

DRUCKMARKT

21. Juli 2014

impressions 84

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition +



Hilfreiche Software oder notwendiges Übel?

Neue Lösungen und Hilfsmittel ab Seite 16.

Markt & Zahlen: Faltschachtel stabil auf hohem Niveau. Seite 14.

Premedia: Brücke zwischen Design und Produktion. Seite 24.

Print & Finishing: Mit neuesten Trends Schritt halten. Seite 32.

Bildung, Termine & Events: Terminkalender und News. Seite 50.



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 seines gleichen 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

Flickschusterei?

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 Scheufelen: Stilllegung einer Papiermaschine
- 08 Münchner Druckbetriebe kooperieren
- 10 Erster deutscher Druck- und Medientag
- 12 Gern gesehene Urlaubsbilder
- 14 Stabil und auf hohem Niveau

Premedia & Prepress

- 16 Fahrt aufnehmen im E-Business
- 18 Versprechen eingelöst
- 20 Nachrichten
- 20 Digital ist nicht immer auch gleich effizient
- 24 Brücke zwischen Design und Produktion
- 26 Straff durch die Produktion
- 27 Datencheck mit Enfocus PitStop Professional
- 28 Ein Votum für mehr Qualität

Print & Finishing

- 30 Vom Lichtpauser zum Multiprint-Anbieter
- 32 Mit neuesten Trends Schritt halten
- 34 Ein Stück vom Kuchen abschneiden
- 38 Nachrichten
- 39 LE UV bei langen Wendemaschinen
- 40 Edel kommt an
- 42 Stark Druck druckt ab Dezember auf einer 80-Seiten-Lithomann
- 43 Neues auf Basis bewährter Maschinen
- 44 Komplettpaket für Metalleffekte im Digitaldruck
- 47 Pixartprinting investiert weiter
- 48 M+S Reliure setzt auf Tween für hochwertige Produkte

Termine, Bildung & Events

- 50 Terminkalender
- 51 Nachrichten
- 53 Seminare & Veranstaltungen
- 54 Neuer Anlauf für einen Druck-Event in Österreich

- 55 Business to Business
- 55 Impressum

Vor langer Zeit gab es einmal Satz- und Reproduktionstechnik. Hoch qualifizierte Setzer, Reprofotografen, Retuscheure und Lithografen beherrschten alle Prozesse vor dem Druck. Ihr Metier war die Layouterstellung, das Setzen, Scannen, die Bildverarbeitung und der Film als Endprodukt. Mit dem Aufkommen des Desktop Publishing, das gerne auch mit der Demokratisierung der Informationsverarbeitung gleichgesetzt wird und dem Verlust des Monopols für die massenweise Verbreitung von Informationen durch die Druckindustrie, verschwanden diese Berufe. Satz und Reproduktion übernahmen die Kunden oder deren Agenturen. Schließlich blieb das, was man heute Druckvorstufe oder Prepress nennt: Aufgaben der ehemaligen Druckformenherstellung. Allerdings arbeitet man nicht mehr mit Film und Plattenkopie, sondern beschäftigt sich mit der Plattenbelichtung (Computer-to-Plate) und der Aufbereitung von überwiegend PDF-Dateien.

Diese Entwicklung war vielfach gewünscht, weil man sich nicht mehr mit (teurem) Satz und Repro beschäftigen musste, sondern sich auf das Drucken konzentrieren konnte (womit ja heute angeblich auch kein Geld mehr zu verdienen ist). Die Daten für den Druck kommen inzwischen mehrheitlich von Werbeagenturen oder direkt vom Kunden, denen man auch gleich die Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit der Drucksachen überlassen hat. So konnten die Prozesse in den Druckereien gestrafft werden.

Aber ist dadurch alles einfacher geworden? Eher nicht. Denn noch immer klagen Druckereien darüber, dass etwa 50% aller eingehenden PDFs Fehler oder gravierende Mängel aufweisen. Schriften fehlen, Bilder sind im falschen Format oder mit zu geringer Auflösung angelegt, der Anschnitt fehlt und vieles mehr. Bei Internet-Druckereien dürfte das nicht viel anders sein. Dort aber werden fehlerhafte Daten mit dem souveränen Vermerk ›nicht druckbar‹ konsequent zurückgewiesen.

Aber kann es denn sein, dass eine ›normale Druckerei‹ jeden zweiten Auftrag erst einmal reparieren muss, bevor er in Druck gehen kann, nur weil Kunden und Designer keine Ahnung von den Anforderungen der Print-Produktion haben oder einfach nur schlampig arbeiten? Offenbar schon, denn warum sonst ist inzwischen eine Industrie entstanden, die Software zum Beheben von Fehlern anbietet, die andere wiederum in Schulungen erläutern? Was den Schluss zulässt, dass bestimmte Arbeiten eigentlich doch in die Hände von Fachleuten gehörten. Aber davon ist die Branche weit entfernt, das Terrain ist verloren und auf absehbare Zeit nicht mehr zurückzugewinnen. Also bleibt nur Flickschusterei, das Reparieren unzulänglicher Kunden-Daten. Was für eine Perspektive!



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again



Für ein Fachmagazin wie den »Druckmarkt« zu berichten ist auch mit einer regen Reisetätigkeit verbunden. Denn mit den eigenen Augen zu sehen und vor Ort Originaltöne zu hören ist wesentlich für den Blick auf das Branchengeschehen. Und auch für diese Ausgabe waren wir wieder 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 sammeln, oft genug ist es der eigene Schreibtisch. Doch auch die Eindrücke anderer tragen ja durchaus dazu bei, einen Überblick über das zu bekommen, was aktuell in der Branche passiert.

Und da in den letzten Monaten und Wochen einiges an Pressekonferenzen, Events, Veranstaltungen und anderen Terminen zusammengekommen ist, haben wir etliche Kilometer im Auto und im Flieger hinter uns gebracht, haben zugehört, notiert oder diskutiert und nebenbei auch etwas von Land und Leuten zu sehen bekommen. Und bei all diesen Reisen stellen wir immer wieder fest, dass wohl nirgendwo so viel gedruckt wird wie an dem Ort, an dem man gerade war.

RUST In der künstlichen Welt des Europaparks in Rust präsentierte Obility seinen Anwendern Realitäten aus dem Bereich der Software. Bei dem gut besuchten Usertreff standen aber weit weniger Workflow, Web-to-Print etc. im Mittelpunkt, sondern auch Networking und Ausflüge in die Welt der Trends und deren Analysen. Mehr auf Seite **16**.



HOFHEIM Polar in Hofheim am Taunus ist kein Riese. Dafür hat das Unternehmen jedoch einen Riesennamen. Und das weltweit. Wir hatten im Mai Gelegenheit, uns in der Zentrale in Hofheim umzusehen und einen detaillierten Blick hinter die Kulissen des Herstellers von Schneidemaschinen zu werfen. Mehr auf Seite **34**.



RADEBEUL Zum WM-Spiel Deutschland gegen USA nach Radebeul? Warum nicht? Zumindest hatte es mehr als 250 Fachleute nicht davon abgehalten, sich bei der KBA-Veranstaltung rund um Veredelung und Akzidenzdruck zu informieren. Inklusive Fußball. Den Bericht über die Veranstaltung im Bogenoffsetwerk lesen Sie auf Seite **40**.



MÜNCHEN Erstmals haben der Bundesverband Druck und Medien und der bayrische Landesverband gemeinsam den deutschen Druck- und Medientag durchgeführt. 250 Teilnehmer warfen einen Blick auf die Zukunft des Gedruckten. Und etwas Folklore war auch dabei. Lesen Sie den Bericht über die Veranstaltung auf Seite **10**.



FRANKFURT Auch wenn der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) zum Jahresgespräch in den Airport-Club im Frankfurter Flughafen eingeladen hatte, sind die Faltschachteldrucker weit entfernt von Höhenflügen. Auch die Zahlen des Jahres 2013 sind eher am Boden geblieben. Dennoch bilanzierte der FFI ein zufriedenstellendes Jahr 2013. Lesen Sie mehr auf Seite **14**.

TRIER Hätte Kaiser Konstantin gehaut, dass man in Trier durchaus auf Wasser verzichten kann, hätte er dann vor etwa 1.700 Jahren die Kaiserthermen gebaut? Mit Sicherheit. Denn in Trier kommen lediglich die Drucker der Tageszeitung »Trierer Volksfreund« ohne Wasser aus, seitdem sie seit Kurzem mit einer neuen KBA Cortina arbeiten. Mehr über die nunmehr 20. Installation der KBA Cortina lesen Sie in der kommenden Ausgabe, die für den **4. August** geplant ist.

OLDENBURG Was machen die Deutschen am liebsten in ihrem Urlaub? Sich erholen natürlich. Und sie fotografieren, schreiben Postkarten und warten zuhause auf Urlaubsgrüße. Und nach dem Urlaub lassen immer mehr ein Fotoalbum drucken. Cewe hat dies in einer Studie herausgefunden (siehe Seite **12**). Und damit diese auch immer besser gedruckt werden können, investierte Cewe wieder in neue Drucktechnik von HP Indigo. Mehr dazu auf Seite **32**.

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. Eine Zusammenfassung über die Veranstaltung lesen Sie auf Seite **43**.

DAS MAGAZIN MIT DEN RICHTIGEN

Zutaten

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

EFI ÜBERNIMMT DIRECTSMILE Efl, Anbieter von Digitaldrucksystemen, MI-Systemen und Software, hat die DirectSmile GmbH, den Anbieter von Software-Lösungen für Cross-Media-Marketing, erworben. Das Unternehmen mit Sitz in Berlin war seit 2001 maßgeblich an der Entwicklung von Bildpersonalisierungs-Software beteiligt und bietet heute ausgefeilte Marketing- und Produktionslösungen für Agenturen und Druckereien an. Mit DirectSmile lassen sich Kampagnen, die Web, E-Mail, Social, Mobile und Printmedien verbinden, gestalten, personalisieren, automatisieren und messen. Die Technologien erweitern das Angebot von Efl um integrierte Funktionen für Marketing-Workflows.

Efl will die DirectSmile-Software weiter entwickeln, verkaufen und weiterhin als Standalone-Software für die Agenturen und Druckereien anbieten. Daneben soll die DirectSmile-Technologie auch in Efl Digital Storefront als VDP-Produkt integriert werden, das auf der Graph Expo in Chicago vom 28. September bis 1. Oktober 2014 gezeigt werden soll.

WIEDER SCHWARZ Ein Jahr nach der Insolvenz bewegt sich der Papierhersteller Reflex Premium Papier nach eigenen Angaben wieder in der Gewinnzone. Das Dürener Unternehmen habe das erste Halbjahr 2014 mit einer Umsatzsteigerung und einem positiven Ergebnis abgeschlossen und finanziere sich aus eigener Kraft. Nach der Insolvenz wurden verschiedene Strukturanpassungen (unter anderem das Lager mit Zanders-Premium-Papiermarken) auf den Weg gebracht und umgesetzt. Daraus hätten sich Verbesserungen bei Lieferzeit und Termintreue ergeben. Unterdessen geht die Suche nach einem Investor weiter. Im Juli werden Kaufangebote interessierter Parteien erwartet, ab August soll die Verhandlungsphase starten. > www.zanders-premium.com

WEITERE ZUSAMMENARBEIT Die Canon Deutschland GmbH und die Seiko Instruments GmbH wollen ihre Zusammenarbeit verstärken. Schon vor der Akquisition durch Canon hatte Océ Deutschland die großformatigen ColorPainter von Seiko unter dem Double Brand Océ Seiko vertrieben. Dies setzen Canon Deutschland und weitere europäische Vertriebsorganisationen nunmehr fort und wollen die Kooperation noch weiter ausbauen. > www.canon.de

GASSMANN KAUFT DIGITALDRUCKER Die Schweizer W. Gassmann AG übernimmt die Aktienmehrheit der Digitaldruckfabrik Publikation Digital AG. Ziel der Übernahme sei ein Ausbau des Digitaldrucks und der Leistungspalette. Die Publikation Digital AG stellt Drucksachen mit Rollen- und Bogen-Digitaldruckmaschinen und den nötigen Ausrüstungskomponenten her. Zum Inventar gehört auch eine vollautomatische digitale Buchherstellungsstraße von Müller Martini. Sämtliche Mitarbeiter der Firma mit Sitz in Gerlafingen sollen in ihrer bisherigen Funktion weiterbeschäftigt werden, verspricht die W. Gassmann AG. So auch die Firmengründer Edwin Tschan und Petra Aerni. Es sei jedoch geplant, den Firmensitz in die Räumlichkeiten der W. Gassmann AG in Biel zu verlegen.

MEDIENÜBERGREIFEND 74% der Kreativschaffenden sind der Ansicht, dass Mobiltechnologie immense Auswirkungen auf das Design hat. 70% der Befragten konzentrieren sich bei ihrer Arbeit auf mobile Geräte. Zu diesem Ergebnis kommt der Adobe »The New Creatives Report«, bei dem mehr als 1.000 Professionals und 500 Studenten aus kreativen Berufen in den USA befragt wurden.

Papierfabrik Scheufelen

Stilllegung einer Papiermaschine: Halbierung der Kapazität

Die Papierfabrik Scheufelen in Leningen steht vor einem radikalen Kahlschlag. »Es ist vorgesehen, dass zwei Drittel der Belegschaft von 650 Mitarbeitern gehen müssen«, sagte Dr. Ulrich Scheufelen, Ehrenvorsitzender des Unternehmens gegenüber den »Stuttgarter Nachrichten«. In einer Pressemitteilung hatte Scheufelen am 15. Juli mitgeteilt, dass der rückläufige



Verbrauch an grafischen Papieren die Papierfabrik dazu zwingt, die Kapazität von 300.000 Jahrestonnen auf 140.000 Jahrestonnen zurückzufahren. Dazu werde die PM 6, die größte Papiermaschine des Unternehmens, mit den dazu gehörenden Anlagen in naher Zukunft abgestellt.

Scheufelen hatte in den vergangenen Jahren rote Zahlen geschrieben. 2013 ging der Umsatz zudem von 207 auf 195 Mio. € zurück.

»Bei Papieren für den Massenmarkt sind die Margen seit Jahren negativ«, sagte Dr. Scheufelen gegenüber der lokalen Tagespresse. Bei

Premium-Papieren werde jedoch noch Geld verdient. Die Geschäftsführung habe deshalb beschlossen, Bilderdruck-Papiere für den Massenmarkt deutlich zurückzufahren und den Premiumbereich aufzustocken. Künftig wolle man den Anteil von Premium-Papieren steigern und die Marktposition von gestrichenen Premium Papieren weltweit ausbauen.

Das Unternehmen befand sich bis zu seiner Insolvenz im Juli 2008 im Besitz der Familie Scheufelen und wurde zum 1. Januar 2009 von der finnischen Papiergruppe Powerflute übernommen. Nach dem überraschenden Rückzug der Finnen ging Scheufelen 2011 an den Rohstoffkonzern Paper Excellence Group in Amsterdam. Die Muttergesellschaft produziert eigenen Angaben zufolge pro Jahr 2,5 Mio. Tonnen Zellstoff und Papier und beschäftigt über 2.300 Mitarbeiter. Paper Excellence betreibt sechs Zellstoffwerke in Kanada, zwei in Frankreich und die Papierfabrik Scheufelen in Deutschland.

Die aktuelle Entwicklung bei der schwäbischen Papierfabrik Scheufelen ist Ausdruck der Überkapazitäten bei gleichzeitig sinkender Papiernachfrage in den gesättigten zentralen europäischen Märkten.

Dass bei Scheufelen nicht alles im Reinen ist, wurde zuletzt deutlich, als der am 1. März 2014 vorgestellte Direktor Vertrieb und Marketing das Unternehmen bereits Anfang Juli wieder verlassen hat.

> www.scheufelen.com

Print Power DAS NEUE MAGAZIN IST DA

Print hat Power. Was kann diese Aussage besser belegen als herausragende Beispiele gedruckter Werbung erfolgreicher Marken? Im neuen Print Power Magazin, das jetzt erschienen ist, finden sich zahlreiche Beiträge, die darüber informieren, wie Print dem Marketing-Mix erst richtig Power verleiht. Auf insgesamt 60 Seiten erfahren die Leser Aktuelles von Print Power zu den Themen Druck und Papier, Werbung und Werbeeinflussung gedruckter Medien. Im neuen Print Power Magazin, das in Deutschland mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren verbreitet wurde, kommen sowohl Vordenker als auch bekannte Werbeprofis zu Wort. Sie begründen umfassend, warum gedruckte Medien immer noch ein wichtiger Werbekanal sind. Untersuchungen über die Effizienz des Printmarketings, Beiträge über Direktmailings, Kundenmagazine, Kataloge und Zeitschriftenwerbung erläutern, warum Printmedien eine wesentliche Säule jeder erfolgreichen Werbekampagne sein sollten.



Print Power ist eine Kommunikationsinitiative, die seit zwei Jahren über die Effektivität und die Vorzüge gedruckter Medien informiert. Die Träger von Print Power Deutschland sind unter anderem der Bundesverband des deutschen Papiergroßhandels (Bvddp), der Bundesverband Druck und Medien (bvdmd) mit seinen Landesverbänden, die Heidelberger Druckmaschinen AG, Leipa Georg Leinfelder, manroland, Norske Skog, Sappi, die Papierfabrik Scheufelen, Stora Enso, UPM, der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) und der Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF). Die Deutsche Post und der Papiermaschinenhersteller Voith sind Print Power ebenfalls verbunden.

➤ www.printpower.eu/de

Dialogmarketing-Misere FALSCHER DATEN VERBRENNEN JEDEN ACHTEN UMSATZ-EURO

Werbetreibende Unternehmen hatten immer mehr falsche Kontaktdaten: Der Anteil fehlerhafter Datensätze kletterte im vergangenen Jahr international von 17% auf 22%. Das geht zumindest aus der Studie »Datenqualität als kritischer Erfolgsfaktor« von Experian Marketing Services hervor. Beinahe jedes Unternehmen (91%) ist von Defiziten wie unvollständigen, veralteten oder fehlerhaften Daten betroffen. Deutsche Unternehmen glauben, dass rund ein Fünftel (19%) der von ihnen erhobenen Informationen für Marketing und Vertrieb wegen der genannten Mängel unbrauchbar sind. Hauptursache für fehlerhafte Daten sind menschliche Fehler (59%), gefolgt von mangelhafter Kommunikation zwischen den Abteilungen (31%), mangelnder Datenstrategie (24%) und dem Fehlen von Technologie (22%). Über drei Viertel der befragten Unternehmen (77%) gehen davon aus, dass der Geschäftserfolg durch ungenaue und unvollständige Kontaktdaten beeinträchtigt wird. Im Durchschnitt gehen die Befragten von Umsatzeinbußen in einer Größenordnung von 12% aus.

Umfrage NACHHOLBEDARF BEI STRATEGIEN ERKENNBAR

100 Unternehmer der Druck- und Medienbranche haben an der Umfrage zu Strategien in der Druckindustrie teilgenommen, die der Verband Druck und Medien Bayern e. V. im Vorfeld seines Strategietags durchgeführt hat. Jedes achte Unternehmen der Branche ist völlig ohne Strategie unterwegs. Bei Dreiviertel ist die Strategie, wenn sie überhaupt existiert, nur einem Teil der handelnden Personen bekannt. Hier ist laut VDMB Nachholbedarf. Deutlich wurde auch, dass interne Gründe – zu wenig Zeit im Tagesgeschäft, mangelnde Veränderungs Bereitschaft der Mitarbeiter, fehlende Kommunikation oder zu geringe Ressourcen – und externe Hindernisse – Wettbewerbsdruck, neue Kundenanforderungen oder neue Technologien – die Umsetzung strategischer Ziele behindern.

➤ www.vdmb.de

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwmbh.de

Graphische
Maschinen

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

Zeitschriften

**REICHWEITEN BLEIBEN
WEITESTGEHEND KONSTANT**

Ein Großteil der deutschen Printmedien konnte seine Reichweite im Vergleich zum Vorjahr steigern oder stabil halten. Insgesamt verzeichneten die Zeitschriften und Wochenzeitungen jedoch einen Reichweitenrückgang von 2,4%. Dies ergab die jährliche Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA), für die 25.000 Konsumenten befragt wurden.

99 der 234 erfassten Titel verzeichneten gegenüber dem Vorjahr einen Reichweitenverlust. Die Hälfte des Verlustes entfällt dabei auf Programmzeitschriften und Zeitschriften aus den digitalen Bereichen Computer, Foto und Unterhaltungselektronik. Einige Segmente hielten im längerfristigen Vergleich ein stabiles Niveau oder steigerten ihre Reichweite sogar deutlich. Dies sind vor allem die monatlichen Frauenzeitschriften, Wirtschaftsmedien und die Sonntagszeitungen.

In allen Altersgruppen gebe es nach wie vor eine ausgeprägte Präferenz für Print, so die Analyse weiter. Zwei Drittel der deutschen Bevölkerung lesen längere Texte lieber auf Papier, nur 6% ziehen den Bildschirm vor. Bei der jüngsten befragten Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen sind 42% dem Lesemedium gegenüber unentschieden. 39% bevorzugen Papier und 13% lesen lieber elektronische Texte. Die Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften über Apps spielt nach wie vor eine untergeordnete Rolle. Aktuell lesen erst 6% der Bevölkerung zumindest gelegentlich Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften über Apps. Bei der jüngsten Altersgruppe hat sich dieser Wert von 8% im Vorjahr auf aktuell 9,6% gesteigert.

**Sprintis feiert Firmenjubiläum
RÜCKBLICK AUF
EIN GELUNGENES FEST**

Fünf Jahre Sprintis und der abermalige Ausbau von Lager- und Bürofläche am Firmenstandort in Würzburg: Dies war für die beiden Geschäftsführer der Sprintis GmbH & Co. KG, Christian und Matthias Schenk, ein Grund zum Feiern. Am 27. Juni begrüßten die beiden Geschäftsführer zahlreiche Gäste zum Tag der offenen Tür auf dem Firmengelände, darunter wichtige Kunden aus der Region, Geschäftspartner, die die Realisierung der



verschiedenen Bauprojekte der Firma Sprintis unterstützt haben, sowie natürlich die komplette Belegschaft.

Die Gäste hatten Gelegenheit an einem Firmenrundgang durch das neue, moderne Bürogebäude, sowie die zwei neuen Lagerhallen mit einer Gesamtfläche von 2.500 m², teilzunehmen und sich selbst ein Bild zu machen, wie Tag für Tag gearbeitet wird.

Im Anschluss wurde mit den über 200 Gästen in der extra angemieteten Almhütte auf dem Würzburger Talavera-Gelände gefeiert. Dort wurde bei einem zünftigen Fest in Lederhose und Dirndl auf fünf erfolgreiche Jahre zurückgeblickt und angestoßen. Geschäftsführer Christian Schenk war am Ende der Veranstaltung zufrieden: »Dieser Tag heute war für uns etwas ganz Besonderes. Wenn man sich anschaut, wie wir vor einigen Jahren angefangen haben und wo wir heute stehen, können wir mit Stolz sagen, dass wir einiges richtig gemacht haben. Das Schöne ist aber, dass wir nach wie vor so viele Ideen haben, wie wir Sprintis noch weiter voranbringen können.«

› www.sprintis.de

Münchner Druckbetriebe kooperieren

Mediengruppe Universal und Gerber KG bündeln ihre Kräfte

Durch die Kooperation mit der Gerber KG hat sich die Mediengruppe Universal ein eigenständiges Unternehmen mit ins Haus geholt, das ihr Produktportfolio bereichern, die Produktivität beider Partner steigern und eine hohe Maschinenauslastung garantieren soll.

Die 1927 in München gegründete Druckerei Gerber KG kooperiert seit November 2013 als Beratungs- und Vorstufenbetrieb mit der Mediengruppe Universal. Im Zuge der Zusammenarbeit hat sich Gerber von der eigenen Produktion getrennt und nutzt als weiterhin eigenständiges Unternehmen den Maschinenpark im Haus. »Ich weine unserer Produktion nicht hinterher. Wir können uns nun wieder voll auf den Markt konzentrieren. Im Rückblick würde ich es nicht anders machen – nur vielleicht früher«, sagt Geschäftsführer Stephan Gerber. Nachdem die Erwartungen, Technik und Kapazitäten besser auszulasten, neue Produkte kennenzulernen und diese umzusetzen, erfüllt wurden, harmonisiert auch die Zusammenarbeit unter den Kollegen. Eine Harmonie, die von Seiten der Geschäftsführung jeden Tag vorgelebt wird und von gegenseitigem Vertrauen und Verständnis geprägt ist. »Entscheidend dabei ist, dass Bauch und Herz bei einer Kooperation dabei sind und es nicht nur eine Kopfgeburt ist. Hier kommen Menschen zusammen, die



Die Geschäftsführer der Mediengruppe Universal, Albert Contzen und Helmut Stoppe, sowie der Geschäftsführer der Gerber KG, Stephan Gerber (von links).

miteinander umgehen können müssen«, erklärt Albert Contzen, Geschäftsführer der Mediengruppe Universal.

Was Kunden und Produkte angeht, gibt es kaum Überschneidungen, sodass die geringe Schnittmenge für mehr Synergien sorgt, weil ein größerer Markt bearbeitet werden kann. Mit der Kooperation entsteht bei Universal ein völlig neues Produktspektrum, stammen die Kunden der Gerber KG doch vorwiegend aus der Kosmetikbranche, der optischen Industrie und aus der Welt der Agenturen. Die wirtschaftlichen Vorteile für beide Partner liegen auf der Hand: Gerber spart durch die Aufgabe von Standort und Maschinenpark enorme Kosten ein, Universal profitiert von der höheren Auslastung. So wird die Mediengruppe Universal im August eine neue Druckmaschine in Betrieb nehmen.

Die Richtung stimmt, soweit das Fazit nach knapp einem Jahr Zusammenarbeit. Ob Dachmarke, Kundenveranstaltungen oder potenzielle neue Partner: Für die nächsten fünf Jahre hat sich das Management die strategische Umsetzung zahlreicher Ideen rund um das »Druckzentrum München West« auf die Fahne geschrieben. So kann man sich durchaus vorstellen, mit einem weiteren Partner in Zukunft zusammenzuarbeiten. Voraussetzung für den Dritten im Bunde: Er muss offen sein für eine Kooperation unter dem gemeinsamen Dach und erkennen, dass man gemeinsam stärker ist als alleine.

bvdM: KfW-Umfrage 2014

SCHWIERIGE FINANZIERUNGSBEDINGUNGEN

Von der allgemein guten Finanzierungslage in Deutschland profitieren die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft nur bedingt. Während die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) sowohl für die Investitions- als auch für die Betriebsmittel- und Auftragsfinanzierung von einem allgemein guten Zugang zu Fremdfinanzierungsmitteln berichtet, zeigen sich für die Druck- und Medienbetriebe schwierigere Bedingungen. Und es bestätigt sich auch in diesem Jahr, dass kleinere mittelständische Betriebe signifikant häufiger Probleme beim Kreditzugang angeben als der Durchschnitt aller teilnehmenden Branchen.

Diese Erkenntnisse ergeben sich aus der Unternehmensbefragung zum Bankenverhalten, die der Bundesverband Druck und Medien (bvdM) und seine Landesverbände mit der KfW Bankengruppe und 26 weiteren Branchen- und Wirtschaftsverbänden im 1. Quartal 2014 durchgeführt haben. »Es gibt viele erfolgreiche Druckunternehmen, die Investitionsdarlehen benötigen, um ihre Geschäftsmodelle weiterentwickeln zu können«, kommentiert Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM die Lage. »Es wäre fatal für sie, wenn übervorsichtige Entscheidungen der Kreditinstitute wegen des Strukturwandels der Branche dazu führten, dass notwendige Investitionen unterbleiben.«

An der KfW-Umfrage haben insgesamt 3.378 Unternehmen, darunter 72 Druck- und Medienbetriebe (dies entspricht einem Anteil von 2,1%) teilgenommen. Sie bildet die Situation und Wahrnehmung der Unternehmen vom 2. Quartal 2013 bis zum 1. Quartal 2014 ab.

› www.kfw.de

› www.bvdm-online.de

Steinbeis Papier

SONDERPREIS FÜR ›GREEN PUBLISHING‹ AN ›DB MOBIL‹ VERLIEHEN

Der von Steinbeis Papier geförderte Sonderpreis ›Green Publishing‹ in der Kategorie Gold geht 2014 an die Deutsche Bahn für das Kundenmagazin ›DB mobil«. Torsten Froh, Geschäftsbereichsleiter Marketing und Vertrieb der Steinbeis Papier GmbH, überreichte am 3. Juli 2014 auf der Abendveranstaltung des BCP-Kongresses (Best of Corporate Publishing) in München den Sonderpreis an Antje Neubauer, Leiterin PR & Interne Kommunikation bei der Deutschen Bahn.

Das Kundenmagazin ›DB mobil‹ erscheint seit 1990 monatlich mit einer Auflage von 502.000 Exemplaren. Es zählt mit seiner Reichweite von 1,4 Mio. Lesern zu den reichweitenstärksten Reisemagazinen überhaupt. Mit dem zu 100% auf Recyclingpapier gedruckten Kundenmagazin knüpft die Deutsche Bahn an ihre Nachhaltigkeitsstrategie an, die konsequent ökologische Ziele verfolgt. »Die Deutsche Bahn hat sich mit der Agenda 2020 ehrgeizige Ziele für den Erhalt der Umwelt gesetzt und will hier Vorreiter sein«, sagte Antje Neubauer. »Deshalb ist es nur konsequent, dass wir nicht nur inhaltlich – im Oktober 2013 erschien erstmals die ›grüne‹ DB mobil; eine jährliche Nachhaltigkeitsausgabe ist von nun an geplant – sondern im gesamten Produktionsprozess hohen Wert auf Nachhaltigkeit legen.«

Die Jury würdigt mit der Auszeichnung neben ökologischen Produktionsaspekten auch die thematische und redaktionelle Qualität des Magazins, das vom Verlag G+J Corporate Editors erstellt wird.

› www.stp.de › www.bcp-award.com



Beim Kampf um den Titel gab es für das DB-Kundenmagazin ›mobil‹ im WM-Monat Juni gleich 15 Gewinner: Zum ersten Mal erschien eine ›mobil‹-Ausgabe mit 15 verschiedenen Titelbildern. Illustriert vom spanischen Künstler Berto Martínez, waren die Spieler der deutschen Fußballnationalmannschaft und Bundestrainer Joachim Löw die Titelhelden. »Mit diesem Heft wollten wir alle Fans und die deutsche Mannschaft bei ihren Titelambitionen buchstäblich mobilisieren«, erklärt Antje Neubauer. Wie wir inzwischen wissen, hat es geholfen.

»Sonderausgaben sind ein spannender Trend im Corporate Publishing, denn sie bieten Spielraum für viele Facetten eines Themas. Das hat uns auch die positive Resonanz auf unsere Nachhaltigkeitsausgabe im vergangenen Jahr gezeigt«, sagt Antje Neubauer.

› <http://mobil.deutschebahn.com>

›Bibel der Werbekreativen‹ AUSSTELLUNGSTOUR ZU LÜRZER'S ARCHIVS 30.

Das Fachmagazin Lürzer's Archiv gilt seit seiner Gründung im Jahr 1984 durch Prof. Walter Lürzer als eine der bedeutendsten Informations- und Inspirationsquellen für Werber. Sein 30-jähriges Bestehen feiert das Blatt nun mit einer Ausstellungstour, die nach ihrem Start in Hamburg im Mai und Frankfurt im Juli noch in Köln (16. bis 21. September, im Rahmen der PhotoKina) und New York (23. September, in den Räumlichkeiten des Art Di-



rector Clubs) halt machen wird: Auf großformatigen Fujifilm-Fine Art Prints werden den Besuchern 30 Favoriten der Redaktion, die in den letzten drei Jahrzehnten veröffentlicht wurden, gezeigt. Die Motive geben einen beeindruckenden Blick auf herausragende Beispiele der weltweiten Werbekreativität in den vergangenen drei Jahrzehnten.

Das redaktionelle Konzept des Magazins ist seit seiner Gründung so einfach wie genial: Kreative können ihre Arbeiten bei der Redaktion einreichen – gegliedert in die Rubriken Print, Film und Digital. Erweitert wird dieses Heftkonzept durch Interviews, die mit Kreativen geführt werden. Zwar passieren lediglich 7% aller eingereichten Arbeiten die redaktionelle Vorauswahl, doch beruht das Renommee des Magazins als unabhängiger Kurator für weltweite Werbung gerade auf dieser strengen Selektion.

› www.luerzersarchive.com

Erster deutscher Druck- und Medientag

Die Zukunft wird gedruckt! Mit diesem Fazit schloss der erste Deutsche Druck- und Medientag am 26. und 27. Juni 2014 in München. Mehr als 250 Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet warfen gemeinsam mit namhaften Referenten einen Blick in die konkrete Zukunft des Gedruckten.

Text und Bilder: bvdM

»Auch wenn die Branche ihr Monopol auf die Vervielfältigung von Informationen verloren hat – mit neuen, kundenorientierten Vermarktungskonzepten für Print und offensivem Unternehmertum werden sich Druckprodukte auch weiterhin behaupten«, resümierte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverband Druck und Medien bvdM.

Während Unternehmen wie die Deutsche Bahn Aufträge nur über offizielle Ausschreibungen vergeben, gelte es, bei anderen Auftraggebern die Zusammenarbeit so aufzusetzen, dass die Druckerei zum selbstverständlich integrierten Partner eines Kommunikationsprozesses werde. Aufwändig sei beides; aber ohne diesen Fleiß und entsprechende Kompetenzen gehe es nicht. »Drucker müssen Auftrag gebenden Unternehmen darstellen können, dass sie sich selbst das Wasser abdrehen, wenn sie nur auf den Preis schauen«, fasste Deimel die Diskussion auf dem Podium zusammen. »Dazu gehören Kenntnisse des Marktes des Kunden und daraus abgeleitet die Beratung im Hinblick auf dessen Zielgruppen sowie Trends in der Ansprache.«

Qualitätsmedien zum Anfassen

Die Chefredakteurin der »Madame«, Petra Winter, zeigte sich in ihrem Vortrag überzeugt: Qualitätsjournalismus ist gefragt, transportiert wird er am besten durch Qualitätsmedien



Herzliche Begrüßung zum Drucker-Abend im Augustiner Keller.

zum Anfassen und das heißt: Gut gedruckt. Damit appellierte sie an Verleger und Drucker, der flüchtiger werdenden Mediengesellschaft die Stärken von hochwertigen Druckmedien entgegenzusetzen. Die Glaubwürdigkeit des gedruckten Wortes, die Eindrücklichkeit guter Reportagen und die Überzeugungskraft starker Bilder seien ungebrochen, erklärte Winter. Ihre These wird belegt

durch den Anstieg der Publikums-titel, allein 2013 kamen mehr als 100 neue Zeitschriften auf den deutschen Markt.

Der Zukunftsforscher und Gründer von TrendOne, Nils Müller, stellte die Ergebnisse seiner Studie über den Zukunftsmarkt 2030 für die Druckindustrie vor. »Der Mensch ist ein haptisches Wesen. Es gibt hunderte Ansätze, wie sich Druckereien auch



Alle unter einem Dach. Die Druckindustrie und ihre Partner am Abend des Deutschen Druck- und Medientages.

2030 als unverzichtbar für Werbung, Meinungsbildung und Informationsvermittlung machen können«, ist er überzeugt. Mit 14 Thesen, die von konkreten technischen Entwicklungen gestützt werden, zeigte er auf, in welcher Weise sich Unternehmen der Branche weiterentwickeln können.

Wichtiger Jahresevent

»Verbände bieten – gerade in stürmischen Zeiten – die Informationen, Netzwerke und Sicherheit, die Unternehmen brauchen, um sich für die Zukunft zu rüsten. Über 250 Teilnehmer – Druckereien, Verleger, Zulieferer, Dienstleister und Medien aus dem gesamten Bundesgebiet – sind der Beweis, dass die Branche trotz des harten Wettbewerbes zusammensteht, sich gemeinsam den Herausforderungen stellt und an Konzepten für die Zukunft arbeitet«, freute sich Holger Busch, Geschäftsführer des VDMB. »Wir, die Landesverbände, stehen ihnen dabei aktiv zur Seite.«

Der Deutsche Druck- und Medientag 2014 ist ein wichtiges Jahresevent der Branche – in diesem Jahr wurden die Jahrestagungen des Bayerischen Branchenverbandes und des Bundesverbandes Druck und Medien mit dem seit Jahren etablierten Unternehmerforum des bvdM verknüpft.

➤ www.bvdM-online.de

VDMNW EIN SPÜRBARER WERTEWANDEL

Seit Anfang des Jahres 2014 gibt es für den Verband Druck + Medien Nord-West e. V., insbesondere für seine Tochterunternehmen Akademie Druck + Medien Nord-West und campus – Managementakademie, eine spürbare Veränderung des Bewusstseins der Mitglieder im Hinblick auf ihr eigenes Unternehmen. Längst sei nicht mehr der Maschinenpark das wichtigste Differenzierungsmerkmal für die Unternehmen. Vielmehr gehe es heute darum, sich als gesamte Organisation weiterzuentwickeln. Das Ziel bei gut 60% der gebuchten Schulungen sei es, das Personal auf den neuesten Stand zu bringen. Gute 40% der Schulungen hätten Softskills im Fokus. Dabei stehe das Thema Führung und Kommunikation im Mittelpunkt.

»Personalentwicklung steht ganz oben auf der Agenda. Nur mit topqualifizierten Leuten kann man vorankommen und sich den Innovationen des Marktes stellen. Kompetente Mitarbeiter sind das A und O des Unternehmens«, sagt Oliver Curdt, Geschäftsführer des Verbandes. »Wir konnten eine Steigerung um 50% zum Vorjahr verbuchen, dieser Trend hält auch im 1. Halbjahr 2014 an. Dabei sind individuelle Firmenschulungen am Wochenende der Favorit.«

➤ www.vdmnw.de

VDMB zieht Bilanz: gutes Jahr BRANCHENVERBAND WÄCHST MIT NEUEN MITGLIEDERN

Der Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) blickt nach eigenen Angaben auf eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre der jüngeren Vergangenheit zurück. Erstmals seit vielen Jahren habe man mit 17 neuen Mitgliedern wieder eine signifikante Anzahl an Unternehmen an den Verband gebunden. »Verbände sind in schwierigen Zeiten noch wichtiger als in Schönwetterphasen. Mit unserer neuen Ausrichtung bieten wir den Unternehm-



men der Branche mehr Service, Transparenz, mehr Vertretung und Netzwerk«, stellt **Holger Busch**, geschäftsführender Vorstand des Verbands

fest. Mit Veranstaltungen zu Themen wie Strategie, Kooperationen, E-Business Print, gedruckter Elektronik und 3D-Druck habe der Verband Akzente gesetzt.

Im verbandseigenen Aus- und Weiterbildungszentrum, einer im süddeutschen Raum einzigartigen Fortbildungseinrichtung der Druck- und Medienbranche, wurden fast 2.000 Mitarbeiter und Führungskräfte qualifiziert. Mit dem Prüfungskurs des »Geprüften Digital Publisher« haben Teilnehmer erstmals die Möglichkeit, Kenntnisse und Fähigkeiten für die Umsetzung digitaler Produkte ganzheitlich zu erwerben. Die Beratungsgesellschaft print-Xmedia Süd GmbH, an der der Verband maßgeblich beteiligt ist, konnte mehrere neue Produkte an den Markt bringen, die wie das neue Auraia-Raster das Potenzial besitzen, mit geringeren Kosten bessere Qualität zu erreichen.

➤ www.vdmb.de



Akzidenzdruckereien setzen auf Agfa Graphics.

Druckvorstufenverantwortliche aus kleinen Familienbetrieben wie auch aus internationalen Konzernen vertrauen seit jeher auf die Partnerschaft mit Agfa Graphics. Die Entwicklung nachhaltiger und benutzerfreundlicher Lösungen ist fest in unserer Philosophie verankert und verfolgt das Ziel Ihre Druckqualität, Produktivität und Profitabilität zu steigern. Unser umfassendes Angebot beinhaltet perfekt aufeinander abgestimmte Komponenten für alle Bedürfnisse im Bereich Workflow, Computer-to-Plate sowie Druckplatten und Materialien für den Drucksaal. Alle unsere Systeme werden durch umfassende Beratungs- und Betreuungsprogramme unterstützt.

Wir wissen, was Druckereien brauchen.

Deshalb entscheiden Sie sich für Agfa Graphics.

www.agfagraphics.com

AGFA *Agfa*

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



Gern gesehene Urlaubsbilder

Jährlich vor Beginn der Reisezeit erfragt Cewe die Foto-Gewohnheiten der Deutschen. Die Ergebnisse der jetzt dritten Umfrage lassen auch einen interessanten Blick auf die Aufbereitung der Reiseerinnerungen zu. Danach gibt es einen ungebrochenen Trend zum Fotobuch.

Text und Bilder: Cewe

Der Urlaub ist die Hoch-Zeit für das Fotografieren: 84% der von Cewe in Kooperation mit der Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen, forsa, befragten Deutschen halten ihre Eindrücke in Bildern fest. Besonders ausgeprägt ist die Urlaubsfotografie mit 95% bei den 18- bis 29-Jährigen. Dagegen macht knapp ein Drittel der über 60-Jährigen auf Reisen keine Fotos.

Bevorzugt werden die Erlebnisse mit der Kamera festgehalten – 64% gaben dies an. Bei den Befragten der Generation 60+ sind es sogar 80%. Von den 18- bis 29-Jährigen präferiert nur noch knapp die Hälfte einen Fotoapparat, 26% nutzen ein Handy oder Smartphone mit integrierter Kamera und bei 28% befinden sich sowohl Fotoapparat als auch Smartphone im Gepäck.

80% der Deutschen speichern ihre Urlaubsfotos auf dem Computer ab. Etwas weniger wird bei den über 60-Jährigen digital archiviert. In dieser Altersgruppe sind eher Fotoabzüge beliebt: Mehr als ein Drittel der Befragten lässt gedruckte Reiseerinnerungen fertigen.

Verglichen mit den Vorjahren, zeigt sich ein deutlicher Trend zur gedruckten Aufbereitung der gespeicherten Motive: Immer mehr Deutsche erstellen zur Erinnerung ein Fotobuch. 31% und damit fast jeder Dritte der Befragten gab an, nach dem Urlaub ein Fotobuch zu erstellen. In den Jahren 2012 und 2013 waren es erst 24% beziehungsweise 27%. Der Trend zum Fotobuch hält also an und ist unabhängig vom Alter. In sozialen Netzwerken teilen vor allem jüngere Menschen ihre Reiseerlebnisse. 22% der 18- bis 29-Jährigen stellen ihre Fotos ein. Dennoch liegen auch hier ausgedruckte Erinnerungen vorn: 28% dieser Altersgruppe lassen zusätzlich Urlaubsfotos per Sofortdruck und 26% ein Fotobuch fertigen.

POSTKARTEN VOM REISEZIEL sind beliebt und für die Mehrzahl der Deutschen nicht durch Grüße in sozialen Netzwerken zu ersetzen. So freuen sich 82% der Befragten via Ansichtskarte zu erfahren, wo ihre Freunde und Verwandten im Urlaub sind und dass sie an sie denken. Frauen bedeutet dies mit 87% offenbar mehr als Männern mit 78%. Im Vergleich dazu meint nur jeder Siebte (14%), Ansichtskarten seien im Zeitalter von Facebook, Instagram und Co. überholt.

Und wer schreibt die Karten? Hier sind die Frauen aktiver als die Männer. Fast zwei Drittel (64%) der befragten Frauen schicken gern Ansichtskarten aus dem Urlaub. Bei den Männern tut dies weniger als die Hälfte (49%). Auch regional ist die Lust zum Schreiben unterschiedlich stark ausgeprägt: 68% der Befragten im Osten mögen es, Postkarten zu versenden, im Westen sind es mit 55% deutlich weniger. Das ehrliche Bekenntnis beider Geschlechter: Knapp ein Drittel

findet Ansichtskarten schreiben zwar lästig, macht es aber dennoch, nicht zuletzt, um selbst welche zu bekommen. 23% der Deutschen versenden jedoch generell keine Ansichtskarten oder Grüße aus dem Urlaub. Bei den über 60-Jährigen zählt hierzu sogar rund ein Drittel der Befragten.

Apps auf dem Smartphone zum Versenden von Urlaubsgrüßen werden aktuell von nur 6% der Deutschen verwendet. Dieses Nutzungsverhalten ist unabhängig vom Alter festzustellen.

› www.cewe.de



Fotobuchmarkt

ZWEISTELLIGE ZUWACHSRATEN FÜR LAYFLAT-FOTOBÜCHER

Der Fotobuchmarkt hat ein gesundes Wachstum. Allein in Westeuropa wird für 2014 ein Volumen von etwa 30 Mio. Fotobüchern erwartet. Das Wachstumspotenzial ist weiterhin groß, da selbst in hochentwickelten Märkten wie den Benelux-Staaten und Deutschland erst 10% der Bevölkerung jährlich ein Fotobuch kaufen. Die Industrie ist daher nach Meinung der Schweizer ImagingSolutions, Hersteller von Foto-finishing-Lösungen, gefordert, Brücken zum Kunden zu schlagen. Nur wer das richtige Buchdesign anbietet, werde Erfolg haben.

Dies gelinge durch hochwertige Fotobücher mit ›LayFlat-Bindung‹. Allerdings sei der Begriff ›LayFlat‹ in der Wahrnehmung der Kunden nicht vorhanden. Anstelle Premium- oder Highend-Fotobücher müssten Fotobuch-Interessenten aufgrund der besseren Qualität die LayFlat-Angebote eindeutiger erkennen können. Denn ein persönliches Fotobuch sei auch ›die Geschichte eines Lebens‹, stellt ImagingSolutions fest. Deshalb seien die beiden Kardinaltugenden eines Fotobuchs Bildqualität und Buchdesign.

Anbieter, die ›LayFlat‹ in den Mittelpunkt ihres Angebots stellten, würden mit überdurchschnittlichen Zuwachsraten und höchster Kundentreue belohnt. LayFlat Fotobücher seien die am stärksten wachsende Produktlinie.

Anlässlich einer Umfrage des deutschen Photoindustrie-Verbandes gaben 60% der Befragten an, mehrmals im Jahr Fotobücher zu bestellen. Nicht nur Endverbraucher, auch Profifotografen in der Hochzeits-, Kinder-, Schul-, Portrait-, Reise- und Architektur fotografie seien begeistert von der Qualität. Seit der Einführung der LayFlat-Bindung für Digitalfotos ist das Fotobuch zum Kunstwerk geworden.

› www.imagingsolutions.ch

„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



Stabil und auf hohem Niveau

Die deutsche Faltschachtelindustrie zeigt sich mit dem Geschäftsverlauf im Jahr 2013 zufrieden, auch wenn es ein kleines Minus gab. In seiner Jahresbilanz berichtet der Fachverband Faltschachtel-Industrie zudem über einen Systemwechsel – seit 2014 gelten bei Bestellungen und Lieferungen Bogen statt Gewichte als Basis.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Mit einem Produktionswert in Höhe von 1,879 Mrd. € und einem Produktionsvolumen von 850.530 Tonnen hat die deutsche Faltschachtelindustrie 2013 ein Ergebnis auf hohem Niveau erzielt. Die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind mit -0,6% beim Produktionswert (2012 = 1,890 Mrd. €) beziehungsweise -0,9% beim Produktionsvolumen (2012 = 857.959 Tonnen) nur marginal. Der Umsatzerlös pro kg produzierte Faltschachteln stabilisierte sich mit 2,21 € im oberen Bereich des langjährigen Jahresvergleichs und liegt damit leicht höher als im Vorjahr. Ebenso leicht gestiegen ist die Kapazitätsauslastung. »Wir freuen uns, dass die Branche in Deutschland so robust ist und beim



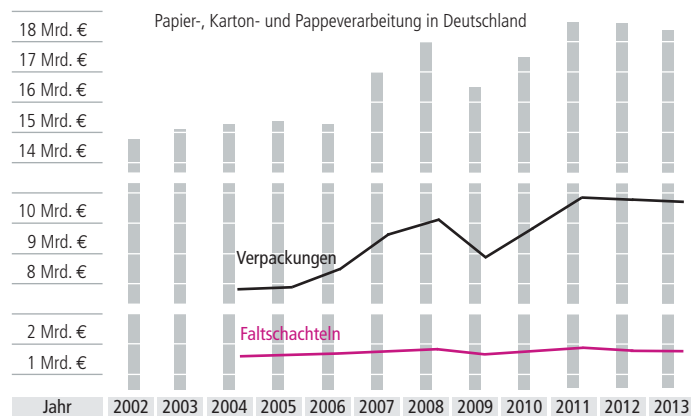
Umsatzerlös im Verhältnis zur Menge eine erfreuliche Entwicklung zeigt«, betont **Steffen Schnitzer**, Sprecher des FFI Vorstands und Geschäftsführer der CD Cartondruck GmbH.

Konsolidierung setzt sich fort

Die seit Jahren rückläufige Anzahl der Unternehmen in der Faltschachtel-Industrie setzte sich auch 2013 fort, wobei dies in erster Linie durch Zusammenschlüsse bedingt ist. Die Bedeutung der im FFI zusammengeschlossenen Mitgliedsunternehmen ist demgegenüber konstant. Der Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. vertritt seit 1948 die In-

PAPIER-, KARTON- UND PAPPEVERARBEITUNG IN MRD. EURO

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PPV	14,71	15,10	15,27	15,41	15,34	16,87	17,97	16,47	17,55	18,68	18,54	18,30
Verpackungen			7,88	7,95	8,57	9,66	10,19	8,89	9,80	10,80	10,75	10,65
Faltschachteln			1,60	1,63	1,69	1,85	1,89	1,76	1,82	1,91	1,89	1,88



Quelle: Statistisches Bundesamt, WPV (Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung), FFI, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 7/2014.

teressen von knapp 90 Unternehmen dieses Industriezweigs, der jährlich rund 900.000 Tonnen Faltschachteln bei einem Produktionswert von rund 1,9 Mrd. € produziert. Die Faltschachtelbranche beschäftigt etwa 9.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Berufen wie Verpackungsingenieur, Drucker, Packmitteltechnologe, Verpackungsentwickler oder Mediengestalter sowie kaufmännische, technische und logistische Berufe. Im Detail haben die FFI-Mitgliedsunternehmen 2013 einen Produktionswert von 1,426 Mrd. € (+2,9% gegenüber 2012) und eine Produktionsmenge von 576.342 Tonnen (+2,2% gegenüber 2012) erzielt.

Der Marktanteil der FFI-Mitgliedsunternehmen an der Gesamtbranche ist damit wertmäßig auf 75,9% und mengenmäßig auf 67,8% gestiegen.

Europäische Spitze

Im Vergleich der Faltschachtelmärkte behauptet Deutschland nach Erhebungen des europäischen Dachverbandes European Carton Makers Association (ECMA) seine führende Position mit einem Marktanteil von knapp 25%. Es folgen Italien und Großbritannien mit rund 14% sowie Frankreich mit rund 12%. Alle anderen Länder liegen im einstelligen Prozentbereich, wobei sich die Tür-

kei an Spanien vorbei auf Platz fünf in Europa geschoben hat.

Bogen statt Tonnen

Der FFI unterstützt seine Mitglieder, um zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit beizutragen. Hierzu zählen der Know-how-Transfer über Veranstaltungen und Seminare, aber auch Leitfäden, Muster und Checklisten zur Standardisierung von Geschäftsprozessen. Aktuell beispielsweise beim Systemwechsel auf die bogengenaue Bestellung und Lieferung von Karton als Beitrag zur Reduzierung des Working Capital und zur Supply-Chain-Optimierung.

»Seit Anfang 2014 gilt der gezählte Bogen als vereinbarte Einheit zwischen Faltschachtel- und Kartonindustrie.« Damit beschreibt **Hans-**



Christian Bestehorn, FFI Vorstandsmitglied und Sprecher der Geschäftsführung der rlc packaging group, den Systemwechsel, der mit der Bestellung, Lieferung und Fakturierung einer konkreten Anzahl an Kartons ablässt. Faltschachtelhersteller und Kartonerzeuger reagieren damit auf eine Forderung des Marktes: So sind es die Kunden der Faltschachtelindustrie, die bei einer nicht zulässigen Unterlieferung die Stück genaue Belieferung mit Faltschachteln wünschen. Analog dazu

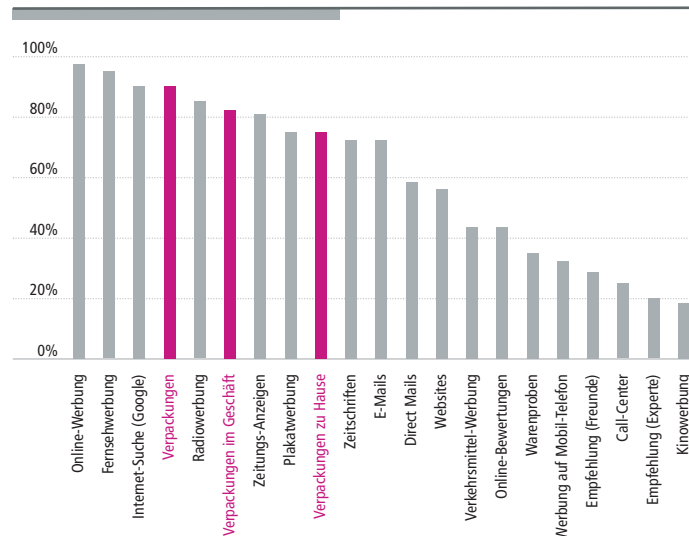
Prof. Hans Georg Stolz, Institut für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität in Frankfurt, und Vorstandsvorsitzender der AGMA Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.), definiert den Charakter sogenannter Touchpoints als positiv: »Touchpoint-Kontakte unterscheiden sich positiv von durchschnittlichen Werbekontakten, da sie den Konsumenten vorwiegend während einer affinen Befassung mit dem Produkt oder der Marke erreichen und ihm im richtigen Moment einen rationalen wie emotionalen Entscheidungsimpuls zum Kauf oder zur Verwendung bieten.«

empfehlen die Verbände FFI und VMK (Vereinigung Maschinenkarton im Verband Deutscher Papierfabriken) in der ›Technischen Richtlinie Qualitätsmerkmale für Faltschachtelkarton‹ ihren Mitgliedern die Umstellung auf Bestellung und Lieferung von Bogen. Gleichzeitig wurde mit einer durchschnittlichen Halbierung auch eine deutliche Reduzierung der Liefermengentoleranzen beschlossen. War bisher eine Überlieferung von bis zu 20% zulässig, beträgt die maximale Überlieferung bei Kleinmengen nach der Neufassung der Qualitätsmerkmale nun 10%.

Technische Toleranzen

Die FFI/VMK Qualitätsmerkmale für Faltschachtelkarton wurden auch bei den technischen Toleranzen für angepasst. So wurden bei Dicke, Schnitt und Winkelabweichung die bisherigen Toleranzen für Karton enger gefasst und der Geltungsbereich bei Dicke und Biegesteifigkeit auf 100% (zuvor: 95%) ausgeweitet. Damit ist die Diskussion von FFI und VMK aber noch nicht abgeschlos-

MEDIEN-REICHWEITEN



Quelle: Das kommunikative Potenzial der Verpackung (FFI, Pro Carton, Prologica) 2012/2014.
© Druckmarkt-Grafik 7/2014.

sen. Die technischen Ausschüsse der beiden Verbände befassen sich bereits mit zwei neuen Projekten. Einmal soll der Standard zur Beschreibung der Wasseraufnahmekapazität von Faltschachtelkarton (Cobb-Wert) weiter entwickelt werden. Andererseits beschäftigt sich eine Projektgruppe mit der ›Guten Rillbarkeit‹ von Faltschachtelkarton, die bislang nur qualitativ beschrieben, aber nicht nach quantitativen Parametern definiert waren oder geprüft werden konnten.

Verpackung verkauft

Zu den Leistungen für die Mitglieder kommen beim FFI auch intensive Marketingaktivitäten, um Markenartikler, Handel und Agenturen über die Vorteile von Verkaufsverpackungen aus Karton zu informieren. In einer aktuellen Studie belegt der FFI, dass attraktive Verpackungen den Verkauf ankurbeln, den Umsatz

fördern und zudem als Werbeträger wirken. Im Schnitt zehn Mal nimmt ein Konsument eine Verpackung in die Hand, was die Markenbindung fördert und die Verpackung zum erstklassigen Werbeträger macht. Ein Unternehmen wie beispielsweise Nestlé, das allein für den deutschen Markt pro Jahr rund 2,8 Mrd. Verpackungen benötigt, erreicht mit lediglich drei haptischen Berührungen je Verpackung insgesamt etwa 8,4 Mrd. wertvolle Kontakte mit Touchpoint-Charakter. Andere Werbeträger bewegen sich dagegen nur im Millionen-Bereich. »Investitionen in hochwertige Faltschachtel-Verpackungen liefern wertvolle Media-Kontakte, die in anderen Werbeträgern teuer bezahlt werden müssen«, betont Steffen Schnizer.

Verpackung im Medienvergleich

Im Medienvergleich schneiden Verpackungen durchgängig gut ab. Sie

gehören bezogen auf die Reichweite zu den Top 5 noch vor Radio und Print (siehe Grafik links).

»Die Bedeutung der Verpackung als Werbeinstrument wird aber nach wie vor unterschätzt. Lediglich 40% der Entscheider ordnen sie als Werbeinstrument richtig ein«, betont Steffen Schnizer.

Grundsätzlich ist die Wirkung von Verpackungen keine Frage des Alters oder der Einkaufsgewohnheiten. Jeder Verbraucher nimmt Verpackungen in die Hand und informiert sich über das Produkt. Entgegen der Vermutung wirken sie auf Digital Natives sogar stärker als auf ältere Personen, obwohl die Digital Natives viele ihrer Einkäufe ins Internet verlagern. Marken haben für sie eine höhere Bedeutung. Je nach Attraktivität der Verpackung wird entschieden, ob ein Produkt Freunden weiterempfohlen wird oder nicht. Gleiches gilt für Impuls Käufer, deren Aufmerksamkeit durch eine für sie neue Verpackung und deren Attraktivität gelenkt wird. Für Plankäufer sind insbesondere die auf der Verpackung angegebene Informationen zu Inhaltsstoffen oder zur Umweltfreundlichkeit wichtig, die Argumente für einen Kauf liefern. Bei der Suche nach Detailinformationen zu einem Produkt stehen Produkt-Verpackungen nach dem Internet auf Rang 2. Großen Wert legen die Verbraucher gleichzeitig auf die Abbildung der Verpackung in Online-Shops. Das heißt auch, dass die Bedeutung der Verpackung gerade im Online-Handel eine gewichtige Rolle spielt.

➤ www.ffi.de

➤ www.inspiration-verpackung.de

Rod
Krin
Blau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Fahrt aufnehmen im E-Business

Beim Obility-Anwendertreffen 2014 standen Wachstumsperspektiven in der Online-Vermarktung von Druck-Erzeugnissen im Fokus. Knapp 70 Teilnehmer aus dem gesamten deutschsprachigen Raum waren der Einladung zu der informativen Veranstaltung gefolgt, die Anfang Juni im Europa Park in Rust in einem besonderen Ambiente stattfand.

Von JULIUS NICOLAY

Welche Neuheiten können Kunden in nächster Zeit von Obility erwarten? Wo steht das Thema E-Business Print heute? Mit welchen Trends und Entwicklungen im Markt sollten sich Druckbetriebe beschäftigen, um die Weichen erfolgreich auf Zukunft zu stellen? Das Obility-Anwendertreffen 2014 spannte einen weiten Bogen über die vielen Facetten des Online-Geschäftes. Unter dem Motto »Obility in Fahrt – Gemeinsam im E-Business wachsen« kamen dabei unter anderem die Usability von Webseiten, die Erfolgsfaktoren beim Aufbau von Online-Shops und Portalen, das Web-Marketing, Augmented Reality im Print-Business sowie die generellen Auswirkungen der Digitalisierung zur Sprache.

»Mit Obility wollen wir die Prozesse zu Ihren Kunden und die Effizienz in Ihren Unternehmen verbessern«, definierte Obility-Geschäftsführer **Frank Siegel** zu Beginn der Veranstaltung den eigenen Anspruch und das grundlegende Ziel der E-Business Print-Lösung.

»Die spezielle Architektur von Obility gibt Ihnen bei der Gestaltung der Abläufe in Ihren Shop-Systemen, in Kundenportalen und im Backend jede Flexibilität. Das ermöglicht eine konsequente Orientierung an den Anforderungen des Marktes.« Entsprechend erfreuten sich die meisten Obility-Kunden im Online-Business eines kräftigen Wachstums, womit wiederum die Automatisie-

rung der Prozesse mehr und mehr an Gewicht gewinne, führte Siegel aus. »Hundert und mehr Aufträge pro Tag lassen sich mit manuellen Abläufen nicht effizient handeln. Deshalb bewegt sich die Prozessautomatisierung Richtung Vollautomatisierung. Das System überwacht Ereignisse und reagiert darauf.«

Vor diesem Hintergrund stelle Obility ein umfassendes Instrumentarium an Funktionen für das Automatisieren der Prozesse zur Verfügung. »Sie müssen heute in Prozessen denken, nicht mehr in Funktionen«, führte Siegel aus.

Zusatznutzen ist das A und O

Je mehr Zusatznutzen Online-Angebote bieten, desto eher bestellen Druckeinkäufer via Internet. »Geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, Druckaufträge schnell und einfach auf Online-Plattformen zu kalkulieren«, nannte Siegel ein Beispiel für zusätzlichen Kundennutzen. »Wenn Kunden Druck-Erzeugnisse zu jeder Tages- und Nachtzeit komfortabel online editieren können, ist das ein weiterer Anreiz, Aufträge im Internet zu platzieren.« Gleiches gelte, wenn sich Kunden per Internet über den aktuellen Status ihrer Aufträge informieren können. »Ob B2C-Online-Shops oder B2B-Portale – im E-Business beginnt Prozessoptimierung bereits damit, dass Drucksacheneinkäufer ihre Aufträge selbst erfassen. Die Auftragsdaten kommen standardisiert in das System und fließen in



Deutschlands größter Freizeitpark hat sich auch als Tagungs-Location etabliert. Jedes Jahr finden über 1.300 Veranstaltungen im Europa-Park in Rust statt. In diesen Genuss kamen auch die 70 Besucher des Obility-Anwendertreffens 2014. Doch statt einer Schwindel erregenden Fahrt mit der Achterbahn nahmen sie in Sachen E-Business Fahrt auf. In Vorträgen zu verschiedenen Aspekten des Online-Business erhielten sie Informationen zu Obility, der plattformunabhängigen E-Business-Lösung, aber auch zu den grundlegenden Veränderungen, die die Digitalisierung mit sich bringt.

die Produktion. Idealerweise müssen Ihre Mitarbeiter die Aufträge nicht mehr in die Hand nehmen.« Seit je her öffne Obility den standardisierten Betrieb über Schnittstellen, führte Siegel weiter aus. Dabei ermögliche die API Connect-Schnittstelle (Application Programming Interface) die flexible Integration von Obility mit Fremdsystemen und E-Procurement-Lösungen. »In Industrie und Handel wächst das Interesse an effizienten, internetgestützten Lösungen kontinuierlich, bei denen der Drucksacheneinkauf unternehmensweit effizient gestaltet wird«, zeigte Siegel ein Feld auf, das lukrative Potenziale verspricht. »Wir stehen noch am Anfang des Online-Business – wengleich wir schon ex-

trem viel abbilden können. Sie müssen allerdings eine Antwort auf die Frage finden, was für Ihren Betrieb sinnvoll ist.«

Für die entsprechende Umsetzung bietet sich Obility als plattformunabhängige E-Business Print-Lösung inklusive Prozesssteuerung im Backend an. Der Name Obility steht für Online Business Ability, also die Unterstützung aller Formen des Online-Geschäfts. Aufgrund der modularen Struktur können aus der Funktionalität der Obility-Standards Möglichkeiten ausgewählt werden, die die jeweiligen Online-Business-Prozesse unterstützen. Deckt der Standard einzelne Anforderungen nicht in der erforderlichen Form ab, wird seine Funktion modifiziert oder erweitert.



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.



«gib»Zürich

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



Eine Besonderheit ist die Flexibilität, mit der Kunden die Struktur ihrer Online-Präsenz bei Bedarf tagesaktuell in Eigenregie anpassen oder neue Shops eröffnen können – ohne großen Programmier- und Kostenaufwand. Basiskenntnisse in Sachen HTML-Programmierung reichen. Das ist für Obility-Kunden ein entscheidender Kosten- und Zeitvorteil. Darüber hinaus ermöglicht diese Flexibilität eine konsequente Kundenorientierung, die im Online-Business ein entscheidender Schlüssel zum Erfolg ist.

Neuheiten in Obility

Obility ist aus der Web-to-Print-Lösung Online Print-Shop OPS hervorgegangen, die Printdata und die Software-Schmiede M/S VisuCom im Rahmen ihres Joint Ventures entwickelt haben.

Neue Möglichkeiten und mehr Komfort im HTML-Editor, in der Kalkulation, in der kaufmännischen Abwicklung und in der IT-Infrastruktur sowie zusätzliche Interfaces zu SAP OCI (Open Catalog Interface) und weiteren Bezahl- und Tracking-Systemen – in Zusammenarbeit mit Kunden hat M/S VisuCom die Funktionalität von Obility im vergangenen Jahr erweitert und optimiert. »Wir wollen ERP sein«, sagte Geschäftsführer Werner Jung. Sein Software-Haus verfolge bei der Entwicklung von Obility von je her einen umfassenderen Ansatz als andere Web-to-Print-Lösungen und setze dies konsequent um. Das sei auch der Grund, weshalb Obility im E-Business Print die durchgängige Prozesssteuerung und -automatisierung erlaube.

So sei viel Energie und Zeit in die Integration von Produktions-Workflows investiert worden, wobei ein Fokus auf den Funktionen Preflight und Ausschließen (Sammelformen) gelegen habe. »Wir verfolgen die Strategie, dass unsere Prozesssteuerung mit anderen Systemen kommuniziert, dabei aber das zentrale Medium bleibt und alle Informationen rund um die Produktion auf einem

Cockpit zur Verfügung stellt«, beschrieb Jung das Ziel. Erweitert wurden nach seinen Worten auch die Möglichkeiten für die Organisation der Freigabeprozesse, die Betriebsdatenerfassung sowie die Produktionsplanung und -steuerung.

Ein weiterer Schwerpunkt der Obility-Entwicklung lag auf der Erhöhung der Sicherheit im Online-Business. »Manche Kunden wollen ihre kaufmännischen Prozesse mit Obility abbilden, aber die entsprechenden Daten nicht auf irgendwelchen Web-Servern haben«, sagte Jung. Für diese Anforderung habe M/S VisuCom ein Zwei-Server-Konzept entwickelt. Dabei können die Frontends auf den Servern der Provider laufen, während alle sensiblen Daten im Betrieb auf einem eigenen Server vorgehalten werden. Die Kommunikation zwischen beiden Servern findet ausschließlich über Daten-Tickets statt, die in Hot Folder gelegt und von den Servern zur weiteren Verarbeitung abgeholt werden.

»Über die höhere Sicherheit hinaus hat das Zwei-Server-Konzept den charmanten Nebeneffekt, dass mehrere Obility-Kunden auf intelligente Weise zusammenarbeiten können«, zeigte Jung eine Möglichkeit für neue Geschäftsmodelle auf. Je nach ihrer Spezialisierung auf zum Beispiel den Digitaldruck oder den Großformatdruck könnten Obility-Kunden Aufträge optimal untereinander verteilen.

Für Mitte 2015 versprach Jung das neue Obility-Release 5. M/S VisuCom werde dabei für B2C-Kunden das Thema Suchmaschinenoptimierung noch tiefer in die Lösung integrieren, das Obility-Backend in Richtung ERP modernisieren, die Frontends und Backends mit einem Responsive Design ausstatten und ein Werkzeug integrieren, auf das künftig wiederum das Management-Cockpit aufsetzen soll. »Obility in Fahrt – wir bemühen uns, die Bewegung überall spürbar zu machen«, fasste Jung das Engagement in der Software-Entwicklung zusammen.

› www.obility.de

Versprechen eingelöst

Nachdem Printplus Ende letzten Jahres Neuigkeiten angekündigt hatte, sind diese Neuerungen jetzt in die Version 2014 von Printplus Druck eingeflossen und verfügbar. Damit bietet die Branchensoftware vom Schweizer Softwarespezialisten Printplus AG weitere Funktionen zur Unterstützung der täglichen Arbeit.

Text und Bild: Printplus

Die Printplus AG mit Sitz im Schweizerischen Diepoldsau hat sich nach eigenem Bekenntnis als Softwarehaus auf die Entwicklung zukunftsorientierter Branchensoftware für die grafische Industrie spezialisiert. Das Software-Paket Printplus Druck unterstütze dabei alle Prozesse in der Organisation einer Druckerei. Mit der neuen Version 2014 könnten weitere Prozesse softwareunterstützt umgesetzt werden. So wurden die VIVA-Technologien zur manuellen und vollautomatischen web-basierten Produktion und Gestaltung von Drucksachen in die Branchensoftware integriert. Mit den Produkten lässt sich schnell und ohne große technische Hürden ein flexibler und individueller Web-Shop erstellen. Für die Kalkulation von Druckaufträgen auf Sammelformen ist die Software von PerfectPattern in Printplus Druck integriert. Auf einen Klick werden kostenoptimierte Sammelformen aufbereitet. Begleitend dazu sind in allen Modulen der Branchensoftware mehr als 100 von Kunden angeregte Erweiterungen umgesetzt. So können in der Produktionsplanung auch Zusatzaggregate geplant und deren Verfügbarkeit überwacht werden.

Bereits in der Version 2013 wurde der Klimarechner von ClimatePartner integriert. Ergänzend sind jetzt auch Schnittstellen zu myClimate und natureOffice verfügbar und werden ohne zusätzliche Lizenzgebühren bereitgestellt.

NATIONALE ANFORDERUNGEN AN DIE RECHNUNG Für Schweizer Kunden ist der Versand von elektronischen Rechnungen über Postfinance und SixPayment in die Auftragsbearbeitung integriert. Rechnungen müssen nicht mehr ausgedruckt und per Post versendet werden, sondern werden elektronisch an die beiden Dienstleister übermittelt und an das E-Banking oder E-Finance des Kunden weitergeleitet.

In Österreich fordert der Staat seit dem 1. Januar 2014 elektronisch ausgestellte Rechnungen. Dieses »eInterface« genannte Format wird von Printplus Druck ab der Version 2014 ebenfalls unterstützt. Zusätzlich können Rechnungen auch direkt per E-Mail an den Kunden versandt werden. Die E-Mail beinhaltet die Rechnung als PDF- und XML-Datei. Die angehängte XML-Datei erlaubt dem Empfänger die medienbruchlose Verarbeitung der Rechnung.

Druckerei-Portal, Bearbeitung einer Visitenkarte.

SAMMELFORMEN PerfectPattern entwickelt und vermarktet Softwarelösungen für die Produktionsplanung und bietet zudem auch mathematisches Consulting an. Mit der Integration des PerfectPattern-Algorithmus wird die Bearbeitung von Aufträgen mit Sorten und/oder Versionen wesentlich vereinfacht und beschleunigt. Sprach- oder Eindruckversionen werden mit allen Wechselinformationen direkt in der Kalkulation erfasst oder aus Excel-Dateien importiert. Auf Knopfdruck werden diese von PerfectPattern zu kostenoptimierten Sammelformen zusammengefasst und für die Berechnung der Produktionskosten sowie -zeiten und Materialkosten berücksichtigt. Alle weiteren Prozesse wie die Produktionsplanung, der

Materialeinkauf und die elektronische Laftasche greifen alle auf die einmalig erfassten Informationen zu. Alles nach dem Printplus-Motto »einmal erfasst ist genug.«

KAMPAGNEN-MANAGER Auf der drupa 2012 hatte Printplus mit dem in das Druckerei-Portal integrierten Kampagnen-Manager eine neue Ära zur Abwicklung komplexer Aufträge eingeläutet. Die komplette Integration der kaufmännischen Prozesse von der Bestellung im Internet über Freigabeprozesse beim Kunden bis zum automatischen Import in die Auftragsverwaltung erleichtert Druckereien die Abwicklung der Vielzahl und meist in kleinen Aufträgen zu produzierenden Aufträge.

VIVA-DESIGNER Mit der Integration des VIVA-Designers in der Off- und Online-Version können die Besteller die Produkte direkt gestalten und für den Druck freigeben. Der VIVA Designer bietet einen sehr einfachen Aufbau der Vorlagen. Als Grundlage werden bestehende InDesign-Dokumente verwendet und mit flexiblen Berechtigungsregeln ergänzt. Die gemeinsame Umsetzung und Weiterentwicklung notwendiger Schnittstellen gibt dem Nutzer den Freiraum, sich beim Aufbau des Web-Shops auf die Bedürfnisse der Anwender und nicht auf die Technik zu konzentrieren.

➤ www.printplus.ch

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

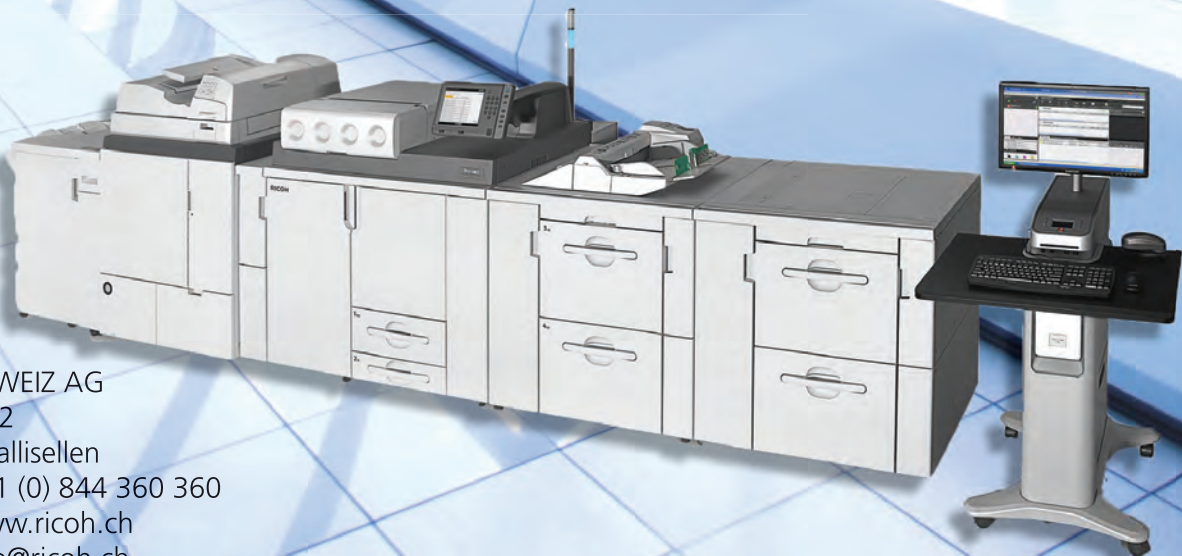
Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

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

QUARK-ANGEBOT ›CREATIVE PRO‹ Seit April 2014 bietet Quark jedem Kunden, der QuarkXPress 10 als Upgrade oder Volllizenz erwirbt, die Option ›Creative Pro‹ an. Dieses Paket mit Software und Schriften hat einen Wert von über 1.000 €. Die Aktion läuft noch bis zum 13. Dezember 2014. »Millionen von Anwendern weltweit nutzen QuarkXPress. Wir wollen sie mit den neuesten Tools ausstatten, damit sie optimale Arbeitsbedingungen haben. Die Profi-Tools, die wir jetzt zusammen mit QuarkXPress 10 liefern, machen das Leben einfacher, produktiver und kreativer«, sagt **Matthias Gilke**, Senior Global Marketing Manager bei Quark.



»Unser spezielles Angebot gilt auch für kleine und große Unternehmen, die sich nicht an eine cloudbasierte Mietsoftware binden wollen. Sie haben damit die Möglichkeit, günstig auf QuarkXPress 10 aufzugraden, das wir auch weiterhin als unbeschränkte Lizenz ohne monatliches Mietmodell anbieten.« > www.quark.com/de/creativepro

NEUES RELEASE PAGEFLEX 8.3 FREIGEGEREN Pageflex hat die neue Version 8.3 für die Produkte Pageflex Storefront, Pageflex Server- und Pageflex Campaign Manager freigegeben. Die neue Version wurde in verschiedenen Bereichen überarbeitet und optimiert. Zusätzlich enthält sie eine Reihe neuer Funktionen, die die Produktivität der Lösungen weiter steigern. Die Version 8.3 ist ab sofort über Konzept-iX verfügbar. Kunden erhalten das Update im Rahmen ihrer Softwareservice-Vereinbarung. > www.pageflex.de > www.konzept-ix.com

MAC-SCANLÖSUNG Die Canon Dokumentenscanner DR-C120 und DR-C130 stehen ab sofort auch Mac-Anwendern zur Verfügung. Mit ExactScan bietet das Berliner Softwarehaus ExactCode jetzt eine einfach bedienbare Mac OS X Scansoftware für die Schreibtischscanner. Neue Treiber, die Optimierung der ExactScan Architektur und der neue 64-Bit-Aufbau der Software ermöglichen dabei hohe Scangeschwindigkeiten. Zusätzlich beinhaltet die Version eine verbesserte Texterkennung und eine stärkere PDF-Komprimierung. > www.canon.de

NEUE RIP-SOFTWAREVERSION Im Mai hat ColorGate die Veröffentlichung der Version 8.10 bekannt gegeben und zeitgleich das Release der Version 9 im September 2014 angekündigt. Die Version 8.10 kommt mit der neuesten Adobe-Version APPE 3.1, die die RIP-Geschwindigkeit und Kompatibilitätseigenschaften nochmals erhöht und verbessert. Dem ColorGate Productionsserver 8 wurde zudem der EDP-Award in der Kategorie ›Best RIP solution‹ verliehen. > www.colorgate.com

COLOR PROFILING APPLICATION BEI IMPRESSED CoPrA steht für ›Color Profiling Application‹, ist eine Software von ColorLogic und ermöglicht das Erstellen und Bearbeiten von ICC-Ausgabeprofilen sowie DeviceLink-Profilen für unterschiedliche Anwendungsbereiche auf Mac OS-X- und Windows-Plattformen. Neben der ICC-Ausgabeprofilerzeugung ermöglicht die Software den Wechsel zwischen Farbräumen, Profile für die Druckoptimierung und Farbverbrauchseinsparung und die Möglichkeit, Farbtransformationen jedweder Art in Form eines Device-Link-Profils speichern zu können. > www.impressed.de

JJK-Medienforum 2014

›Digital ist nicht immer auch gleich effizient‹

›Digital ist nicht immer effizient‹ – so das Fazit des 9. Medienforums Krefeld Anfang April 2014. Der jährliche Branchenevent wird von der JJK Verlagssoftware GmbH organisiert, die den 182 Teilnehmern aus den Führungsreihen deutschsprachiger Zeitungshäuser Einblicke in Anwendungsbeispiele effizienter Software für die Zeitungsbranche bot, gepaart mit Fachvorträgen zur Situation der Medienlandschaft. Hochkarätige Redner wie Andreas Baier von Porsche Consulting oder der Medienwissenschaftler Prof. Dr. Michael Haller trugen zum Erfolg der Veranstaltung bei.

Mit der Keynote ›Die Kunst, schwere Entscheidungen zu treffen‹ eröffnete Kommunikationsprofi Peter Brandl das Medienforum und ermunterte das Publikum, Chancen zu sehen und aktiv zu nutzen. Andreas Baier von Porsche Consulting sprach über die Umstrukturierungsprozesse bei Porsche. Nicht das Auto, sondern die Prozessoptimierungen waren Inhalt des anregenden Beitrags und ließen einfache Schlüsse für die Zeitungsbranche zu: Verschwendung vermeiden, Prozesse optimieren und Effizienz steigern.

Mark Jopp, Geschäftsführer der JJK Verlagssoftware GmbH, legte in seinem Beitrag den Fokus auf selbststeuernde Systeme im modernen Verlag. Die Digitalisierung der Branche sei die Voraussetzung für Effizienz. Eine reine Digitalisierung bedeute nicht, dass dadurch auch die Prozesse effektiv gesteuert würden. Die fehlende Synchronisation der verwendeten Softwarekomponenten bremse die durch die Digitalisierung gewonnenen Vorteile aus. Nur schnittstellenfreie, zentrale Daten- und Prozess-Management-Systeme ermöglichten effiziente und fehlerfreie Abläufe. Daher besteht nach Ansicht von Jopp noch großer Bedarf bei der Optimierung

von Verlagsprozessen – trotz des hohen Digitalisierungsgrads. Welche Gründe ausschlaggebend für die abnehmende Zeitungsnutzung bei jungen Lesern sind, erläuterte Prof. Dr. Michael Haller von der Leipzig School of Media. Neben dem Wertewandel und den neuen Technologien, zeigten die Forschungen von Haller Gründe auf, wie wenig Verständnis auf Seiten der



Mit rund 180 Teilnehmern war das Medienforum 2014 gut besucht.

Redaktionen und Tageszeitungsverlage für die Leserwünsche bestehen. Dabei zeigten Anwendungsbeispiele wie beim Wochenspiegel Verlag in Monschau, wie die komplexen Verlagsaktivitäten effektiv gestaltet werden können. Effektive Prozesse in der Anzeigenproduktion präsentierte die TypoServ GmbH in ihrem Best-Practice-Vortrag. Das Dienstleistungsunternehmen konnte aufzeigen, wie jährlich 230.000 Anzeigen durch intelligent gesteuerte Prozesse mit einer Reklamationsquote von nur 0,1% gestaltet und produziert werden können. Mit dem Einsatz effizienter Verlagssoftware von JJK werden Prozesse auf ein Minimum reduziert. Abschließend präsentierten die JJK Geschäftsführer Torsten Klupsch und Mark Jopp, wie effektiv Software funktionieren kann und wie ›wertschöpfende Arbeit‹ aussieht. In nur drei Arbeitsschritten erstellten sie einen Auftrag mit Vollvorlage per E-Mail.

> www.jjk.de/medienforum

Neuer Belichter von Agfa AVALON N16-80 XT FÜR DAS 16-SEITEN-FORMAT

Agfa Graphics hat den jüngsten Neuzugang zu seiner Familie der hochwertigen Belichter für Thermo-druckplatten angekündigt, den Avalon N16-80 XT. Das neue Modell wird als eine vollständig modulare Lösung angeboten, die auf der bewährten Technologie basiert, die bereits in anderen Systemen von Agfa Graphics für kontinuierliche Zuverlässigkeit sorgt. Der Avalon N16-80 XT zeichnet sich durch hohe Geschwindigkeit und eine erst-



klassige Belichtungsqualität aus, die speziell für den hochvolumigen Druckproduktionsmarkt einschließlich des Verpackungsmarktes ausgelegt sind.

»Der Avalon N16-80 XT ergänzt unser Angebot im Highend-Segment«, sagt Bruno Lepage, Marketing Product Manager CtP Equipment Commercial & Packaging bei Agfa Graphics. »Sowohl seine Qualität als auch seine Geschwindigkeit sind äußerst attraktiv für große Akzidenz- und Verpackungsdruckereien. Weil das Belichtungssystem auch die angepassten Druckplattenformate unterstützt, die bei den meisten neueren Druckmaschinen verwendet werden, ist er optimal geeignet für den 16-Seiten/Format 6-Markt.«

Alle Avalon-Modelle lassen sich nahtlos in den PDF-basierten Apogee-Workflow von Agfa Graphics einbinden, um eine hochwertige, automatisierte Steuerung der Druckplattenproduktion für die Akzidenz-, Verpackungs- und Verlagsdrucksegmente bereitzustellen.

➤ www.agfagraphics.com

Gehaltvolles Geschäftsmodell ERLER UND PLESS SETZEN AUF CA WATCHAPP

Die Color Alliance (CA) hat bei seinem Kunden, dem Shopbetreiber Erler und Pless den ersten Webshop installiert, der ausschließlich auf ein einziges Thema fokussiert ist. Erler und Pless stellen damit exklusive Designer-Lampen der Marke Anna Lampe her und bieten ihren Kunden an, ihre eigenen Lampen einfach und individuell zu designen und in eigenen Räumen zu visualisieren. Kernstück der Lösung ist die CA WatchApp. Diese basiert auf Augmented Reality und ermöglicht es, Produkte, die im CA Smartshop gestaltet wurden, an jeden beliebigen Ort zu projizieren, um eine Beurteilung bezüglich Anmutung, Wirkung oder Farbgebung direkt vor Ort, beispielsweise im eigenen Heim, vorzunehmen. So lassen sich nicht nur Lampen sondern auch Dekos, Toiletensitze und vieles mehr frei im Raum plazieren – virtuell auf dem Display eines Smartphones oder Tablets.

Die Vorteile dieser Lösung sind vielfältig. Zum einen bietet dieses E-Business-Modell die sofortige Wahrnehmung, ein wesentlicher Vorteil bezüglich des Wettbewerbs, da man sich von unzähligen, gleichartigen Produkten unterscheidet und man es sich dadurch erspart, sich gegen diese durchsetzen zu müssen – ein kostspieliger und zeitintensiver Faktor.

Zum anderen ermöglicht diese Lösung Kooperationen einzugehen, mit weiteren Anbietern von exklusiven Produkten, in diesem Fall Lampen, die anstelle eines Bauchladens, der vieles führt, ausschließlich in individualisierte beziehungsweise personalisierte Produkte anbietet. Man fokussiert also auf ein Thema und bereitet dies ideal auf.

➤ www.color-alliance.com

➤ www.anna-lampe.de

➤ www.erlerundpless.de

Birkan IN GRÖßEREN HELL-LASER INVESTIERT

Anfang April wurde bei Birkan in Eching am Ammersee eine neue Faserlaseranlage von Hell Gravure Systems installiert: Ein Premium-Setter S1700, der gegen den ersten Laser aus dem Jahre 2012, einen PremiumSetter S1300, ausgetauscht wurde. Der neue Laser ist nicht nur mit einem breiteren Zylinder ausgestattet, sondern verfügt auch bereits über die neue Zwei-strahl-Technologie von Hell. Damit können elastomere Druckformen



Mathias Klein (Geschäftsführer) vor dem neuen PremiumSetter mit 1.700 mm Zylinderbreite.

für flexible Verpackungen, Etiketten oder Lackanwendungen nun doppelt so schnell wie bisher graviert werden.

Aufgrund der äußerst positiven Entwicklung dieses noch relativ neuen Unternehmensbereichs fiel die Entscheidung zugunsten dieser Investition nicht schwer. Kunden können nun noch zügiger und flexibler mit lasergravierten Druckformen bedient werden. Die neue Zylinderbreite von 1.700 mm bietet zudem die Möglichkeit, Druckformen bis hin zum 6er Format zu fertigen, wie sie insbesondere im Verpackungsbereich benötigt werden. Gerade hier ist die Resonanz auf die lasergravierten Formen für partielle Lackübertragung besonders positiv, denn die außergewöhnliche Auflösung des Druckbilds, die unter anderem mit Hilfe eines nur 10 µm dünnen Laserstrahls erzeugt wird, ermöglicht eine neue Qualität der Veredelung.

➤ www.birkan.de

Clickable Paper von Ricoh EDP AWARD FÜR WERTVOLLSTE INNOVATION GEWONNEN

Das Clickable Paper von Ricoh wurde von der European Digital Press Association (EDP) als wertvollste Innovation ausgezeichnet. Abgestimmt hatten hierüber die 20 Mitgliedsmagazine, die über eine halbe Million Leser im Raum EMEA repräsentieren.

Graham Moore, Director of Business Development, Ricoh Europe, sagt: »Das Clickable Paper den sofortigen Zugriff auf zahlreiche Online-Ressourcen wie Fotos, Video/Multimedia, Websites, e-Commerce-Portale und soziale Netzwerke erlaubt, macht diese Lösung höchst attraktiv für Unternehmen, die ihre gedruckte Medien um weitere Dimensionen ergänzen möchten. Wir freuen uns, dass die EDP den Mehrwert von Clickable Paper für professionelle Druckdienstleister anerkennt.«

Clickable Paper ist eine interaktive Drucklösung, die die Online- und Offline-Welt miteinander verbindet. Sie ist verfügbar für Unternehmen, die ihre papierbasierte Kommunikation interaktiv werden lassen wollen. Mithilfe dieser Technologie ist der direkte Zugriff auf bis zu sechs verschiedene Online-Ressourcen wie Video/Multimedia, Websites, e-Commerce-Portale und soziale Netzwerke möglich. Mit Clickable Paper erhalten Leser weitreichenden zusätzlichen Mehrwert durch einfachen Zugriff auf digitale Medien über Smartphone oder Tablet. Seine Funktionsvielfalt kann bei der Entwicklung einer effektiven interaktiven Druckkampagne entscheidend sein, die Leser dazu anregt, auf eine Werbebotschaft zu reagieren oder nach zusätzlichen Informationen zu suchen. Weiterhin ermöglicht sie eine Nachverfolgung dieser Aktivitäten für Verleger und Werbeagenturen.

➤ www.ricoh.de

marks-3zet NEUER, KOMPAKTER ONE AUTOLOADER

Der neue One Autoloader, das voll-automatisch arbeitende Platten-nachschub-System, unterstützt ein breites Spektrum an Druckplatten-formaten (240 x 300 mm bis 850 x 1.075 mm). In Kombination mit einer Entwicklungsmaschine, einer Transportbrücke und einem Plattenstapler ist der One Autoloader ein System für die automatisierte Plattenherstellung. Das nach Angaben von marks-3zet kompakte, gut zugängliche System in mo-



Der neue OneAutoloader von marks-3zet, hier in Kombination mit dem 8-Seiten CtP-Belichter One CtP 1100.

dem Design, trägt zur Erhöhung der Produktivität bei: Die automatische Plattenzufuhr sorgt für den kontinuierlichen Produktionsfluss – es könne effizienter und kostensparender produziert werden. Zudem garantiert das System die sichere, automatische Zwischenlagepapier-Entnahme.

Um den Plattenwechsel zu vereinfachen, wird der One Autoloader Standard mit zwei Plattentrolleys und zwei Plattenkassetten ausgestattet, die je mit bis zu 130 Platten zu befüllen sind.

➤ www.marks-3zet.de

Sammelform-Optimierung THEURER.COM C3 ERP/MIS- SOFTWARE

Die Sortenvielfalt nimmt in der Druck- und Verpackungsindustrie seit Jahren konstant zu, gleichzeitig sinken die jeweiligen Auflagen. Das stellt die Produzenten vor die wachsende Herausforderung diese Aufträge sowohl kostengünstig zu produzieren und auch effizient zu verwalten. Für die Produktion sind der Digitaldruck oder Sammelformen mögliche Optimierungen.

Mit der Sammelform-Optimierung hat theurer.com eine neue Funktionalität entwickelt, mit dem Sammelformen einfach erstellt werden können und automatisch optimiert werden. Komplexe Anfragen mit vielen Sorten oder Garnituren werden dabei extrem vereinfacht, ebenso können Einzelaufträge für die Produktion zusammengefasst werden.

Mit C3 können Sammelformen dabei bereits im Rahmen der Vor-Kalkulation festgelegt werden, oder erst in der Produktion in dem bestimmte Einzelaufträge zu Sammelformen kombiniert werden können. Im Rahmen der Vor-Kalkulation können komplexe Aufträge wie zum Beispiel eine Garnitur für eine Flasche – bestehend aus Etiketten für Vorderseite, Rückseite und Halsschleife, auf einen Sammelbogen gestellt werden. Ausgehend von Soll-Mengen pro Format erstellt C3 daraus mögliche Anordnungen und optimiert diese hinsichtlich der Flächenausnutzung beziehungsweise der benötigten Bogen. Im Rahmen der Produktion können verschiedene Einzelaufträge dabei nach beliebigen Kriterien wie Farbigkeit, Veredelung oder Material zu Sammelbogen zusammengefasst werden. Die Sammelform wird dabei interaktiv sofort beim Hinzufügen oder Verändern von Teilmengen neu optimiert und die gefundene Lösung direkt mit verfügbaren Vorschau-Bildern oder grafischen Platzhaltern angezeigt.

➤ www.theurer.com

Agfa Graphics Asanti StoreFront AUTOMATISIERUNGS- UND ZAHLUNGSOPTIONEN

Asanti StoreFront 2.2 ist für Druckdienstleister gedacht, die Web-to-Print nutzen möchten, um ihr Angebot auszudehnen und neue Märkte zu erreichen und umfasst eine Reihe neuer Funktionen, durch die das System einer größeren Gruppe von Druckunternehmen und Endbenutzern offensteht. Asanti StoreFront wurde für Sign & Display Druckereien entwickelt, die ihr Dienstleistungsangebot ausbauen und/oder neue Märkte erreichen möchten. StoreFront kann jetzt, unabhängig vom Workflow oder RIP der Druckerei, Bestelldaten automatisch in den Workflow der Druckvorstufe exportieren und macht es leicht, auf den Inhalt zuzugreifen, der zur Auftrags-erfüllung gedruckt werden muss. Druckdienstleister, die nicht über einen Workflow von Agfa Graphics verfügen, können die Auftragsabwicklung automatisieren, indem sie alle Bestelldaten mit StoreFront auf ihren FTP-Server exportieren. Express Checkout ist ein globaler Zahlungszugang, mit dem Online-Zahlungen einfach zu Web-to-Print-Shops hinzugefügt werden können. Die Benutzer des Online-Shops können mit gängigen Kreditkarten oder ihrem PayPal-Konto zahlen. Andererseits können die Druckereien Express Checkout einfach und ohne hohe Aktivierungskosten oder teure monatliche Gebühren einrichten. Unternehmen, in denen alle Bestellungen in einem Shop genehmigt werden müssen, können jetzt Benutzergruppen anlegen und jeder Gruppe einen oder mehrere Genehmigern zuweisen. Dadurch wird Druckdienstleistern erleichtert, ihre B2B-Dienstleistungen für Web-to-Print großen Unternehmen mit mehreren Abteilungen oder Tochtergesellschaften anzubieten. In dieser Art von Shop können sich die Benutzer jetzt gleichfalls selbst registrieren. Dadurch wird der Aufwand bei der Benutzerverwaltung großer Shops reduziert.

➤ www.agfagraphics.com

Neuer Service BILDPERSONALISIERUNG IN E-MAILS

DirectSmile bietet jetzt ein zusätzliches Angebot in der Cloud. Die Online-Plattform liefert personalisierte Bilder für E-Mails und richtet sich an E-Mail-Versender aller Art, die mit Hilfe von Bildpersonalisierung die Wirkung von Newslettern oder Werbemails steigern möchten. Die Plattform imagepersonalization.com eröffnet einen praktischen und kostengünstigen Weg, große Mengen personalisierter Bilder in Web-Auflösung online zu kaufen und abzurufen. Nutzer des neuen Dienstes haben können zwischen mehr als 1.200 verschiedenen Bildmotiven wählen und personalisierte Bilder in beliebigen Stückzahlen abzurufen. Eine einfache Schnittstelle erlaubt den automatischen Abruf des pas-



senden Bildes für jede E-Mail per URL.

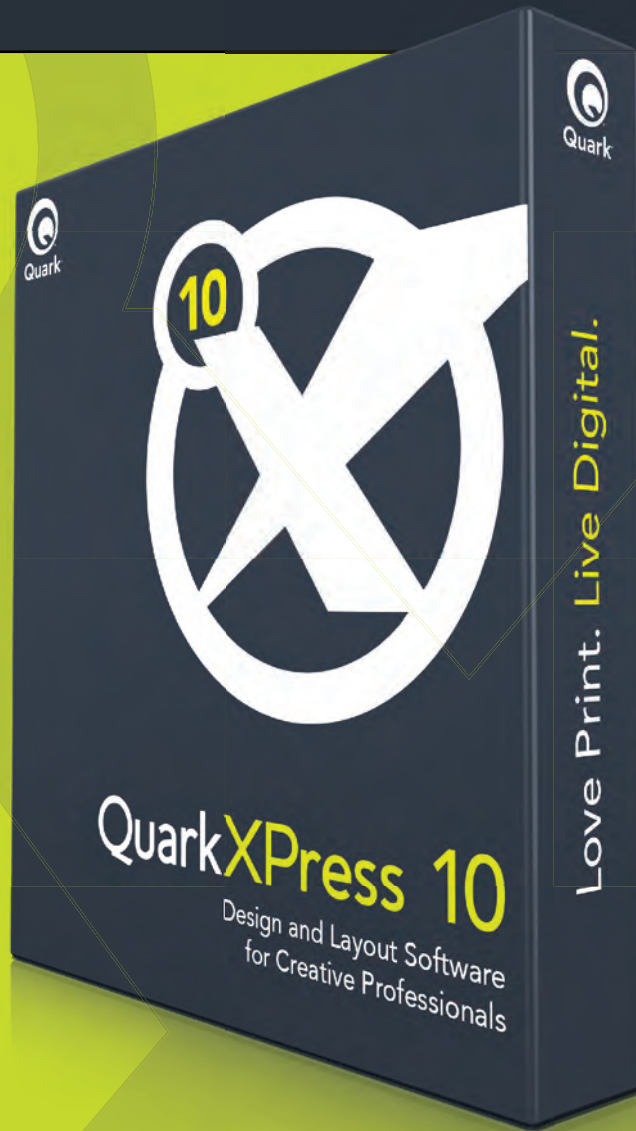
»Im Printbereich hat sich Bildpersonalisierung als effektive Methode zur Aufmerksamkeitssteigerung bewährt. E-Mail-Marketer haben bisher oft gezögert, dieses Prinzip zu nutzen, weil ihnen ein unkomplizierter Zugang fehlte. Mit dem neuen Service kommen Agenturen und Unternehmen in den Genuss der Vorteile der Bildpersonalisierung, ohne eigene Server betreiben zu müssen«, sagt Christoph Clermont, Entwicklungsleiter von DirectSmile.

➤ www.directsmile.de

➤ www.imagepersonalization.com

XPress Yourself!

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



Über 50 neue und verbesserte Funktionen



Xenon Graphics Engine

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



Unterstützung von HiDPI- und Retina®-Displays

Schöpfen Sie die Displaytechnologie der neuen Generation voll aus



Designinhalte für Tablet- und Smartphone-Apps

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



Moderne und optimierte Benutzeroberfläche

Durch das weiterentwickelte Anwendererlebnis können Sie schneller und flüssiger arbeiten

www.quark.com/10

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

Brücke zwischen Design und Produktion

Auch wenn heute mit zahlreichen Anwendungen PDF-Dateien erstellt werden können, bleibt es für viele Designer noch immer eine Herausforderung, die Dateien in optimaler Qualität zu erzeugen und an einen Druck-Dienstleister oder Publisher zu liefern. Hier soll Enfocus Connect Abhilfe schaffen.

Text und Bilder: Enfocus

Mitte Mai hatte Enfocus Connect 12 eingeführt, eine Software-Familie, die durch neue Leistungsmerkmale eine äußerst nützliche und funktionelle Ressource für Cross-Media-Publisher, Druckereien und Designer darstellt, da sie Dateien entsprechend den erforderlichen Display- oder Druckeinstellungen erstellen und empfangen kann.

Enfocus Connect wurde mit dem Ziel entwickelt, eine Brücke zwischen Layout und Produktion, PDF-Erzeugern und Dienstleistern zu schlagen, indem es Designern hilft, gleich beim ersten Mal qualitativ hochwertige Dateien zu liefern, ohne selbst über spezielle IT- oder PDF-Kenntnisse zu verfügen. Das spart wertvolle Zeit in der Produktion und trägt dazu bei, kostspielige Fehler zu vermeiden. Dabei lassen sich gleichzeitig auftrags- oder kundenbezogene Informationen mitsenden. Die neue Produktfamilie umfasst Versionen für PDF-Erzeuger und Einzelanwender sowie für Dienstleister, die mit externen Zulieferern zusammenarbeiten.

50% aller Daten sind fehlerhaft



Michael Reiher ist Produktmanager bei Enfocus. Er hat sich unseren Fragen zur jüngsten Produktfamilie von Enfocus gestellt und erläutert Vorgehensweise und Vorteile der Software-Familie.

Vor der Entwicklung von Enfocus Connect haben Sie sich mit Kunden darüber unterhalten, welche Funktionen benötigt werden. Gibt es da tatsächlich neue Erkenntnisse?

Wir haben festgestellt, dass sich die Rolle des Designers in den vergangenen Jahren erheblich verändert hat. Früher hat er im Wesentlichen nur für ein Medium – den Druck – gearbeitet. Und da sich die Designer auf den Druck konzentriert hatten, nahmen sie es nicht nur mit ihren Entwürfen, sondern auch mit den Druckspezifikationen sehr genau. Heute arbeiten Designer für eine Vielzahl von Medien wie Internet, Tablets oder Mobilgeräte mit verschiedenen Browsern. Für diese Anwendungen können sie ihre Entwürfe auf einem Tablet, Telefon oder in einem Browser vorab anzeigen lassen. Im Druck ist das nicht möglich. Daher hat nur ihr Mediendienstleister eine umfassende Vorstellung von den Spezifikationen, die einzuhalten sind, um das geforderte Endergebnis zu produzieren.

Und wie wirkt sich das aus?

Nach Aussage von Druckereien und Cross-Media-Publishern weisen bis zu 50% aller bei ihnen eingehenden PDF-Dateien schwerwiegende Probleme bei Farbformaten, Schriften, Anschnitten, Bildern und so weiter auf. Diese Fehler müssen korrigiert werden. Das führt zu Verzögerungen, Ärger und zu unzufriedenen Kunden. Das kann weder für Drucke-

reien noch für Designer befriedigend sein.

Die schlechte Qualität der PDF-Dateien, die bei den Druckereien eingehen, sind für jeden, der in den Produktionsprozess eingebunden ist, ein Ärgernis. Die Druckerei muss zu viel Zeit und Personalaufwand aufbringen, um fehlerhafte PDF-Dateien zu korrigieren. Der Designer muss Verzögerungen in der Produktion akzeptieren und hat keine Kontrolle darüber, wie sein Entwurf nach der Produktion aussieht.

Das ist ja kein neues Phänomen. Wie aber lässt sich das Problem heute lösen?

Da Enfocus engen Kontakt zu seinen Kunden hat, wussten wir, dass es eine Möglichkeit gab, den reibungslosen Ablauf der Produktion zu gewährleisten. Die Lösung erfordert untereinander kompatible Technologien, um Aufträge besser vorbereiten, verwalten und herstellen zu können. Genau darum geht es bei Connect 12. Denn die Software sorgt dafür, dass das kreierte Design dem auszugebenden Design entspricht – ohne Fehler oder kostspielige Verzögerungen bei der Produktion.

Das Herzstück ist das Connector-Applet. Dieses beinhaltet die gesamte Technologie, die erforderlich ist, um fehlerfreie PDF-Dateien zu erstellen, Qualitätskontrolle durchzuführen und eine gleichbleibende hohe Ausgabequalität sicherzustellen. Der Connector wurde so entwickelt, dass er eigenständig oder als

Teil einer umfassenderen Lösung genutzt werden kann. Zu diesem Zweck werden im Rahmen der Produktfamilie Enfocus Connect drei Connector-Ausführungen angeboten: Enfocus Connect ALL, Enfocus Connect YOU und Enfocus Connect SEND.

Für Designer und Medienhäuser

Und welche Eigenschaften haben diese Versionen?

Die Produktfamilie Connect 12 ist für unterschiedliche Konfigurationen und Anwender gedacht. Connect ALL gewährleistet, dass eingehende Dateien die Druck- oder Anzeigespezifikationen der Dienstleister erfüllen und sich nahtlos in die Arbeitsabläufe integrieren lassen. Connect YOU für Designer sorgt dafür, dass jedes Dokument dem Certified PDF-Standard entspricht und zur Ausgabe weitergeleitet werden kann. Connect SEND ist das Tool für Cross-Media-Produktioner und Publisher, die nur an der einfachen Weiterleitung von Dateien interessiert sind.

Warum eine ganze Produktfamilie? Wäre es nicht möglich gewesen, eine Lösung anzubieten?

Wie wir gesehen haben, stellen fehlerhafte PDF-Dateien eine Herausforderung dar, vor der unterschiedliche Parteien in der Printindustrie stehen. Während der Connector eine einheitliche Lösung für dieses eine Problem bietet, würde es nicht aus-



reichen, ihn nur an einen Nutzertyp zu verteilen, um das ganze Spektrum von Problemen zu klären, das sich aus einer PDF-Datei mit schlechter Qualität ergibt. Daher hat Enfocus nicht nur ein einzelnes Produkt sondern eine ganze Produktfamilie geschaffen. Auf diese Weise kann jeder Anwender das Produkt auswählen, das am besten auf seine Anforderungen zugeschnitten ist.

Welche Vorteile können Druckereien und Designer von der Software erwarten?

Wir wissen, dass Druckereien mit weniger Ressourcen arbeiten müssen, um das Gewinnpotenzial jedes einzelnen Auftrags möglichst umfassend auszuschöpfen. Allerdings können sie auf nicht erfolgreich sein, wenn der Druckvorstufenleiter jede zweite PDF-Datei, die zur Produktion eingeht, erst noch korrigieren muss. Mit Enfocus Connect geben wir den Druckereien ein Hilfsmittel an die Hand, die Produktivität zu steigern, Mittel und das Personal effizienter einzusetzen und gleichzeitig einen besseren Kundendienst bereitzustellen.

Jedes Problem wird Enfocus Connect aber nicht beheben können?

Nein. Aber wir glauben, dass es die gängigsten Fehler korrigieren kann. Das allein macht es zu einem unverzichtbaren Hilfsmittel für Druckereien. Alternativ lässt sich die integrierte PitStop-Engine verwenden,

um eine umfassendere Prüfung vorzunehmen.

Herzstück Connectors

Wie muss man sich die Arbeit mit Enfocus Connect vorstellen?

Enfocus Connect basiert auf sogenannten ›Connectors‹. Medienhäuser haben mit Enfocus Connect die vollständige Kontrolle über die Einstellungen. Sie können Connectors erstellen, durch die zeitaufwändige Hindernisse wie niedrig aufgelöste Bilder oder fehlende Schriften aus dem Weg geräumt werden, um sich nicht mit dem Ersteller der Dokumente in Verbindung setzen zu müssen und dadurch Zeit verlieren.

Nach dem Erstellen enthält ein Connector sämtliche Einstellungen für die Auftragsübermittlung, die Erstellung sowie die Prüfung und Korrektur von PDF-Dateien. Nach der Verteilung an Kunden und Partner des Produktionsunternehmens können diese die Connectors herunterladen und auf ihrem Desktop ablegen. Sobald Kunden und Partner einen Auftrag übermitteln müssen, ziehen sie die Datei mittels Drag & Drop auf das Symbol für den entsprechenden Connector. Daraufhin wird die Datei anhand der Ausgabeeinstellungen automatisch geprüft und an den für die Druckausgabe oder elektronische Anzeige zuständigen Produzenten weitergeleitet.

Highlights von Connect 12

Was ist denn so wichtig an der Funktion des Weiterleitens?

Anwender können mehrere Punkte definieren, an die Jobdateien, Pre-flight-Berichte oder auch Jobtickets weitergeleitet werden sollen. Diese ›Mini-Workflow-Lösung‹ ist in den Connector integriert.

Zweitens gibt es die flexible Weiterleitung. Connect 12 ermöglicht die automatische Jobweiterleitung an mehrere Empfänger und Server-typen einschließlich der Automatisierungslösung Enfocus Switch, FTP, sFTP, HTTP, HTTPS, E-Mail, Dropbox

oder an einen lokalen Ordner oder Netzwerkordner.

Sie sprachen soeben von Job-tickets und Workflow-Lösungen. Wie ist das zu verstehen?

Im Rahmen der benutzerdefinierbaren Jobticket-Funktion werden Kunden- und Auftragsdaten von Connect 12 erfasst. Die im XML-, CSV- oder reinem Textformat definierbaren Jobticket-Felder lassen sich in nahezu jeden anderen Workflow integrieren. Ist Connect in eine Workflow-Lösung wie Enfocus Switch oder in ein MI-System integriert, beschleunigt der ›intelligente‹ Datenaustausch darüber hinaus die gesamte Auftragsübermittlung und übrigt die Neueingabe von Auftragsdaten.

Welche Funktionen erfüllen Connect YOU und Connect ALL?

Mit dem in Connect integrierten Adobe Normalizer lässt sich die Erstellung von PDF-Dateien problemlos auf jeder Workstation bereitstellen. Alle PDF-Dateien werden auf Basis standardmäßiger oder benutzerdefinierter Einstellungen und gemäß den in Connect YOU oder Connect ALL definierten Spezifikationen erstellt. Zum Erstellen müssen PDF-Dateien einfach nur an den Connector zur Druckausgabe weitergeleitet werden. Alternativ können die Plugins von Connect für die Adobe Creative Suite oder Creative Cloud verwendet werden, damit sich die speziellen Funktionen von InDesign oder Illustrator nutzen lassen. Diese Funktionen schließen die Kontrolle über Anschnitte, Marken und Spreads ein.

Während der Verarbeitung kann Connect 12 die Namen von PDF-Dateien automatisch anhand der Metadaten der PDF-Dateien in Verbindung mit benutzerdefinierten Textwerten ändern. So lassen sich Dateien beispielsweise nach dem Connector, also nach dem Produktionspfad benennen, für den sie bestimmt sind.

Enfocus Connect 12 wurde vor wenigen Wochen veröffentlicht. Was sind Ihre Pläne für die Zukunft?

Die Qualität von PDF-Dateien ist für die Kommunikation auch außerhalb des Print-Bereichs wichtig. So stellen iPads, iPhones und das Internet unterschiedliche Anforderungen an das PDF-Format. Wir werden auch in Zukunft mit diesen und anderen sich noch entwickelnden Technologien Schritt halten.

Eine nahtlose Zusammenarbeit ist der Schlüssel für den Erfolg. Daher werden wir uns auch dafür einsetzen, die Kommunikation zwischen den Parteien, die an einem Design-Projekt beteiligt sind, zu verbessern. Das kann unter anderem Proofs, Prüfungen und Rückmeldungen betreffen. Diese Aspekte sind für Werbeagenturen, Druckereien und Designer außerordentlich wichtig.

Wird Enfocus Connect neue Märkte erschließen? Falls ja, welche?

Enfocus Connect wurde eindeutig für die Grafikindustrie entwickelt. Keine andere Anwendung ist in der Lage, die Probleme zu bewältigen, die Enfocus Connect löst.

Wenn man sich jedoch andere Branchen ansieht, die auf PDF als bevorzugtem Standard zur gemeinsamen Arbeit mit Dokumenten setzen, erkennen wir neue Chancen für Enfocus. Nehmen wir beispielsweise den juristischen Bereich. PDF gilt heute als Standard zum Verteilen und Aufbewahren von Rechtsdokumenten. Die Archivierung von Dokumenten ist ein weiterer Bereich, in dem sich das PDF-Format durchgesetzt hat. Enfocus ist also hervorragend positioniert, um diese und weitere Branchen zu unterstützen, die den PDF-Standard nutzen.

➤ www.impressed.de

➤ www.enfocus.com/connect

Straff durch die Produktion

NP Druck hat ein industrielles Umfeld für die Produktion von Kleinauflagen im Rollenoffsetdruck geschaffen. Eine wichtige Komponente stellt das Logistikmodul technoLogistix des Management-Information-Systems von Rogler Software dar, mit dem der Einkauf und der Materialfluss der Papierrollen bis zu den Cold- und Heatsetrotationen optimiert wurden.

Text und Bild: Rogler

Um heute schnell und effizient auf die Anforderungen des Marktes zu reagieren, reicht es nicht mehr aus zu wissen, welche Bedruckstoffe sowie Halb- und Fertigprodukte sich gerade im Haus befinden. Die entscheidenden Fragen sind: Wo befinden sie sich und wie viel liegt davon auf Lager? Bei nahezu 3.000 Papierrollen, die bei NP Druck in St. Pölten, Österreich, im Lager stehen, sei es extrem wichtig, den Überblick zu behalten. Nur so könne man die Lagerhaltung, aber auch den Materialfluss optimieren, gibt Adrian Fehringer, der technische Assistent der Geschäftsführung, zu verstehen. Zumal sich das Unternehmen im Rollenoffsetdruck verstärkt auf die Produktion von Kleinauflagen ab 5.000 Exemplaren konzentriert, was die Anforderungen an die Lagerhaltung verändert hat.

Gesicherte Informationen

Als langjähriger Anwender der Branchensoftware technoLogic von Rogler Software entschied sich NP Druck 2011 zur Einführung des technoLogistix-Moduls, das speziell für das Material-Handling entwickelt wurde. »Das ist ein absolut unterschätzter Bereich, wenn es darum geht, die Abläufe in Druckereien zu verbessern und das Optimierungspotenzial zu heben«, erläutert Hannes Rogler, Geschäftsführer der Rogler Software GmbH. Der Schlüssel liege in einer zuverlässigen Identifizierung der angelieferten Papierrollen und schließ-



NP-Druck verfolgt mit der Implementierung von technoLogistix das Ziel, die Materialbewirtschaftung zu automatisieren. Der Staplerfahrer scannt direkt an der Rampe den Barcode ab und bucht die Rolle in das entsprechende Lager ein. Heute wissen die Mitarbeiter von NP-Druck auf Knopfdruck, wo sich die jeweils benötigten Rollen befinden.

lich der Lokalisierung der Halb- und Fertigprodukte auf dem gesamten Weg durch den Betrieb. »Mit technoLogistix bieten wir eine praktische Software, die jederzeit gesicherte Auskunft über den Verbleib der Ware gibt.« Für den Anwender sorgt dies für mehr Transparenz im Materialfluss und helfe, die kapitalintensive Lagerhaltung von Papier und anderen Verbrauchsmaterialien zu verbessern.

»Wir verfolgten mit der Implementierung das Ziel, die Materialbewirtschaftung zu automatisieren und auch auf die gestiegenen Anforderungen, die sich aufgrund unserer strategischen Marktausrichtung ergeben, abzudecken«, sagt Birgit Draxler, die bei NP Druck für Materialwirtschaft zuständig ist. Über das Modul werden alle Papierrollen für den Cold- und Heatsetdruck bei der Warenübernahme erfasst. Dabei werden der jeweiligen Rolle Informationen wie Menge, Format, Grammatik und Auftragsnummer automatisch zugeordnet. Auf diese Art und Weise könnte auch Bogenpapier auf Paletten behandelt werden.

Restrollen – kein Thema

Sehr positiv bewertet man bei NP Druck, wie technoLogistix mit dem Thema Restrollen umgeht. Wird eine Papierrolle nicht komplett aufgebraucht, wird das Gewicht an der Rotation ermittelt und die Information an das Logistik-Modul übermittelt. Sie wird dann wieder in das

Lager eingebucht. »Die Einführung von technoLogistix hat für uns die Verwendung von Restrollen wesentlich vereinfacht«, betont Birgit Draxler. Aber auch bei der Bearbeitung von Papier-Reklamationen hat sich das Modul als wertvolle Hilfe herauskristallisiert. Heute wissen die Mitarbeiter auf Knopfdruck, welches Papier aus welcher Lieferung für welchen Auftrag verdruckt wurde.

Inventur an beliebigen Tagen

Umweltzertifizierungen wie PEFC und FSC unterstreichen seit mehreren Jahren die Umweltaktivitäten von NP Druck, die jedoch in regelmäßigen Abständen erneuert werden müssen. Auch hier sei technoLogistix ein hilfreiches Tool, um zu dokumentieren, welches Papier bei welchem Auftrag verwendet wurde, wie Birgit Draxler erläutert. Aber auch die geforderte getrennte Lagerhaltung der zertifizierten Papiere lasse sich mit der Software jederzeit nachvollziehen und erfassen. Zusammenfassend stellt Adrian Fehringer fest, dass man heute exakt wisse, welches Papier und wie viel davon auf Lager ist. Dies erleichtere den Einkauf, ermögliche eine rasche Inventur, und reduziere auch die Kapitalbindung. Insgesamt habe man mit technoLogistix einen wichtigen Beitrag geleistet, ein industrielles Produktionsumfeld im Rollenoffset zu schaffen.

➤ www.rogler.at

Esko

**SUITE 14 AB JULI 2014
ERHÄLTlich**

Esko gibt die Einführung der Esko Suite 14 bekannt: Das umfassende Softwarepaket wurde rundum erneuert und aktualisiert und stellt damit Markenartiklern, Premedia-Unternehmen, Displayherstellern, Akzidenzdruckereien und Verarbeitern die notwendigen Tools für ihre Geschäftstätigkeit in der komplexen Druckvorstufenumgebung zur Verfügung.

Die Entwicklungen der Esko Suite 14 basieren auf der Erfahrung von Esko im Bereich der Verpackungsdruckvorstufe und der fortlaufenden Investitionen in Neuerungen, die auf die Rückmeldungen von Markenartiklern und Verpackungsherstellern der Branche zurückgehen.

»Bei der Entwicklung von Suite 14 haben wir gezielt fünf Haupttrends der Verpackungsdruckvorstufe berücksichtigt: die zunehmende Bedeutung der Workflow-Automatisierung, die Verwendung von Smart Templates, das sind intelligente Vorlagen für Verpackungsvarianten, Qualität als entscheidender Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor, eine stärker aufgabenorientierte Benutzeroberfläche zur Steigerung der Effizienz und die Integration der Lieferkette und den Datenaustausch über die Cloud«, erklärt Carsten Knudsen, Präsident und CEO von Esko.

»Ergebnis dieser Entwicklungsarbeit ist die Esko Suite 14, eine Lösungsfamilie, die allen Beteiligten in der Verpackungsdruckvorstufe die notwendigen Ressourcen auf diesem dynamischen Markt

bietet. Unserer Meinung nach ist diese Software-Suite die umfassendste Sammlung von professionellen Software-Tools, die heute in der Verpackungsindustrie angeboten wird.«

› www.esko.com

**Agfa Graphics Apogee 9
PRODUKTIONS-HUB
IN DER GRAFISCHEN INDUSTRIE**

Agfa Graphics hat Apogee 9, die PDF-basierte Workflow-Lösung vorgestellt, die als Produktions-Hub für grafische Anwendungen, einschließlich kommerzieller Druckereien und Großformat-Druckdienstleister dient. Mit Verbindungen zu einer weiten Reihe von Ausgabegegeräten und vielen Werkzeugen und Funktionen, wie die integrierte Verschachtelung und einem neuen, patentierten Ansatz für Farbverwaltung, wurde Apogee als Hilfe für



Akzidenzdruckereien entworfen, die auf der Suche nach einem Plus für ihre Kunden sind.

»Mit Apogee 9 als Produktions-Hub, können klassische Druckereien ihre Arbeitsabläufe automatisieren und es hilft ihnen dabei, auf den Großformatigen Inkjet-Markt zu expandieren«, sagt Andy Grant, globaler Leiter der Software, Agfa Graphics. »Apogee 9 bringt nun die typischen Großformatfunktionen und existierende kraftvolle Druckvorstufenfunktionen in einen einzigen PDF-basierten Workflow zusammen. Es bietet ihnen mehr Flexibilität und Integration, sodass sie bei Produkten mit einem Mehrwert wie Banner und Poster wettbewerbsfähig bleiben.«

Mit APPE 3.4 beinhaltet Apogee 9 die neueste Kerntechnologie von Adobe für die Verarbeitung komplexer Designs und dank HTML5 kann das neue WebApproval-Portal für Seitenvorlage und -genehmigung auf Tablets und anderen mobilen Geräten verwendet werden. Zudem verfügt Apogee 9 über die dritte Generation von Agfa Graphics Ausschießmodul mit speziellen Funktionen für Rollen-Offset-Druckereien. › www.agfagraphics.com

Neues Cleverprinting-Lehrbuch

Datencheck mit Enfocus PitStop Professional

Das PDF ist weltweit zum Standard bei der Übergabe von Druckdaten geworden. Die aus dem PDF resultierenden Vorteile liegen auf der Hand, wenn alles richtig gemacht wird: Layout, Standgenauigkeit, eingebettete Schriften und Bilder im richtigen Farbraum und der richtigen Auflösung. Doch genau das trifft oftmals eben nicht zu.

Was bleibt? Entweder neue Daten anfordern, was all zu oft zu Unstimmigkeiten und meist auch zu Terminverschiebungen führt. Oder die Daten in der Druckvorstufe korrigieren. Doch womit und wie am sinnvollsten?

Enfocus PitStop Professional gilt ebenfalls als Standard, wenn es um die Kontrolle und Bearbeitung von PDF-Druckdaten geht. Mit PitStop können Prüfungen und Korrekturen von Hand durchgeführt, aber mit ›Globalen Änderungen‹, ›Quick Runs‹ und ›Aktionslisten‹ auch automatisiert werden. PDFs mit hundert Seiten lassen sich so in wenigen Augenblicken prüfen und korrigieren – fast vollautomatisch.

Allerdings ist PitStop Professional auch ein äußerst umfangreiches und komplexes Programm. Grundeinstellungen, das Farbmanagement und Farbprofile müssen konfiguriert werden, Werkzeuge wie der ›Inspektor‹ bieten zahlreiche Funktionen. Preflight-Profil muss sich jeder Anwender selbst auf seine persönlichen Anforderungen hin einrichten. Hier gibt es etliche Parameter, die eingestellt werden können. Besonders die Werkzeuge zur automatisierten Fehlerkorrektur (beispielsweise die Aktionslisten) bieten geradezu unzählige Möglichkeiten, tief in Druck-PDFs einzugreifen.

Aber wie das bei komplexen Programmen so ist – nicht alle Funktionen sind selbsterklärend und wer PDF-Daten mit Aktionslisten verändert, muss sicherstellen, dass bei diesen Veränderungen nur Fehler

beseitigt, nicht aber hinzugefügt werden.

Am 24. Juli erscheint das neue Cleverprinting-Buch ›Datencheck mit Enfocus PitStop Pro‹. Es zeigt, wie mit PitStop Professional PDF-Druckdaten schnell und effizient geprüft und korrigiert werden können. Neben den Werkzeugen zur manuellen PDF-Bearbeitung liegt der Schwerpunkt auf den Möglichkeiten, Arbeitsabläufe clever zu automatisieren. Denn nur, wer hier alle Tricks und Kniffe von PitStop richtig beherrscht, kann das Potenzial von PitStop Professional voll ausschöpfen. Das Buch ist offizielles Schulungshandbuch der neuen Schulung ›Cleverprinting-Datenchecker‹, die 2014 im Rahmen einer bundesweiten Schulungs-Tour und auch Inhouse angeboten wird.

**Datencheck mit Enfocus PitStop Professional**

Verlag: Cleverprinting
Autor: Christian Nuber
112 Seiten, DIN A4, durchgehend 4c
Best.-Nummer: CP-PitStop-01.2014
Erscheinungsdatum: 24.07.2014
Preis: 29,90 Euro
› www.cleverprinting.de

Ein Votum für mehr Qualität

»Druckformen auf höchstem Standard« lautet das Credo von Flex-Punkt. Dieser Aussage wohnt ein hoher Anspruch inne. Bei Fotopolymer-Flexodruckplatten erfüllt ihn das Unternehmen jetzt mit einem Kodak Flexcel NX Wide System.

Text und Bilder: Kodak



»Heute sind wir so flexibel aufgestellt, dass wir den Kunden fragen können, was er will. Wir können alles«, sagt **Günther Weber**. Alles? Der Geschäftsführer und Inhaber der Flex-Punkt Druckformen GmbH umschreibt damit das Portfolio an Flexodruckformen. Per Laserdirektgravur gefertigte Elastomer-Endlossleeves und -Platten sowie Fotopolymer-Sleeves und -Platten, letztere auch auf Sleeves oder Zylindern montiert, liefert das Unternehmen aus eigener Herstellung. Seit der Gründung 1994 versteht man sich als Dienstleister für Verpackungsdruckereien, der mit den Auftraggebern aus nah und fern eng zusammenarbeitet. Runde Flexodruckformen produziert das Unternehmen auch für eine Reihe von Kollegenbetrieben. Die von Flex-Punkt gelieferten Druckformen finden vorwiegend Einsatz im Druck von flexiblen Verpackungen aus Folien- und Papier-substraten für Food- und Non-Food-Produkte sowie von Papierservietten (Tissue).

Zum Jahresanfang 2014 wurden mit dem Umzug in ein neu errichtetes Firmengebäude im niedersächsischen Melle die Rahmenbedingungen für wohl organisierte, stringente Abläufe geschaffen. Verglichen mit dem früheren Standort in Steinhagen wurde die Betriebsfläche mehr als verdoppelt. Büro- und Besprechungsräume auf 800 m² und eine Produktionshalle mit 1.250 m² Nutz-

fläche einschließlich umfangreichem Sleeve-Lager decken die Bedürfnisse ab und bergen Reserven für künftiges Wachstum. Bei dem Unternehmen mit 28 Mitarbeitern läuft die Produktion in der Formherstellung in zwei Schichten, während die Bereiche digitale Repro und Datenaufbereitung einschichtig arbeiten.

Innovativ am neuen Standort

Zusätzlich zum Neubau hat Flex-Punkt in den letzten Jahren in erheblichem Umfang in Produktionsanlagen zur digitalen Druckformherstellung investiert. Neben zwei Anlagen für die Laserdirektgravur von Elastomer-Sleeves und -Platten und einem Laserbelichter für Fotopolymer-Rundformen steht seit August 2013 ein Kodak Flexcel NX Wide System zur Verfügung. »Für unsere Investition in das System von Kodak gab es zwei wesentliche Gründe. Zum einen kamen aus dem Kreis unserer

Kunden vermehrt Anfragen nach Druckformen, die den hochauflösenden Flexodruck beziehungsweise den einfachen Vorstoß in den Feinrasterbereich ermöglichen. Zum anderen benötigten wir im Fotopolymerbereich einen Ersatz für ein älteres LAMS-Lasersystem aus dem Jahr 2000«, erläutert Günther Weber. »Wir haben uns für Kodak entschieden, weil das Gesamtsystem bedienerfreundlich und leicht zu beherrschen ist. Der Flexcel NX Wide Belichter ist schnell. Das Flexcel NX Plattenmaterial ist gut und trocknet nach dem Waschprozess außergewöhnlich schnell. Das hilft uns bei Schnellschüssen. Außerdem haben wir damit eine Lösung im Haus, die mit ihrer Flat-Top-Dot-Technologie in qualitativer Hinsicht Maßstäbe am Markt gesetzt hat.«

Die Flat-Top-Dot-Technologie des Flexcel NX Systems sorgt für eine punktidentische Übertragung der Tonwerte auf die Druckplatten. Auf

den Flexcel-NX-Platten entstehen solide versockelte Rasterpunkte mit ebenen, scharfkantig abgegrenzten Plateaus über den vollen Tonwertbereich. Dafür sorgen die Squarespot-Bebildungstechnologie des Flexcel NX Wide Belichters sowie in einem späteren Prozessschritt die UV-Belichtung der Platten unter Ausschluss von Luftsauerstoff an der Oberfläche der Platten.

Einfache Integration

Das Kodak Flexcel NX Wide System ließ sich leicht in die Produktionsumgebung integrieren. Flex-Punkt hat die digitale Vorstufe in einen Design-/Reprobereich, in dem sich die Mitarbeiter der Erstellung und Bearbeitung von Einzelnutzen sowie dem Proofen widmen, und einen sogenannten Layoutbereich gegliedert. Aufgabe der Mitarbeiter im Layout ist es, die Resultate der Einzelnutzenbearbeitung vor der Druckformherstellung zu prüfen, gegebenenfalls letzte Korrekturen vorzunehmen und dann verschiedene Nutzen oder Farbauszüge zu kompletten Plattenlayouts zusammenzustellen. Diese Formen werden über einen Nexus-RIP in 1-Bit-TIFF-Dateien gerippt und dann zu den verschiedenen Lasersystemen gesendet. Beim Flexcel NX Systems übernimmt die Kodak TIFF Front End Software der Belichter-Workstation die Daten zur Ausgabe. »Die Kodak Anlage hat sich nahtlos in unsere Abläufe eingefügt. Wir mussten das



Der Kodak Flexcel NX Wide Belichter (im Hintergrund) mit dem unmittelbar daneben aufgestellten Flexcel NX Wide Laminator in der Produktionshalle.



Nach UV-Belichtung und Entfernen des TIL werden die Kodak Flexcel NX Platten in einer automatischen Verarbeitungslinie ausgewaschen und getrocknet.



Eine fertig verarbeitete Kodak Flexcel NX Platte in der messtechnischen Qualitätskontrolle.

System nur an unser Netzwerk anschließen, neue Ausgabe-Hotfolder erstellen und konnten schon mit der Produktion beginnen«, sagt der Flex-Punkt-Geschäftsführer.

Flexcel NX in Aktion

In der großzügigen Produktionshalle befinden sich alle Bebilderungs- und Direktgravursysteme in einem klimatisierbaren Bereich. Dort wurden sie so angeordnet, dass die Wege zwischen einzelnen Bearbeitungsstationen möglichst kurz sind. Der NX-Wide-Belichter und der zum System gehörende Laminator sind direkt nebeneinander aufgestellt. Nach seiner Bebilderung (maximales Format 1.097 x 1.554 mm in knapp zehn Minuten) wird der Thermal-Imaging-Träger (TIL) auf dem Laminator auf die Flexcel NX Platte laminiert. Daran schließt sich die UV-Belichtungsfolge in einem Flachbettbelichtungsgerät an. Für die

weitere Verarbeitung der Fotopolymerplatten hat Flex-Punkt im neuen Betrieb eine automatische Evolinie von Vianord Engineering mit Flachwascher und Trocknereinheit installiert.

Der Flexcel-Belichter bebildert bei Flex-Punkt nicht nur den Thermal-Imaging-Träger, sondern gelegentlich auch den Kodak DITR 4401 Film. Dieser ablative Trockenfilm wird für die konventionelle Kopie eines Flexoplattentyps für den Druck mit lösemittelbasierten Zweikomponentenfarben benötigt.

Aufgrund der Auftragsstruktur verwendet Flex-Punkt das Flexcel-Plattenmaterial in vier Formaten zwischen 610 x 762 mm und 1.067 x 1.524 mm und in vier Stärken zwischen 1,07 mm und 2,84 mm. Zu 90% werden Platten mit der im Hochqualitätsbereich weit verbreiteten Stärke 1,14 mm gefertigt. Flex-Punkt beliefert eine ganze Reihe von Druckereien mit Flexcel-Plat-



ten. Dazu **Volker Ruge**, Betriebsleiter des Unternehmens: »Mit Flexcel NX Platten kann der Drucker auch ohne besondere Veränderungen seiner Parameter ein besseres Resultat erzielen und eine Rasterstufe höher gehen. Wenn er bisher im 42er Raster gearbeitet hat, kann er mit Flexcel-Platten relativ problemlos im 48er oder 52er Raster drucken. Wird alles optimiert, kann man mit noch feineren Rastern hervorragende Ergebnisse erzielen. Der Drucker muss dann verschiedene Dinge wie die Rasterwalzen ändern und auch wir müssen in der Vorstufe gewisse auftrags- und substratspezifische Anpassungen an den Daten vornehmen.«

»Wichtig ist auch, dass die Kodak-Platte eine höhere Farbmenge auf das Substrat bringt«, ergänzt Günther Weber. »Die Steigerung der Volltondichten ermöglicht mehr Brillanz

im Druckbild und wird von den Druckereien sehr begrüßt. Außerdem ist dadurch das Liegeverhalten der Rasterflächen richtig gut.« Durch die DigiCap NX Rasterung beim Bebilderungsprozess erhalten alle druckenden Elemente der Flexoplatte eine homogene Struktur, was eine effektive Oberflächenvergrößerung bewirkt. So wird eine bessere Druckfarbübertragung von der Platte auf den Bedruckstoff erreicht.

»Folien für flexible Verpackungen sind für uns ein großer Markt. Wir haben Flexcel-NX-Platten schon im Bereich der saugfähigen Tissuepapiere und für das Bedrucken gestrichener und ungestrichener Papiere eingesetzt. Das decken wir alles ab – überall mit sehr positiven Erfahrungen. Von den Druckern hören wir, dass sie mit konstanter Qualität auflagenstabil drucken können«, resümiert Günther Weber.

› www.kodak.com

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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.

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

+49 (0) 26 71 - 38 36



Vom Lichtpauser zum Multiprint-Anbieter

Die Wenzel GmbH in München gibt es nunmehr seit 45 Jahren. Es ist zwar kein runder Geburtstag, doch darf man dafür durchaus gratulieren. Denn in diesen viereinhalb Jahrzehnten hat sich die Branche geändert wie kaum eine andere. Sich in dieser Zeit vom Kleinstunternehmen zu einem Betrieb mit rund 100 Mitarbeitern hochzuarbeiten, ist beachtlich.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

»Auch Wenzel hat einmal klein angefangen. Mein Vater Gunter Wenzel, Gründer und auch noch heute Geschäftsführer des Unternehmens, startete mit einer Lichtpausmaschine – sündhaft teure 800 D-Mark hat diese damals gekostet. Die Vervielfältigung von Bauplänen war das Marktsegment, auf das er sich damals spezialisierte«, schildert Matthias Wenzel. Er ist seit dem Jahr 2000 ebenfalls Geschäftsführer der Wenzel GmbH und kennt das Unternehmen von Kindesbeinen an. Schließlich arbeitete auch seine Mutter im Unternehmen mit und lieferte gelegentlich mit dem Kinderwagen samt Sohn Matthias die Aufträge aus. »Obgleich die Geschäftsidee zu Beginn als Nebenverdienst gedacht war, widmete sich mein Vater bald voll und ganz dem Unternehmen«, sagt Matthias Wenzel.

Das Unternehmen Wenzel stand schon Ende der 1960er Jahre nicht schlecht da, erzählt er, »jedoch spielte uns die Vergabe der Olympischen Spiele 1972 nach München in die Karten. Der Bau der Sportstätten und der damit verbundene Bedarf an Plankopien verhalfen dem noch jungen Unternehmen Wenzel zum Durchbruch.«

Stetiger Wandel

Doch die größten Herausforderungen warteten noch auf das Unternehmen. Allein schon, dass sich die Branche technisch rasant entwickelt und dies immer noch tut, machte es



Matthias Wenzel, Sohn des Firmengründers Gunter Wenzel, ist seit 1991 im Unternehmen und bildet mit seinem Vater seit 2000 eine Doppelspitze in der Geschäftsleitung.

nicht einfach, immer richtig zu investieren. Doch die Firmenchronik berichtet auch von einem 1985 angeschafften Farbkopierer, der so viel Interesse erregte, dass die Kunden bis auf die Straße hinaus standen. Dennoch blieb manches nur Trend und verschwand wieder, manches hatte Bestand – wurde aber nach wenigen Jahren schon wieder abgelöst. »Den richtigen Riecher zu haben und konsequent den Vorsatz einzuhalten, stets alles aus Eigenmitteln zu finanzieren, machte es nicht immer einfach. Nach diesem Prinzip aber handeln wir noch heute – und es ist das einzig Richtige«, ist Wenzel fest überzeugt.

Selbstverständlich führte auch die Digitalisierung zu einem erheblichen Wandel. Baupläne beispielsweise, konnten auf einmal digital weitergegeben werden. Die beteiligten Fachplaner erhielten Kopien auf Diskette, später CD und USB-Stick. »Auch da-

rauf mussten wir uns einstellen und bauten eines unserer bis heute größten Standbeine – die Scanabteilung – auf. Und zu guter Letzt ist natürlich das Internet zu erwähnen, das die Druckbranche maßgeblich verändert hat. Nichts ist mehr wie vorher«, stellt Matthias Wenzel fest.

Konkret meint er damit, dass der Preisdruck enorm gestiegen ist, nachdem Portale reihenweise wie die Pilze aus dem Boden schossen,

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

die das Drucken von Fotos oder sonstigen Motiven auf allen denkbaren Material anbieten. Gleiches gelte für Kleinformatiges wie Flyer und andere Produkte.

»Die Konkurrenz ist groß und nur einen Mausklick entfernt«, sagt Wenzel. »In der Produktion sind Fehler quasi unverzeihbar geworden, da Neuproduktionen die Gewinnmarge auffressen. Alles in allem werden nicht nur, aber auch deswegen immer öfter Insolvenzen in der Branche angezeigt. Jeden Monat bekommen wir das mit.«

Die Mischung macht's

Wenzel reagierte auf diese Entwicklung, indem eine sehr breite Produktpalette angeboten wird, ohne die Nischen, die man gut beherrscht, zu vernachlässigen. »Bei uns ist das neben den Dienstleistungen für das Bauwesen mit dem Plot- und Scanservice der Plattendirektdruck. Die Bandbreite des Angebotes im Großformatdruck reicht von Drucken auf Acryl, Alu Dibond und Gallery Print über Holz, Stein und Pappe, bis hin zu Kapa, PVC, Hart-PVC und Hohlkammerplatten.

Ein besonderes Highlight ist der Druck auf Stein. »Diese Produkte haben wir relativ neu aufgenommen, konnten aber schon Erfahrungen damit sammeln. Wir drucken auf türkischen Kalkstein, die Formate sind fest vorgegeben und orientieren sich an den Größen der Platten, die zum Endformat zusammenge-



DER SCHLAUMACHER Web-to-Print

legt werden. Das Schöne daran ist, dass die Struktur erhalten und fühlbar bleibt«, beschreibt Matthias Wenzel das Angebot.

»Außerdem kombinieren wir Altbewährtes mit Neuem. Das heißt wir investieren einerseits ins Internet in Form einer ansprechenden, informativen Website. Hier können Endkunden und Wiederverkäufer bequem bestellen und sparen sich Mailverkehr und Telefonate. Händlern bieten wir die Möglichkeit, nach einer Kontoeröffnung bei uns die eigenen, rabattierten Preise in Echtzeit einzusehen und so für ihre Kunden zu kalkulieren«, erläutert Matthias Wenzel. »Andererseits pflegen wir die »alten Kanäle«, sind also per Telefon erreichbar und beraten – ohne Hotline, aber mit Fachpersonal. Und mit unseren fünf Niederlassungen in München versorgen wir die Laufkundschaft mit persönlicher Hilfeleistung. Die Mischung macht's.«

Dabei erscheint das Modell mit den Wiederverkäufern nicht uninteressant. Natürlich ist der Online-Shop kostenfrei: Es fällt weder ein Mindestumsatz an, noch eine Nutzungsgebühr. Händler steigen bei Wenzel mit einem Nachlass in den Wiederverkäuferpool ein. Nach einer Bestellung übernimmt Wenzel den Versand. »Neutral und mit Kundenschutz selbstverständlich. Wir treten nie in Erscheinung«, erklärt Wenzel. »Der Wiederverkäufer kann direkt an seinen Kunden liefern lassen und stellt die Rechnung. Für ihn bleibt vom Bestellprozedere nur der Bilderupload und die Adresseingabe – und schon kann Geld verdient werden.« Aber auch der klassische Weg per E-Mail steht jedem offen, persönliche Beratung inklusive.

Kräftige Investitionen

Bei dem riesigen Angebot, das die Wenzel GmbH vorhält, spielen aber neben digitalen auch klassische Drucktechniken eine Rolle. »Unsere Druckerei Hansa Print Service bietet Offsetdruck, Relief-, Tampon- und Siebdruck sowie vieles mehr an. Wir sind in Sachen Maschinenpark und

Fachpersonal exzellent aufgestellt und halten weiterhin an diesem Zweig fest«, erklärt Wenzel.

Dazu hat Wenzel in den vergangenen Jahren kräftig in den Digitaldruck investiert. Dazu zählen die beiden Flachbettdrucker Oryx und Impala von swisQprint. 2014 kam ein Hochleistungsdrucker KIP C7800 dazu, mit dem Wenzel den Plotter-Service ausbaut und günstige Plakat-Kleinauflagen anbietet. »Und erst im Mai erweiterten wir unseren Maschinenpark um die Océ Colorwave 900. Die Grundgeschwindigkeit von bis zu 1.100 m² pro Stunde macht uns noch leistungsfähiger im Plotbereich. Aber auch Laserstanzen und Folienprägung bieten wir seit 2013, um auf dem technisch neuesten Stand zu sein und möglichst alles abzudecken«, sagt Matthias Wenzel abschließend.

Offen für Neues

Wenzel druck • kopie • media, wie sich das Unternehmen nach außen darstellt, bietet in der Tat ein extrem breit gefächertes Portfolio von Visitenkarten, Broschüren und Prospekten über Banner, RollUps, Fahnen und Schilder bis hin zum Textil-, Poster- und Werbemitteldruck. Hinzu kommt ein umfangreicher Scan- und Plotter-Service. Dabei ist Wenzel stets offen für neue Ideen und experimentierte beispielsweise mit bedruckten Biertischen. Die Motive werden dabei direkt auf die Holzoberfläche aufgetragen.

Von Auflage 1 bis 100.000 ist alles möglich. Die Menge spielt also keine Rolle. Der Online-Shop, der die Kosten auf den Quadratzentimeter genau berechnet, ist sowohl für Privatpersonen als auch für Händler attraktiv.

Wenzel ist in München mit fünf Standorten fest verankert, widmet sich aber ebenso Kunden aus aller Welt und ist auch für kurzfristige Aufträge mit kleinem Zeitfenster der richtige Partner.

› www.wenzel-muc.de

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



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

15,00 € / 18,00 CHF.

Mit neuesten Trends Schritt halten

Cewe, Europas führender Foto-Service und innovativer Online-Drucker, setzt die erste HP Indigo 7800 im Rahmen eines Betatests ein. Mit der digitalen Bogendruckmaschine sollen Foto-produkte wie das Cewe Fotobuch in noch besserer Qualität gedruckt werden können. Zudem lassen sich weitere Substrate bedrucken und inline veredeln.

Aufbauend auf der Modellserie HP Indigo 7000 hat der israelische Hersteller das Portfolio seiner Bogendruckmaschinen um die Indigo 7800 erweitert. Damit lassen sich beispielsweise synthetische Substrate wie Plastikkarten, Overlays, POS-Material oder Lentikularfolien direkt bedrucken. Zudem bietet die Digitaldruckmaschine laut HP vereinfachtes Farbmanagement, mehr Produktivität und eine größere Anwendungsbreite. So können mit der HP Indigo ElectroInk Digital Matte partielle Drucklackeffekte erzeugt werden und auch andere Spezialdruckfarben wie Invisible Red und Light Black können genutzt werden. Für anspruchsvolle Anwendungen können auch Spezialeffekte wie digitale Wasserzeichen, Reliefdruck oder Struktureffekte realisiert werden. Das neue Digitaldrucksystem produziert bereits im Rahmen einer Beta-Installation bei Cewe. Hier sorgt die Druckmaschine für ein verbessertes Farbmanagement, eine optimierte Papierführung und eine kontinuierliche Homogenität über die Druckbogen hinweg und unterstützt damit auch kommerzielle Anwendungen wie sie bei der Cewe-Tochter viaprinto.de bei höheren Auflagen anfallen. Mit der vollautomatischen Weitergabe von Daten an unterstützte Geräte in der Druckweiterverarbeitung wird eine höhere Automatisierung mit deutlich effizienteren Abläufen erreicht. HP Indigo Direct2Finish ist eine Plattform für das automatisier-



Cewe betreibt den größten Vierfarb-Digitaldruckpark in Europa. Er besteht aus über 70 Druckmaschinen. Der Großteil davon kann mit der neuen Technologie von HP Indigo nachgerüstet werden

te Near-Line-Finishing, das die Übermittlung von JDF-Files an Finishing-Geräte ermöglicht, das Einrichten beschleunigt und hilft, Bedienungsfehler und Abfall zu vermeiden. Die Indigo 7800 verfügt zudem über einen HP SmartStream Production Pro Print Server der fünften Version, dem laut HP schnellsten am Markt

verfügbaren Digital Front End (DFE). Er beschleunigt die Produktion um 30% durch kürzere RIP-Zeiten. Bei größeren Auflagen können die Farben mithilfe des integrierten Spektralfotometers noch konsistenter als bisher dargestellt werden. Selbst 3D-Bilder oder auch animierte Lesezeichen im Lentikulardruck er-



Die ersten HP Indigo 7800 Digital Press werden bereits ausgeliefert. Die Features der Maschine werden voraussichtlich ab Anfang 2015 als optionale Upgrades verfügbar sein. Vorgestellt wird die neue Druckmaschine auf der Photokina 2014 in Köln (16. bis 21. September).

fahren eine Qualitätsverbesserung durch die neue Maschine. »Mit HP Indigo arbeiten wir kontinuierlich und partnerschaftlich zusammen, um gemeinsam beste Ergebnisse für unsere Kunden zu erzielen«, sagt Dr. Reiner Fageth, Vorstand bei Cewe und Leiter der Bereiche Technik, Forschung und Entwicklung. »Cewe setzt konsequent auf Innovation. Daher ist es für uns sehr wichtig, dass unsere Digitaldruckmaschinen mit den neuesten Trends am Fotomarkt Schritt halten können. Denn nur so können wir Neukunden gewinnen«, sagt Dr. Reiner Fageth, Vorstand bei Cewe und Leiter der Bereiche Technik, Forschung und Entwicklung. »Wir nutzen bereits zahlreiche Digitaldruckmaschinen von HP Indigo und wissen es zu schätzen, dass immer wieder skalierbare Technologien entwickelt werden, die es uns ermöglichen, Qualitäts- und Performance-Verbesserungen zu realisieren. Die Features der neuen HP Indigo 7800 Digital Press werden uns dabei helfen, unsere Palette hochwertiger Angebote wie das Cewe Fotobuch ebenso auszuweiten wie unsere Anwendungsbreite.« Durch die Installation der HP Indigo 7800 ist es Cewe nun möglich, neue Materialien zu bedrucken und das Produktportfolio noch weiter auszubauen.

- www.hp.com
- www.cewe.de



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

Ein Stück vom Kuchen abschneiden

Polar in Hofheim am Taunus ist kein Riese. Dafür hat das Unternehmen einen Riesennamen. Und das weltweit. Wir hatten Gelegenheit, uns in der Zentrale in Hofheim umzusehen, einen detaillierten Blick hinter die Kulissen des Herstellers von Schneidmaschinen zu werfen und uns beim Management über weitere Entwicklungen zu informieren.

Von JULIUS und KLAUS-PETER NICOLAY

Eine Schneidmaschine ist für Druckereien eigentlich nur ein Basiswerkzeug, wenig spektakulär und für viele Mittel zum Zweck, aber nichts, womit man protzen oder die eigene Innovationskraft zur Schau stellen könnte. Eben Mittel zu dem Zweck, Papier zu schneiden. Aber wehe, die Maschine fiele einmal aus. Das Chaos wäre perfekt.

Damit es erst gar nicht dazu kommt, baut Polar höchst solide Maschinen, die installiert werden und laufen. So einfach kann das sein. Doch dahinter stecken viel Know-how und jahrzehntelange Erfahrung.

Polar-Mohr stieg Mitte der 1940er Jahre in den Schneidmaschinenbau ein und entwickelte sich schnell zum Marktführer. Bis heute wurden weltweit rund 135.000 Maschinen verkauft. Dabei hatten die Hessen Glück, wie es Dr. Markus Rall beschreibt. Er ist seit Oktober 2012 Geschäftsführer der Hofheimer Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH, seit Dezember 2013 alleiniger Geschäftsführer. Und er ist in der Branche kein Unbekannter, nachdem er lange Zeit im Druckmaschinenbau tätig war.



»Polar-Mohr kam nach dem 2. Weltkrieg zum Schneidmaschinenbau, weil dieser Markt im Westdeutschland brach lag. Alle bisherigen Hersteller waren im Osten. Es war reines Glück, das uns diesen Markt eröffnet hat. Obendrein fand sich mit Heidelberg bald ein starker Partner. Dieses

Glück haben meine Vorgänger in jahrzehntelangen Erfolg übersetzt. Jetzt sind wir durch die strukturellen Veränderungen in der Druckindustrie in einer Situation, in der wir wieder einmal kämpfen müssen – und wieder ein Quäntchen Glück brauchen«, sagt Dr. Rall.

Was nicht heißt, dass man nun am Rande des Taunus sitzt und darauf wartet, dass sich eine glückliche Fügung ergibt, sondern indem sich Polar in neuen Märkten umschaute und sich breiter aufstellt.

Kerngeschäft Schneiden

Doch zunächst kümmert sich Polar vor allem um sein Kerngeschäft. Und das sind nach wie vor die Schneidmaschinen, die von 56 cm Schnittbreite bis 176 cm reichen. Dabei runden die Kompakt-Schneidmaschinen von 56 cm bis 80 cm Schnittbreite das Portfolio nach unten ab. Diese werden von Heidelberg und anderen Partnern in verschiedensten Ländern vertrieben. Seit der drupa 2012 vermarktet Polar diese Maschinen auch unter der Marke Mohr und dem Slogan »Cutting on Demand« über weit verzweigte Vertriebswege. Die Maschinen der Kompaktklasse sind baugleich, jedoch unterschiedlich gelabelt. »Wir verzeichnen hier in den letzten beiden Jahren ein zweistelliges Wachstum. Das ist zwar noch ein relativ kleines Volumen, aber es hilft uns, die Fertigungs- und Montagekapazitäten auszulasten«, stellt Dr. Rall fest. Wobei er ein-



Eine 5 mm hohe Papierlage mit einer Grammatur von 135 g/m² im Format 126 x 164 cm wiegt 14,5 kg, wie Matthias Langer, Senior Product Marketing und PR-Manager, zeigt. Hier bietet Polar ergonomische Hilfen, um die Bediener zu entlasten.

räumt, dass beim Schneiden von Papier kaum Wachstum zu erwarten ist. Dennoch gibt es beim Thema Schneiden noch Bewegung, vor allem in der Peripherie der Schneidmaschinen, bei der Automatisierung und der Ergonomie.

Beladehilfe EasyLoad

Gerade hat Polar die neuartige Beladehilfe EasyLoad 7S vorgestellt, die das Portfolio im Bereich Rütteln ergänzt und die Lücke zwischen manuellem und automatischem Rütteln schließen soll. EasyLoad ist eine ergonomische und laut Polar kostengünstige Lösung zum Vorbereiten gerüttelter Schneidlagen.

»Jeder, der schon einmal Material im Format 126 x 164 cm verarbeitet hat, weiß, wie mühselig diese Arbeit ist«, sagt Matthias Langer, Senior Product Marketing und PR-Manager. Eine 5 mm hohe Papierlage mit einer Grammatur von 135 g/m² in diesem Format wiegt schon einmal 14,5 kg. »EasyLoad nimmt dem Bediener das Gewicht beim Beladen des Rüttelautomaten ab. Der Bediener muss das Material nicht mehr selbst anheben und transportieren, das wird vom Greifersystem erledigt. Damit wird er spürbar entlastet«, sagt Langer. Da der Bediener aktiv im Prozess mitwirke, könne er die Qualität der Schneidlage sicherstellen. Zudem bietet das System Flexibilität, da Links- und Rechtsanlage möglich ist. Dabei ist EasyLoad besonders interessant für Druckereien oder Buchbindereien, in denen heute noch manuell gerüttelt wird.

Der Materialstapel wird im Stapellift auf die vom Bediener gewünschte Arbeitshöhe gebracht. Die Höhe der Teillage von maximal 50 mm wird in den Greifer gelegt, der das Material vom Reststapel trennt. Nun kann der Bediener die im Greifer befindliche Teillage ohne Kraftaufwand in den Rüttelautomaten transportieren.

Automatisierungslösungen

Bei Polar werden Systeme dieser Art nicht mit Automatisierung gleichgesetzt, wenngleich Automatisierungslösungen Schwerpunkt der Entwicklungsarbeit sind. Dabei sind die

Schneiden mit dem Cutting-System PACE steht bei Polar für »Polar Automation for Cutting Efficiency«. Beim in Hofheim installierten Cutting System ist der Drehgreifer Autoturn mit automatischem Anleger ebenso ein Kernelement des Schneidsystems wie der Schnellschneider Autotrim mit automatischer Abfallentsorgung. Nach dem Rütteln und Einlegen des Papierstapels wird die Schneidlage mittels Greifersystem auf dem Hintertisch gedreht und mit einem automatischen Anleger positioniert. Das Auslösen des Schnitts kann ebenfalls automatisch erfolgen. Ungeteilte Schneidlagen lassen sich so mannos schneiden. Sind mehrere Schnitte nötig, muss der Bediener bei der weiteren Verarbeitung des Auftrages die Nutzen manuell drehen. Das System PACE 200 arbeitet nach Angaben von Polar mit einer Produktivität von 45 Lagen pro Stunde. Somit sei eine Mehrleistung von bis zu 100% oder eine Einsparung von einer Person im Vergleich zum manuellen Cutting System 200 erreichbar.

Lösungen ebenso unterschiedlich wie die Anwender. »Wir wollen unseren Kunden den für ihre Prozesse jeweils angemessenen Automatisie-



rungsgrad bieten«, erläutert **Markus Judel**, Leiter Vertrieb und Service. »Denn Vollautomatisierung kann sich nicht jeder Kunde leisten. Und oftmals ist es auch nicht notwendig.«

Bei den großen Web-to-Print-Playern mit ihrem hohen Durchsatz gibt es einen Markt für vollautomatische Lösungen, den Polar auch bedient. Das aber setzt die intelligente Verkettung von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung voraus. Solche Highend-Lösungen sind nach Einschätzung von Judel ein bisher noch relativ kleiner Markt, der perfekt abgestimmte Prozesse voraussetzt.

»Doch geht der Trend generell weg von Stand-alone-Maschinen zu einer Ausweitung der Peripherie. Wir sind hier mit unserer »Polar Automation for Cutting Efficiency« – kurz PACE – führend. Gerade in Hochlohnländern sind diese Systeme sehr gefragt«, erläutert Markus Judel. Hinzu kämen die großen Vorteile der Ergonomie.

»Für uns selbst bedeutet Automatisierung aber ebenfalls eine deutliche Umstellung. Denn in automatisierten Prozessketten steigt die Produktivität, dann kann eine moderne Maschine mehrere andere ersetzen. Zugleich steigt der Bedarf an Support. Das ganze Geschäftsmodell

verschiebt sich damit auch für uns. Aber dieses Segment wächst«, führt Judel aus.

Compucut mit Potenzial

Vollautomatisierung ist für die vielen kleineren und mittleren Betriebe der Branche allerdings kein Thema. Zwar wird auch dort die Vernetzung von Vorstufe zur Druckmaschine zunehmend zum Standard, doch die Anbindung der Weiterverarbeitung ist vielerorts noch hemdsärmelig gelöst. Da geschieht Vieles noch immer auf Zuruf.

Hier sieht Polar noch Marktpotenzial. Denn es müssen nicht immer die großen Lösungen sein. Schneidprogramme außerhalb der Schneidmaschine zu erstellen und Programmierzeiten an der Maschine auf nahezu null zu reduzieren, ist eine solche Maßnahme, die Polar nunmehr seit 1986 (Sie haben richtig gelesen) anbietet. Seit fast 30 Jahren lassen sich mit Compucut Programme am PC erstellen und an den Schnellschneider senden. Doch wie es bei Software nun einmal ist, gibt es auch hier ständig neue Funktionen, die weit über das Starten des Schneidprogramms mit Barcodeleser hinausgehen.

Neue Compucut-Funktionen werden beispielsweise auf dem Touchscreen einer Schneidmaschine der N-Klasse in einer Echtbild-Darstellung sichtbar. »Der Weiterverarbeiter kann sich aus Vorstufe oder Druck ein Bild im jpg-Format oder als png-Datei

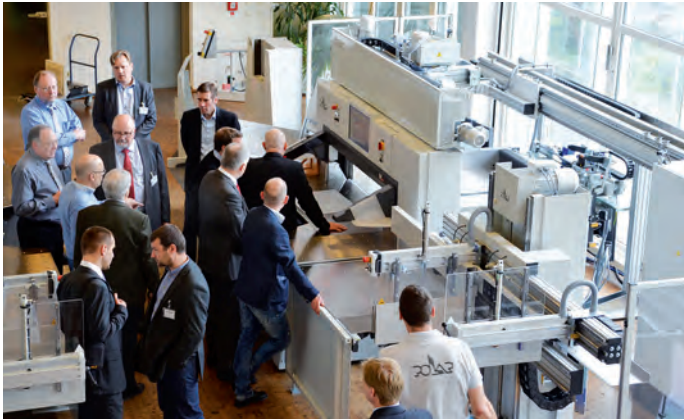


liefern lassen und kann damit genau sehen, was zu schneiden ist«, erläutert Matthias Langer. »So werden potenzielle Fehler minimiert und die Aufträge schneller abgewickelt.« Doch aus der ehemals als PC-Lösung konzipierten Compucut-Arbeitsvorbereitung ist längst eine Server-Lösung geworden. Mit P-Net können Schneidmaschinen in den Druckerei-Workflow eingebunden werden, aber auch Arbeitsabläufe optimiert werden. Herzstück der Vernetzung ist der P-Net-Server als zentrales Steuerungssystem. Dabei kommunizieren alle Komponenten einschließlich MIS miteinander.

Dreischneider

Ebenso wie bei der Vernetzung sieht Polar auch im Umfeld des Digitaldrucks, von den kompakten Schneidmaschinen abgesehen, durchaus noch Potenzial für neue Produkte.

Auf der drupa 2012 wurde der Dreiseitenschneider BC 330 zum automatischen Beschnitt klebegebundener oder sammelgehefteter Druck-Erzeugnisse erstmals als Studie gezeigt. Seither lief die Betaphase des Systems, das im Gegensatz zu einem Dreischneider nur ein Messer hat. Die Testphase des in einen digitalen Workflow integrierbaren Systems ist nunmehr abgeschlossen. Konzipiert ist der BC 330, der von Produkt zu Produkt formatvariabel arbeitet, vor allem für digital gedruckte Bücher. Für den Dreiseitenschnitt wird ein Buch von einem Greifer in Schneidposition gebracht, geschnitten, in die nächsten Positionen gebracht, geschnitten und ausgelegt. So erreicht das laut Polar eine Leistung von 220 Büchern je Stunde bei Einzelblock-Verarbeitung (520 beim Mehrfachblock) und schneidet eine Buchstärke von 3 mm bis 51 mm.



Insgesamt 185 Besucher nutzten die Gelegenheit, um sich auf den PACE Days über Automatisierungsmöglichkeiten beim Schneiden zu informieren. Vom 12. bis 16. Mai stand das Kundenzentrum in Hofheim im Zeichen der Optimierung des Schneidprozesses.

POLAR-MOHR

Die heutige Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH & Co. KG ist aus der 1906 von Adolf Mohr gegründeten Fabrik für Holz- und Metallbearbeitungsmaschinen hervorgegangen. Mohr lagerte als erster Messerwellen schnell laufender Hobelmaschinen auf Kugeln (kühle Pole) die das Unternehmen unter dem Namen Polar vermarktete. Erst 1946 kam Polar-Mohr zum Schneidmaschinenbau und ging 1949 die bis heute andauernde Kooperation mit Heidelberger ein. Es folgten Jahre, in denen sich Polar-Mohr zum Markt- und Technologieführer entwickelte. Heute beschäftigen die Hofheimer rund 500 Mitarbeiter, die jährlich 1.000 bis 1.200 Schnellschneider und 900 Peripheriekomponenten fertigen und einen Umsatz von rund 50 Mio. Euro erwirtschaften. Insgesamt hat Polar-Mohr bis heute rund 135.000 Maschinen in alle Welt verkauft. Die Hessen sind in 170 Ländern vertreten und haben eine Exportquote von über 85%.

Ein Stück vom Kuchen abschneiden

Ein weiterer Bereich bei Polar ist mittlerweile das Etiketten-Stanzen als Durchstoß-Stanzen oder Gegen-druckstanzen für Papier- und Kunststoff-Etiketten. Allerdings schätzt Dr. Markus Rall den Markt der Etiketten nicht als wirkliches Wachstumsgeschäft ein. »Hier tobt zwar auch ein Verdrängungswettbewerb, doch der Markt ist einigermaßen stabil.« Mit dem Einstieg in das Etikettenstanzen vor einigen Jahren befand sich Polar aber unversehens im Verpackungsmarkt, jenem Markt, der als Wachstumsmarkt gilt. Und Polar-Mohr will sich ein Stück von diesem Kuchen abschneiden.

»Wir haben 2011 die Dienst Verpackungstechnik GmbH in Hochheim am Main übernommen, einen Spezialisten für den Bau von Kartonier-Systemen. Wir stoßen dabei in neue Produktbereiche vor«, sagt Dr. Rall. Denn solche Maschinen sind Teil von Produktionsstraßen, in denen vor allem Lebensmittel verpackt werden. »Hier wachsen wir zweistellig. Und es ergeben sich Synergien – sei es im Einkauf, in der Fertigung und Montage oder Entwicklung.«

Gedämpfte Erwartungen

Damit hat sich Polar zweifellos breiter aufgestellt, profitiert vom Verpackungsmarkt aber nur indirekt. Die Stärke von Polar als Schneidmaschinenhersteller kommt hier weniger

zum Tragen. Dennoch sieht auch Dr. Rall für den Verpackungsdruck gute Perspektiven. »Mit Blick auf die Entwicklung von China, einem Land, das praktisch keine Druckmaschinen gekauft hatte und dann binnen weniger Jahre zum Kernmarkt der Branche wurde, gehe ich von Nachholbedarf in Asien, aber auch Afrika oder Südamerika aus. Daher sehe ich Marktpotenzial für unsere Branche.« Doch er warnt auch: »Die Wachstumserwartungen in den letzten Jahren waren viel zu hoch angesetzt. 2010 und 2011 gab es ein Zwischenhoch, seitdem erleben wir wieder einen Rückgang.« Ebenso wird der Markt in China offenbar viel zu groß eingeschätzt. »Hier haben wir es zwar mit etwa 100.000 Druckereien zu tun, davon sind aber maximal 25 Prozent rele-

vant, tendenziell sind es eher 10.000 Betriebe, die für unsere Maschinen in Frage kommen«, sagt Dr. Rall. Dabei habe man es zudem mit starker Konkurrenz zu tun. »Es gibt etwa eine Hand voll chinesischer Wettbewerber, die ernst zu nehmen sind. Diese lokalen Hersteller können aber zu einem Drittel unserer Preise anbieten.«

Dennoch habe Polar erkannt, dass auch in Ländern wie China die Automatisierung zu greifen beginnt, weil anstrengende Arbeiten wie etwa das Heben von schwerem Papier überall unbeliebt ist.

Neue Zielmärkte?

Auch Polar hat die Krise gespürt und ist seit 2008 vom Umsatz auf etwa die Hälfte geschrumpft, was überall im Unternehmen Konsequenzen hatte. »Wir haben aber nicht nur bei den Kleinen geschnitten, sondern auch im Management«, sagt Dr. Rall. Der Umsatz von rund 50 Mio. € verteilt sich aber noch immer zu 70% auf Schneidmaschinen und deren Peripherie, 10% macht das Stanzen aus und 20% trägt die Verpackungstechnik von Dienst bei.

Wer so geschrumpft ist, sieht sich natürlich nach neuen Märkten um. Zwar schneiden die Maschinen aus Papier und Pappe, sondern auch Kork, Filtermaterialien, Kunststoffe, Gummi und wie kürzlich in einer Fernseh-dokumentation zu sehen, auch tiefgekühlten Fisch. Doch solche, wie Dr.

Rall es nennt, Non-Paper-Applikationen müssen in Branchen außerhalb des Druck- und Verpackungsmarktes gesucht werden. Das ist nicht eben die einfachste Übung und zudem auch zeitintensiv. Doch könnten andere Schneidetechnologien oder das Einzelblattschneiden künftig interessant sein, erklärt Dr. Rall.

»Polar ist eine Marke, die in der grafischen Industrie jeder kennt. Diesen Ruf haben wir uns durch Qualität erarbeitet und dabei auch gutes Geld verdient. Das hat uns die Übernahme von Dienst ermöglicht. Und ich schaue, was noch zu uns passen könnte, wie wir uns weiter verstärken und unser Portfolio geschickt ergänzen können. Aber es ist für ein Unternehmen unserer Größe nicht einfach, neue Märkte von der Pike auf zu entwickeln. Letztlich gehört immer auch Glück dazu.«

» www.polar-mohr.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.

VIDEOWETTBEWERB ENTSCHIEDEN Aus den Top Ten des Videowettbewerbs ›Seien Sie unschlagbar. Mit Ihrer Speedmaster.‹ wählte die YouTube-Community die Sieger. Mit 664 Likes landete die spanische Druckerei Cevagraf auf dem ersten Platz. Cevagraf belebte ein altes Genre



wieder, indem sie ihre Speedmaster 75 als Stummfilmstar präsentierte. Dafür erhält Cevagraf einen exklusiv gestalteten Druckwerksschutz. Der zweite Platz ging mit 597 Likes an Kawagraf

Embalagens aus Brasilien. Die Druckerei verlieh ihrer Speedmaster XL 105 Flügel. Der Film begleitet den ›Passagier‹ vom Check-in bis zur Landung zu Hause mit einem Druckprodukt im Koffer. Ein Montblanc-Schreibgerät geht als dritter Preis an das Druckstudio Düsseldorf. Im Video tritt ihre Speedmaster XL 105 gegen einen Boxer im Ring an. Die Videos können online eingesehen werden.

› www.speedmasterunbeatable.com

WEGWEISER Die OE-A (Organic and Printed Electronics Association), eine Arbeitsgemeinschaft im VDMA, bietet auf einer neuen Online-Plattform Orientierung in der Branche der organischen und gedruckten Elektronik. Die Plattform dient als Wegweiser für alle, die nach Produkten, Dienstleistungen oder Partnern in dieser Branche suchen. Das ›Products and Services Directory‹ stellt dabei die gesamte Wertschöpfungskette der wachsenden Industrie und die Produkte und Kompetenzen der OE-A-Mitglieder dar. Dazu gehören Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Teile- und Materialhersteller. › www.oe-a.org

ETIKETT ALS TIMER Masterstudenten des Studiengangs Printmedien, Technologie und Management der Hochschule München holten beim hochdotierten OE-A-Wettbewerb bereits zum dritten Mal einen der begehrten Preise. Im Rahmen der Lehrveranstaltung Printmedienprojekt-Management erarbeitete das Team das Projekt Flux Times. FluxTime ist ein Etikett, das als eine Art Timer fungiert und über ein Display Zeiten anzeigt. Induktives Laden gibt dem Etikett eine hohe Anpassungsfähigkeit. Das kleine, aufklebbare und wasserdichte Etikett ist beispielsweise für Verleihshops interessant und hilft dem Kunden, verbliebene Leih-Zeiten im Blick zu behalten. › www.print-projects.com

SONNENLICHTÄHNLICHES FARBSPEKTRUM Kyocera hat neue LEDs entwickelt, die ein Farbspektrum bieten, das dem natürlichen Sonnenlicht nach Angaben des Herstellers sehr nahe kommen und damit ideal für Farbinspektionsanwendungen sei. Die neuen Produkte sollen einen geringen Energieverbrauch bei extremer Langlebigkeit (100.000 Betriebsstunden) und den Einsatz in einer Vielzahl von Beleuchtungskörpern bieten. Die Kompakt LEDs zeichnen sich laut Kyocera durch ein breiteres und gleichmäßiger verteiltes Lichtspektrum als herkömmliche LEDs aus. Die neuen LEDs verfügen über ein keramisches Gehäuse mit einer im Vergleich zu herkömmlichen Materialien höheren Reflektivität. Dies sorgt für noch höhere Lichtausbeute. › www.kyocera.de



**bonitasprint
INVESTITION IN T960P
VON MBO**

Die Offsetdruckerei bonitasprint aus Würzburg hat sich kürzlich für die Investition in eine Taschenfalzmaschine T960P von MBO entschieden. Diese wird am Standort Dreieich bei Frankfurt Ende August in Betrieb gehen.

bonitasprint ist ein vollstufiger Betrieb, der seinen Kunden von der Druckvorstufe über den Druck und die Weiterverarbeitung bis hin zur Logistik alle Services aus einer Hand anbietet. Zum Produktportfolio gehören Akzidenzen wie zum Beispiel Geschäftskarten ebenso wie liebevoll veredelte Bücher und Broschüren.

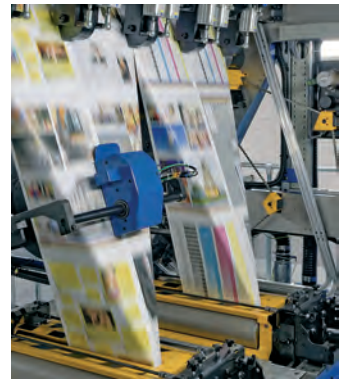
Bisher bestand der Maschinenpark im Falzbereich bei bonitasprint vorwiegend im Format 70 x 100 cm. Am Standort Dreieich druckt bonitasprint im 6er-Format und musste bisher die Druckbogen vor der Weiterverarbeitung stets schneiden. Durch die Neuinvestition in die T960P von MBO mit einer maximalen Einlaufbreite von 96 cm, können die Druckbogen in Zukunft direkt gefalzt werden.

Neben einem Palettenanleger zur direkten Beschickung, ist die Maschine zusätzlich mit einer Teilerweiche ausgestattet. Mit dieser wird der Bogenstrom aus dem ersten Falzwerk auf zwei Lineale im zweiten Falzwerk aufgeteilt. Somit lässt sich für viele Produkte eine Leistungssteigerung von bis zu 40% erreichen. Außerdem beinhaltet der Teilerweichtisch auch die Möglichkeit der Doppelstromproduktion. Darüber hinaus ist die T960P für bonitasprint mit weiteren MBO-Features ausgestattet, wie zum Beispiel mit der Steuerung Navigator-Control, die die Einstellung von optimalen Bogenabständen und Geschwindigkeiten in allen Falzwerken automatisch berechnet und einstellt, mit automatischer Falzwalzeneinstellung und Messerwellenkassette, wodurch die Rüstzeiten deutlich verkürzt werden.

› www.mbo-folder.com

**Color Quality Club
29 KBA-ANWENDER UNTER
DEN BESTEN**

Medienunternehmen aus aller Welt mit insgesamt 165 Titeln haben sich auch in diesem Jahr dem Qualitätsdruckwettbewerb des Weltverbandes der Zeitungen und Nachrichtenmedien WAN-Ifra gestellt. Seit 20 Jahren wird dieser Wettbewerb im zweijährigen Turnus ausgerichtet. Er soll den hochwertigen Farbdruck in der Zeitung anhand weltweit anerkannter Standards fördern, um den Lesern ein attraktives Printmedium und den Anzeigenkunden einen



29 KBA-Anwender zählen zu den stolzen Mitgliedern des International Newspaper Color Quality Club 2014-2016.

erstklassigen Werbeträger bieten zu können. 77 Verlage und Druckereien aus 26 Ländern haben den Einzug in den exklusiven International Newspaper Color Quality Club 2014-2016 geschafft. Die offizielle Auszeichnung findet während der World Publishing Expo vom 13. bis 15. Oktober 2014 in Amsterdam statt.

Zu den Siegern zählen 29 Zeitungsdruckereien, die auf Rotationsmaschinen von KBA drucken. Dies entspricht fast 40% aller Auszeichnungen. Neben vielen renommierten Zeitungshäusern mit konventionellen Nassoffsetmaschinen gehören auch wieder sieben Anwender der wasserlos druckenden Kompaktrotation KBA Cortina zu den Weltbesten. KBA gratuliert seinen Kunden und allen Gewinnern zu ihrem beachtlichen Erfolg.

› www.kba.com

Kodak**FRONTEND-LÖSUNGEN
UND LANGFORMATANLEGER**

Mit der Einführung des Nexpress VII Front Ends mit der Systemsoftware 15.1 bietet Kodak eine auf offenen Standards basierende skalier- und konfigurierbare Software-Architektur für den Digitaldruck. Das Front End ermöglicht es, die Verarbeitungsleistung bei wachsenden Datenmengen und höheren Anforderungen an die Bildqualität auszubauen. Das neue Front End bietet drei neue Druckmodi. Zwei sind auf hochvolumige Anwendungen wie Direktmailings und Transaktionsdokumente ausgerichtet, während der dritte Druckmodus auf den Fotomarkt abzielt.

Diese Ankündigung erfolgt zeitgleich mit der Einführung des neuen Langformatanlegers für die digitalen Kodak Nexpress Produktionsfarbdruckmaschinen, mit dem Druckereien längere Druckbogen für eine breite Palette von Print-Produkten einfacher verarbeiten können. Diese Technologien erweitern die Bandbreite der Anwendungen und innovativen Druck-Lösungen, die sich auf der Kodak Nexpress Plattform produzieren lassen und mit denen Druckdienstleister aus der Masse der Anbieter hervorstechen können.

➤ www.kodak.com

Heidelberg Info Days**Schön- und Widerdruck mit LE UV
bei langen Wendemaschinen**

Die Heidelberg Info Days im Print Media Center Heidelberg informierten kürzlich über die LE-UV-Trocknertechnologie. 235 Kunden aus 19 Ländern erhielten einen Überblick über die Effizienz und Produktivität der langen Wendemaschinen sowie der Weiterverarbeitungsmaschinen. Nach Angaben von Heidelberg hat das Unternehmen weltweit eine installierte Basis von über 2.000 langen Wendemaschinen.

An einer Speedmaster XL 75-Achtfarben zeigte Heidelberg die Möglichkeiten der aktuellen Wendetechnologie und die Flexibilität dieser Maschine mit Lackwerk. Die Speedmaster XL 106-Zehnfarben produzierte mit 18.000 Bg/h im Wendebetrieb. Highlight der Veranstaltung war die Speedmaster SX 102-8-P+L mit LE UV: Die Maschine produzierte im Schön- und Widerdruck und legte die auf einer Seite veredelten Bogen trocken aus.

Alle Druckmaschinenmodelle – von der Speedmaster SX 52 bis hin zur Speedmaster XL 162 – lassen sich mit LE UV ausstatten. Seit Kurzem steht auch eine Speedmaster SX 74-4-H mit LE UV als Einstiegslösung für den Akzidenzdruck im Werk Wiesloch-Walldorf für den Demobetrieb bereit.

Heidelberg präsentierte auch sein UV-LED-System, das zur drupa 2012 auf einer Speedmaster SX 52 vorgestellt und momentan auf die Speedmaster SX/CX 102 übertragen wird.

In Japan werden die DryStar-UV-LED-Systeme bereits ausgeliefert. Europa soll in den nächsten Monaten folgen. Vorteil von UV LED ist der geringe Energieverbrauch und die steuerbare An- und Abschaltung auf Formatbreite und Bogenlänge. Ein weiteres Thema war die Anicolor-Technologie, die sich für schnelles Rüsten mit wenig Makulatur und hoher Produktivität bewährt



Aufmerksam verfolgten die Besucher bei den Heidelberg Info Days den Vorführungen mit den langen Wendemaschinen im Schön- und Widerdruck und zum Thema LE UV Trocknertechnologie.

hat. Speedmaster XL 75 Anicolor Maschinen werden ab dem zweiten Halbjahr 2014 mit Wendung verfügbar sein und die Kombination mit UV und LE UV ist für das erste Halbjahr 2015 geplant.

Vertiefende Anregungen erhielten die Besucher auch zu Themen wie Remote Monitoring und Saphira. Mit der neuen Rasterwalze ›Saphira Anilox Roller GTT‹ werden kürzere Stillstandzeiten und höhere Druckqualität ermöglicht.

➤ www.heidelberg.com

Metsä Board Zanders**DAS NEUE CHROMOLUX
DIGITAL**

Mit Chromolux digital entspricht Metsä Board Zanders nach eigener Aussage dem Bedarf an hochglänzenden und extra glatten Kartons für den Digitaldruck. Das für HP Indigo und Trockentoneranwendungen konzipierte Chromolux digital kombiniert den hohen Glanz und die luxuriöse Haptik von Chromolux mit der Flexibilität des Digitaldrucks. Die Glätte des Premiumkartons garantiert hohen Glanz, gute Tonerhaftung, Farbbrillanz und optimale Kaschierergebnisse. Das hohe Volumen ermöglicht zudem exzellente Präge- und Stanz-Ergebnisse. Chromolux digital ist in verschiedenen Farben und Flächen gewichten erhältlich und eignet sich für Anwendungsbereiche wie limitierte Verpackungen, Broschüren, Magazincover und Präsentationsmappen sowie Visiten- und



Grußkarten etc.

Begleitend zur Markteinführung hat Metsä Board Zanders die Liberty Box entwickelt, die Postkarten mit Zitaten berühmter Persönlichkeiten sowie unbedruckte Muster enthält und kostenlos angefordert werden kann.

➤ www.chromolux.de

KURZ & BÜNDIG

Das erste FormerLine-System von **manroland web systems** für die digitale Buchproduktion ist bei der **Hucais Group** in China in Produktion gegangen. Linien 2 und 3 werden an weiteren Standorten derzeit installiert, weitere Anlagen dieses Auftrages folgen in den nächsten zwei Jahren. • **SAi** (SA International), Anbieter von Lösungen für den Großformat-Digitaldruck, erhielt von HP kürzlich die Software-Zertifizierung für die Drucker HP Designjet Z6600 und Z6800. • Zum Jahreswechsel 2014/2015 wird **Edelmann** in Ungarn ein neues Produktionszentrum beziehen. Die international operierende Verpackungsgruppe aus Heidenheim ist seit Ende 2010 nach Übernahme des zweitgrößten ungarischen Verpackungsherstellers **Zalai Nyomda** mit einem Standort in Ungarn vertreten.

Edel kommt an

Unter dem Motto ›Commercial Printing. Competence. Network. 2014‹ informierte KBA im Bogenoffsetwerk Radebeul am 26. und 27. Juni rund 250 Druckfachleute aus 22 Ländern über aktuelle Themen rund um den Akzidenzdruck.

Von JULIUS NICOLAY

Einen Mix aus Theorie und Praxis hatte KBA inszeniert, wobei der erste Tag der Theorie vorbehalten war. Am Folgetag konnten die Teilnehmer zwischen Druckdemonstrationen im Schön- und Widerdruck, On-Demand-Printing, Massenproduktion und Veredelung wählen.



Den inspirierenden Keynote-Vortrag zu Beginn der Veranstaltung hielt **Martin Wenk**, Mitglied der Geschäftsleitung der Kommunikationsagentur Jung von Matt aus Stuttgart. In unterhaltsamer Art zeigte er, wie Print- und Markenkommunikation in der heutigen Medienwelt überraschen und überzeugen müssen, um zu wirken: »Gute Werbung funktioniert genauso, wie die erfolgreichste Idee aller Zeiten – das trojanische Pferd: Es kommt hübsch verpackt als Geschenk daher, ist aber kompromiss-

los auf Eroberung ausgelegt.« Martin Wenk gab Einblicke in eine Konsumgesellschaft voller Emotionen und zeigte anhand konkreter Beispiele, worauf es in der Werbung ankommt.

Flexibel in der Ausstattung

Anja Hagedorn aus dem KBA-Produktmarketing erläuterte das Thema Flexibilität im Druck anhand der unterschiedlichen Ausstattungspaketen der Rapida-Bogenmaschinen. Neben Standardmaterialien (meist 0,06 mm bis 0,6 mm) können dünne Bedruckstoffe (ab 0,04 mm) bis hin zu starkem Karton, Bierfilz oder Mikrowelle (1,2 bis 1,6 mm) verarbeitet werden. Bei KBA MetalPrint kommen Rapida-Aggregate sogar im Blechdruck zum Einsatz. Flexibel auszustatten sind die Rapidas auch bei der Inline-Veredelung. So bieten die RSP-Lösungen von

CITO Möglichkeiten zum Rillen, Stanzen und Perforieren. Sie können in den Druckwerken und im Lackturm eingesetzt werden. Hagedorn stellte mögliche Anwendungen vor und verglich sie anhand praxisrelevanter Kriterien wie Stanzplattenkosten, Bedienkomfort, Passgenauigkeit und Auflagenbeständigkeit. Sensorische Effekte machen eine Drucksache zudem unverwechselbar und regen zum Hinsehen, Anfassen oder zum Riechen an. Hochwertig veredelte Printmedien inspirieren die Konsumenten besonders zum gewünschten Dialog. Für viele Veredelungsmöglichkeiten wie Drip-Off-, Haptik- oder Dufteffekte reicht ein Lackturm oder ein freies Druckwerk in Verbindung mit einem Lackturm. Bei der Inline-Veredelung habe KBA viel Erfahrung und mit den Rapidas häufig genug neue Trends gesetzt, sagte Anja Hagedorn. Ein Beispiel sei das Hybridverfahren

mit der gleichzeitigen Anwendung von Öldruck- und UV-härtenden Lacken für hochwertig veredelte Druckprodukte kurz nach der Jahrtausendwende.

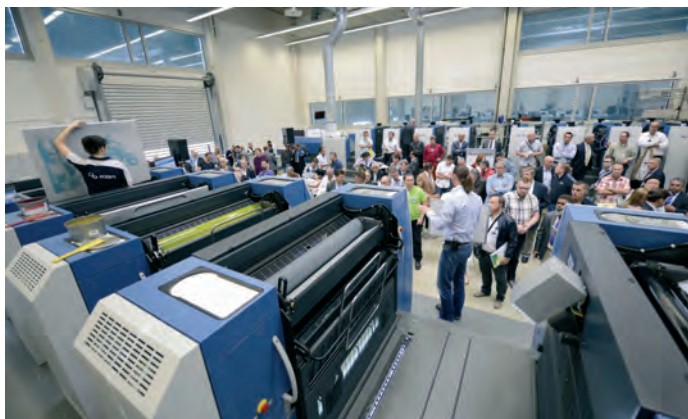
Optimierte Investitionskosten

Jens Baumann aus dem KBA-Produktmarketing beschäftigte sich in seiner Präsentation mit der Leistungsfähigkeit im Akzidenzdruck. Denn dort tragen nach seinen Ausführungen nicht nur die Geschwindigkeit, sondern auch die Perfektion bei der Bogenwendung, schnelle Jobwechsel und die schnelle Weiterverarbeitung durch eine wirksame Trocknung bei – dies alles zu geringstmöglichen Kosten. Dafür seien die Rapida-Akzidenzmaschinen konzipiert: von der schnellen Wendung mit Leistungen bis 18.000 Bogen/h über die AirTronic-Auslage und den simultanen Plattenwechsel (DriveTronic SPC) bis hin zu neuen Trocknungsverfahren wie HR-UV und LED-UV.

Letztere bieten interessante Ansätze zur Optimierung der Investitionskosten bei kurzen Lieferzeiten: Bei konventionellen Vier- oder Achtfarbenmaschinen sind die Investitionen am geringsten. Die Druckprodukte können aber nicht sofort weiterverarbeitet werden. Investiert man in Vierfarben- beziehungsweise Achtfarbenmaschinen mit Lackturm und Trocknung vor Wendung und Auslage, steigen zwar die Anschaffungskosten, die Weiterverarbeitung ist



Mehr als 250 Fachbesucher aus 22 Ländern hieß Ralf Sammeck, KBA-Vorstand für das Produkthaus Bogen, bei ›Commercial Printing. Competence. Network.‹ im Radebeuler Trainingszentrum willkommen.



Jens Baumann moderierte die hohe Performance einer Zehnfarben-Rapida 106 mit Wendung und simultanem Plattenwechsel.



Fast Work & Turn – dazu das Inline-Perforieren präsentierte Produktmanagerin Anja Hagedorn an einer Rapida 75 mit LED-UV-Trocknung.

aber sofort möglich. Mit HR-UV-Trocknern vor der Wendung beziehungsweise in der Auslage erhöhen sich die Ausgaben gegenüber konventionellen Maschinen nur moderat, denn es sind keine Lack- und Trockentürme erforderlich. Die Druckprodukte lassen sich trotzdem sofort weiterverarbeiten.

LED-UV auch im Großformat

Ein aussichtsreiches Verfahren für die Zukunft sieht KBA in der LED-UV-Technik. Die entsprechenden LED-UV-Trockner senken den Energieverbrauch deutlich und haben zudem eine hohe Lebensdauer, einen geringen Wartungsaufwand und weitere Vorteile. Auf Basis der Auftragsstruktur und einer begleitenden Kostenrechnung sollten Druckereien für sich selbst nach der optimalen Lösung suchen.

KBA gab dazu vor Ort Hilfestellung bei den Druckdemonstrationen. Es standen typische Akzidenzanwendungen mit besonderem Augenmerk auf Wirtschaftlichkeit, Effizienz, Veredelung und innovativen Applikationen im Mittelpunkt. Mit einer Zehnfarben-Rapida 106 wurden zuerst eine Signatur eines Kochbuches und dann eine Sammelform im schnellen Wechsel produziert. Darauf folgten vierfarbige Poster, die im Wechsel über die ersten vier beziehungsweise die letzten vier Druckwerke produziert wurden. Bei laufender Produktion wurden die anderen Werke via Flying JobChange für den Folge-

job gerüstet und dann »fliegend« gewechselt. An einer Achtfarben-Rapida 105 ging es um innovative UV-Trocknungsverfahren. Im direkten Vergleich wurde ein Motiv mit HR-UV- und LED-UV produziert und getrocknet. Die Inline-Messung mit Graubalance-Regelung nach System Brunner war ein weiteres Highlight an dieser Maschine.

Die Druckdemos im Großformat widmeten sich der Massenproduktion. Auf einer Sechsfarben-Rapida 145 mit Lackturm und Auslageverlängerung liefen typische Buchbeziehungsweise Kalenderformen auf seidenmattem Bilderdruckpapier. Die Trocknung der Farben erfolgte (erstmalig im Großformat) mit einem LED-UV-Zwischentrockner. Im Folgenden wurden die Bogen mit mattem Dispersionslack veredelt – nach einem Lacksortenwechsel mit glänzendem UV-Lack. Im gleichen Drucksaal gegenüber produzierte eine

Fünffarben-Rapida 145 mit Lackausstattung eine Broschüre in unterschiedlichen Sprachfassungen. Ebenfalls mit Flying JobChange wurden die Schwarzplatten zwischen dem ersten und zweiten Werk während der Produktion gewechselt und die Sprachmutationen ohne Maschinenstopp nach dem Ein- und Ausgliedern der entsprechenden Farbwerke produziert. Dabei demonstrierten beide Maschinen ihre Fortdruckleistung von 17.000 Bogen/h.

Hochwertig veredelt

Auch für die Rapida 75 im Halbformat sind LED-UV-Trockner verfügbar. An einer Fünffarbenmaschine präsentierte KBA die schnelle Produktion und Verarbeitung am Beispiel einer Postkartenform. Auf den Druck der Rückseite mit LED-Trocknung nach dem fünften Druckwerk erfolgte sofort der Druck der Vorder-

seiten – inklusive Inline-Perforation, um die einzelnen Karten bequem aus dem Bogen trennen zu können. An einer mit einem KBA VariDry HR-UV-Trockner und einer Kaltfolieneinrichtung ausgestatteten Sechsfarben-Rapida 106 wurden hochwertige Umschläge eines Image-Magazins gedruckt und mit Kaltfolie sowie UV-Hochglanzlack veredelt. Eine weitere Rapida 106 lief mit maximaler Leistung von 20.000 Bogen/h. Neben überzeugenden Veredelungen, höchsten Druckgeschwindigkeiten und flexibler Trocknertechnologie durfte ein Thema nicht fehlen: Sascha Fischer, Leiter KBA Complete Services und Key Account Manager Europa, informierte über die Effektivitätssteigerung durch Vernetzung, über Produktionsplanung und -kontrolle sowie Prozessoptimierung. Unter dem Namen »Complete Services« werden integrierte Lösungen und laut KBA »Best in Class«-Automatisierungstechnologien sowie Beratungsleistungen angeboten. Dabei wird bei Bedarf mit Technologiepartnern wie Kodak, Optimus, Printplus, Logica, MBO, ClimatePartner, IPM, Perfecta, Montex, Müller Martini und anderen eng zusammengearbeitet.

Und zur Abrundung der Veranstaltung gab es einen gemeinsamen Abend in einer Dresdner Szenegaststätte mit der Möglichkeit, das WM-Spiel Deutschland gegen die USA zu verfolgen.



Bei optimalem Sommerwetter und Snacks führten die anwesenden Akzidenzdrucker angeregte Pausengespräche im Freien.

➤ www.kba.com

Besser, schneller, produktiver

Stark Druck druckt ab Dezember 2014 auf einer 80-Seiten-Lithoman

Stark Druck in Pforzheim ist als leistungsstarkes Unternehmen im Heatset-Offset weit über Deutschland hinaus bekannt. Mit der Installation einer neuen Lithoman mit 80 Seiten im stehenden Format (Bahnbreite 2.250 mm) steht jetzt eine weitere Steigerung der Kapazität an. Ausgestattet mit den neuesten Automatisierungslösungen soll die Maschine im Dezember 2014 in Be-

lung, QuickStart, QuickStop nach Erreichen der Sollauflage und Produkt entladen. Daneben wird die Lithoman mit zahlreichen Inline-Control-Systemen ausgestattet. Die Regelsysteme wie InlineFanout- und InlineCutoff-Control dynamic, Farbregister- und Farbdichteregelung garantieren hohe Druckqualität und reduzieren die Makulatur. WasteGate Control sorgt für eine

die Pakete auf eine einzige Linie überführt, sodass nur eine Restpalette anfällt.

Zur Palettierung der Pakete und/oder Stangen werden ein Palettier-Roboter PR 460 und PR 480 eingesetzt, wobei der Wechsel vom Paket- zum Stangengreifer vollautomatisch erfolgt. Die Implementierung der Gämmerler Logistik-Software LS 300 (Format-Voreinstel-



Die 80-Seiten-Lithoman mit autoprnt-Ausstattung für Stark Druck bietet hohe Produktivität und Wirtschaftlichkeit. Die Weiterverarbeitung hinter der Maschine kommt von Gämmerler.

trieb gehen. Mit der Lithoman autoprnt produzieren dann insgesamt neun Illustrationsdruckmaschinen im Druckzentrum in Pforzheim. Eine Zylinderumdrehung aller Anlagen gleichzeitig ist mit einem Ausstoß von 576 A4-Seiten gleich zu setzen.

In dem hart umkämpften Markt sind Zuverlässigkeit, Leistungsstärke und Druckqualität Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg. Für die Kapazitätserweiterung vertraute man deshalb auf die Performance der Maschinen und den Service von manroland web systems. Die neue Rotation ist die mittlerweile siebte Installation von manroland web systems bei Stark Druck.

Zu den Highlights der 80-Seiten-Anlage mit vier Druckeinheiten gehört die autoprnt-Ausstattung. Die Maschine ist mit dem vollautomatischen Plattenwechsel APL als Teil eines kompletten AutoJobChange-Systems bestückt. Die Funktion umfasst eine Ablaufsteuerung mit Teilfunktionen wie Produkt laden, Farb- und Komponentenvoreinstel-

exemplargenaue Ausschleusung der Makulaturexemplare nach Rollenwechseln und bei Waschvorgängen. Die 80-Seiten-Lithoman ist mit einem PFI-5 Falzwerk ausgestattet, das vollautomatisch umstellbar ist, mit einer 2. Querfalzeinrichtung zur Herstellung von Doppel-Parallelfalzen und zwei 3. Falzen mit jeweils separater Auslage. Der 2. Querfalz wird, wenn er nicht im Einsatz ist, abgestellt und läuft nicht mit dem Falzwerk mit. Das spart Energie und reduziert Verschleiß.

Gämmerler Weiterverarbeitung

Die Investition in die neue Druckmaschine im Hause Stark Druck wird durch eine Gämmerler Weiterverarbeitung komplettiert.

Die Falzauslagen der Lithoman sind mit Schneidelinien, Kreuzlegern mit Verblockung, Paketlinien und einem vollautomatischen, horizontalen Stangenbildner SH 700 verbunden. Durch einen Bypass in den Paketlinien werden bei einer A-A-Produktion kurz vor Ende des Auftrages

ermöglicht die vollautomatisierte Funktion der Anlage.

Umfassende Aufträge, jedoch auch kleine Teilmengen werden mit Hilfe des Logistiksystems LS 400 zuverlässig palettiert, wobei eine Berücksichtigung der vorgegebenen Auftragsfolge dank der durchgängigen Automatisierung erreicht wird.

»Wir freuen uns, die Zusammenarbeit mit Stark Druck weiter aus-



zubauen«, sagt **Jörg Westphal**, Ge-

schäftsführer der Gämmerler GmbH.

»Damit wird die partnerschaftliche

Zusammenarbeit vertieft und erlaubt Gämmerler unter Beweis zu stellen, dass sein technisches Know-how und hohe Flexibilität den Anforderungen der Kunden nach Effizienz, Zuverlässigkeit und Wirtschaftlichkeit Rechnung tragen.«

› www.manroland-web.com

› www.gaemmerler.com

Kodak Flexcel NX System JETZT AUCH FÜR WELLPAPPE LIEFERBAR

Kodak bringt Erweiterungen für das Kodak Flexcel NX System auf den Markt, mit denen Anwender im Wellpappendirektdruck (Postprint) und Preprint nach Angaben des Herstellers eine Qualitätsverbesserung bei gleichzeitiger Steigerung der Druckstabilität sowie der Produktionseffizienz im Drucksaal erzielen können. Das neue Flexcel NX Wide 5080 System und eine Reihe neuer Flexcel NX Platten machten die ausgezeichneten Druckeigenschaften nun auch dem Wellpappbereich zugänglich.

Das bereits erfolgreich für die Herstellung von Flexodruckplatten für die Produktion von Etiketten, flexiblen Verpackungen, Faltschachteln, Schrumpf-Sleeves und Beuteln beziehungsweise Tragetaschen eingesetzte Flexcel NX System versetzt



Druckvorstufendienstleister und Flexodruckereien laut Kodak in die Lage, sich mit der Herstellung visuell wirkungsvoller Verpackungen einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen und Produktionskosten zu senken. Aufgrund fortgesetzter Innovation und Investitionen in Technologien wie die Kodak Squarespot Bebilderungstechnologie und die Kodak Digicap NX Oberflächenstrukturierung können feinere Raster, eine effizientere Druckfarbenübertragung, größere Tonwertumfänge und eine bessere Druckqualität auf Materialien geringerer Qualität erreicht werden.

› www.kodak.com

Neues auf Basis bewährter Maschinen

Die Weiterverarbeitung entscheidet über die Qualität des Endprodukts. Oder anders: Ohne Weiterverarbeitung hätte man meist kein verkaufbares Produkt. Kreative und ideenreiche Buchbindereien können mit Spezialanwendungen zudem neue Geschäftsmodelle entwickeln. Dazu gab Heidelberg bei den ›Postpress Special Folding Days‹ ein wenig Hilfestellung.

Über 200 Kunden aus aller Welt hatten die Einladung der Heidelberger Druckmaschinen AG angenommen und im Juni 2014 die ›Postpress Special Folding Days‹ am Standort Ludwigsburg besucht, wo sie unterschiedliche Sonderlösungen auf Basis der Stahlfolder Falzmaschinen unter die Lupe nehmen konnten. Im Mittelpunkt standen verschiedene Falzmaschinenvarianten und -optionen für Kleinfaltungen wie etwa für pharmazeutische Beipackzettel sowie neue Möglichkeiten in der Direct-Mail-Produktion.

»Bei solchen Veranstaltungen treffen die Kreativität unserer Kunden auf das große Anwendungswissen unserer Produkexperten – eine hervorragende Basis für neue und innovative Anwendungen oder Produkt-



ideen«, erklärte **Dr. Frank Schaum**, seit Februar dieses Jahres Leiter der Sparte Postpress Commercial bei Heidelberg.

»Daher zeigen wir ausgewählte Sondermaschinen und unsere Hochleistungsfalzanlage Stahlfolder TX, mit denen wir Anregungen geben möchten, wie sich unsere Kunden zu profitablen Spezialanbietern entwickeln können.«

In den Industrienationen gehe der Trend zu immer produktiveren Lösungen, stellte Dr. Schaum weiter fest. Infolge der anhaltenden Konsolidierung würden sich die Kapazitäten zu höherer Produktivität und größeren Druckformaten verschie-



Für die industrielle Hochleistungsproduktion bietet die Stahlfolder TX 82 Falzanlage höchste Produktivität. Es sind Leistungssteigerungen von bis zu 50 Prozent gegenüber konventionellen Produktionsarten möglich.

ben. In den Schwellenländern dominierten dagegen überwiegend wirtschaftliche Faktoren wie niedrige Lohnkosten die Investitionsentscheidungen. Aus diesem Grund stellte Heidelberg neben den Sondermaschinen auch das neu ausgerichtete Falzmaschinenportfolio vor, das den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen gerecht wird.

Neue Stahlfolder BH/CH

Für die industrielle Hochleistungsproduktion zeigen die Stahlfolder TX 82 Falzanlage und die vielseitige Stahlfolder KH 82 Kombifalzmaschine mit dem PFX-Schuppenanleger (Pallet Feeder eXtended), dass hohe Produktionsleistung und flexible Anwendungen bei schnellem Rüsten heute die Schlüsselfaktoren für eine wirtschaftliche Weiterverarbeitung sind. Mit diesen Spezialanlagen sind Leistungssteigerungen von bis zu 50% gegenüber konventionellen Produktionsarten möglich.

Für die wirtschaftliche Standardproduktion hat Heidelberg Anfang dieses Jahres eine komplett neue Falzmaschinenreihe vorgestellt: die Stahlfolder BH/CH Maschinen in den Formatbereichen 50 cm x 70 cm und 70 cm x 100 cm. Dabei handelt es sich nach Herstellerangaben um technisch solide Taschenfalzmaschinen (BH-Modelle) und Kombifalzmaschinen (CH-Modelle) in den Arbeitsbreiten 56, 66, 78 beziehungsweise 82 cm. Mit diesen vielseitigen Falzmaschinen könnten Druckereien sowohl kostengünstig in die eigene Weiterverarbeitung einsteigen als auch günstige Kapazitätserweiterungen schaffen – durch die durchgehende MCT-Steuerung (Modular Control Technologie) bleiben sie kompatibel zu allen Stahlfolder Falzmaschinen, Aggregaten und Zubehör.

Um den unterschiedlichsten Anforderungen und Investitionsmöglichkeiten der Kunden gerecht zu werden, sind diese Maschinen sowohl

als manuelle Basisvarianten, aber auch mit einer neuen, einfach zu bedienenden Automatisierung erhältlich. Die Stahlfolder BH-Maschinen sind mit bis zu vier Falzstationen erhältlich, für die CH-Modelle sind die Kreuzbruchvarianten KL, KTL und zusätzlich in der 78er-Arbeitsbreite die Kreuzbruchvarianten KLL und KTLK erhältlich. Die Maschinen können wahlweise mit Flachstapel-, Rundstapel- oder Palettenanleger ausgestattet werden.

Industrielles Falzen

»Auf den Special Folding Days zeigen wir die neuen Modelle Stahlfolder BH 56 als automatisierte Maschine für schnelles Rüsten und die Stahlfolder CH 78 als kompakte, automatisierte Kreuzbruchmaschine. Die Möglichkeit, günstig in das industrielle Falzen – auch automatisiert – einsteigen zu können und dabei die bewährten Vorteile der Stahlfolder-Familie, nämlich präziser und hochqualitativer Maschinenbau mit voller Kompatibilität zur gesamten Stahlfolder-Welt zu nutzen, trifft genau den Bedarf unserer Kunden«, erklärt Dr. Schaum.

nico

› www.heidelberg.com

**bizhub Press C1100 und C1085
HIGHSPEED-FARBDRUCK
VON KONICA MINOLTA**

Highspeed-Druck im Premium-Segment für Druckdienstleister, Hausdruckereien und Graphic-Arts-Kunden bieten die neuen Farb-Produktionsdrucksysteme bizhub Press C1100 und C1085 von Konica Minolta. Mit Druckgeschwindigkeiten von 100 beziehungsweise 85 Seiten pro Minute sind der bizhub Press C1100 und der bizhub Press C1085 die schnellsten digitalen Farb-Produktionsdrucksysteme von Konica Minolta und eignen sich, unterschiedliche Druckjobs und Schnellschüsse effizient zu verarbeiten. Die Nenngeschwindigkeit bleibt beim Druck auf allen Papiertypen und Grammaturen von 55 bis 350 g/m² erhalten. Durch maximal drei zusätzliche Papierzuführungsmodule



besitzen die Systeme bis zu neun Papiermagazine mit einer Kapazität von bis zu 13.890 Bogen. Zudem wurden die Systeme mit einer Vielzahl an Finishing-Optionen ausgestattet wie Booklet-Produktion, Klebbindung, automatische Ringbindung und Großraumstapelablagen für bis zu 10.000 Bogen. So können Druckprodukte ohne manuellen Eingriff produziert werden.

»Mehr Leistung ist die Antwort von Konica Minolta auf die wachsenden Anforderungen im digitalen Druck. Das belegen die neuen Systeme, mit denen wir unsere marktführende Stellung weiter ausbauen wollen«, sagt Carsten Bamberg, Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta.

➤ www.konicaminolta.de

Marktreife für Digital Metal

Komplettpaket für Metalleffekte im Digitaldruck

Leonhard Kurz, Hersteller dekorativer und funktionaler Beschichtungen, hat sein Digital Metal genanntes System zur Applikation metallischer Schichten im Digitaldruck auf den Markt gebracht. Kurz bietet eine Komplettlösung, die aus der Transfermaschine DM-Liner, dazugehöriger webbasierter Software und speziell auf den Prozess abgestimmten Digital-Metal-Folien besteht. Der Prozess der Folienapplikation erfolgt dabei in drei Etappen: Zuerst wird das gewünschte Design mit Trocken- oder Flüssigtoner auf Papier gedruckt.



Danach wird die Digital-Metal-Folie im DM-Liner auf die vorgedruckte Fläche übertragen. Nach Ablösen des Trägerfilms verbleiben die metallisierten Schichten auf dem Toner. Anschließend erfolgt der digitale oder Offset-Farbdruck, wobei die Digital-Metal-Folie beliebig überdruckt werden kann, um unterschiedliche metallische Farbtöne zu erzielen. Der DM-Liner überträgt die Folie je nach

Bedruckstoff und Motiv in einer Geschwindigkeit von 5 m/Min. bis 30 m/Min. Die Digital-Metal-Folie ist in Gold, Silber und diffraktiven Designs mit Regenbogenfarbspiel oder holografischen Endlosstrukturen verfügbar. Dabei können Papiergrammaturen von 90 g/m² bis 350 g/m² eingesetzt und Formate von 210 x 297 mm bis 390 x 500 mm veredelt werden. Als Bedruckstoff sind gestrichene Bilderdruckpapiere und -kartons am besten geeignet. Nicht geeignet dagegen sind Substrate aus Kunststoff. Dabei eignet sich das Verfahren auch für kleinere Veredelungsaufträge ab Stückzahl 1.

Die internetbasierte Software gibt den Überblick über Verbrauch und Lagerbestand der Folie. Für die Verbrauchsmaterialien bietet Kurz ein »Pay-per-Stamp«-Modell an, wonach nur die tatsächlich verbrauchte Folie in Rechnung gestellt wird.



Metalldruck-Veredelung bieten sich für beispielsweise für Flyer, Broschüren, Grußkarten, Einladungen oder Visitenkarten an. Einer der Pionierkunden, mit denen Kurz bei der Entwicklung zusammengearbeitet hat, ist Cewe, der das Digital-Metal-System seit einiger Zeit am Standort Mönchengladbach nutzt und bereits mehrere Digital-Metal-Projekte erfolgreich umgesetzt hat. Eines war Heft 39 des CO-REACH-Magazins zur Messe für Crossmedia-Marketing. Abonnenten der Zeitschrift erhielten ein Exemplar mit persönlicher Ansprache: Ihr Name prangte in silbernen Lettern auf der Titelseite.

➤ www.digital-metal.de

**A3-Multifunktionssysteme
NEUE OKI MULTIFUNKTIONSSERIE ES94X5 MFP**

OKI hat sein Angebot an Farb-Multifunktionssystemen mit der Einführung der Systeme OKI ES9455 MFP, OKI ES9465 MFP und OKI ES9475 MFP erweitert. Die MFPs aus der Executive Series basieren auf der bewährten OKI LED-Technologie und eignen sich für Unternehmen, in denen viel gedruckt, kopiert und gescannt wird. Die Druckgeschwindigkeit der Systeme liegt bei 25 S/Min. (ES9455 MFP), 35 S/Min. (ES9465) und 50 S/Min. (ES9475). Sämtliche Modelle der A3-Serie verfügen über ein 9-Zoll-Farbdisplay mit Touchscreen und ermöglichen den einfachen Zugriff auf die Funktionen des Systems. Bei den Modellen OKI ES9465 MFP und OKI ES9475 MFP wurde im



Vergleich zu den Vorgängermodellen nochmals die Druckqualität verbessert, die Aufwärmzeit auf zwölf Sekunden verkürzt und der Scanvorgang um 28% beschleunigt. Die Geräte sind nun leichter, kleiner und benötigen weniger Energie. Das Modell ES9455 MFP lässt sich mit einem internen Finisher ausstatten oder um einen externen Broschüren-Finisher ergänzen. Jedes der Systeme wird mit optionalen Fächern angeboten und bietet die Auswahl zwischen Unterschrank, oder Großraumkassette sowie einer Reihe von Finishern.

➤ www.oki.de



**”Als ASW-Mitglied begegne
ich Unternehmerinnen und
Unternehmern auf
Augenhöhe.“**

Irene Denzler
Inhaberin BLU AG, Design + Kommunikation
ASW-Mitglied seit 2009

**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 Verschlussetikett 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 Verschlussetikett 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

**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 und hat nach Angaben der Druckerei-Inhaber zu einer 30-prozentigen Steigerung der Produktivität beigetragen.

› www.heidelberg.com

Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Pixartprinting investiert weiter

Vierte Komori bestellt und zwei HP Indigo 10000 schon installiert

Die italienische Online-Druckerei Pixartprinting investiert in größere Formate. Konkret geht es hierbei um eine neue Achtfarben Komori Lithrone GL 840 P im Format 70 cm x 100 cm und die bereits erfolgte Installation von zwei HP Indigo 10000 im Format B2.

Die im vergangenen Jahr bestellte neue Offsetmaschine wird gegen Mitte Oktober im Headquarter in Quarto D'Altino nahe Venedig installiert und ergänzt die drei anderen Systeme gleicher Konfiguration. »Der Aufwärtstrend für Produkte, die im Offsetdruck hergestellt werden, hat diese Investition unumgänglich gemacht, da unsere Produktionskapazität der bestehenden Installation, die seit Januar auf vol-



len Touren laufen, bereits erschöpft ist«, sagt **Alessandro Tenderini**, Geschäftsführer von Pixartprinting. Die

Investition folgt der Philosophie von Pixartprinting, die Produktionsabteilungen stets mit Systemen der neuesten Generation zu bestücken, die nie älter als drei Jahre sind. Dabei investiert der Web-to-Print-Spezialist jährlich rund 20% seines Umsatzes in technologische Innovationen, die jeden Aspekt des Unternehmens betreffen: angefangen von der IT-Plattform zur Unterstützung der Marketingstrategie über ausgefeilte technologische Druck- und Finishing-Systeme bis

zur F&E-Abteilung. Auch wenn der Offsetdruck nunmehr eine Stärke von Pixartprinting ist, ist der Digitaldruck nach wie vor das wichtigste Standbein. Im Unternehmen



bestehen die beiden Technologie seit jeher nebeneinander und ergänzen sich gegenseitig. Im Juni wurden zwei neue HP Indigo 10000 installiert, die zurzeit noch ihre Testphase bei Pixartprinting durchlaufen. Als digitale Maschine im B2-Format (750 x 530 mm und damit fast das Doppelte des Modells 7600), ist die HP 10000 nach Ansicht von Alessandro Tenderini geradezu ideal für kleine Auflagen,

die bisher im Offsetverfahren hergestellt wurden und bei denen maximale Qualität und hohe Produktivität gefragt sind. »Wenn die neuen Systeme zufriedenstellende

Leistungen erbringen, die unseren Qualitäts-Standards entsprechen, haben wir bereits geplant, zwei weitere HP 10000 im August zu installieren, um den Platz der zur Zeit in unserem Maschinenpark eingesetzten Indigo 7600 zu übernehmen«, sagt Tenderini.

➤ www.pixartprinting.de

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



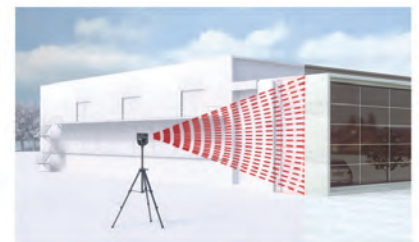
Grafische Systeme

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.

Roland DG VersaExpress RF-640 KOMBINATION AUS QUALITÄT UND GESCHWINDIGKEIT

Roland DG bringt den 162,5 cm breiten VersaExpress RF-640 auf den Markt – einen Produktionsdrucker, der herausragende Qualität zu einem konkurrenzfähigen Preis bietet.

Der RF-640 nutzt die moderne Druckkontrolltechnologie von Roland DG, mit der intensive Farben und eine hohe Farbkonsistenz erzielt werden. Das Gerät wird mit einem stabilen Aufrollsystem geliefert, das Druckgeschwindigkeiten



von bis zu 48,5 m²/h unterstützt. Der RF-640 ist ferner mit dem neuen Roland Ink-Switching-System ausgestattet, mit dem ununterbrochen unbemannt gedruckt werden kann. Durch dieses System können Benutzer eine Reservekartusche laden, auf die automatisch zurückgegriffen wird, sobald die erste Tintenkartusche leer ist. Weitere fortschrittliche Merkmale sind der hochwertige Druckkopf, die Greenguard-Gold-zertifizierte Eco-Sol Max2-Tinte mit niedriger VOC-Emission und neue optimierte Profile. Dies alles sorgt für lebendige und intensive Farben und in einigen Fällen sogar für 20% weniger Tintenverbrauch als bei den Vorgängermodellen des RF-640.

Die Einheit mit der Tintenkartusche befindet sich vorne am Drucker, wodurch die Kartuschen einfach zu erreichen sind. Andere wichtige Merkmale sind die Medienklemmen an der Vorder- und Rückseite und spezielle Medienstützen, die das Einsetzen und Entfernen schwerer Rollen erleichtern.

➤ www.rolanddg.eu

diedruckerei.de NEUER DURST RHO 312R ROLLE- ZU-ROLLE DRUCKER

diedruckerei.de geht mit einem neuen Hochgeschwindigkeits-UV-Rolldrucker für den Druck von Mesh- und PVC-Planen in Premium-Digitaldruckqualität an den Start.

»Der neue Printer ermöglicht individuelle Großformatdrucke für Planen und Mesh bei exzellenter Bildqualität, wie sie im Bereich der Außenwerbung selten am Markt angeboten wird«, freut sich Julia Voigt, Marketingleiterin der Onlineprinters GmbH.



Schneller Digitaldruck für Planen: Der neue Durst Rho 312R Rolle-zu-Rolle Drucker ermöglicht individuelle Großformatdrucke für Planen und Mesh bei exzellenter Bildqualität.

»Die »Fine-Art«-Bildqualität der Digitaldrucke wird dank eines 6-Farb-UV-Tintensatzes inklusive Light Cyan und Light Magenta und der intelligenten Variodrop-Technologie mit besonders hoher Pigmentierung und einer Auflösung von 900 dpi im Drucksystem ermöglicht. Das ermöglicht den Kunden ausdrucksstarke und farbbintensive Werbebotschaften am Point of Sale, die das Motiv auch noch auf kurze Distanz detailgetreu abbilden«, veranschaulicht Julia Voigt die hohe Qualität der Großformat-Digitaldrucksachen im Onlineshop diedruckerei.de. Onlinekäufer können im Onlineshop ihre PVC-Planen im Wunschformat von 100 x 100 cm bis 400 x 200 cm bestellen. Der Drucker ermöglicht auch individuelle Formate für PVC-Planen und Meshgewebe mit einer Rollenbreite von bis zu 3,2 m bei einer maximalen Rollenslänge von 100 m. Dies lässt auch Großformate wie Fassadenwerbung von bis zu 300 m² Motivfläche zu.

➤ www.diedruckerei.de

Zwei Fadenheftmaschinen Ventura MC

M+S Reliure setzt auf Tween für hochwertige Produkte

M+S Reliure im waadtländischen Yvonand nimmt Mitte dieses Jahres als erster grafischer Betrieb der Schweiz gleich zwei Müller Martini-Fadenheftmaschinen Ventura MC mit der Option Tween in Betrieb und bietet seinen anspruchsvollen Kunden damit neue Möglichkeiten der Produktgestaltung.

Als erste Buchbinderei in der Westschweiz setzt die 1918 gegründete und heute mit 30 Mitarbeitenden äußerst modern aufgestellte M+S Reliure auf eine Innovation im Bereich des Fadenheftens: Tween von Müller Martini. Damit können auf der Fadenheftmaschine Ventura MC auch kleinere Falzbogen direkt im Buchblock mitgeheftet werden.

Die Ventura MC von Müller Martini ist die erste Fadenheftmaschine am Markt, die Produkte mit verschiedenen großen und unterschiedlich positionierten Signaturen heften kann. Modernste Servo-Technologie ermöglicht es, dass sich die sogenannten Tweens sowohl in der Länge als auch in der Breite unterscheiden lassen und individuell im Buchblock positioniert werden können. M+S Reliure, die sich spezialisiert hat auf besonders hochwertige Kataloge und Broschüren für die Luxusgüterindustrie, davon insbesondere die Uhrenindustrie, will seine anspruchsvolle Kundschaft mit neuen Möglichkeiten der Produktgestaltung begeistern und seine hochwertigen Druckprodukte zukünftig noch effizienter produzieren. So wird eine Müller Martini-Fadenheftmaschine Inventa nach vielen treuen Dienstjahren aufgrund des markant gestiegenen Auftragsvolumens gleich durch zwei Ventura MC mit der Option Tween ersetzt.

Nebst Tween ist David Lude, Direktor von M+S Reliure, auch begeistert von den Qualitätskontrollen der Ventura MC, denn im Bereich der Luxusgüter hat die Produktqualität

oberste Priorität. So prüft das Kontrollsystem Asir 3 über eine im Hilfssattel angebrachte, patentierte Barcode-Erkennungskamera die korrekte Reihenfolge und Öffnung der Bogen. Und da die Ventura MC ohne Leerstich heften kann, ist sie äußerst leistungsfähig. Die so gefertigten Buchblocks haben kurze Fadenenden, was für die weitere Verarbeitung gerade beim Softcover



Dank der Option Tween an der Fadenheftmaschine Ventura MC von Müller Martini können Produkte mit verschieden großen und unterschiedlich positionierten Signaturen geheftet werden.

von Vorteil ist. Dank verschweißter Fadenschlinge behalten die mit der Ventura satt gehefteten Buchblocks ihre kompakte Form. Als Mitglied der Familienstiftung SFF Arts Graphiques SA will die M+S Reliure ihre Innovationskraft aufrecht erhalten und neue Technologien in die Produktionslinie von Druck-Erzeugnissen integrieren. Mit den zwei neuen Fadenheftsystemen Ventura MC mit der Option Tween entspricht M+S Reliure diesem Grundsatz bestens und kann seinen bestehenden Kunden sowie neuen Interessenten weitere kreative Möglichkeiten der Produktgestaltung offerieren. Denn neue Produktideen ergeben sich auch aus der Möglichkeit, Signaturen mit unterschiedlichen Falzarten einzuheften, wie zum Beispiel einen Altarfalz oder Wickelfalz.

➤ www.mullermartini.com

















IFRA Expo & Conference
13-15 October, Amsterdam RAI

World Publishing Expo 2014

Publishing on all channels!



www.worldpublishingexpo.com

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
09. 10. 2014	MfG-Award, Preisverleihung auf der Frankfurter Buchmesse	Frankfurt		www.mfg-award.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

MfG-Award**BÜHNE FREI FÜR GUTE DRUCKER!**

Noch bis zum 1. August 2014 können Druckereien, Designer und ihre Auftraggeber ihre besten Printprodukte zum MfG-Award einreichen. Der Award prämiiert herausragende und unverwechselbare Druck-Erzeugnisse in den offenen Kategorien ›Raffinesse‹, ›Emotion‹, ›Umweltbewusstsein‹, ›Vereinfachung‹ und ›Individualität‹. Arbeiten des Design-Nachwuchses werden in der Kategorie ›Debütanten‹ ausgezeichnet.

Mit dem MfG-Award lenkt der Bundesverband Druck- und Medien (bvdm) die Aufmerksamkeit von Kunden und Entscheidern auf herausragende Druckprodukte und ihre Hersteller – denn das ist es, was unsere Branche braucht. Die öffentliche Preisverleihung findet am 9. Oktober 2014 auf der Frankfurter Buchmesse statt. Die Gewinner werden von dem Präsidenten des bvdm, Wolfgang Poppen, persönlich ausgezeichnet. Zudem werden die Arbeiten der Shortlist vor Ort vorgestellt sowie auf den Websites mfG-award.de und bvdm-online.de präsentiert.

Der MfG-Award ist ein nicht-kommerzieller Wettbewerb, damit die Teilnahme nicht – wie so oft – eine Frage des Geldes ist. Profis zahlen einen Beitrag von 125 Euro für Einzelmeldungen beziehungsweise 175 € für Arbeiten, die aus mehreren Teilen bestehen. Debütanten kostet die Teilnahme pauschal 25 €. Ausgerichtet wird der Wettbewerb seit 23 Jahren vom Bundesverband Druck und Medien.

Neben den Teilnahmegebühren fallen keine weiteren Kosten an. Sämtliche Shortlist-Kandidaten erhalten kostenfreien Zutritt zur Frankfurter Buchmesse.

› www.mfG-award.de

Bald ist Anmeldeschluss**DER 9. FEDRIGONI TOP AWARD HAT BEGONNEN**

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

Kern Open House 2014**EVENT MIT PRODUKT- UND SOFTWARENEUHEITEN**

Der September wartet in diesem Jahr mit einem besonderen Highlight auf: Das Kern Open House-Event im Stammwerk in Münsingen/Schweiz wird eine einzigartige Veranstaltung werden. Die Gäste erwarten interessante Produktneuheiten und aktuelle Produktentwicklungen im Hard- und Softwarebereich. Es wird außerdem ein kurzwelliges und attraktives Rahmenprogramm rund um die Veranstaltung am Thuner See angeboten.



Die Open House-Veranstaltung der Kern AG findet vom 8. bis 11. September statt. Zu dem internationalen Event werden Kunden, Interessenten und Partner aus der ganzen Welt erwartet. Bisher liegen bereits Anmeldungen aus 28 Ländern vor und es wird mit einer Besucherzahl von über 200 Personen pro Tag gerechnet. Die Gäste erleben eine Premiere des neuen Kuvertiersystems Kern 3600 und die Präsentation des gesamten Produktportfolios der Kern-Gruppe.

›Mittlerweile haben viele Partner aus den Bereichen Druck, Papier und Kuvert sowie Software ihre Teilnahme am Open House 2014 bestätigt. Wir können auf die Zusammenarbeit von bisher 20 Partnern zählen und werden das Kern Produktportfolio mit den Produkten und dem Know-how unserer Partner ergänzen. Somit können die Prozesse des Mailrooms zusammen mit den Lösungen der Partner ganzheitlich abgebildet werden‹, heißt es in einer Mitteilung.

› www.kerngbh.de

FORTBILDUNG IM HAUCHLER STUDIO Die Ausbildung zum Mediengestalter und Medientechnologen Druck (IHK) findet im Hauchler Studio in Biberach statt. Diese gestalterisch-medientechnische beziehungsweise drucktechnische Ausbildung führt unter einem Dach in einer Hand in nur zwei Jahren zur IHK-Berufsabschlussprüfung. Im dreijährigen Berufskolleg dagegen wird auf den Abschluss ›Staatlich Geprüfter Grafik-Designer/in‹ und die Fachhochschulreife vorbereitet, hier wird eine Aufnahmeprüfung und der Realschulabschluss vorausgesetzt. Als Sprungbrett für den beruflichen Aufstieg dienen die Fachschulen in Voll- oder Teilzeit mit den IHK-Abschlüssen ›Medienfachwirt/in‹ und ›Industriemeister/in Digital und Print‹. Die Ausbildung beginnt am 1. September 2014. [› www.hauchler.de](http://www.hauchler.de)

START VON 3DION Die neue Brancheninitiative für 3D-Druck 3DION startete am 14. Mai in der Glashalle des Erfurter Messegeländes auf dem Print Cocktail, parallel zu den 3D-Druckmessen RapidTech und FabCon 3.D. Unter dem Titel: ›3D-Druck – Industrielle Revolution oder Hype?‹ bietet 3DION gemeinsam mit seinen Partnern Rapid Prototyping Technologies (RTC), Mensch und Maschine (MuM) und dem Fachverband Medienproduktioner (f:mp) deutschlandweit Seminare an, um Interessierten Know-how zu vermitteln und Frage und Antwort zu stehen. Experten demonstrieren die 3D-Drucktechnologien und zeigen den Weg von der Datei bis zum fertigen Objekt. Thematisiert wird ebenfalls, welches Potenzial diese Technologie für Druckdienstleister bietet und welche die zu adressierenden Zielgruppen sind. Es sind nur begrenzt Teilnehmerplätze verfügbar. Um Anmeldung wird gebeten. 3DION-Mitglieder nehmen kostenfrei teil. Termine sind am 28. August in Hamburg und am 9. September in Frankfurt. [› www.3dion.org](http://www.3dion.org)

PRO CARTON Vom 17. bis 20. September 2014 findet der ECMA Pro Carton Congress in Sorrento, Italien, statt. Dort werden auch die Preise für den Pro Carton ECMA Award und den Pro Carton Young Design Award vergeben. Es ist der erste gemeinsame Kongress von Pro Carton und ECMA, der Europäischen Carton Makers Association. Das Thema der Veranstaltung: ›WhatsUp on Cartons? Multiple Challenges ahead‹. [› www.ecmaprocartoncongress.com](http://www.ecmaprocartoncongress.com)

A&F-SEMINAR A&F setzt seine erfolgreiche Tagungsreihe fort und lädt am 3. und 4. September in die Stadthalle Sursee zum A&F-Seminar ein. Die eintägige Veranstaltung wird zweimal durchgeführt und richtet sich an alle Fachleute der Medienbranche. Die geladenen Referentinnen und Referenten liefern den Teilnehmenden fundierte Informationen zu Trends und Chancen in der Medienwelt und die Spezialisten der A&F stellen die neuesten verfügbaren Technologien für die Branche vor. [› http://go.a-f.ch/seminar](http://go.a-f.ch/seminar)

WEBINARE ZUR PROZESSBERATUNG Von Juli bis Oktober sind Kunden, Partner und Interessierte eingeladen, an der kostenlosen Webinarreihe von Konica Minolta rund um das Thema Prozessberatung teilzunehmen. Im Mittelpunkt der Webinare stehen die Systematisierung von Dokumenten- und Informationsprozessen sowie die damit verbundenen Optimierungspotenziale für eine höhere Effizienz und geringere Kosten. [› www.prozessberater.de](http://www.prozessberater.de)

Druck+Form

20 JAHRE TRADITION MIT GUTEN ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Seit 20 Jahren ist die Druck+Form fester Bestandteil des Terminkalenders der grafischen Industrie. Vom 8. bis 11. Oktober 2014 begeht die Traditionsmesse in der Halle.6 der Messe Sinsheim ihr 20-jähriges Jubiläum und bietet der Branche nicht nur eine gute und verlässliche Plattform für Information, Beratung und Investition, sondern auch einen aktuellen Blick in die technologische Zukunft.

Die Druck+Form besticht mit einem breiten Ausstellungsangebot aus den Bereichen Druck- und Mediovorstufe, Software, Systeme, Web-to-Print, Digitaldruck, Offsetdruck, Druck- und Papierweiterverarbeitung, Verpackungsdruck und den Neuheiten der Branche 2014 und punktet bei ihrem kompetenten Fachpublikum durch geballte Information und individuelle Beratung. Mit der stetig steigenden Nachfrage der Besucher nehmen die Themen Digitaldruck und Large-Format auf der Druck+Form einen besonderen Schwerpunkt ein.

Das Zusatzangebot der Druck+Form ist einzigartig und bietet für die Besucher jede Menge Anregungen und Lösungen für die alltäglichen Herausforderungen im heimischen Betrieb. In der Print Factory Academy widmen sich ausgewiesene Top-Referenten der Branche den aktuellen und praxisrelevanten Themen der Zeit.

Auch die MediaLounge nimmt wieder einen festen Platz ein. Sie lädt die Besucher ganztägig dazu ein, die Referenten persönlich kennen zu lernen und die wichtigsten Themen der Print Factory Academy in lockerer Atmosphäre zu vertiefen. Nach ihrer erfolgreichen Premiere ist auch die Print Factory Tour wieder im Angebot, bei der die Fachbesucher entlang eines Workflows an ausgewählte Messestände begleitet und ihnen ganzheitliche Lösungsansätze präsentiert werden.

[› www.messe-sinsheim.de](http://www.messe-sinsheim.de)

[› www.druckform-messe.de](http://www.druckform-messe.de)

easyFairs-Messen

NEUES VERPACKUNGS-TRIO ÜBERZEUGT

Seit dem Start der easyFairs-Messeveranstaltungen im Jahr 2004 hat sich das Verpackungsportfolio der easyFairs Group kontinuierlich weiterentwickelt und ist inzwischen das am schnellsten wachsende Verpackungsnetzwerk in Europa. Das überarbeitete Messekonzept aus Empack (vormals Verpackung), Packaging Innovations und der neu hinzu gekommenen Label&Print von easyFairs Deutschland GmbH überzeugt die Verpackungsbranche.



Schon heute haben sich große Namen wie Antalis Verpackungen, ATS Tanner, Bluhm Systems, creatura team, Durst Phototechnik AG, HP Graphics, Mettler Toledo, Multivac, Print City Allianz, Schur Systems oder Seufert Transparente Verpackungen angemeldet. Das Fachmesse-Trio findet vom 28. bis 29. Januar 2015 erstmals in Halle A1 auf dem Gelände der Hamburg Messe statt. Es bietet Ausstellern und Besuchern zukünftig noch mehr Platz für aktuelle Trends, Entwicklungen und technische Innovationen rund um Marketing- und Verpackungsprozesse sowie ein vielseitiges Rahmenprogramm.

»Durch die parallel stattfindenden und etablierten Fachmessen Empack und Packaging Innovations sowie die neue Plattform Label&Print können Aussteller im nächsten Jahr zusätzliche Synergien in der Besuchergruppe erzielen. Damit erreichen unsere drei Verpackungsthemen zusammen eine gebündelte Fachkompetenz, eine erweiterte Wertschöpfungskette an einem Ort«, erklärt Ulrike Strohschnitter, Event Director für die drei Messen von easyFairs Deutschland GmbH.

[› www.easyFairs.com](http://www.easyFairs.com)

Quark

QUARKXPRESS MASTERCLASS-TRAININGS-SERIE

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

QuarkXPress Masterclass-Trainings-Inhalte: Lektion 1: Objektstile, Zeichenstilvorlagen und bedingte Stile, Lektion 2: Typographie: Unterschieden, OpenType-Funktionen und Schriftenverwaltung, Lektion 3: Preflight: Verwendung von Job Jackets, Voransichten und Proofing (Lektion 1, 2 und 3 wurden bereits abgehalten, können aber online eingesehen werden), Lektion 4: App Studio: HTML5-Animationen und interaktive App-Inhalte (6. August), Lektion 5: Produktion: PDF/X und Farbmanagement (1. Oktober) und Lektion 6: Publishing: eBooks und ePUB (29. Oktober).

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

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
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
13. 10.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	München
13. 10. - 14. 10.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München
14. 10.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	München
15. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit Photoshop	München
15. 10.	Dr. Hönle AG, Aushärtung von Farben und Lacken	Gräfelfing
15. 10.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
16. 10.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
16. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign	München
17. 10.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

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

**PaQ Paper Quality
QUALITÄTSSICHERUNG
IN DER PAPIERPRODUKTION**

Bahn- und Webinspektion spielen in der Papierproduktion und Papierbeschichtung eine immer größere Rolle. Weiterverarbeiter verlangen höhere Qualität, etwa wegen verschärfter Hygiene- und Frischhaltevorschriften in der Lebensmittelindustrie oder auch durch Anforderungen aus der Automobiltechnik. Zudem spielt Qualität in der gesamten Verpackungsindustrie sowie in der Sicherheitstechnik eine immer wichtigere Rolle. Die PaQ – Paper Quality ist ein Kongress, der sich ausschließlich mit Web- und Bandinspektion beschäftigt, insbesondere mit Komplettsystemen zur Überwachung, insbesondere mit Oberflächeninspektion, Kamerasystemen. Die PaQ findet am 16. September im Kempinski Hotel am Flughafen München statt.

Zu den Anforderungen an die Oberflächeninspektionssysteme in der Verpackungsindustrie wird Dr. Thomas Scheermesser, Global Production Process Manager bei SIG Combibloc vortragen. Henrich Kirchner, Sektor Manager Forst/Holz/Papier bei der SGS-International Certification Services GmbH wird zum Thema ›PEFC-/FSC-Zertifizierung‹ sprechen, hinzu kommen zahlreiche Erfahrungsberichte aus der Verpackungs- und Papierindustrie sowie Vorträge von Systemherstellern im Bereich der Qualitätssicherung. Begleitet werden die Vorträge von einer Fachausstellung der führenden Hersteller von Oberflächeninspektionssystemen, die ihre Angebote vorstellen und zum aktiven Dialog einladen.

TEMA Technologie Marketing veranstaltet technologisch orientierte Kongresse. Die SIS Surface Inspection Summit etwa ist der weltweit führende Kongress für Qualitätssicherung in der Stahlproduktion. Sponsoren sind dort die führenden Hersteller von Inspektionssystemen, etwa ABB, Cognex, ISRA Parsytec und Siemens VAI.

› www.paq2014.com

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-Themenbüchlein. 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


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

ELCO
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.

Q

Publikation2014
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

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

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

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