnitte inline und gänzlich ohne jobbezogene Werkzeuge.

Kama SBU (werkzeuglos) ausgebrochen – und bei Bedarf spontan umgerüstet zum Stanzen und Rillen einer fotopersonalisierten Schokoladenbox, die zuvor auf einer HP Indigo 30000 Digital Press gedruckt worden waren. Das Umrüsten der Kama DC 76 dauerte weniger als fünf Minuten: Inline-Ausbrecher SBU aus der Auslage der DC 76 herausrollen, Schließrahmen mit Stanzwerkzeug wechseln, Bogen in die Auslage einlegen und Start. Schnell noch den Stanzling zusammenstecken und der Messebesucher bekam die Faltschachtel mit seinem Foto in die Hand.

» www.kama.info



Karrieretipp: Qualifizierung



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

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

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

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

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

86. Lehrgang DK86, Beginn am 1. November 2014

An **Infoabenden** können Sie sich persönlich, eingehend und unverbindlich informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.



visCampus

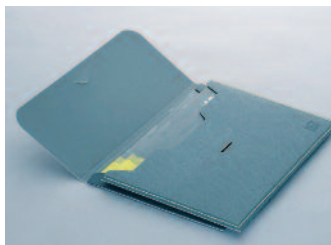
EDUQUA

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

**IST Metz
GEDRUCKTES LEDER, GENÄHTES
PAPIER**

Die IST Metz GmbH hat zuletzt nicht nur als Hersteller von UV-Anlagen von sich reden gemacht, sondern produziert neuartige Druckprodukte, die die Möglichkeiten der UV-Technologie veranschaulichen. Neu ist eine Papiermappe mit Lederstruktur und Naht. Der sogenannte Sample Folder soll der Weitergabe von Flyern, Broschüren und Druckmustern dienen.

Die Mappe wurde im UV-Bogenoffset gedruckt und mit Soft-Touch-



Matt- und Glanzlack veredelt. Bei der Lederstruktur, die auch haptisch ein Erlebnis ist, handelt es sich um eine Inline-Prägung, die mit einem Prägeblech der Kocher + Beck Rotationsstanzttechnik im Druckwerk erreicht wurde. Die Prägung ist so fein und naturgetreu, dass sie sich nicht auf der Rückseite des Kartons abzeichnet.

Der Innenteil ist gesteckt, nicht verklebt, so kann die Mappe ausgezogen werden. Verschluss wird die Mappe nur über eine Stecklasche. Über dem Verschluss kann eine Visitenkarte eingesteckt werden. Der Look der Mappe wird komplettiert durch die filigrane Naht auf der Vorderseite des Kartons. Diese wurde mit einer handelsüblichen Nähmaschine genäht.

➤ www.ist-uv.com

**Champagner-Geschenkkarton
FUSSBALL-HOLOGRAMME
ZIEREN WM-CHAMPAGNER**

Das Champagnerhaus Taittinger ist offizieller Champagner-Lieferant der diesjährigen Fußballweltmeisterschaft. Eigens für dieses sportliche Mega-Event hat das Unternehmen einen Brut Réserve NV in limitierter Auflage mit Geschenkkarton herausgegeben.

Der Karton ist eine Variante der Verpackung, die 2012 den europaweit ausgeschriebenen Verpackungspreis von ProCarton/ECMA gewann und zum Karton des Jahres gekürt wurde. Der damalige Gewinnerkarton war mit runden Hologrammen und Folienkaschierungen dekoriert, die Champagnerbläschen darstellen sollten. Für die WM-Version wurden diese in Fußball-Hologramme abgeändert. Auch die Flasche wurde



speziell für die WM entworfen. Auf ihrem goldenen Etikett ist der WM-Pokal abgebildet.

Die Geschenkverpackung besteht aus dem Karton Incada 235 g/m² von Iggesund. »Wir haben mit den modernen Druckverfahren gearbeitet, um eine einzigartige Flasche und den dazugehörigen Karton zu realisieren«, sagt Clovis Taittinger, Exportleiter des Familienunternehmens.

➤ www.iggesund.com

**Schnell, flexibel und mit hohem Individualisierungsgrad
DS Smith Packaging investiert in neueste
Digitaldrucktechnologie von HP**

Der Verpackungs- und Displayhersteller DS Smith bietet seinen Kunden ab Juli 2014 mit Inbetriebnahme einer HP Scitex 15000 neue Perspektiven. Die Produktion von Kleinserien und Einzelmustern ist, so meldet es HP, nunmehr sowohl wirtschaftlich als auch innerhalb kürzester Zeit in Offsetqualität realisierbar. Mit der Investition in den digitalen Druck unterstreicht der



Mit der Hightech-Digitaldruckmaschine HP Scitex 15000 ermöglicht der Full-Service-Packaging-Anbieter DS Smith seinen Kunden ab Juli dieses Jahres die wirtschaftliche Produktion von Kleinserien und Einzelmustern innerhalb kürzester Zeit.

Verpackungsspezialist seinen Full-Service-Ansatz und bietet Flexibilität in einer neuen Dimension. »Wir können auch kleine Mengen schnell und flexibel produzieren«, sagt Michael Lamprecht, Sales & Marketing Director bei DS Smith Packaging Division D-A-CH. Künftig können Kleinserien und Einzelmuster von Displays und Produkte des Promotionsbereichs sowie Displays und Verpackungen für Messen oder Testmärkte realisiert werden. »Mit der neuen Digitaldruckmaschine können wir die Anforderungen unserer Kunden noch besser erfüllen, sie ergänzt unser Angebot ideal. Die neue Flexibilität zeigt sich auch bei mehrteiligen Displays. Während der Displaykorpus in hoher Stückzahl im Offset- oder Flexodruck bedruckt wird, können die Topschilder individualisiert und unterschiedlich für beispielsweise einzelne Regionen digital produziert werden«, erläutert Lamprecht weiter. Auch Nachbestellungen in geringen Stückzahlen stehen den Kunden von DS

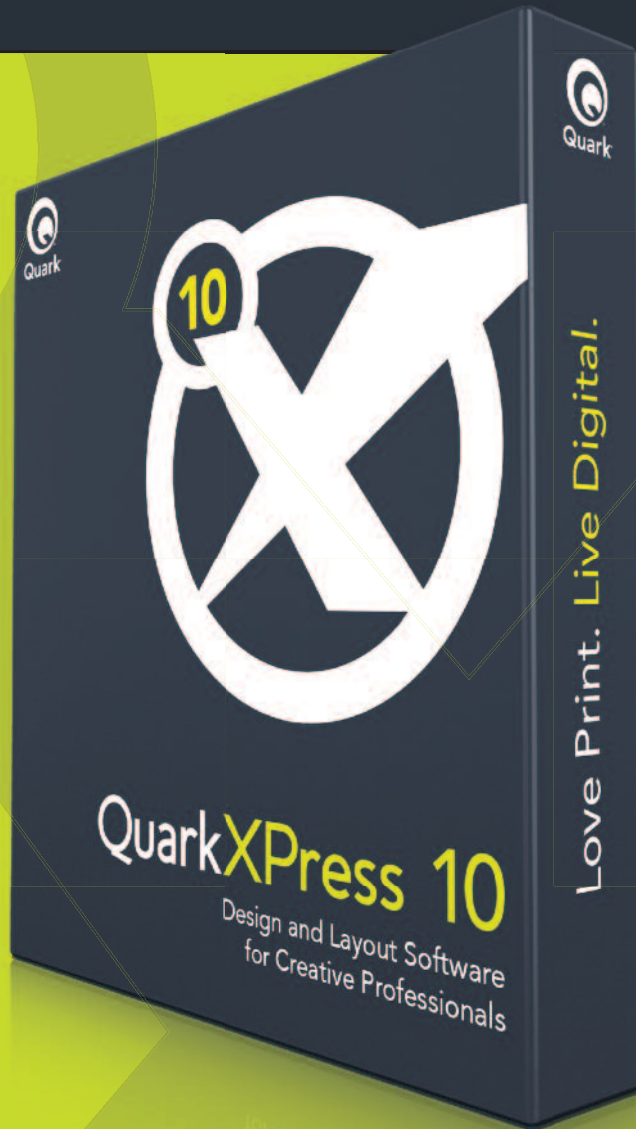
Smith mit dem Einsatz der neuen Digitaltechnologie künftig in kurzer Zeit zur Verfügung. Eine weitere Besonderheit ist, dass sich kleinere Mengen auf der neuen Maschine einteilig fertigen lassen. Dies bedeutet eine Kostenreduktion für Setup- und Klebekosten. Die neue Digitaldruckmaschine kann neben Wellpappe aber auch andere Materialien bis zu einer

Stärke von 25 mm bedrucken. 312 Inkjet-Druckköpfe bieten eine Auflösung von 600 dpi und 16 Graustufen. Nach Angaben von HP erfolgt der Druck mit emissionsarmen UV-härtenden Pigmenttinten in CMYK und zusätzlich zwei Light-Farben, wodurch Farbabstufungen besser abgebildet werden könnten. Darüber hinaus sei eine Veredelung mit der Simulation einer »Spotlackierung« möglich, die durch eine partiell aufgetragene Menge an »Mehrfarbe« simuliert werde. Mit einer Druckleistung von maximal 600 m²/h bei einem Bogenformat von bis zu 1.600 x 3.200 mm sorgt die Maschine für hohe Produktivität.

➤ www.dssmith-packaging.de

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

Xe 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.

**Weiss Druck in Monschau
IN INLINECUTOFF CONTROL
DYNAMIC INVESTIERT**

Lieferschnelligkeit bei kürzesten Durchlaufzeiten ist nur einer der Trends im Illustrationsdruck. Kleine, zielgruppengerichtete Auflagen müssen zudem hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden. So fordern Verlage neben kurzen Einrichtezeiten verstärkt Qualität bei Farbe und Register, sowohl im Hardcover als auch im Taschenbuchmarkt. Darüber hinaus ergibt sich für die Druckerei die Vorgabe der Makulaturreduzierung. Nur so kann ein optimaler Stückkostenpreis in der Produktion erreicht werden. Weiss Druck in Monschau stellte sich diesen Anforderungen und investierte in die dynamische Schnittregisterregelung von manroland web systems. Diese wird an einer der Lithoman Anlagen installiert.

InlineCutoff Control dynamic ist laut manroland die schnellste am Markt erhältliche Schnittregisterregelung. Dies wird durch eine zusätzliche Kamera ermöglicht, die unmittelbar vor dem Falzmesserschnitt die Bahn misst und regelt. Durch die Dynamik des Falzantriebes kann auf jede Messung reagiert und nachjustiert werden, sodass der Schnitt exakt ausgeführt wird. Im Idealfall ist es möglich bis zu 50% Schnittmakulatur zu sparen, wenn ein Rollenwechsel oder ein Gummituchwaschen anfallen. Zusätzlich wird im An- und Fortdruck eine ruhigere Lage des Schnitts mit kleineren Toleranzen erreicht. Damit wird die Verkaufbarkeit der Exemplare nach dem Hochfahren, Gummituchwaschen und Rollenwechsel früher ausgeglichen, als dies mit konventioneller Regelung über die mechanischen Schnittlagenkompensatoren möglich wäre.

› www.manroland-web.com

Kodak Prosper 6000C

Inkjet-Farbmaschine im Betatest bei Japs-Olson

Kodak hat die erste Prosper 6000C, die schnellste Farb-Inkjet-Maschine aus dem Kodak-Programm, bei Japs-Olson installiert. Die Maschine eignet sich für Akzidenzanwendungen mit hohem Farbauftrag und gehört einer neuen Druckmaschinenreihe an, die ein Höchstmaß an Qualität, Zuverlässigkeit, Druckgeschwindigkeit und Anwendungsflexibilität bieten soll. Die Prosper



Die Prosper 6000C Druckmaschine bedruckt matt gestrichene und ungestrichene Papiere bei Bahngeschwindigkeiten bis zu 300 m/Min.

6000C eröffnet für den Akzidenzdruck, individualisierte Mailings und Transaktionsdokumente mehr Produktionsmöglichkeiten. Die inzwischen 107 Jahre alte, in St. Louis Park im US-Bundesstaat Minnesota ansässige, Japs-Olson Company ist Akzidenz- und Direktmailing-Drucker. Die Installation erfolgte im Rahmen eines Betatestprogramms, bei dem die neue Druckmaschine an ihre Leistungsgrenzen gebracht werden soll, um das Potenzial auszuschöpfen, das die Neuheiten bei Papierbahntransport, Trocknung, Inkjet-Systemen und Druckmaschinenmanagement mit sich bringen.

»In der Druckindustrie lassen sich die Voraussetzungen für lang anhaltenden Erfolg nur dadurch schaffen, dass höchste Qualität geboten wird und gleichzeitig Produktivität und Effizienz genau im Auge behalten werden«, sagt Michael Murphy, Präsident von Japs-Olson. »Wir sind inzwischen mit der Prosper 6000C vertraut und überzeugt, dass diese Produktfamilie den Weg in die Zukunft der Druckproduktion weist. Die ersten Ergebnisse in bestechen-

der Qualität sind ein Beleg dafür, was der Inkjet-Digitaldruck bereits heute zu leisten vermag.«

Die Prosper 6000C bedruckt matt gestrichene und ungestrichene Papiere bei Bahngeschwindigkeiten bis zu 300 m/Min. Sie ist auf eine monatliche Maximalleistung von 90 Mio. A4-Seiten ausgelegt. Eine erweiterte Trocknungseinrichtung versetzt die Rollendruckmaschine in

die Lage, auch schwerere, glänzend und seidenmatt gestrichene Papiere bei 200 m/Min. zu bedrucken. Dabei soll die Druckmaschine durch lange Standzeiten der Inkjet-Köpfe eine hohe Verfügbarkeit bieten sowie mit kurzen Rüstzeiten auskommen.

› www.kodak.com

› www.japsolson.com

**Felix Schoeller Group
GEDRUCKTE ELEKTRONIK
IM HAUSHALT**

Die Felix Schoeller Group präsentierte auf der LOPE-C eine innovative Lösung: eine berührungssensitive, funktionale, hochglatte Holzwerkstoffplatte, die sich in Möbel-



oberflächen zum Beispiel für Küchen oder im Klinikbereich einsetzen lässt. Sie besteht aus Sensorflächen, die per Inkjet auf ein Spezialpapier gedruckt und anschließend auf eine Werkstoffplatte laminiert werden. So entsteht ein Schalter, der unsichtbar in eine Möbeloberfläche integriert ist und mit dem sich zum Beispiel das Licht ein- und ausschalten oder das Betätigen eines Wasserhahns ausführen lässt. Die Entwicklung basiert auf der Erfahrung des Unternehmens mit der Anwendung gedruckter Elektronik auf hochglatten Papieren, die unter dem Namen p_e:smart angeboten werden, und auf speziellen Inkjet-Dekorpapieren, die Technocell Dekor, eine Business Unit der Felix Schoeller Group, anbietet.

Im ersten Schritt wird mittels eines Large-Format-Druckers eine leitfähige Tinte als Berührungssensor auf das Dekorpapier gedruckt. Das bedruckte Papier wird mit der Holzwerkstoffplatte verpresst. Der so entstandene Sensor wird mit einem elektronischen Schaltkreis verbunden, mit dem An/Aus-Funktionen oder Dimmen ausgeführt werden können.

› www.felix-schoeller.com

Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Rodona, Spanien

FOKUS AUF DEN DIGITALDRUCK UND SOFTCOVER-BÜCHER

Rodona im spanischen Pamplona fokussiert sich seit zwei Jahren ausschließlich auf den Digitaldruck und Softcover-Bücher im Shortrun-Segment – mit einer SigmaLine und einem Klebebinder Acoro A5 von Müller Martini. Dazu wurde in eine Achtfarben-Inkjet-Druckmaschine T300 von HP und eine HP Indigo 5000 für den Druck der farbigen Umschläge investiert.

Die Kunden von Rodona verlangen nicht nur gute Druckqualität, son-



Von der Druckmaschine HP T300 (rechts) geht die bedruckte Papierbahn über den SigmaFolder, SigmaCollator und SigmaBuffer (hinten) zum Klebebinder Acoro A5 (links). Diese Inline-Konfiguration für digitale Softcover-Bücher bei Rodona ist weltweit einzigartig.

dern auch eine einwandfreie Weiterverarbeitung. Rodona vertraut deshalb auf eine inline mit der HP T300 verbundene SigmaLine von Müller Marini, bestehend aus SigmaControl, Sigma-Folder, Sigma-Collator, SigmaBuffer, SewingCollator (speziell für fadengeheftete Bücher) und – in dieser Form ist dies einzigartig – zudem inline gekoppelt mit einem Müller Martini-Klebebinder Acoro A5 für die PUR-Produktion mit Dreischneider Merit und Frontschneider Easy Fly.

➤ www.mullermartini.com

Mondi Neusiedler

INVESTITION IN HIGH-SPEED-INKJET

Mondi Neusiedler verstärkt seinen Fokus auf den wachsenden High-speed-Inkjet-Rollenmarkt. Dazu ist eine Investition von 3,6 Mio. € für einen Rollenverarbeitungs- und Rollenverpackungsanlage geplant. »Druckereien und Verarbeiter haben spezielle Anforderungen bei der Rollenlieferung: zum Beispiel horizontaler oder vertikaler Transport, mit oder ohne Palette und Schmalrollen. Es gibt unzählige Varianten. Auch heute deckt Mondi

Neusiedler diesen Bedarf bereits. Mit einer automatischen Rollenverarbeitungs- und Verpackungsline wird dieser Prozess industrialisiert – Lieferung von mehr Optionen, besseren Prozessen und höheren Qualitätslevels«, erklärt Peter Orisich, CEO von Mondi Uncoated Fine Paper.

Im April 2014 hatte Mondi sein Highspeed Inkjet 2.0 Portfolio vorgestellt, das eine größere Farbskala und verbesserte Deckkraft bieten soll. Dazu gehören Grammaturen von 60, 70 und 230 g/m², was den Druckereien ermöglicht, ihr Equipment für neue Bereiche bei der Druckqualität auszudehnen wie zum Beispiel Kataloge, Flyer und Postkarten.

Start der automatischen Rollenverarbeitungs- und Verpackungsmaschine ist für das erste Halbjahr 2015 geplant.

➤ www.mondigroup.com

Neues Haftmaterial von Herma MIT TINTE KOSTENGÜNSTIG ZUR ETIKETTEN-KLEINAUFLAGE

Herma bietet jetzt ein spezielles Inkprint-Sortiment. Dieses Haftmaterial ermöglicht es, Klein- und Kleinstauflagen von Etiketten auf Inkjet-Druckern mit wasserbasierender Tinte zu produzieren. Denn während für UV-härtende Tinte in den meisten Fällen herkömmliche Haftmaterialien ausreichen, benötigen wasserbasierende Tinten einen speziellen Papierstrich, der die Farbe besser aufnehmen kann. Hermainkprint glossy und Hermainkprint matt liefern nach Angaben des Herstellers hervorragende Druckergebnisse sowohl im Bogen als auch im Rollendruck und sind auch für die Memjet-Technologie geeignet, die mit ihrem starren Druckkopf in Seitenbreite die Vorteile eines Tintenstrahldruckers mit der eines Seitendruckers verbindet. Selbst bei Geschwindigkeiten über 30 cm/Sek. ließen sich in Kombination mit dem neuen Herma-



Material Bilder, Codes oder Kennzeichnungen gestochen scharf und verzerrungsfrei drucken. Ausgerüstet sind beide Qualitäten mit dem Haftkleber 62Gpt, dessen Mehrschichtigkeit laut Herma breite Anwendungsfelder bei gleichzeitig guten Verarbeitungseigenschaften eröffnet. So reiche das Einsatzgebiet von der Kartonage-Etikettierung bis zur Kennzeichnung von feuchten und kühlen Lebensmittelverpackungen. Der Haftkleber habe eine ISEGA-Freigabe für das direkte Bekleben von trockenen, feuchten und fettenden Lebensmitteln.

➤ www.herma.de

Baier Digitaldruck NEUE QUALITÄTSMASSTÄBE IM DIGITALDRUCK

Noch größer, noch schneller, noch besser. Der Fortschritt im Druck geht unaufhaltsam weiter. Deshalb hat der Heidelberger Mediendienstleister Baier Digitaldruck wieder in neue Xerox-Technologie investiert und sichert mit der iGen 150 einen Kompetenz-Vorsprung in Sachen Digitaldruck.

Als einer der Pioniere im Digitaldruck setzt Baier Digitaldruck seit mehr als einem Jahrzehnt auf die Drucktechnologie der Xerox iGen.



»Mit der iGen 150 ist Xerox wieder ein großer Wurf gelungen. Mit den neuen Features können wir noch flexibler auf Kundenwünsche eingehen und sie dann drucktechnisch optimal umsetzen«, sagt Michael Baier, Geschäftsführer Baier Digitaldruck GmbH.

2004 wurde eine iGen3 in Betrieb genommen, 2010 investierte Baier in das Nachfolgemodell iGen4, das bereits größere Formate bedrucken konnte. Jetzt ist Baier Digitaldruck mit der Xerox iGen 150 wieder einen Schritt weiter.

Mit einer Druckgeschwindigkeit von 4.500 A3-Drucken pro Stunde ist das System deutlich schneller als das Vorgängermodell. Attraktiv ist das neue XXL-Bogenformat von 660 x 364 mm. Auch mehrseitige Folder und Mappen sind durch dieses Format möglich, weil dadurch zusätzliche Produktvarianten auf dem System produziert werden können wie etwa A4-Broschüren und Bücher im Querformat oder 6-seitige A4-Flyer im Hochformat.

➤ www.baier.de

Mediaprint Zeitungsdruck GmbH MIT RETROFIT ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

Die Mediaprint Zeitungsdruck GmbH ist mit mehreren Tageszeitungen und 45 Fremdprodukten Österreichs größter Druckdienstleister. Um die Leser im ganzen Land optimal zu versorgen, kann an insgesamt drei Standorten auf 13 Rotationen und Versandraumlinien zurückgegriffen werden. Auf Grund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der ungewissen Entwicklung der Medienlandschaft, hatten sich die Gesellschafter 2010



Die Mediaprint Zeitungsdruck GmbH unterzieht ihren Versandraumlinien einem Retrofit, um deren Verfügbarkeit bis 2017 sicherzustellen.

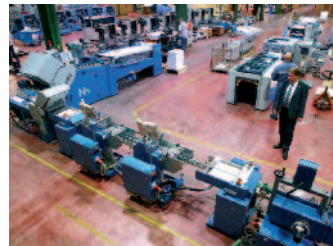
dazu entschieden, die Maschinen und Anlagen im Druck und Versandraum bis 2017 weiter zu betreiben. Ein RetroFit Projekt soll bis dahin deren Verfügbarkeit sicherstellen. Um auch in Zukunft eine reibungslose Produktion zu garantieren, war es wichtig, die notwendigen Schritte sofort einzuleiten. Nur ein maßgeschneidertes Konzept führt in diesem Fall zum Erfolg. Die Entscheidungsgrundlage für das RetroFit Projekt bildete eine Bestandsanalyse der Ferag, der zufolge eine Prioritätenliste erstellt wurde. In dem man sich nur auf das Wesentliche beschränkt, können unnötige Kosten sowie das Einbüßen von Flexibilität in der laufenden Produktion verhindert werden. Nachdem im Sommer 2013 eine Pilotanlage im laufenden Betrieb adaptiert worden war, werden nun die nächsten drei Versandraumlinien in Angriff genommen.

› www.ferag.com

Pharma Day von Müller Martini HERZOG+HEYMANN MIT PRÄSENTATIONEN

Mitte Mai gab es für Müller Martini zwei Gründe zum Feiern: Das 50-jährige Firmenjubiläum der Müller Martini Druckmaschinen GmbH und die Eröffnung des neuen Print Technology Centers. Dies nahm Müller Martini zum Anlass, um auf einer Open House mit dem Schwerpunkt ›Rollenoffsetdruck in der Pharmabranche‹ unter anderem zwei Rollenoffset-Druckmaschinen zu präsentieren, auf denen verschiedene Auslagemöglichkeiten in Bogen, Rolle und Zick-Zack-Faltungen durchgeführt wurden.

Herzog+Heymann, Tochter des Falzmaschinenherstellers MBO und langjähriger Partner von Müller Martini, war ebenfalls präsent. Herzog+Heymann ist Spezialist für



Die Linie von Herzog+Heymann für die Herstellung von Outserts mit Verschlusskett auf dem Pharma Day von Müller Martini.

Sonderfalzlösungen in den Bereichen Pharma, Verpackung und Mailing.

Auf dem Event demonstrierte der Maschinenbauer die Herstellung von Outserts mit Verschlusskett sowie eine Offline-Lösung mit der Firma Sigma Engineering zum Verpacken von gelabelten Outserts direkt in Trays. Dirk Stühmeier, Geschäftsführer von Herzog+Heymann, resümiert: »Derartige Events, wo wir als Partnerunternehmen ausstellen dürfen, sind für uns immer von besonderer Bedeutung. So können wir den Kunden eine attraktive Gesamtlösung vorstellen. Die Veranstaltung war ein voller Erfolg.«

› www.mbo-folder.com

KBA-FT Engineering GmbH PROFESSIONELLE RETROFITS STATT ABWRACKPRÄMIE

Die zur Koenig & Bauer-Gruppe gehörende KBA-FT Engineering GmbH in Frankenthal/Pfalz hat beim europäischen Tiefdruck-Giganten Prinovis am Standort Ahrensburg die elektrische Steuerung einer 26 Jahre alten Tiefdruckanlage auf den aktuellen Stand der Technik gebracht. Nach dem durchgeführten Retrofit ist die betagte, aber mechanisch noch voll funktionsfähige Anlage wieder fit für den nächsten Lebenszyklus.

Prinovis hatte vor einiger Zeit bei KBA-FT Engineering gleich zwei große Tiefdruck-Retrofits in Auftrag gegeben. Die erste Anlage ist bereits Ende März wieder in Betrieb gegangen. Bei der zweiten Anlage sind neben der Erneuerung der elektrischen Steuerung auch umfangreiche mechanische Ausbauten vorgesehen, wobei die Montagearbeiten in Kürze beginnen. In der aktuellen Marktsituation rechnen sich derartige Retrofits, da die weitere hohe Verfügbarkeit der robusten Anlagen mit einem Bruchteil der Investitionssumme einer Neumaschine sichergestellt wird. Das durchgeführte Retrofit beinhaltet den Austausch sämtlicher Steuerungskomponenten des früheren Lieferanten EAE gegen neueste Technik von Siemens.

› www.kba.com

WEB-TO-PRINT

Erläuternde Artikel und Marktübersichten zu Web-to-Print, E-Business und Workflows



in Heft 13 der ›Druckmarkt Collection‹.

44 Seiten DIN A4, davon 7 Seiten Marktübersichten, Artikel, Anwenderberichte,

Glossar und Anbieterverzeichnis.

15,00 € plus Versandkosten.

› www.druckmarkt.com

Druckteam Berlin MIT SPEEDMASTER XL 106 PRODUKTIVITÄT GESTEIGERT

Anfang April veranstaltete das Druckteam Berlin einen Tag der offenen Tür und konnte 340 Kunden von der Leistungsfähigkeit einer vollstufigen Druckerei überzeugen. Im Mittelpunkt stand die neue Speedmaster XL 106-Sechsfarben mit Lackwerk von Heidelberg mit schnellen Jobwechseln. »Wir produzieren für anspruchsvolle Kunden wie Agenturen, Industrie und Verlage und möchten diesen kurze Lieferzeiten bei hoher Qualität lie-



Beim Tag der offenen Tür setzte das Druckteam Berlin seine neue Speedmaster XL 106 in Szene und begeisterte die 340 Besucher.

fern«, erklärt Inhaber Maik Roller. Das Druckteam Berlin beschäftigt 30 Mitarbeiter und hat sich seit seiner Gründung im Jahr 1988 zu einer der leistungsfähigsten Offsetdruckereien in Deutschland entwickelt. »Um wettbewerbsfähig zu bleiben, investieren wir stets in die modernste Technologie«, bestätigt Andreas Jordan, Mitinhaber der Druckerei. »Mit der neuen Speedmaster XL 106 sind wir in eine neue Liga aufgestiegen, was Qualität, Reproduzierbarkeit und Einsparung von Makulatur angeht. Durch die kurzen Rüstzeiten und die hohe Produktivität können wir Aufträge, die von 20 bis zu 100.000 Exemplare pro Job reichen, wirtschaftlich herstellen.« Seit einem halben Jahr ist die Speedmaster nun in Betrieb hat nach Angaben der Druckerei-Inhaber zu einer 30-prozentigen Steigerung der Produktivität beigetragen.

› www.heidelberg.com

Eine statt drei Linien

Im Sommer 2013 hat sich der Digitaldruck- und Dokumentenmanagement-Dienstleister Ricoh Document Center an seinem Standort in Brackenheim nahe Heilbronn für eine Weiterverarbeitungslinie von MBO entschieden.

Text und Bilder: MBO

Im Ricoh Document Center in Brackenheim werden Dokumente aller Art, überwiegend jedoch Rechnungen, Mahnungen, Versicherungsunterlagen und Mailings produziert. Die Ricoh Deutschland GmbH verzeichnete in den vergangenen drei Jahren nach der Übernahme der insolventen Georg Kohl GmbH ein stetiges Wachstum und gilt heute als zweitgrößter Dienstleister für Lohn- und Gehaltsabrechnungen in Deutschland. Neben dem Document Center befindet sich in Brackenheim auch das Democenter, in dem die Ricoh-Digitaldrucksysteme unter Praxisbedingungen laufen und in dem Schulungen abgehalten werden.

Die neu angeschaffte MBO-Digitallinie arbeitet Offline. Sie setzt sich aus einem Abwickler, einem Split-und-Merge-Modul und einem Querschneider zusammen. Die MBO-Hochleistungs-Linie ist für hohe Auflagen ausgelegt. Ricoh produzierte auf ihr anfangs überwiegend

Mailings mit einer Auflagenhöhe von über 50.000 Stück. Mittlerweile werden auch kleinere Auflagen produziert.

15% mehr Leistung trotz verkleinertem Maschinenpark

Für die Entscheidung, in eine Digitallinie von MBO zu investieren, waren mehrere Aspekte ausschlaggebend. Mit der neuen Linie konnte Ricoh drei seiner bisherigen Verarbeitungslinien ersetzen. Hierdurch wurde nicht nur wertvoller Platz gespart, auch die Leistung konnte um 15% gesteigert werden. Für MBO sprach außerdem das breite Grammaturspektrum von 40 g/m² bis 250 g/m², das auf der Linie verarbeitet werden kann.

Laut Ricoh gewinnen hochwertigere Mailings an Bedeutung, wogegen niedriggrammaturige kaum noch nachgefragt werden. Dass die MBO-Digitallinie auch mit Grammaturen über 200 g/m² keine Probleme hat,

liegt unter anderem an der Bahnspannung. Hierdurch reduziert sich der Bahnwiderstand und das Papier lässt sich problemlos brechen. Ein weiteres Argument für die MBO-Linie waren die beheizbaren Messerblöcke. Dadurch, dass die Messerblöcke auf konstanter Temperatur gehalten werden, dehnt sich das Metall auch bei Schwankungen der Umgebungstemperatur nicht aus. Als Folge fahren die Messer mit stets gleichem Abstand extrem präzise aneinander vorbei.

Ein nicht zu unterschätzender Aspekt, der vor einer Investition zu berücksichtigen ist, ist die Zufriedenheit der Bediener. Nur, wenn eine neue Maschine von den Mitarbeitern angenommen wird, kann die mögliche Leistung voll ausgeschöpft werden. Hier sieht Ricoh jedoch keine Probleme und stellt zufrieden fest: »Die Leute rüsten die Maschine wirklich sehr gerne.«

➤ www.mbo-folder.com

IPM

NEUES LICHTAUDIT NACH ISO 3664:2009

Die Weiterentwicklung der ISO 12647-2:2013 rückt den Fokus der standardisierten und prozessoptimierten Druckproduktion in den Fokus. In diesem Zusammenhang bietet IPM jetzt ein Lichtaudit nach ISO 3664:2009 an.

Die neuen ISO-Vorgaben für den Offsetdruck bedingen eine umfangreiche Prozessanpassung. Das betrifft nicht nur die Vorgaben für den Druckprozess an sich, sondern auch die nicht weniger wichtigen Pro-



Neutrale Messung des Umgebungslichtes und Ist-Analyse der Abmusterungsbedingungen.

zess- und Umgebungsparameter – dabei spielen die Abmusterungsbedingungen eine große Rolle.

Eine nicht korrekte Lichtsituation mit Fehlern im Remissionspektrum kostet vielen Druckern jeden Tag unnötig Zeit und Geld: der visuelle Abgleich zwischen Proof und Druck will nicht so richtig funktionieren. Da wird gestellt und gestellt, bis das Ergebnis passt. Hinzu kommt die ständige Unsicherheit einer Reklamation.

Seit 2009 gibt es neue beziehungsweise geänderte Vorgaben für die Abmusterungsbedingungen in Vorstufe und Drucksaal. Laut ISO 3664:2009 müssen die Leuchtmittel genauere Vorgaben erfüllen (Beleuchtungsstärke: 2000 Lux ± 500, Farbtemperatur: 5000 Kelvin, Color Rendering Index, CRI >90 etc). In einem professionellen Lichtaudit prüft IPM ab sofort auch die Abmusterungsbedingungen in der Vorstufe und im Drucksaal und bietet bei Bedarf die perfekte Lösung für eine bessere Lichtsituation.

➤ www.ipm-print.de



Ricoh Manager Finishing Asim Aydin (rechts) und MBO Projektleiter Steffen Merkle nehmen Einstellungen an der Mailing-Linie vor. Die neue MBO-Digitallinie, die im Ricoh Document Center in Brackenheim zur Mailingproduktion installiert wurde, besteht aus einem Abwickler, einem Split-und-Merge-Modul und einem Querschneider.



Neue Geräteklasse in der Densitometrie

Die Orientierung an den Kundenwünschen hat bei Techkon zu einer neuen Densitometer-Klasse geführt. Bei dem neuen Gerät namens Dens handelt es sich um ein neuartiges Mehrkanalfarbsensor-Densitometer mit LED-Beleuchtung und einer Messdauer von nur 0,5 Sekunden. Und als Zugabe besitzt es noch einen beleuchteten Fadenzähler.

Von DIETER KLEEBERG

Das neue Techkon Dens vereint drei Messgeräte in einem: ein Reflexions-Farbdensitometer für die Auflichtmessung an Drucken in den Prozessfarben CMYK, ein Transmissions-Schwarz-Weiß-Densitometer für die Durchlichtmessung an Filmen und einen Fadenzähler, genauer gesagt, eine LED-beleuchtete vierfach vergrößerte Lupe zur visuellen Kontrolle des Druckbildes. Mit diesen wesentlichen Funktionen verkörpert das Dens ein Einsteigermodell in die Farbdensitometrie, das preislich deutlich unterhalb der niedrigsten Spektraldensitometer-Version, dem SpectroDens Basic, angesiedelt ist. Außerdem ersetzt es die bisherigen klassischen Techkon-Schwarz-Weiß-Densitometer T 120 (nur Transmissionsmessung für Filme) und RT 120 (auch Reflexionsmessung für Schwarz-Weiß-Drucke).

NEUARTIGER MEHRKANALFARBSSENSOR Warum von einer neuen Geräteklasse gesprochen werden kann, ist begründet durch die Verwendung einer neuen Messkopf-Technologie. Sie knüpft an die bisherige hohe Messgenauigkeit der spektralen Techkon-Geräte (Spektraldensitometer) an und erlaubt dazu noch eine kürzere Messdauer von nur einer halben Sekunde. Wie schon das SpectroDens der aktuellen (dritten) Generation verwendet auch das Dens als Messbeleuchtung langlebiges, stabiles LED-Licht. Dies ist eine entscheidende Voraussetzung für die Nutzung eines Sensors, der mit seinen Kanälen alle Bereiche des sichtbaren Spektrums abdeckt.

Zum Vergleich: Der Spektralmesskopf in den Techkon-Geräten SpectroDens, SpectroDrive und SpectroJet liefert 31 Messergebnisse in Schrittweiten von 10 Nanometern. Ein Mehrkanalmessgerät besitzt mindestens sechs Kanäle; beim Techkon Dens sind es sogar sieben, wobei sich die Empfindlichkeiten der Kanäle leicht überlappen können – vorteilhaft für die Signalkontinuität. Ganz klar: Je mehr Kanäle, umso höher die Messgenauigkeit. Und in der Tat sind die Ergebnisse des Mehrkanalfarbsensors mit denen spektraler Geräte vergleichbar.

Der Funktionsumfang des Dens konzentriert sich auf das Wesentliche: die schnelle und einfache Messung. Es soll die vier Prozessfarben an der Druckmaschine hinsichtlich Volltondichte, Rasterprozentwerte und Farb- beziehungsweise Graubalance bewerten – nicht mehr und nicht weniger.

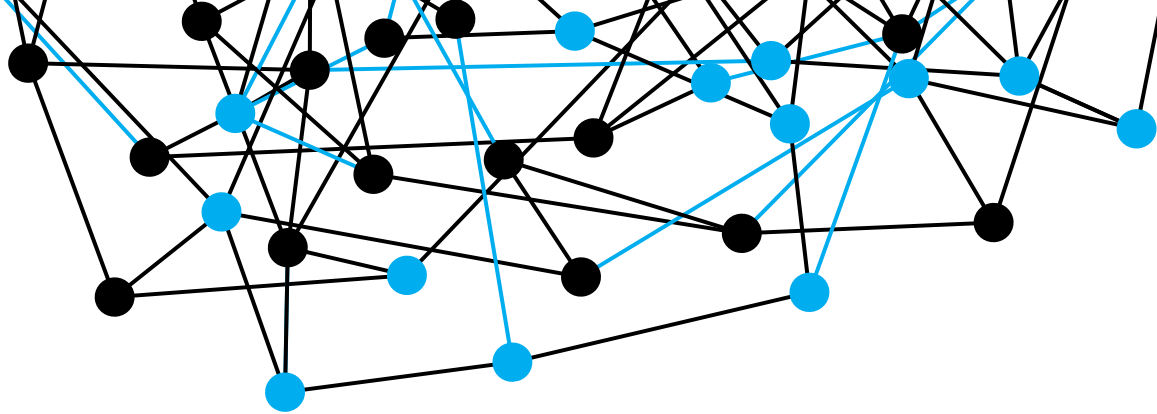


Alles ist auf Schnelligkeit und Fehlerfreiheit angelegt: Hohe Messgeschwindigkeit, gut ablesbares Farbdisplay mit großen Zahlen, automatisches Erkennen der Prozessfarben und eines Drei-Farben-Graubalancefeldes beschleunigen in ihrer Gesamtheit die Prozesskontrolle. Generell ist das Techkon Dens damit für alle Druckereien interessant. Im Besonderen dürften sich solche Betriebe dafür interessieren, die nur die Farbdichte messen – etwa die Zeitungsbetriebe.

Darüber hinaus dürfte das Dens für diejenigen Drucker attraktiv und sinnvoll sein, die bereits Techkon-Spektraldensitometer für Einzelmessungen (SpectroDens), Scannmessungen (SpectroDrive, SpectroJet) oder auch Geräte anderer Marken einsetzen; die Messwertübereinstimmung des Dens lässt sich per Slope-Kalibrierung problemlos an andere Geräte anpassen. Insbesondere wenn die zusätzlich benötigten Geräte nicht den vollen Funktionsumfang aufweisen müssen, sondern die wesentlichsten Funktionen für die Dichtemessung ausreichen, genügt das Dens – beispielsweise wenn mehrere Leitstände mit Messtechnik zu bestücken sind.

Angesprochen werden sollen auch solche qualitätsbewussten Druckbetriebe, deren Budget nicht für Geräte der Spectro-Serie reicht. Sie werden damit in die Lage versetzt, zumindest Prozessfarben-Dichten und -Rasteronwerte auf dem Niveau der Spektralgeräte zu messen.

› www.techkon.com



Guerilla-Seminar

Wege, Gleise, Piktogramme

Signaletik am Bahnhof Zürich – Wie durch Zeichen geführt wird.

Donnerstag, 10. Juli 2014, 18.30 Uhr

Mit der Einweihung des Bahnhofs Löwenstrasse wird ein Teil der Durchmesserlinie eröffnet, welche die Bahnhöfe Zürich Altstetten und Zürich Oerlikon verbindet. Neben den baulichen Herausforderungen stand die SBB aber auch vor einer anderen grossen Aufgabe: Der Personenführung.

Wir begegnen ihnen täglich und nehmen sie mehr oder weniger wahr: Signale, die der räumlichen Orientierung dienen. Doch welche Überlegungen stecken hinter der Planung und Gestaltung eines Bahnhofs, welcher täglich von circa 350 000 Personen frequentiert wird?

Der Bahnhof Löwenstrasse ist der neueste Teil des Zürcher Hauptbahnhofes. Seine Signal-ethik entspricht den neuesten Erkenntnissen aus der Wissenschaft der Personenführung. Um dies live zu erleben erhalten die Teilnehmer dieses GFZ Guerilla-Seminars eine **Einführung in die Signaletik**, respektive die Leitlinien und Piktogramme der SBB durch Joëlle Abels, Fachspezialistin Bahnzugang. Danach kann die Umsetzung bei einer **Besichtigung des Bahnhofs Löwenstrasse** selbst betrachtet, analysiert und beim anschliessenden Apéro diskutiert werden.

Ort

Sitzungszimmer Sihl /
Limmat RailCity Zürich

Kosten

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

Grafisches Forum Zürich

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

10. 7. 2014 «Signaletik am Bahnhof Zürich»

Name/Vorname

Beruf/Funktion

Mitgliedschaft gfz ASW «gib» Viscom VSD

Telefon

E-Mail

Korrespondenzadresse

Rechnungsadresse


Firma

Strasse/Postfach

PLZ Ort

Anmeldung auch unter www.gfz.ch

Anmeldeschluss: 3. 7. 2014

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
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
24. 09. - 25. 09. 2014	easyFairs, Empack	Wien	 www.easyfairs.com
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.worldpublishingexpo.com
05. 11. - 07. 11. 2014	Viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com
2015			
28. 01. - 29. 01. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Hamburg	 www.easyfairs.com
23. 02. - 26. 02. 2015	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 www.innovationdays.com
25. 02. 2015	Doxnet vor Ort	Luzern	 www.doxnet.eu
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
25. 03. - 26. 03. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
15. 04. - 17. 04. 2015	Xfair, Print & Crossmedia-Show	Wien	 www.xfair.at
18. 05. - 22. 05. 2015	Fespa Digital	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
05. 10. - 07. 10. 2015	World Publishing Expo 2015, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	 www.worldpublishingexpo.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

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

Fachkongress 3D-Druck

MEDIENHYPE ODER ZUKUNFTSGESCHÄFT?

Die Kunden sind überzeugt: 3D-Druck bekomme ich in einer Druckerei. Fast wie von alleine öffnet sich damit ein neues, attraktives Geschäftsfeld für Druck- und Mediendienstleister. Stimmt das? Der Verband Druck und Medien Bayern greift in Kooperation mit dem Cluster Druck und Printmedien, dem von der Bayerischen Staatsregierung geförderten Innovationsnetzwerk der Branche, das Top-Thema 3D-Druck im Rahmen eines ganztägigen Fachkongresses am 9. Juli in Ismaning auf.

»Viele Veranstaltungen zu diesem Thema sind in der Vergangenheit leider an der Oberfläche geblieben. Wirkliche Antworten auf die Frage: Sollte ich als Druckerei in dieses Geschäftsfeld gehen? gibt es bisher nicht. Mit dem Kongress werden wir das ändern«, formuliert VDMB-Hauptgeschäftsführer und Clustersprecher Holger Busch den Anspruch der Veranstaltung am 9. Juli in Ismaning bei München. Der Verband will aufklären, welche Software, die jeder Drucker bereits kennt, auch für 3D-Druck geeignet ist, welche Maschinen heute bereits serienreif verfügbar sind, welche Investitionen notwendig werden, wo die Erlösquellen und Kundengruppen zu finden sind und auch wo die Risiken liegen. Dazu stehen hochrangige Referenten – zum Beispiel von Heidelberger Druckmaschinen, Adobe Systems und EOS – aus den Bereichen Maschine, Software, Prototyping, Recht, Anwendung und Geschäftsfeldentwicklung zur Verfügung.

»Wir werden das Thema ganzheitlich beleuchten – vom Know-how, von den Kunden, von den Voraussetzungen bis zur Vermarktung. Am Ende des Kongresses wollen wir klar beantworten können, ob 3D-Druck ein schnell abflachender Hype oder ein wachstumsstarker Zukunftsmarkt für Druckereien und Mediendienstleister ist«, so Busch.
 > www.vdmb.de/3d-druck

Bald ist Anmeldeschluss

9. FEDRIGONI TOP AWARD NOCH BIS ZUM 31. JULI

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 Lebensmittletiketten, 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

Wettbewerb

EUROPEAN PUBLICATION GRAVURE AWARD 2014

Der Europäische Tiefdruckverband ERA und Eurographic Press, der Verband der führenden europäischen Fachzeitschriften für die grafische Industrie in 16 europäischen Ländern, kündigen den Wettbewerb für die beste Qualität im Illustrationstiefdruck in Europa an, den European Publication Gravure Award 2014.

Alle Kategorien sind offen für Mitglieder und Nicht-Mitglieder der ERA in Europa sowie ERA Mitglieder in Übersee. Es werden Preise vergeben für bestes Druckergebnis, für Kreativität in der Anwendung des Falzapparates sowie für technische Entwicklungen und neue Anwendungsfelder.

Die verschiedenen Druckproduktkategorien für den Award 2014 basieren auf der Grundlage von Papier- und -gewicht und sichern so einen fairen Wettbewerb in der Vielfalt der Anwendungen des Publikationstiefdrucks.

Lieferanten von Ausrüstung und Materialien sowie Drucker können ebenfalls an der Ausschreibung des Innovation Prize für neue Techniken oder Anwendungsfelder (Geräte, Materialien oder Verfahren) teilnehmen.

Die Frist für die Einreichung der Beiträge ist der 1. August 2014. Mehrere Einträge pro Unternehmen sind möglich. In diesem Jahr ist der zweite Eintrag kostenlos.

Die Preisverleihung findet im Rahmen der ERA Jahrestagung 2014, die am 29./30. September 2014 in Salzburg stattfinden wird, statt.

> www.era.eu.org

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

Stipendium

GEPRÜFTER MEDIENPRODUKTIONER/F:MP.

Die Werner Achilles GmbH & Co. KG vergibt zwei Stipendien für die Fortbildung »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.« mit dem Schwerpunkt Druckveredelung.

Der Fachverband Medienproduktioner hat mit dem »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.« eine Fortbildung in der Branche etabliert, die dem Alltag der Medienproduktion in all ihren Facetten gerecht wird. Die Unterrichtsinhalte basieren auf der Erfahrung versierter Medienproduktioner und Experten.

Die Fortbildungsmaßnahme vermittelt die theoretischen und praktischen Kenntnisse, damit Medienproduktioner Projekte im Umfeld der Printveredelung beratend begleiten können. »Als Veredelungsexperten ist es uns ein wichtiges Anliegen, die technischen Möglichkeiten und die kreativen Potenziale nicht nur auszuschöpfen, sondern auch ganz neue Ideen zu gewinnen. Dafür braucht es ab und an ein wenig frischen Wind, der neue Blickwinkel auf die verschiedenen Wirkweisen eröffnet. Aus diesem Grund steht bei uns die Förderung von Menschen, die sich ernsthaft für die Welt der Druckveredelung, Papierveredelung und Verpackungsveredelung interessieren, ganz vorn an«, so Thorsten Drews von Achilles. Von Anfang an hat Achilles den Schwerpunkt Druckveredelung der Fortbildung »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.« unterstützt, indem Experten des Unternehmens als Referenten ihre Erfahrungen und ihr Know-how mit den Teilnehmern geteilt haben. Nun vergibt Achilles zusätzlich zwei Stipendien für den nächsten Kurs, der im September beginnt. Die Teilnehmer, die ein Stipendium erhalten haben, können die Fortbildung mit dem Schwerpunkt Druckveredelung kostenfrei besuchen und müssen lediglich für Reise- und eventuell anfallende Übernachtungskosten aufkommen.
 > www.f-mp.de
 > www.achilles.de

Impressed

**AUTOMATION ROADSHOW
WEITERHIN AUF ERFOLGSKURS**

Im Mai und Juni war Impressed wieder in acht Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterwegs. Der allgemeine Fokus lag auf Lösungen und Anregungen zur effizienten Gestaltung von Produktionsabläufen. Die Impressed Automation Roadshow 2014 hat sich schwerpunktmäßig damit befasst, Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen in alle Stufen des Produktionsprozesses mit einzubeziehen. Auf Basis einer generischen



Produktionsdatenbank hat Impressed demonstriert, wie die Kommunikation zwischen Kunde und Dienstleister optimiert werden kann.

Robert Zacherl, Produktmanager und Gesellschafter der Impressed GmbH, hat die Tour selbst mitgeleitet: »Mit dem Thema dieser Roadshow scheinen wir den Nerv der Zeit getroffen zu haben. Das möglichst perfekte Zusammenspiel von Kunde und Dienstleister in der Produktion ist ein wesentlicher Faktor, um sich dem Wettbewerb stellen zu können. Deshalb wird es für die Unternehmen aus allen Bereichen der Druckindustrie immer wichtiger, sich damit zu beschäftigen. Diese Roadshow bietet ein gutes Forum für Teilnehmer, sich nicht nur bei uns zu informieren sondern auch selbst wertvolle Anregungen und Tipps weiterzugeben. Das zeigen auch diesmal wieder die zahlreichen Anmerkungen der Teilnehmer und die Gespräche während und nach den Veranstaltungen. Wir bleiben am Ball und werden weiterführende Roadshows veranstalten.«

➤ www.impressed.de

Xfair Print & Crossmedia-Show in Wien

**Neuer Anlauf für einen Druck-Event
in Österreich**

Nun bekommt Österreich wahrscheinlich doch noch einen eigenen professionellen Fachevent mit Konferenz und Ausstellung für den klassischen und digitalen Druck, für das Cross-Media-Publishing, die Werbetechnik und den Verpackungsdruck. Jedenfalls laufen die Vorbereitungen für den internationalen Event in Wien bereits auf vollen Touren. Drei Tage – vom 15. bis 17. April 2015 – sind geplant.

Auch ein Veranstaltungsort ist bereits gefunden: Die Marx-Halle im neu entstandenen Medienquartier Neu Marx im 3. Wiener Gemeindebezirk. Neben einer bemerkenswerten Konzert-Location ist dort auch Raum für Messeveranstaltungen entstanden. Der abgeschlossene Hallenteil verfügt über alle für eine Messe- und Kongressveranstaltung notwendigen technischen und logistischen Einrichtungen. Der thematische Rahmen des Events wird alle Bereiche der gedruckten und digitalen Kommunikation und Produktion umfassen:

- Klassischer Druck mit allen technologischen Möglichkeiten
- Veredelung und Finishing
- Digitaler Druck in allen Facetten
- Crossmediales Publishing auf allen Medienkanälen
- Großformatdruck auf allen Substraten und Medien
- Werbetechnik mit Signage, POS- und Out of Home
- Neue Verpackungs-Herstellungstechnologien
- Spezialanwendung für industrielle Fertigungsprozesse
- Gedruckte Elektronik und neueste Technologie-Entwicklungen.

Hinter dem Event stehen einschlägige österreichische Fachzeitschriften beziehungsweise deren Chefredakteure und Verleger. So neben der MacksMedia GmbH mit Rudolf Messer als Verleger von »X-media« auch Knud Wassermann als Chefredakteur und Blattmacher der

»Graphischen Revue«, Bernd Klaus Achter, Verleger und Chefredakteur der Fachzeitschrift »Out of Home«, sowie Harald Eckert, Verleger und Chefredakteur des Verpackungsmagazins »Kompack«. Sie werden ihre Expertise auch in die Konzeption des professionellen Rahmen- und Konferenzprogrammes einbringen. Auch mit den führenden Fachmedien der Nachbarländer sind intensive Kooperationen geplant.

Der rote Faden, der sich durch die Veranstaltung zieht, ist der Aspekt der Anwendungsmöglichkeiten aller Technologien und Gerätschaft; der Nutzen für den Produzenten, den Dienstleister und deren Auftraggeber und Kunden. Für einen lückenlosen Know-how-Austausch sollen nicht nur die auf den Ausstellerständen gezeigten Technologien und Anwendungen sorgen, sondern auch ein großangelegtes und in den Event integriertes Konferenzprogramm.

In Vorträgen, Seminaren und Workshops sollen aktuelle Branchenthemen behandelt werden. Wesentliche Aspekte sind dabei technologie- und länderübergreifende Kooperationsmöglichkeiten. Zusätzliche Elemente wie eine Consultants Lounge mit Know-how-Center, ein Technology Theatre, ein Speakers Corner und ein Media Village mit eigenem Programm sollen weitere Möglichkeiten zum Netzwerken und zum Gedankenaustausch bieten. Natürlich wird auch der gesellschaftlichen Aspekte nicht zu kurz kommen. Ein langer zweiter Messetag mit anschließendem »Fest für Print« soll für gute Stimmung sorgen.

Der Eintritt für die Veranstaltung bei Online-Voranmeldung ist übrigens gratis.

➤ www.xfair.at

World Publishing Expo 2014

**DAS PROGRAMM NIMMT
GESTALT AN**

Das Programm und die Planung für die World Publishing Expo 2014, die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) vom 13. bis 15. Oktober in Amsterdam ausgerichtet wird, nehmen Gestalt an. Neben der eigentlichen Ausstellung umfasst die Veranstaltung kostenpflichtige und kostenfreie Fachkonferenzen und Seminare für Führungskräfte zu den wichtigsten Themen der Medienbranche, bei denen mehr als 100 Referenten zu Wort kommen sollen. Kostenfrei sind zum Beispiel die über das Expo-Gelände verteilten Media-Port-Themenbühnen. Sie befassen sich mit Kooperationen zwischen Verlagen und Zulieferern und zeigen Fallstudien zu Strategien und Praktiken für den Verlagsalltag. Die kostenpflichtigen Veranstaltungen richten sich an Geschäftsführer und Chefredakteure und behandeln Strategien für die künftige Ausrichtung des News-Publishing-Geschäfts. Dazu gehören der 7. Tablet & App Summit und der 13. International Newsroom Summit, die bei der zurückliegenden Expo in Berlin mehr als 400 Teilnehmer in ihren Bann zogen.

Hinzu kommt mit dem World Printers Forum eine neue Konferenz für Fachleute und Zulieferer im Bereich der Zeitungsproduktion, in der diese Spezialisten ihre Ideen austauschen, Standards erarbeiten und Strategien für die Zukunft des Drucks entwickeln können.

Mit mehr als 300 Ausstellern und schätzungsweise 8.000 Fachbesuchern bringt die World Publishing Expo die Vordenker und Entscheider der Medienbranche mit den Herstellern der entsprechenden Technik zusammen.

➤ www.worldpublishingexpo.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 der modernen Medienarchitektur zu stellen. Der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbindet, ist noch nicht das Kerngeschäft von Druckereien, doch wird diese Aufgaben zunehmend gefordert.

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

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

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

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

An **Infoabenden** können Sie sich persönlich, eingehend und unverbindlich informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.



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

**Kodak bei der FDI Roadshow
PLATTENTECHNOLOGIE
UND DIGITALDRUCKLÖSUNGEN**

Kodak beteiligte sich mit zwei aktuellen Themen an der FDI Roadshow 2014, die vom 23. Juni bis zum 7. Juli durch ganz Deutschland führte. Bei der vom FDI Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e. V. organisierten Veranstaltungstour werden Technologien und Prozesse konzentriert beleuchtet, die im Hinblick auf den Wandel der Druck- und Medienbranche besonders relevant sind. Unter dem Thema »Plattenverarbeitung ohne Prozessoren« sind Experten von Kodak der Frage auf den Grund gegangen, ob ressourcenschonende Druckplatten den heutigen Anforderungen bezüglich Wirtschaftlichkeit und Prozessstabilität gerecht werden. Hier rückt der Einsatz der Kodak Press Ready Technologie mit der prozessfreien Kodak Sonora XP beziehungsweise der Kodak Sonora News Platte in den Blickpunkt. Diese Platten haben eine dünne, negativ arbeitende Polymerschicht, die durch die thermische Bebilderung im CTP-System vernetzt wird. Anschließend können die Platten direkt in der Druckmaschine eingespannt werden; es gibt keinen nasschemischen Verarbeitungsprozess oder einen separaten Nachbehandlungs- beziehungsweise Spülvorgang mehr. »Digitaldruck mit ungeahnter Veredelung und kreative Ideen werden wahr«, unter diesem Motto wurden die außergewöhnlich vielseitigen Produktionsmöglichkeiten der digitalen Kodak NexPress Digitaldruckmaschine in den Blickpunkt gerückt. Die Kombination des 100% variablen Farbdrucks mit speziellen Veredelungsfunktionen in einer Maschine ermöglicht eine schnelle und wirtschaftliche Fertigung hoch wirksamer Printprodukte. Dies hat Kodak auch anhand zahlreicher Druckmuster veranschaulicht, bei denen kreative Ideen mit den Fähigkeiten der NexPress Druckmaschine zum Leben erweckt wurden.

➤ www.kodak.com

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
09. 07.	tgm, Adobe Acrobat	München
09. 07. - 10. 07.	Polar, Bedienerkurs für Polar Compucut 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
04. 08. - 05. 08.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
01. 09. - 05. 09.	Heidelberg PMA, Falzen Basis Modul 1	Ludwigsburg
04. 09.	cleverprinting, High-End-Bildretusche und High-End-Composings	Düsseldorf
05. 09.	cleverprinting, High-End-Bildretusche und High-End-Composings	Düsseldorf
08. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	Düsseldorf
08. 09. - 09. 09.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim
08. 09. - 12. 09.	Heidelberg PMA, Falzen Aufbau Modul 2	Ludwigsburg
09. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	Düsseldorf
10. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Düsseldorf
10. 09. - 11. 09.	Polar, Bedienerkurs für Polar Compucut V 4.10.2 und V 5.0.4	Hofheim
11. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Düsseldorf
12. 09.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Düsseldorf
15. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	Hamburg
16. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	Hamburg
16. 09. - 18. 09.	Heidelberg PMA, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1	Ludwigsburg
17. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg
18. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Hamburg
19. 09.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Hamburg
23. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	Frankfurt
23. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	A-Wien
24. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	Frankfurt
24. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	A-Wien
25. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Frankfurt
25. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign	A-Wien
26. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit Photoshop	A-Wien
26. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Frankfurt
29. 09. - 30. 09.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
07. 10.	Fogra, Fogra-Feuchtungskontroll-Testform	München
07. 10.	cleverprinting, Digitalfoto- und Raw-Daten-Bearbeitung	Hamburg
08. 10.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung mit RGB- und RAW-Daten	Hamburg
08. 10. - 09. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- cleverprinting.de
- www.fogra.org
- polar-mohr.com
- print-media-academy.de
- tgm-online.de
- vdmb.de


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung

Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget im Druckmarkt und im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon +41 44 380 53 03

KUVERTS

EZCO
switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung

Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch


GÜTESIEGEL.

O

Publikation 2014
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.
DRUCKMARKT wurde vom Verband Schweizer Medien mit dem Gütesiegel für das Jahr 2014 ausgezeichnet.

VERSCHIEDENES



WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

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

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib» Zürich, GFZ, IRD Schweiz und anderer Vereinigungen. Informationen der Verbände oder Organisationen erfolgen in deren redaktioneller Eigenständigkeit und ausserhalb der Verantwortung der «Druckmarkt»-Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, für rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er trägt allfällige rechtliche Konsequenzen alleine und verpflichtet sich, «Druckmarkt Schweiz» von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden, freizustellen.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (WEMF beglaubigt 9/2013). Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 75,00 CHF).

Copyright

Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher technischen Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlags und Quellenangabe zulässig.

Verlag und Herausgeber

DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
T +41 44 380 53 03
F +41 44 380 53 01

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Postfach 485, 8034 Zürich
Ansprechpartner Verkauf:
Jean-Paul Thalman
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
F +41 44 380 53 01
M +41 79 405 60 77

Redaktion

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com
T +41 44 380 53 04
M +49 160 970 790 73
Ahornweg 20, D-56814 Fankel

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format*

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

Karl Schwegler AG Hagenholzstrasse 65 8050 Zürich
Telefon 044 308 84 11 www.schwegler.com

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



In jeder Ausgabe ein **Neues**. Denn wir analysieren sechs mal jährlich die Markt-Situation anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, «Macher» und Manager zu Wort kommen, kommentieren, präsentieren und informieren.

Wenn der Druckmarkt bisher nicht zu Ihnen kam, können Sie dies sofort ändern. Mit einem Abo, das sein Geld wert ist.

Themen auf den Punkt gebracht.

Das Jahresabonnement kostet CHF 50.00 (Inland) beziehungsweise CHF 75.00 (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Weitere Informationen und Bestellformulare auf unserer Internetseite.

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

Druckmarkt • Abo-Service
Postfach 485 • CH-8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03 • Fax +41 44 - 380 53 01
www.druckmarkt.ch