

DRUCKMARKT 2. Februar 2015 impressions 89

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

PRINT & FINISHING

Drucken ist Verfahrenstechnik pur. Seite 16.

PRINT & FINISHING

Nachhaltigkeit ausgeblendet? Seite 22.

BILDUNG & EVENTS TERMINE & EVENTS

Nachrichten, Termin- und Seminar kalender. Seite 32.

Swiss Edition 

**Von Verbrauchsmaterialien
und UV-Technologie.
Verfahrenstechnik
im Wandel.**

Mehr ab Seite 16.



Drucken hat die zweite Dimension längst verlassen. Print ist multi-dimensional und multimedial. Gleichzeitig sind gedruckte Medien so vielfältig, ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig und qualitativa hochstehend wie kein anderes Medium. Mehr noch: Print ist Impulsgeber für Kommunikation jeglicher Art. – Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann. Und sie können zeigen, wie stark Gedrucktes im Medienmix ist.

➤ Zum «Swiss Print Award 2015» rufen die Allianz Schweizer Werbeagenturen asw, «Druckmarkt Schweiz», die Kaderschule «gib» Zürich, der Skugra Academy Club, «viscom print & communication» und die Papyrus Schweiz AG auf.

➤ Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde. Dazu gehören Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen aus Druck- und Online-Medien); POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.). Die eingereichten Arbeiten müssen im Kalenderjahr 2014 bis zum Anmelde-schluss aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

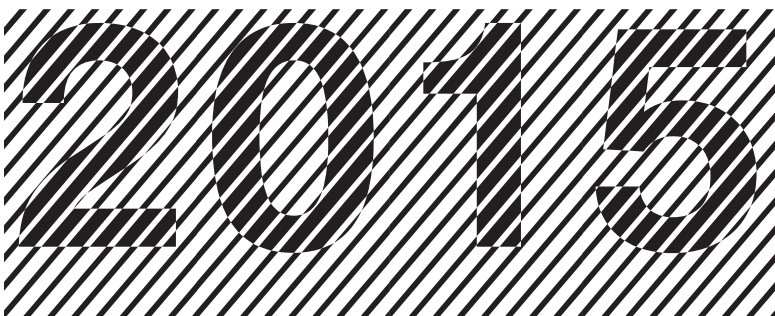
➤ Teilnahmeberechtigt sind Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

➤ Einsendeschluss ist der 7. Februar 2015, die Bekanntgabe der Preisträger findet im Mai 2015 statt.

➤ Für die Teilnahme wird eine Gebühr von 185 Franken je eingereichtem Objekt erhoben. Diese Summe beinhaltet auch die Kosten für eine umfangreiche Dokumentation.

➤ Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.

➤ www.druckmarkt-schweiz.ch



Plastik statt Farbe?

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 Marketingwirkung wird unterschätzt
- 08 Der Digitaldruck nimmt Fahrt auf
- 09 Menschen & Karrieren

Premedia & Prepress

- 10 Weit schneller als zuvor
- 12 Mehr Speed und Zuverlässigkeit
- 14 Einsparungen bei Kosten und Zeit

Print & Finishing

- 16 Drucken ist Verfahrenstechnik pur
- 17 Ein begehrter Markt: Verbrauchsmaterialien
- 18 Die Vorteile summieren sich
- 20 Spielraum für mehr Kreativität
- 21 Entwicklungssprung im Bogenoffset
- 22 Nachhaltigkeit ausgeblendet?
- 26 Nachrichten
- 26 Roland DG eröffnet neues Creativ Center
- 28 Wasserloser Offset eröffnet neue Perspektiven
- 30 Kunst und Technik im Drucksaal vereint

Termine, Bildung & Events

- 32 Terminkalender
- 33 Nachrichten
- 33 500 Jahre Druck- und Verlagsstandort Leipzig
- 35 Seminare & Veranstaltungen

Business to Business

- 37 Impressum

Es ist schon verlockend: trockene Bogen in der Auslage, kein Warten für die Weiterverarbeitung und mehr Durchsatz im Betrieb. Und das alles nur durch eine andere Verfahrenstechnik. Gemeint sind die UV-Technologien, die zurzeit vor allem unter dem Mäntelchen der Energie-Einsparungen als großer Fortschritt im Offsetdruck vermarktet werden.

Nachdem wir nun einige Installationen gesehen haben, kommen uns jedoch Zweifel, ob diese Entwicklung wirklich dem Ziel dient, Umwelt und Mitarbeiter zu schützen oder zu schonen. Muss man wirklich Plastik statt Farbe auf das Papier applizieren? Und vor allem: Was kauft man sich mit UV (welcher Art auch immer) ein? Wissen das auch diejenigen, die mit diesen Technologien arbeiten oder liebäugeln?

Aus aktueller Sicht können beispielsweise prozesslose Druckplatten nur bedingt eingesetzt werden: die Platten müssen bis auf Weiteres wieder mit viel Chemie und Wasser entwickelt werden. Darin ist sicherlich kein Fortschritt zu sehen. Zwar werden UV-Produkte nicht aus Chemikalien hergestellt, die als toxisch eingestuft werden, trotzdem enthalten UV-Farben und -Waschmittel Stoffe, die reizend auf Haut und Augen wirken. Ein Haut- und Augenkontakt ist daher zu vermeiden. Beim Nebeln von Druckfarben müssten gar Masken getragen werden. Zudem wird empfohlen, für die Mitarbeiter einen speziellen Spint für die im UV-Prozess getragenen Kleider bereitzustellen. Auch das würden wir eher als Rückschritt bezeichnen. Lösemittel dürfen nicht ins Abwasser gelangen, da die Gefahr von Gewässerverschmutzungen besteht. Zudem müssen nicht gehärtete Makaturen separat und nicht im Altpapier entsorgt werden. Ein De-Inking der Makaturen ist bei den Papierherstellern nicht möglich. Dabei sind UV-Drucke (ganz gleich ob Offset oder digital) ohnehin nicht unproblematisch zu de-inken.

Ob diese Nachteile wirklich dadurch kompensiert werden, dass bei der Trocknung mit LE-UV oder LED-UV bis zu 75% Energiekosten gegenüber konventionellen Prozessen einspart werden, sollte noch einmal gründlich hinterfragt werden. Denn es geht ja nicht um den Gesamt-Prozess, sondern nur um Energiereduktion beim Trocknen.

Unsere Bedenken gelten aber nicht so sehr der Technik, sondern vielmehr der Frage, ob sich bei dieser neuen Verfahrenstechnik auch alle genauestens an die Vorgaben halten. Wir können nur hoffen, dass die Richtlinien überall bekannt sind und danach gehandelt wird. Denn es wäre eine Katastrophe für die Druckindustrie, kämen Umweltschutzorganisationen auf einmal auf die Idee, nicht nur die Papierherstellung, sondern generell den gesamten Druckprozess in Frage zu stellen. Dann wäre Schluss mit nachhaltigem Drucken!



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again



«Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen», dichtete Matthias Claudius im 18. Jahrhundert. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Und wenn der Sinn des Reisens darin besteht, unsere Phantasien durch die Wirklichkeit zu korrigieren, wie es Samuel Johnson formulierte, dann geben wir das in unserer aktuellen Ausgabe auch gerne weiter.

Die Wirklichkeit haben wir jedoch nicht ausschließlich nur unterwegs, sondern auch bei der Reise durch die Literatur und im Internet gefunden – eine Wirklichkeit nicht ganz ohne Widersprüche.

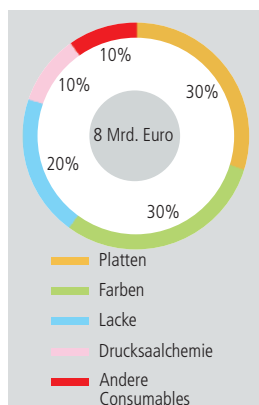
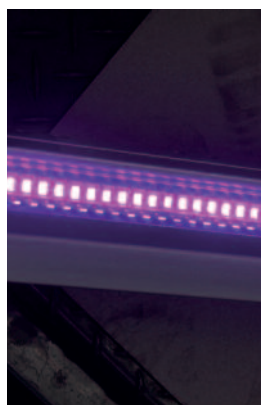
Deshalb bleiben wir dabei: mit eigenen Augen sehen und die Originaltöne hören ist wesentlich für den Blick auf das Branchengeschehen. Daher berichten wir in dieser Ausgabe wieder über Dinge, die sich keiner so am Schreibtisch ausdenken kann. Hier einige Stationen, die zum Inhalt beigetragen haben. Doch es sei nicht verschwiegen: auch am heimischen Schreibtisch bekommen wir mit, was in der Branche passiert.

BERLIN Der Berliner Prepress-Dienstleister Europrint Medien GmbH setzt in der Partnerschaft mit Druckteam Berlin auf die prozessfreie Sonora XP Platte von Kodak. Diese Plattentechnologie hat inzwischen zum Vorteil aller Beteiligten beigetragen. Und mehr Nachhaltigkeit wird von den Kunden honoriert. Mehr dazu auf **Seite 14**.

REMSCHIED Wie anders als durch Erfahrungsberichte von Anwendern lassen sich Vor- und Nachteile neuer Techniken erkennen? Deshalb waren wir auch nicht böse, dass wir uns zunächst bei der Druckerei Kyburz AG in Dielsdorf (Schweiz) über deren Erfahrungen mit LED-UV informieren konnten. Einige Tage später informierten wir uns in

BERLIN Ruksaldruck ist für die Bildenden Künste in Berlin ein fester Begriff. Schon im Eingangsbereich fällt die Installation ›Turmtext‹ ins Auge. Und in den zurückliegenden 75 Jahren sind hier unzählige Kunstkataloge entstanden. Jetzt hat ›Kunst‹ am Objekt Druckmaschine auch in den Drucksaal Einzug gehalten. **Seite 30**.

DELLENHORST Schnellere Abläufe und bessere Auswertungen – das waren die Wünsche, die die Delmenhorster DruckHaus Rieck GmbH 2011 mit der Einführung der MIS-Software PaginaNet verband. Drei Jahre später sind die Erwartungen erfüllt. Prozesse gehen zum Teil bis zu 50% schneller. Lesen Sie mehr auf **Seite 10**.



DÜSSELDORF Fujifilm hat größere Aktualisierungen für den XMF-Workflow angekündigt und diese auf dem XMF-User-Treff in Düsseldorf vorgestellt. Infolge der allgemeinen Entwicklung hin zu kleineren Auflagen, Produktdiversifikation und zu schnellen Durchlaufzeiten werden auch an die Arbeitsabläufe in der Vorstufe neue Anforderungen gestellt, die Fujifilm mit neuen Funktionen unterstützen will.

Remscheid bei der Druckerei Paffrath über die identische Technologie und ebenfalls in Kombination mit einer Rioby 920 Fünffarbenmaschine. Was wir bei diesen beiden Anwendern erfahren haben, erfahren Sie auf den **Seiten 18 bis 20**. So viel aber vorab: Es ist kein Hokuspokus, sondern eine Option zur klassischen Offsetproduktion. KBA hat jetzt übrigens ebenfalls eine LED-UV-Achtfarben-Rapida 106 ausgeliefert (siehe **Seite 21**).

BRAUNSCHWEIG Den Verbrauchsmaterialien wird ein stabiles Marktvolumen von weltweit etwa 8 Mrd. Euro nachgesagt. Das weckt offensichtlich Begehrlichkeiten. In jüngster Zeit hat sich einiges getan. Welchen Weg beispielsweise Heidelberg gehen will, darüber informierte das Unternehmen bei einer Veranstaltung in den Räumlichkeiten von oeding print. Lesen Sie den Beitrag und einen Kommentar zum Thema Consumables in dieser Ausgabe auf **Seite 16**.

EGAL WO! Es ist ja nicht so, dass bestimmte Verfahrenstechniken nur in einer Region ihren Einsatz finden. Jedoch hat die Schweiz offenbar inzwischen die höchste Dichte an UV-Maschinen im Offsetdruck. Das hat Vorteile, aber auch Nachteile, wie der Beitrag auf **Seite 22** belegt. Dabei geht es gar nicht um das Verteufeln einer Technik, sondern darum, sich bei sich verändernden Verfahrenstechniken genauestens an die Vorgaben zu halten.

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

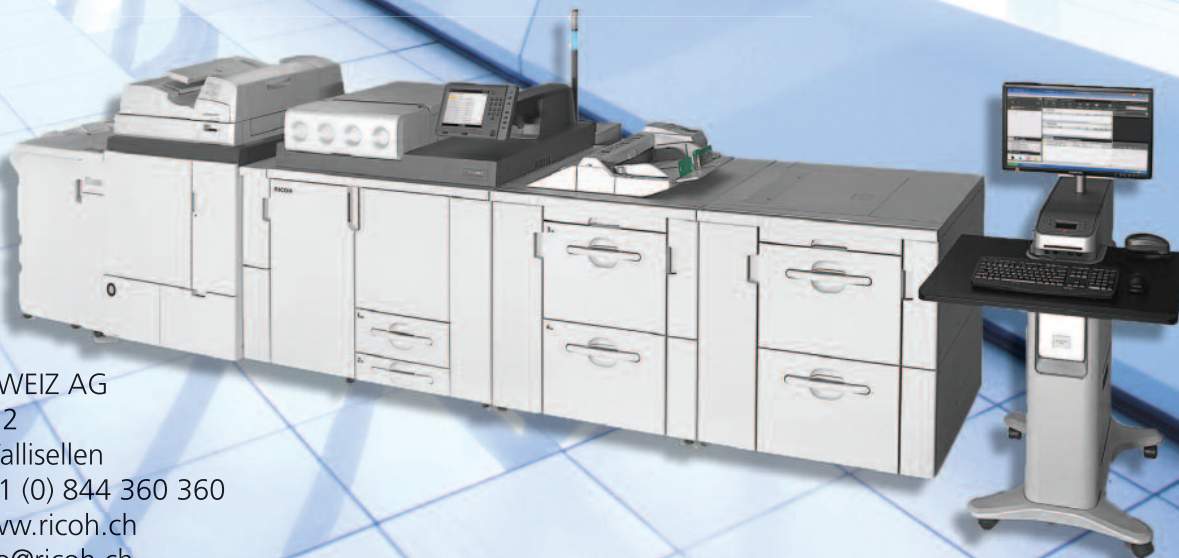
Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

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

MEHR LESEN AM WOCHENENDE Zum Jahresbeginn haben die beiden großen deutschen Nachrichtenmagazine ›Der Spiegel‹ und ›Focus‹ ihre Erscheinungsweise geändert. Die Printausgaben der Magazine kommen nunmehr bereits am Samstag zum Leser – und nicht mehr wie gewohnt montags. Seit den 1960er-Jahren war Montag der Erscheinungstermin für den ›Spiegel‹. Begründet werden die geänderten Erscheinungstermine damit, dass die Leser am Wochenende mehr Zeit für die Lektüre hätten. Dies käme auch den Anzeigenkunden zugute. Damit steigt aber auch der Wettbewerb zwischen den Magazinen und den Sonntagsausgaben der Tageszeitungen. Ob die Magazine davon profitieren, bleibt ebenso abzuwarten wie die Frage, ob die Sonntagszeitungen dadurch verlieren werden.

MEHR MARKETING Zum Jahresende hat die Charterhouse PM Ltd., Tochter der Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH und europäischer Anbieter von Marketing-Dienstleistungen, den britischen Marketing-Dienstleister Indicia Ltd. übernommen. Charterhouse unterstützt die Strategie von Konica Minolta, sich durch Ausbau seiner Marketing Management Services als Full-Service-Provider zu positionieren.
› www.konicaminolta.de

MEHR SPITZENSPORT Die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH setzt ihr Engagement beim Deutschen Hockey-Bund (DHB) und bei Borussia Mönchengladbach fort. So hat das Unternehmen die Sponsoring-Verträge mit dem DHB bis Ende dieses Jahres und mit dem Fußball-Bundesligisten bis Ende Mai 2016 verlängert.

WENIGER AUFLAGE Die IVW-Zahlen für das 4. Quartal 2014 brachten den Verlagen einmal mehr schlechte Nachrichten. Danach verloren die Tageszeitungen in Deutschland weiter an Auflage. Gerade die etwa 65 Titel mit mehr als 80.000 verkauften Exemplaren verloren bei Abos und Einzelverkäufen. Besonders litten regionale Boulevardzeitungen, aber auch die ›Bild-Zeitung‹ verlor etwa 9% gegenüber dem Vorjahr. Parallel zu den auf breiter Front sinkenden Auflagenzahlen der Tageszeitungen gingen auch die Leserzahlen bei den meisten Zeitschriften zurück. Nur wenige Dutzend Magazine konnten neue Leser hinzugewinnen.

KURZ & BÜNDIG

Ricoh Europe ist Partnerschaft mit **Leapfrog 3D Printers** eingegangen. Danach ist Ricoh in Europa offizieller Reseller der 3D-Drucker. • **Canon** und der Purchase-to-Pay-Spezialist **Palette** werden eine Software für einen digitalen Fakturierungs- und Abrechnungsprozesses bereitstellen. • Das Technologieunternehmen **Pitney Bowes**, das vor allem Versand-Lösungen anbietet, passt seinen Markenauftritt mit neuem Logo dem zunehmenden vernetzten Handel an.

VDMB: DIE SCHEU ABLEGEN

WIRKUNG VON MARKETING WIRD HÄUFIG UNTERSCHÄTZT

Die Notwendigkeit eines professionellen Marketings wird in der Druckbranche auch 20 Jahre nach der Konkurrenz durch das Internet noch immer unterschätzt. In Zeiten von Überkapazitäten, Preisdruck und neuen, weltweiten Märkten – und damit auch neuer und weltweiter Konkurrenz – wird Marketing jedoch überlebensnotwendig. Denn gut drucken alleine reicht nicht – das können viele.

»Es geht heute mehr denn je darum, die Kundenorientierung zum Maßstab der Unternehmensführung zu machen. Das ist Marketing. Und das Schöne am Marketing ist: Man kann es lernen. Auch in der Druckbranche kann man sich mit gutem Marketing Erfolge erarbeiten. Die erfolgreichen Unternehmen unserer Branche beweisen dies: Die sichtbaren Druckereien, die Druckereien, die online auffindbar sind, die Druckereien, die mit ihren Kunden vernetzt sind, werden besser wahrgenommen,



verfügen über eine höhere Kundenbindung und bekommen mehr Aufträge«, appellierte jetzt **Holger Busch**, Hauptgeschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern (VDMB), an die Branche.

Vom klassischen Dialogmarketing mit Kundenbefragungen, Anzeigen, Broschüren und Print-Mailings über die schnell auffindbare Internetpräsenz mit passendem Suchmaschinenmarketing und Online-Kampagnen bis hin zum Social-Media-Marketing müssen heute alle Kanäle bespielt werden. Dabei können auch mit kleinen Budgets – und den richtigen Kenntnissen – große Schritte gemacht werden. »Gerade für kleine und mittlere Druckereien liegen hier noch große Potenziale«, so Busch.

Der VDMB-Hauptgeschäftsführer wirbt auch dafür, die Scheu vor modernen Online-Kommunikationsinstrumenten abzulegen: »Sie gehören heute zum Standardrepertoire des Verkaufens wie früher Telefon und Fax. Denn der Kunde – und zwar jeder Kunde, egal welchen Alters, egal in welcher Bildungsschicht, ob Privatkunde oder Geschäftsmann – bewegt sich online. Wer ihn finden und gewinnen will, muss ebenfalls online unterwegs und präsent sein.«

Der VDMB sieht in den Möglichkeiten, die digitale Vertriebskanäle bieten, große Chancen für Druckereien. Deshalb bietet er mit Veranstaltungen und Management-Workshops zum Thema E-Business Print sowie Weiterbildungen zum Beispiel im Bereich Marketing für Druckunternehmen eine breite Palette an Leistungen rund um dieses Wachstumsthema (Details finden Sie regelmäßig in unserer Rubrik Bildung & Events). Mit einer eigens für Druckunternehmen konzipierten Fortbildungsreihe zum Thema Marketing in der Druckindustrie bietet der Verband eine maßgeschneiderte Qualifizierung für alle Unternehmer, Führungskräfte sowie Marketing- und Vertriebsverantwortliche – von den Grundbegriffen bis zu den Vertriebskanälen von morgen.

› www.vdmb.de

DIGITALDRUCK-KONGRESS 2015

Im Mittelpunkt des ersten deutschen Digitaldruck-Kongresses am 19. Februar 2015 in Düsseldorf stehen Strategien und Konzepte, mit denen der Wachstumsmarkt Digitaldruck optimal bearbeitet und ausgebaut werden kann.

So wird Steffen Setzer vom Druckzentrum Laserline Berlin praxisnah aufzeigen welches Potenzial sich mit Big Data-Management verknüpft. Wolfgang Hoffmann von der Axel Springer SE Offsetdruckerei berichtet, wie es gelingt bundesweit einen individuellen Tagespass in jedes Bild-Zeitungsexemplar einzudrucken.

Der Unternehmensgründer Kyan Noack präsentiert, wie DeinDesign sich in wenigen Jahren mit neuen Produktionsverfahren, neuen Materialien und eigener Software als erster Anbieter für personalisierte Designfolien für elektronische Produkte in Europa positioniert hat. Von besonders großem Interesse dürfte weiterhin die Sicht von Druckkunden sein – so wird Carola Lammich die Erwartungen darlegen, die ein Unternehmen wie die Deutsche Bahn an Druckereien und den Digitaldruck hat. Und auch Holger Jung, Aufsichtsratsmitglied der Werbeagentur Jung von Matt, verantwortlich für Kunden wie Sixt, Obi, Edeka oder Vodafone wird Druck- und Medienunternehmen richtungsweisende Informationen über Marktchancen und Potenziale für die Unternehmen liefern.

› bvdm-online.de/ddk2015

STARKE NACHFRAGE IM DIGITALDRUCK

Canon meldet eine außerordentlich hohe Nachfrage nach seinen Einzelblatt-Farbdrucksystemen der image Press C800-Serie für die Produktion kleiner bis mittlerer Auflagen. Seit deren Einführung auf dem ›Canon for Business 2014‹ Event in Poing bei München im vergangenen Jahr beläuft sich die Zahl der Bestellungen in Europa, dem Nahen Osten und Afrika (EMEA) nach Angaben des Herstellers auf mehr als 900 Systeme. Bestellt werde die Maschine von Druckern und Hausdruckereien in der gesamten Region in einer Vielzahl unterschiedlicher Konfigurationen. Im Canon Digitaldrucksystem-Portfolio ist die Modellreihe im mittleren Segment angesiedelt und produziert Druckergebnisse in hoher Qualität und Produktivität. › www.canon.de

NACHFOLGEREGELUNG BEI MATTI TECHNOLOGY

Zum 13. Januar 2015 hat Thomas Amrein die Schweizer Matti Technology AG übernommen. Matti beschäftigt in Sulgen im Kanton Thurgau rund 25 Mitarbeiter. Das Unternehmen wurde 1995 durch Max Matti gegründet. 2005 übernahm Dr. Dieter Woschitz das Unternehmen und hat es zu einem Integrator von Digitaldruckanlagen geformt. Seine anstehende Pensionierung im Jahr 2017 ist Grund, das Unternehmen in jüngere Hände zu übergeben. Matti Technology entwickelt, konstruiert, produziert und verkauft integrierte Lösungen für den Highspeed-Digitaldruck. Zu den Kunden zählen Digitaldruckmaschinenhersteller als OEM-Partner, Datenverarbeitungszentren, Banken, Versicherungen und Druckereien im Bereich Bücher und Manuals. Unter der Firmierung Bielomatik-Matti AG und dem Namen bielomatti hat Matti letztes Jahr ein Joint Venture mit bielomatik gegründet. › www.bielomatti.com

VDM NW UNTERSTÜTZT UMFRAGE/STUDIE

Der Verband Druck + Medien Nord-West e. V. und die Unternehmensberatung Pier18 aus Hamburg erstellen zur Zeit gemeinsam mit der Beuth Hochschule in Berlin und der Hochschule der Wissenschaften in München eine Studie über die Strategiefindung in der Druckindustrie. Ziel der Studie ist es, Elemente der Strategiefindung sowie Werkzeuge der strategischen Planung und Umsetzung zu identifizieren, die einen positiven Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg bei den mittelständischen Unternehmen im Druckgewerbe haben. Sämtliche Ergebnisse der Befragung werden in Form einer Studie nur den Teilnehmern und den ausgewählten Sponsoren im März 2015 zur Verfügung gestellt. Alle Daten werden ausschließlich anonymisiert verarbeitet. Interessierte Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als eine Million Euro können noch an der Studie teilnehmen. › www.vdmnw.de

SELF-PUBLISHING WANDELT SICH

Self-Publishing, also das Verlegen ohne Verlag, ist seit einigen Jahren auf dem Vormarsch. Aus dem Nischen-Trend ist inzwischen eine eigene kleine Branche geworden, die sich immer weiter professionalisiert. »Die Motivation der Autoren, Bücher im Selbstverlag zu veröffentlichen, erfolgt nicht mehr nur als leidenschaftliches Hobby, sondern ist zunehmend von professionellen Interessen geprägt«, erklärt Dr. Florian Geuppert, Geschäftsführer der Self-Publishing-Plattform BoD. Nach der ›BoD-Self-Publishing-Studie 2014‹ werden selbst verlegte Bücher verstärkt mit unternehmerischen Interessen veröffentlicht. Für jeden dritten Autor ist das Schreiben bereits Hauptbeschäftigung und Einkommensquelle. 2013 waren es nach der Studie erst 12,5%. Dabei zeigte sich, dass nicht nur der unternehmerische Anspruch der Self-Publisher,

sondern auch das zeitliche und finanzielle Engagement für die Bucherstellung und -vermarktung beträchtlich gestiegen sind. Weiterhin nutzt europaweit durchschnittlich jeder dritte Selbstverleger die Unterstützung von Dienstleistern, um sein Buch professionell zu erstellen und zu gestalten. Knapp jeder zehnte europäische Self-Publisher investiert hierfür bereits mehr als 1.000 € pro Titel. »Einhergehend mit dieser Entwicklung steigt der Bedarf nach Serviceangeboten für die professionelle Erstellung und Vermarktung ihrer Bücher«, folgert Dr. Geuppert. Deshalb will BoD sein Angebot als Self-Publishing-Dienstleister ausbauen. BoD ist mit über 27.000 Autoren, mehr als 52.000 Printtiteln und über 25.000 E-Books nach eigenen Angaben Europas führender Self-Publishing-Dienstleister. Seit 2001 hat BoD mehr als 18 Mio. Bücher gedruckt. › www.bod.de/studien



Interessen geprägt«, erklärt Dr. Florian Geuppert, Geschäftsführer der Self-Publishing-Plattform BoD.

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

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

Der Digitaldruck nimmt Fahrt auf

Der Anteil des Digitaldrucks am Gesamtmarkt ist in fünf Jahren um fast 90% gestiegen. Berechnungen des Bundesverbandes Druck und Medien zeigen Steigerungen um 70% bei Plakaten, 45% im Bereich der Geschäftsberichte, 22% bei Werbedrucken wie Beilagen für Zeitungen und Zeitschriften und 747% (siebenhundertsiebenundvierzig!) bei Katalogen.

Tendenz steigend, Quartal für Quartal. Hier schlummert offensichtlich ein enormes Potenzial. Dazu kommen gerade für Druckereien neue und vielversprechende Geschäftsfelder in Verbindung mit intelligentem Datenmanagement. Denn es sind vor allem Druckereien, die die zuverlässige Verarbeitung von Kundendaten und Druckdienstleistungen mit all ihren Facetten unter einem Dach bieten können. Schließlich ist es einfacher, sich Software-Spezialisten und Marketing-Experten ins Haus zu holen, als eine komplette Druckerei aufzubauen.

Hohe Responsequoten

Die Chancen für Druckunternehmen liegen darin, die zunehmende Verzahnung unterschiedlicher Medienkanäle aktiv zu gestalten und weiterzuentwickeln: mit interaktiven Responseelementen auf und in Publikationen, Anzeigen, Verpackungen, Großformaten und im Rahmen kompletter Crossmedia-Kampagnen. »Erfolgreiche Kommunikation basiert auf der Nutzung vieler Kanäle«, ist Michael Kappler, Geschäftsführer von odd in Bad Kreuznach, überzeugt. Und er kann es belegen.

»Während sich die meisten Unternehmen über drei Prozent Rücklaufquote im Dialogmarketing schon riesig freuen, schaffen wir mit unseren Kampagnen zehn bis 15 Prozent.« Und mit solchen Ergebnissen lassen sich neue Kunden gewinnen, weiß Kappler.

Know-how der Drucker

Holger Jung, Aufsichtsratsmitglied einer der kreativsten Werbeagenturen Deutschlands, hat den Wandel von Kommunikation und Medien über gut 20 Jahre hautnah miterlebt. Extrem erfolgreich ist die Agentur noch heute, weil sie den technologischen Fortschritt kontinuierlich in neue Geschäftsmodelle eingewoben hat.

Auf dem Digitaldruck Kongress 2015 wird Jung über die Wechselwirkung von Marktchancen, Innovationen, Werbung und Potenzialen für die Druckindustrie sprechen. Mit der Stärkung und Vermarktung von Print als »individualisierte Massenkommunikation« und als »Push-Medium«, sollte es Druckereien gelingen, sich neu zu positionieren – weg vom Vielfältigen hin zum innovativen und beratenden Dienstleister.

Neue Geschäftsmodelle werden von erfolgreichen Unternehmen der Druckindustrie vorgestellt. So wurde beispielsweise DeinDesign mit neuen Produktionsverfahren, optimierten Materialien und eigener Software erster Anbieter für personalisierte Designfolien für elektronische Produkte in Europa. Die Sicht von Printbuyern auf den Wandel und ihre Ansprüche an den Druck legt beispielsweise Carola Lammich, Deutsche Bahn, dar.

Von Experten für Experten

Die Möglichkeiten, die der Digitaldruck eröffnet, lassen sich also nahtlos in moderne Marketingstrategien integrieren oder ergänzen sie auf Feldern, die die Online-Kommunikation nicht bietet. Der Digitaldruck-Kongress in Düsseldorf verspricht daher interessante Aspekte für Druckereien, Hersteller und Agenturen in den entscheidenden Themenfeldern Märkte, Anwendungen, Strategie, Qualifikation, Investition und Perspektiven künftiger Märkte.

Das Kongressprogramm wurde zusammen mit führenden Unternehmen der Branche entwickelt. Dabei wurde insbesondere Wert auf einen fachlich fundierten Informationsaustausch und eine ebenso lebendige wie praxisnahe Präsentation von Inhalten gelegt. Im Fokus stehen die Erfahrungen von Anwendern und Printkäufern, womit sich das Programm deutlich von anderen Branchenevents unterscheidet.

DIE KONGRESS-THEMEN

Dem Markt erfolgreich bieten, was er braucht: Mit Innovation und Interaktion.

Large-Format-Printing

Digitaldruck in einem Lean-Produktionssystem, Just-In-Time in der Verpackungsherstellung

Wer hat Angst vorm Digitaldruck?

Individualisierte Kommunikation in hohen Auflagen

Von Print zu Publishing

Hybrider Zeitungsdruck – von der Idee bis zur Projektumsetzung

Web 2.0, Mass-Communication, On-demand

Digitaldruckqualität: keine halben Sachen, bitte!

Dienstleistungskonzepte, Tracking, After-Sales-Services

Mehrwert durch Multicolordruck

Veranstaltungsort ist das CCD Congress Center Düsseldorf am Düsseldorfer Messegelände.

Beginn 10:00 Uhr, Ende 18:00 Uhr.

Detaillierte Informationen zum Programm und zur Anmeldung sind im Internet zu finden.

» www.bvdm-online.de/ddk2015



MENSCHEN & KARRIEREN



Bernd Brombach ist per 1. Januar 2015 zum Direktor Grafische Systeme von Fujifilm Deutschland ernannt worden. In dieser Position ist er für Vertrieb, Marketing und Strategie dieses Geschäftsbereichs verantwortlich. Zudem ist er verantwortlich für Fujifilm Sericol Austria in Wien. Brombach tritt die Nachfolge von Claus-Gunter Frenzel an, der nach 32 Jahren im Unternehmen Fujifilm Ende 2014 in den Ruhestand ging.

• Landa Digital Printing hat die Ernennung von **Marc Schillemans** als European Vice President of Sales bekanntgegeben. Verantwortlich für die operative und logistische Implementierung der Marktstrategie von Landa ist VP of Field Operations **Kobi Ulmer**, zuvor Director of Worldwide Sales.



• Zum 1. Januar 2015 gab es einen Wechsel an der Spitze der KBA Deutschland GmbH. **Reinhard Marschall** hat die Geschäftsführung der deutschen Vertriebs- und Servicegesellschaft von Koenig & Bauer für Bogenoffsetmaschinen von Ramona Weiß-Weber übernommen.

• Der geschäftsführende Gesellschafter des Mayener Pappenherstellers Moritz J. Weig GmbH, **Moritz J. Weig**, ist nach dreijähriger Amtszeit erneut an die Spitze des Verbandes Deutscher Papierfabriken (VDP) gewählt worden. Auch die bisherigen VDP-Vizepräsidenten **Dr. Christopher Grünewald**, geschäftsführender Gesellschafter der Gebr. Grünewald GmbH, Kirchhundem, und **Dr.**

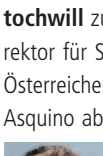


Wolfgang Palm, geschäftsführender Gesellschafter der Papierfabrik Palm, Aalen, wurden von der Mitgliederversammlung in ihren Ämtern bestätigt. **Dr. Bernd Eikens**, Executive Vice President, UPM Paper ENA, wurde als weiterer Vizepräsident ins Präsidium gewählt.



• Zum 1. Januar wurde der bisherige technische Geschäftsführer **Hans-Christoph Gallenkamp** zum stellvertretenden Vorsitzenden der Felix Schoeller Group, Osna-brück, ernannt.

• Sappi Europe gab die Ernennung von **Thomas Kra-tochwill** zum neuen Vertriebs- und Marketingdirektor für Spezialpapiere bekannt. Der gebürtige Österreicher löst seine Vorgängerin Rosemarie Asquino ab, die in den Ruhestand getreten ist.



• Die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH hat die Stelle des Direktor Service seit dem 1. Dezember 2014 mit **Ulf Hagedorn** besetzt. Er verantwortet die Servicestrategie des japanischen Herstellers.

• Seit Januar ist **Beatrix Hochleitner** für die Chromos GmbH in Friedberg als Vertriebsmitarbeiterin für die Schweiz, Österreich sowie Teile Süddeutschlands tätig.



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 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Weit schneller als zuvor

Schnellere Abläufe und bessere betriebswirtschaftliche Auswertungen – das waren die Wünsche, die die Delmenhorster DruckHaus Rieck GmbH 2011 mit der Einführung der MIS-Software PaginaNet verband. Drei Jahre später sind die Erwartungen erfüllt. Prozesse gehen zum Teil bis zu 50% schneller. Hinzu kommt ein deutlich besserer Überblick über Aufträge und Kundenanforderungen.

Text: PaginaNet

1822 als Druckerei gegründet und später um einen Verlag erweitert, gehört das DruckHaus Rieck heute zu den profilierten Druckunternehmen im Norden Deutschlands. Mit rund 65 Mitarbeitern produziert der Betrieb im Dreischicht-Betrieb die komplette Bandbreite an Akzidenzen von der ›Delmenhorster Tageszeitung‹ über Broschüren bis hin zu Beilagen in Stückzahlen bis 1,5 Mio. Die Produktion (auch im Zweigbetrieb in Haldensleben bei Magdeburg) erfolgt ausschließlich im Rollenoffset. Die neueste davon wurde in Delmenhorst erst vor wenigen Monaten in Betrieb genommen. Erfolgsfaktor, um die Kunden in ganz Europa zu gewinnen und zu binden, ist nach Aussage von Gerhard Tapken, technischer Leiter, vor allem die Flexibilität und Kurzfristigkeit, mit der auch Großaufträge umgesetzt werden können.

Neue Software notwendig

Gerade diese oftmals innerhalb weniger Stunden veränderte Auftrags- und Produktionslage war es auch, die das Unternehmen 2011 veranlasste, auf ein Management-Informationssystem zu setzen. Tapken berichtet: »Wir hatten über Jahre ein branchenfremdes Warenwirtschaftssystem im Einsatz. Mit den gewachsenen Anforderungen an Kalkulation, Auftragsverwaltung und Stammdatenorganisation stieß es jedoch an seine Grenzen und sorgte eher für Be- denn Entlastung.« Sichtbar

wurde dies beim Erstellen und Auswerten von Maschinendaten, bei der Produktionssteuerung oder in der Dokumentenverwaltung. Dazu kamen hohe Aufwendungen bei Updates und der Softwareanpassung. Als der Softwareanbieter schließlich mitteilte, den Service auslaufen zu lassen, stand für das Druckhaus fest: Es wird nach einem neuen, diesmal branchenspezifischen System gesucht und die bestehende Anwendung abgelöst.

Was die Suche prägte, waren die spezifischen Prozesse, die sich von denen klassischer Offsetdruckereien unterscheiden. So erfolgt in Delmenhorst die Produktionsplanung auf Basis detaillierter Jahres-, Wochen- und Tagesplänen, denen die einzelnen vorhandenen Aufträge zugeordnet werden. Das Unternehmen ist zwar in der Lage, Aufträge zu schieben, doch im Großen und Ganzen sind die Abläufe über große Strecken vorgeplant. An diese Struktur muss die Software anzupassen sein und höchste Flexibilität besonders bei der Auftragsverwaltung bieten.

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



»Wir brauchten eine Anwendung, in der wir kurzfristig noch Parameter ändern, Bedingungen anpassen und Termine verschieben konnten«, sagt Gerhard Tapken. Ganz wichtig war neben der Integration aller Abläufe in einer Oberfläche das schnelle und einfache Erstellen von BAB-Auswertungen. »Während wir zuvor viel mit Excel gearbeitet haben, sollten die Daten nun per Knopfdruck erstellbar sein.« Eine einfach zu bedienende Oberfläche, Innovationsfähigkeit im Zusammenhang mit JDF und ein guter Support ergänzten die Wünsche.

Entscheidung für PaginaNet

Dass die Entscheidung auf PaginaNet fiel, hatte mit einer Empfehlung und dem Preis-Leistungs-Verhältnis zu tun. »Beim Vergleich der einzelnen Anbieter haben wir festgestellt, dass alle vergleichbare Grundfunktionen bieten«, sagt Tapken. Bei jedem der Systeme würden für DruckHaus Rieck Veränderungen und Individualprogrammierungen nötig. Entscheidend war also, bei welchem Anbieter das am einfachsten möglich ist. »PaginaNet hat große Flexibilität und Einsatzbereitschaft an den Tag gelegt und konnte die Implementierung ›in time and budget realisieren«, so Tapken.

Gut drei Jahre nach der Entscheidung ist er zufrieden. Zwar sind aufgrund eigener Entscheidungsprozesse noch nicht alle Abläufe in Gänze umgesetzt, die Wirkung der Anwendung ist jedoch sichtbar. Da Kalkula-

tion, Auftragsverwaltung und Abrechnung nun über PaginaNet erfolgen, sind die Abläufe um 50% schneller. »Weil die Auftragsplanung aufgrund des Marktes noch schwieriger geworden ist und wir nicht selten statt 85 geplanter Aufträge heute bis zu 150 Aufträge in der Woche abwickeln, hilft uns das MIS-Programm sehr viel weiter«, erklärt Tapken. »Mit der alten Struktur wäre dies nicht umzusetzen gewesen.« Alle relevanten Betriebsdaten und über PC eingegebenen Zeit-, Material- und Maschinen-Daten laufen nun in PaginaNet zusammen, auch die gesamten Kunden-, Kalkulations- und Abrechnungsdaten sind zentral gespeichert. »Auf Basis der zentralisierten Daten«, so Tapken, »können wir heute schnell exakte Auswertungen erstellen.« Dies umfasst neben den Zeiten auch Verbrauchsgüter oder Logistikdaten. Und was die Zukunft angeht, plant DruckHaus Rieck mit PaginaNet. So soll das Programm auf den Partnerbetrieb in Haldensleben bei Magdeburg übertragen werden, die Nutzung von JDF ist geplant und ein weiteres Projekt sieht die Anbindung eines Web2Print-Systems vor. Kunden sollen darüber Daten übermitteln und via Editor auch Gestaltungen vornehmen können. »Aufgrund der engen Partnerschaft sind wir sicher, dass wir auch dies sehr gut hinbekommen«, zeigt sich Tapken überzeugt.

„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



Mehr Speed und Zuverlässigkeit

Fujifilm hat größere Aktualisierungen für den XMF-Workflow angekündigt und auf seinem XMF-User-Treff im November 2014 vorgestellt. Dazu gehören auch erhebliche Verbesserungen in der Verarbeitungsgeschwindigkeit durch die Integration der Adobe Mercury RIP-Architektur, durch die die Lasten bei den Rechenprozessen verteilt werden können.

Text und Bilder: Fujifilm

Infolge der Entwicklung zu kleineren Auflagen, mehr Produktdiversifikationen und schnelleren Durchlaufzeiten müssen Unternehmen eine größere Zahl von Aufträgen effizienter bearbeiten. Dazu zählen auch Produkte, die den variablen Druck als Teil des One-to-One-Marketings erforderlich machen. Zudem kommt die Notwendigkeit zur Steigerung des Service-Niveaus durch reibungslose Kommunikation zwischen den Abteilungen im Unternehmen und mit externen Parteien sowie den Kunden.

APPE 3 im XMF

Dazu enthält das Workflow-System Fujifilm XMF V6 die Adobe PDF Print Engine 3 (APPE3) und hat die Mercury RIP-Architektur implementiert, eine von Adobe entwickelte Technik für den Betrieb mit hohen Verarbeitungsgeschwindigkeiten. Damit soll XMF V6 signifikante Steigerungen bei der für die Datenverarbeitung erforderlichen Rechenzeit erreichen. Wichtigstes Merkmal der Mercury RIP-Architektur ist die Lastenverteilung, indem jede Seite eines Einzel-

auftrags während des Renderns simultan verarbeitet wird. Dies maximiert die Systemressourcen und führt zu höheren Verarbeitungsgeschwindigkeiten. Deutliche Produktivitätsverbesserungen bei der Ausgabe sind die Folge.

XMF V6 nutzt die Mercury RIP-Architektur, um eine Parallelverarbeitung mehrerer Aufträge zu erlauben und eine bis zu zehnfach größere Verarbeitungskapazität als frühere Systeme zu erreichen. Dabei hängt das Verhältnis von der Betriebsumgebung ab. Außerdem es ist möglich, unterschiedlichen Prozessen verschiedene Prioritäten zuzuteilen und die Ressourcenzuweisung für den jeweiligen Prozess aktiv zu regeln. So lässt sich die Ressourcenzuweisung gemäß zuvor eingerichteter Reihenfolgen einstellen.

Selbst wenn sich die Ausgabe an einen Plattenbelichter, Proofer oder Digitaldrucker überschneidet, kann das System die Verarbeitungszeit auf ein Minimum reduzieren, um sicherzustellen, dass jedes Ausgabegerät effizient genutzt wird.

Da ein einzelner XMF-Rechner das RIP-Volumen von fünf Belichtern

ausführen kann (zum Beispiel Luxel T-9800, 67 Platten pro Stunde), lässt sich die Anzahl der RIPs deutlich reduzieren, was zu einer einfacheren Verwaltung und niedrigeren Kosten führt. Dies führt zu einem äußerst zuverlässigen Workflow.

XMF 6 und Remote 10

Egal wie hoch die Verarbeitungsgeschwindigkeit oder Funktionalität ist, Workflow-Systeme können nur dann effizient sein, wenn ihre Geschwindigkeit und Leistungsfähigkeit stabil und jederzeit verfügbar sind. Wenn XMF V6 und XMF Remote R10 beispielsweise gemeinsam auf zwei Computern verwendet werden und sich bei einem Computer ein Hardware-Problem einstellt, ist es möglich, den funktionierenden Computer zu nutzen, um nahtlos mit dem Auftrag von dem Punkt aus fortzufahren, an dem das Problem aufgetreten ist. Dieses Back-up-System bietet eine sichere Unterstützung zur Gewährleistung eines Non-stop-Betriebs.

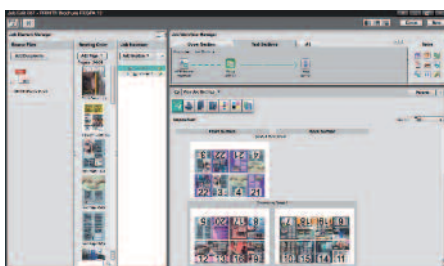
Zudem wurde XMF Remote R10 durch Verbesserungen, darunter der

vollständigen Kompatibilität mit HTML 5, für die Nutzung in einer großen Bandbreite von Umgebungen weiterentwickelt.

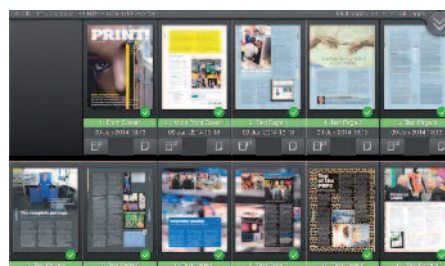
XMF Remote R10 ist für alle vom Kunden verwendeten Funktionen HTML 5-kompatibel. Dies bedeutet, dass selbst dann, wenn aus Sicherheits- oder anderen Gründen die Nutzung von Java nicht möglich ist, eine vollständige XMF Remote-Funktionalität verfügbar ist. Da es nicht notwendig ist, die Java-Anwendung herunterzuladen, ist das Zeitverhalten deutlich verbessert.

Ein neues Feature von XMF Remote R10 ist die Express Job-Funktion, entwickelt für die Arbeit mit neuen Kunden. Diese können an einem Auftrag mitarbeiten, indem sie einfach mit ihrer E-Mail-Adresse angemeldet werden, jedoch kein Benutzerkonto einrichten müssen. Das einfache Verfahren ermöglicht Online-Datenübermittlung, Proofing und die Jobfreigabe. Daher kann XMF Remote jetzt für eine breite Palette von Anwendungen eingesetzt werden.

› www.fujifilm.eu/de



XMF-Workflow.



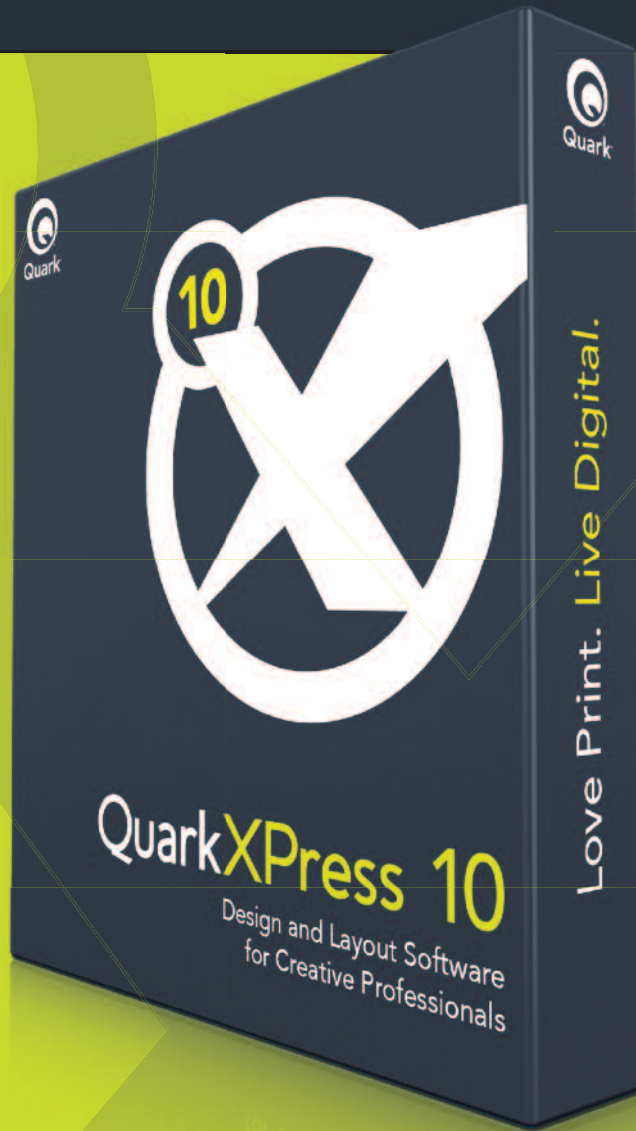
Seitenliste in XMF Remote 10.



Proof-Ansicht via Internet.

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.

Einsparungen bei Kosten und Zeit

Der Berliner Prepress-Dienstleister Europrint Medien GmbH setzt in der Partnerschaft mit Druckteam Berlin auf die prozessfreie Sonora XP Platte von Kodak. Diese Plattentechnologie hat inzwischen zum Vorteil aller Beteiligten beigetragen. Und mehr Nachhaltigkeit wird auch von den Kunden honoriert.

Text und Bilder: Kodak

Verfügen zwei Unternehmen über Fähigkeiten, die sich perfekt ergänzen, ist eine Zusammenarbeit und das Nutzen von Synergien naheliegend. So machen es die Europrint Medien GmbH und das Druckteam Berlin. Die Partner sind an einem gemeinsamen Standort in Berlin-Lichtenberg ansässig und vermarkten unabhängig voneinander die Herstellung von Printprodukten in unterschiedlichen Kundenkreisen. An der Produktion sind aber immer beide Unternehmen beteiligt. Während sich das siebenköpfige Team von Europrint auf Repro- und Prepress-Arbeiten konzentriert, liegt die Kompetenz des Druckteams Berlin in Bogenoffsetdruck und Druckweiterverarbeitung.

»Vereinfacht ausgedrückt tauschen wir druckfertige Platten gegen bedruckte Planobogen oder fertig verarbeitete Produkte«, sagt Europrint-Geschäftsführer Robert Strack.

Diese Form der Zusammenarbeit hat sich bereits seit 2001 bewährt. Neu ist, dass die Unternehmen im Herbst 2014 auf die prozessfreien Kodak Sonora XP Platte umstellten.

Druckvorstufe: Kodak inside

Druckvorstufentechnik von Kodak bildet bei der Europrint Medien GmbH, die seit 1990 am Markt aktiv ist, das Rückgrat. Alle Druckplatten werden auf einem Magnus Q800 Plattenbelichter bebildert, der die Platten selbsttätig aus einer Mehrkassetteneinheit mit fünf Kassetten lädt. Das Thermo-CtP-System arbeitet mit der hochauflösenden Kodak Squarespot Bebilderungstechnologie. Zur Optimierung und Verarbeitung der Job-Dateien für die Druckplattenbebilderung nutzt Europrint ein Workflow-System Prinergy Connect. Dem PDF-Workflow mit Produktionsdatenbank ist ein Kodak In-

site Prepress Portal-System für die Online-Kooperation mit Kunden und externen Partnern angegliedert. Dieses System bietet Funktionen für die direkte Übermittlung von Dateien in den Workflow sowie für die Online-Kontrolle von Produktions-PDFs.

»Überlegungen, wie wir eventuelle Folgeprobleme der Nassentwicklung ausschalten könnten, brachten das Ganze ins Rollen«, berichtet Robert Strack. »Wir haben dann eine prozesslose Platte getestet. Die Tests sind gut ausgefallen, aber die wirtschaftliche Frage war noch nicht beantwortet.« Einige Zeit später hat er das Thema erneut aufgegriffen und mit Kodak eine Wirtschaftlichkeitsberechnung angestellt. »Einem Wechsel auf die die Sonora XP stand nach einem entsprechenden Test nichts mehr im Weg.« Für uns ist beruhigend, dass wir das Thema Butzen etc. auf der Platte ausschließen können.«

Prozessfrei im 120er Raster

Durch den Umstieg auf die prozessfreie Sonora XP profitiert Europrint von Kodaks Press-Ready-Technologie, die für eine schnelle Bearbeitung in der Druckvorstufe sorgt.

Die Sonora XP hat eine negativ arbeitende Polymerschicht, die durch die thermische Bebilderung im CtP-System vernetzt wird. Gleich im Anschluss lässt sich die Platte in die Druckmaschine einspannen. Die unbilderten Bereiche der Platten-schicht werden beim Anfahren der Druckmaschine nach dem Vorfeuchten durch den Tack der Druckfarbe entfernt und mit dieser auf den ersten Druckbogen aus der Maschine befördert.

Um mit der Sonora XP Platte produzieren zu können, mussten die Drucker beim Druckteam Berlin an ihren Maschineneinstellungen und bei den verwendeten Materialien prak-



Europrint-Mitarbeiterin Kristina Krause entnimmt eine Sonora-Platte aus dem Magnus Q800.



Robert Strack, Geschäftsführer der Europrint Medien GmbH (rechts), mit Druckteam-Geschäftsführer Andreas Jordan am Leitstand einer der fünf Druckmaschinen.



Druckteam-Mitarbeiter Dustin Richter beim Plattenladen an einer der Bogenoffsetdruckmaschinen.

tisch nichts ändern. In den Rückmeldungen aus dem Drucksaal ist von einer verbesserten Feuchtmittelführung und einer besseren Farbtrocknung die Rede. Gedruckt wird auf fünf Offsetdruckmaschinen mit Bogenformaten zwischen 360 x 520 mm und 750 x 1.060 mm im Dreischichtmodus rund um die Uhr. Für drei der Maschinen mit zusammen 22 Druckwerken der Formatklasse 3B werden 90% der Druckplatten hergestellt. Durch steigende Anforderungen an den Plattendurchsatz ließ der Druckvorstufendienstleister den Magnus Q800 vor Kurzem von der Standard-F- auf die schnellere X-Geschwindigkeitsversion aufrüsten.

Anspruchsvolle Arbeiten für deutsche und internationale Kunden aus der Kunst- und Modeszene machen es notwendig, dass Europrint neben dem 80er Standardraster die AM-Rasterweite 120/cm verwendet. Auf Kundenwunsch, wenn AM-Rasterstrukturen und -effekte vermieden werden sollen, kommt die feine Kodak Staccato Rasterung (20 µm) zum Zug. Bei all diesen Rastervarianten erzielt das Druckteam mit der Sonora XP exzellente Druckresultate bei Auflagen, die vereinzelt auch mal die 150.000er Marke erreichen.

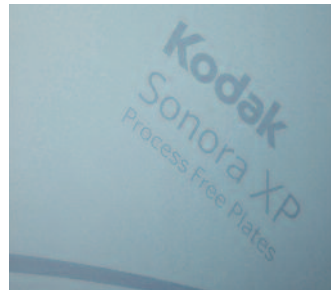
Einsparungen und Umweltbonus

Der Umstieg auf die prozessfreie Platte hat den Betrieb einer Plattenverarbeitungsanlage obsolet gemacht. »Durch das Abschalten der Entwicklungsmasche entfallen pro Monat etwa 400 Euro an Strom- und Wasserkosten und 1.000 Euro für die Plattenchemie. Außerdem sparen wir monatlich fünf bis sechs Stunden für Reinigungs- und Wartungsarbeiten«, erklärt Robert Strack. Dazu komme noch der Vorteil, dass die Sonora XP eine umweltschonendere Produktion mit sich bringt: »Das ist ein wichtiger Aspekt. Unsere Kunden honorieren es, wenn wir in puncto Nachhaltigkeit einen Schritt weitergehen.«

➤ www.kodak.com

ANHALTENDES WACHSTUM

Seit Bekanntgabe des 1.000. Anwenders der prozessfreien Sonora-Platte im Juli 2014 hat sich der Kreis der Anwender nach einer Meldung von Kodak weiter vergrößert. Mittlerweile seien es mehr als 1.800 Kunden. Wir hatten in »Druckmarkt 94« über die Vorteile der Druckplatte berichtet. Kodak geht nun davon aus, dass sich der Erfolg im Jahr 2015 fortsetzen wird. Denn alleine in Europa habe der Einsatz der prozessfreien Platte gegenüber dem Vorjahr um mehr als



200% zugelegt. In den USA und Kanada sei die Zahl der Sonora-Anwender gar um 400% gestiegen. Neben neuen Kunden stellten auch Anwender der prozesslosen Vorgängerplatte Thermal Direct auf die neue Platte um. Diesen Bedarf wird eine neue Plattenfertigungslinie im US-Werk in Columbus abdecken. Zudem wurden im Druckplattenwerk in Xiamen (China) Produktionskapazitäten für Sonora-Platten geschaffen, um das Wachstum in dieser Region zu unterstützen. Mehr als 200 asiatische Kunden habe Kodak im Jahr 2014 beliefert.

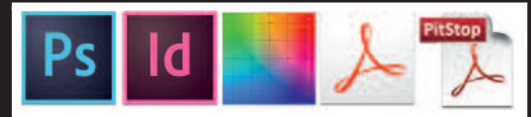
Schließlich hatte Kodak auf der World Publishing Expo 2014 in Amsterdam die Sonora News vorgestellt, die nun für den Zeitungsdruck auch in Europa erhältlich ist.

In Lateinamerika hätten verschiedene Zeitungen ihre Produktion bereits auf diese Platte umgestellt. Die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte für den Akzidenzdruck und die Sonora News für Zeitungsanwendungen machen laut Kodak bereits heute 35% der Kodak-Plattenverkäufe in Südamerika aus.

Zweitägige Weiterbildung zum

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

Colormanagement, ICC-Profile
Photoshop, InDesign-Datencheck
Reinzeichnung, PDF/X-Export
Preflight mit Acrobat und PitStop

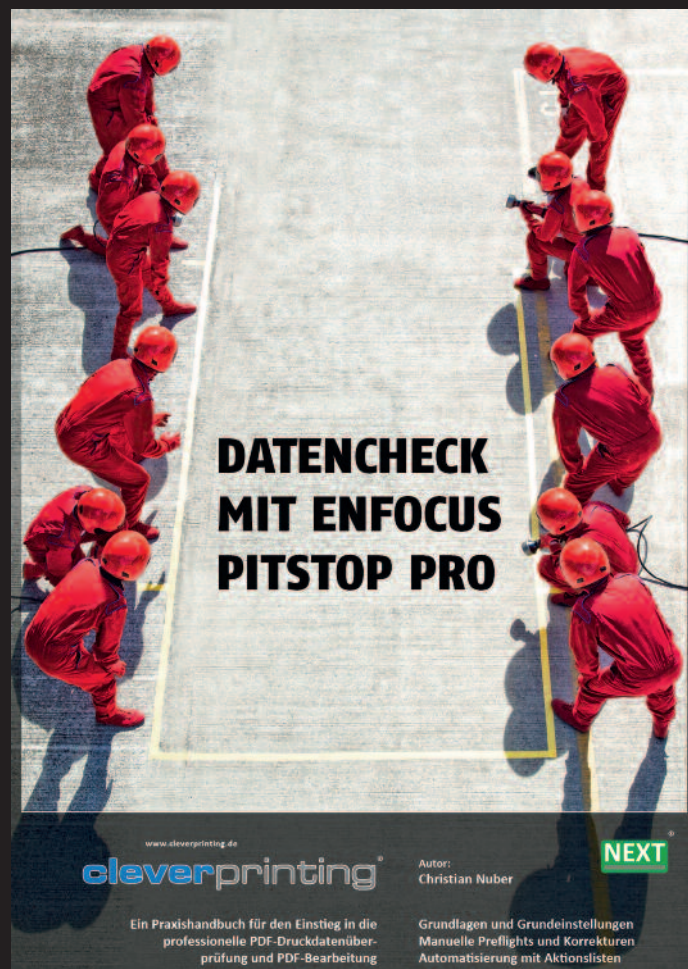


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

www.cleverprinting.de

Keine Zeit für eine Weiterbildung?

Unser neues Cleverprinting-Buch „Datencheck mit Enfocus PitStop Pro“ zeigt Ihnen, wie Sie mit PitStop PDF-Druckdaten schnell und effizient prüfen und korrigieren. Neben den Werkzeugen zur manuellen PDF-Bearbeitung legen wir den Schwerpunkt hierbei auf die Möglichkeiten, Arbeitsabläufe clever zu automatisieren.



DATENCHECK MIT ENFOCUS PITSTOP PRO

www.cleverprinting.de
cleverprinting

Autor:
Christian Nuber

NEXT

Ein Praxishandbuch für den Einstieg in die professionelle PDF-Druckdatenüberprüfung und PDF-Bearbeitung

Grundlagen und Grundeinstellungen
Manuelle Preflights und Korrekturen
Automatisierung mit Aktionslisten

Best.-Nr.: CP-PitStop-01.2014
Preis nur 29,90 Euro

Drucken ist Verfahrenstechnik pur

Im komplexen Zusammenspiel zwischen Maschine, Chemie und Papier entscheidet die optimale Zusammenstellung der Verbrauchsmaterialien auch über die Produktivität des Druckprozesses und damit die Profitabilität einer Druckerei. Doch in vielen Betrieben ist nach wie vor ›fummeln‹ angesagt. Oder weniger drastisch: Es wird ausprobiert, was das Zeug hält.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bis die ideale Kombination aus Farbe, Lack, Papier und anderen Verbrauchsmaterialien in der Maschine gefunden ist, ist viel Know-how und Zeit notwendig – und ein robustes Nervenkostüm. Ganz zu schweigen von dem Aufwand, permanent mit einer Vielzahl an Lieferanten zu kommunizieren und gleichzeitig die eigene Produktion samt Logistik im Griff zu behalten. Zudem ist manchem Drucker vielleicht auch gar nicht bewusst, dass er innerhalb von acht Jahren etwa zwei- bis dreimal so viel Geld für Verbrauchsmaterialien ausgibt wie für die Druckmaschine selbst. Und in dieser Rechnung ist das Papier noch nicht einmal berücksichtigt.

Längst aber gibt es auch die Möglichkeit, getestetes, qualifiziertes und aufeinander abgestimmtes Verbrauchsmaterial einzukaufen. Heidelberg bietet solche Produkte im Saphira-Portfolio für den Bogenoffsetdruck an und hat das Angebot in den letzten Monaten ausgebaut.

Ökologie ist gefragt

Neu sind etwa Erweiterungen in der Produktlinie Saphira Eco für die umweltfreundliche Print-Produktion. Denn Umweltaspekte spielen nach Angaben von Heidelberg gerade bei Verbrauchsmaterialien eine immer wichtigere, bisweilen sogar die entscheidende Rolle. Entsprechend wachse die Nachfrage nach solchen Materialien kontinuierlich. Themen seien Nachhaltigkeit im Umgang mit



Das Angebot an Verbrauchsmaterialien der Marke Saphira ist umfassend. Im Sortiment finden sich aufeinander abgestimmte, auf Qualität und Leistung getestete Produkte.

Rohstoffen, die Substitution umweltschädlicher Inhaltsstoffe durch umweltverträglichere, die Reduzierung von Material und Energie und die Kompensation des verbleibenden CO₂-Ausstoßes. Heidelberg listet die Fakten zur Umweltverträglichkeit von Verbrauchsmaterialien übrigens in einem jedermann zugänglichen Kriterienkatalog auf.

Für die Anicolor-Technologie wurden kürzlich mineralölfreie, auf Pflanzenöl basierende Farben Saphira Ink Anicolor S100 und H100 auf den Markt gebracht, mit denen bis zu

siebenfarbig gedruckt werden kann. Damit werde die für geringe Makulatur und niedrigen Energieverbrauch bekannte Anicolor-Technologie noch umweltschonender.

UV-Druck mit Saphira LE UV

Mit der Trocknungstechnologie Dry-Star LE (Low Energy) UV bietet Heidelberg ein nach eigenen Angaben energiereduziertes Verfahren an, das den Einstieg in den UV-Druck ermöglicht.

Das Verfahren benötigt hochreaktive UV-Druckfarben, um die Anzahl der Trocknerlampen in der Maschine und damit den Energieverbrauch zu reduzieren. Die dazu ebenfalls notwendigen Consumables wie Feucht- und Waschmittel sowie Walzen wurden auf diese Technologie exakt abgestimmt und mit einer eigenen Druckfarbserie komplettiert (lesen Sie dazu auch die Beiträge zum UV-Druck auf den folgenden Seiten dieser Ausgabe).

Expertenwissen

Beim Einsatz der Verbrauchsmaterialien auf seinen Druckmaschinen besitzt Heidelberg vielfältige Erfahrungen und ein breites Expertenwissen aus der eigenen Forschung und Entwicklung, aus den Print Media Centern und aus Praxistests bei Kunden. Diese Erkenntnisse werden ausgewertet und über die Anwendungsspezialisten und die Saphira-Produkte zur Verfügung gestellt.

Damit eine neue Maschine sofort mit besten Druck-Ergebnissen in Betrieb gehen kann, stellt Heidelberg ›Saphira Starter Kits‹ zur Verfügung. Das sind Komplettpakete mit Verbrauchsmaterialien, die für die jeweilige Druckmaschinenteknologie individuell zusammengestellt wurden. Komponenten wie Druckplatten, Walzen, Farben, Gummitücher oder Feuchtmittel sind so validiert, dass sie zueinander und zu den Anwendungen der Maschine passen. Für Anforderungen wie Anicolor- oder UV-Maschinen bietet Heidelberg die sogenannten ›Saphira Performance Kits‹.

Für gut befunden

Die Saphira-Produkte sind von Heidelberg auf Qualität und Performance getestet und aufeinander abgestimmte Produkte, betont der Druckmaschinenhersteller. Diese seien für die jeweiligen Maschinenteknologien optimiert, was hohe Maschinenverfügbarkeit und Pro-

BIS ZUM 3-fachen DES MASCHINENPREISES GEBEN DRUCKEREIEN IM LAUFE VON ACHT JAHREN FÜR DEN EINSATZ VON VERBRAUCHSMATERIALIEN AUS. DER PAPIERVERBRAUCH IST DABEI NOCH NICHT BERÜCKSICHTIGT.

duktivität, weniger Makulatur und eine höhere Qualität im Praxiseinsatz zur Folge hätte.

Besteht zwischen bestimmten Produkten eine Wechselwirkung (etwa zwischen Farbe, Feuchtmittel und Gummituch) testet Heidelberg diese gemeinsam. Nur so lasse sich sicherstellen, dass das Zusammenspiel wirklich reibungslos funktioniert.

So auch bei der Produktion von Lebens- oder Genussmittelverpackungen, an die der Gesetzgeber höchste Ansprüche stellt. Gesundheitsgefährdende Stoffe dürfen dabei nicht von den Verbrauchsmaterialien auf das verpackte Lebensmittel übergehen und dieses in seiner Zusammensetzung beziehungsweise im Geruch oder Geschmack verändern.

Alle Consumables müssen daher die Anforderungen der EU Rahmenverordnung (EG) Nr. 1935/2004 erfüllen. Diese erfüllten die Produkte der Saphira Low Migration-Linie, versichert Heidelberg. Ebenso betont der Druckmaschinenhersteller, dass alle in Europa verkauften Verbrauchsmaterialien den Anforderungen der Chemikalienverordnung REACH entsprechen.

Über alles betrachtet, vertreibt Heidelberg weltweit übrigens etwa 5.000 verschiedene Verbrauchsmaterialien.

Optimierte Beschaffung

Im Unterschied zu anderen Händlern, betont Heidelberg, biete man nicht nur Teilgebiete an, sondern Kombinationen über die gesamte Prozesskette hinweg.

Dabei trage das »Alles-aus-einer-Hand«-Prinzip wesentlich dazu bei, die internen Prozesse einer Druckerei zu vereinfachen. Dies gelte nicht nur für den Druckprozess, sondern auch für die kaufmännischen Beschaffungsprozesse. Nach Schätzungen von Heidelberg kann die Konzentration auf nur einen Lieferanten zu 30% niedrigeren Lagerbeständen, eine geringere Kapitalbindung und bis zu 70% weniger Rechnungen in der Buchhaltung führen.

Online noch komfortabler

Saphira-Verbrauchsmaterialien werden mittlerweile in vielen Ländern über Online-Shop verkauft. Einen überarbeiteten und kundenfreundlicheren Online-Shop mit einer Vielzahl neuer Funktionen und Inhalte plant Heidelberg im Laufe des Jahres 2015 einzuführen.

Bei der Belieferung arbeitet Heidelberg mit dem eigenen Distributionsnetzwerk oder ausgewählten Partnern wie Papiergroßhändlern zusammen. Wenn gewünscht, können Lieferungen kurzfristig per Express oder bis zu zweimal täglich erfolgen. Diese Just-in-time-Belieferung macht eine Vorratshaltung in Druckereien in vielen Fällen überflüssig. Die Logistik liefert damit einen Beitrag für eine kosteneffiziente Lösung bei Verbrauchsmaterialien.

Zukäufe erweitern Angebot

Im noch immer von Wachstum geprägten Markt der Verbrauchsmaterialien agiert Heidelberg sowohl als Anbieter wie auch als Hersteller. So hatte Heidelberg 2008 das Unternehmen Hi-Tech Coatings übernommen, das an zwei Standorten in den Niederlanden und in Großbritannien rund 20.000 Tonnen Dispersions- und UV-Lacke pro Jahr produziert. Mittlerweile wurden weltweit weitere Produktionsstätten für Lacke in Betrieb genommen. Damit sei der Marktanteil von Heidelberg deutlich gesteigert worden. Kunden profitierten wiederum von dem erweiterten Portfolio und raschen Zugang. Im Herbst letzten Jahres hat Heidelberg zudem die BluePrint Products NV in Belgien übernommen und verstärkt damit sein Angebot an Verbrauchsmaterialien für die Druckchemie. Das Unternehmen verfügt über ein vollständiges Sortiment an Feucht- und Waschmitteln für Bogenoffset-Druckmaschinen und gilt bei der Produktion umweltfreundlicher Produkte als innovativ.

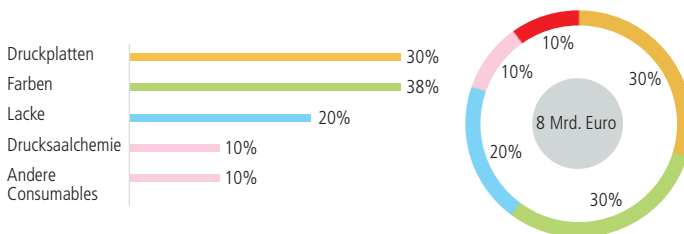
➤ www.heidelberg.com/saphira-eco

EIN BEGEHRTER MARKT: VERBRAUCHSMATERIALIEN

Der Markt für Verbrauchsmaterialien ist weltweit betrachtet ein seit Jahren konstant bleibender Markt, der alleine für das Segment Bogenoffset auf rund 8 Mrd. € tariert wird. Und im Vergleich zum Verkauf an Druckmaschinen könnte dieser Markt auch weitestgehend stabil bleiben. Das lassen zumindest die Statistiken vermuten, nach denen das Druckvolumen weltweit noch immer leicht zunimmt.

Kein Wunder also, dass die Hersteller von Druckmaschinen (mehr oder weniger intensiv) um diesen Markt ringen und entsprechende Verbrauchsmaterialien anbieten. Dass dies kein einfaches Unterfangen ist und vor allem sehr viel Zeit kostet, um sich am Markt einen Namen zu machen, weiß beispielsweise Heidelberg nur zu genau. Seit etlichen Jahren ist das Unternehmen nunmehr in Sachen Verbrauchsmaterial unterwegs.

VERBRAUCHSMATERIALIEN FÜR DEN BOGENOFFSET



Quelle: Heidelberger Druckmaschinen AG. Druckmarkt-Grafik 01/2015.

Da dürfte manroland Sheetfed mit dem Kauf des etablierten Herstellers DC DruckChemie einen klugen Schachzug gemacht haben. Denn DruckChemie verfügt bereits über ein eingespieltes Vertriebsnetz. Allerdings beschränkt sich das Angebot vorwiegend auf Drucksaal-Chemie und deren Entsorgung. Die Feucht-, Reinigungs- und Hilfsmittel für den Rollen- und Bogenoffset sind aber auch von beispielsweise KBA oder Heidelberg zertifiziert.

Heidelberg bietet über die Produkte für den Drucksaal hinaus auch Druckplatten, Farben, Lacke und andere aufeinander abgestimmte Verbrauchsmaterialien an. Und Heidelberg macht keinen Hehl daraus, der größte Anbieter von



Consumables der Welt zu werden, wie Heidelberg-Vorstand **Harald Weimer** sagt. Er ist für Vertrieb und Services und damit auch für die Verbrauchsmaterialien verantwortlich. Schon heute setzt der Druckmaschinenhersteller mit den Saphira-Consumables etwa 400 Mio. € um, was in etwa 5% des Gesamtmarktes an Bogenoffset-Verbrauchsmaterialien weltweit ausmacht. Am Heidelberg-Umsatz gemessen (Basis Geschäftsjahr 2013/14), sind das bereits 17%.

Dabei begibt sich der Druckmaschinenhersteller aber auch immer mehr in eine Richtung, die nicht zwingend zur Kernkompetenz zählen: die chemische Industrie. Denn mit den Zukäufen von Hi-Tech Coatings und jüngst BluePrint Products gehören nunmehr reine Chemie-Unternehmen zum Konzern und Harald Weimer schließt weitere Akquisitionen nicht aus.

Dass dies natürlich auch Effekte für die bestehende Händler-Struktur (nicht nur im deutschsprachigen Raum) hat, wird hingenommen in diesem umkämpften Markt, in dem es nicht nur um die Qualität der Produkte, sondern vor allem auch um Logistik geht. So ist Heidelberg beispielsweise in Kanada Händler der Agfa-Produkte, in Australien für Fujifilm und in Dänemark für Agfa und Flint Group. Damit wird auch deutlich, dass es noch zu erheblichen Veränderungen beim grafischen Fachhandel kommen wird. Und dabei wird es zu einer weiteren Konzentration kommen.

Die Vorteile summieren sich

Die Fakten sind schon verlockend: trockene Bogen in der Auslage, kein Warten für die Weiterverarbeitung und das ganze gepaart mit Energieeinsparungen von über 75% gegenüber konventionellen UV-Trocknungstechnologien. LED-UV hat schon einen gewissen Charme. Davon ist jetzt auch die Druckerei Kyburz AG in Dielsdorf überzeugt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ein Problem, mit dem wir derzeit in der Branche konfrontiert sind, sind die vergleichsweise geringen Erfahrungswerte mit neuen Trocknungstechniken gegenüber dem konventionellen Offsetdruck. Seit dem Aufkommen alternativer UV-Trocknungs-Technologien wie LE-UV oder LED-UV wird viel erzählt und argumentiert, es gibt noch viel Unwissen – und das wird durch Eigeninteressen auch noch forciert. Die Verunsicherung im Markt ist unverkennbar. Doch wie anders als durch Erfahrungsberichte von Anwendern sollen Pro und Contra sowie grundlegende Informationen transportiert werden?

Deshalb waren wir auch nicht böse, dass wir uns bei der Druckerei Kyburz AG in Dielsdorf nahe Zürich über deren Erfahrungen mit LED-UV informieren konnten. Und wenig später bei paffrath print & medien in Remscheid (siehe Seite 20).

Was die beiden Installationen voneinander unterscheidet: Kyburz hat seine Ryobi 925 mit LED-UV nachgerüstet, paffrath dagegen hat eine vollständig neue Ryobi 925 mit UV-LED-Trocknung installiert. Was ja zunächst einmal gar nichts an der Trockner-Technologie ändert.

Pionier in der Drucktechnik

Über die Druckerei Kyburz AG muss man nicht mehr ausschweifend berichten. Kyburz ist eine der ganz großen Nummern in der Schweizer Druckindustrie, zudem einer der we-

nigen Rollenoffsetbetriebe im Land und vor allem seit jeher ein Pionier auf vielen Gebieten der Drucktechnik. Nicht nur im Rollenoffset, sondern auch im Digitaldruck (auf der Rolle und dem Bogen) und nicht zuletzt im Bogenoffset. Denn auch in diesem Verfahren stellt die Druckerei Akzidenzen aller Art her sowie begleitende oder ergänzende Druck-Erzeugnisse für die Direct-Mail-Produktionen. Es würde an dieser Stelle zu weit führen, die hoch komplexen Drucksachen und die dahinter stehenden Techniken und Verfahren zu beschreiben. Aber es lässt sich zusammenfassen: Bei Kyburz handelt es sich um Virtuosen der Mailingproduktion.



«Wir sind schon technikorientiert», räumt Konrad «Koni» Kyburz, Senior-Chef und Gründer des Unternehmens ein. «Wir sind aber gleichzeitig auch sehr vorsichtig, wenn es um neue Technologien geht.»

So eben auch bei der Umrüstung der bestehenden Fünffarben-Ryobi 925 mit Lack auf LED-UV. »Wir hatten viele Gespräche mit Chromos, mit dem Lieferanten AMS und mit anderen Druckereien«, schildert Kyburz. Was ihn dabei am meisten beeindruckt habe, war, dass keiner der Kollegen, die bereits auf LED-UV umgerüstet haben, wieder zurück zur alten Technik will.

»Natürlich hat auch diese Technik kritische Punkte, die vielen positiven überwiegen jedoch«, sagt Koni Ky-

burz. »Für uns jedenfalls ist die LED-UV-Technik einer der größten Fortschritte im Bogenoffset.« Das könne allerdings nur jemand verstehen, der selbst jahrelang an einer Maschine gestanden habe, betont er. Was er damit meint: Der Puder ist weg. Das wiederum bedeutet, dass die Stapel kleiner und gleichmäßiger werden und dass sich beim Widerdruck auch kein Puder mehr in der Maschine verteilt. Was zur Folge hat, dass die Reinigungsarbeiten an der Maschine deutlich weniger werden.

Einfach in der Anwendung

Was Koni Kyburz zudem überzeugte, war die Investitionssumme und die Umrüstung an sich. Bei einem Neumaschinenwert von beispielsweise 1,5 Mio. Franken liegt die Investition für LED-UV in seinem Unternehmen bei etwa 10% des Maschinenwertes. Der Zeitaufwand für die Umrüstung lag bei einem Tag Produktionsverlust. Dann sei alles gelaufen. Natürlich hätten sich die Drucker mit den neuen Gegebenheiten erst einmal anfreunden müssen, doch die LED-UV-Technik sei einfach in der praktischen Anwendung, stellt Koni Kyburz fest.

Die LED-UV-Strahler sind so flexibel konfiguriert, dass sie an der Ryobi 925 an drei Stellen eingesetzt werden können – eben da, wo es der Druckjob verlangt. Dazu kommt, dass die Strahler selektiv eingestellt werden können, sodass die Strah-

lung nur dort erfolgt, wo auch Papier und Farbe sind.

»Wenn LE-UV gegenüber dem konventionellen UV-Druck 50 Prozent weniger Energie verbraucht, sind es



bei LED-UV noch einmal 85 Prozent weniger«, sagt Carsten Barlebo, Verkaufsleiter Europa des US-amerikanischen Herstellers AMS (Air Motion Systems). 34 Installationen alleine an Nachrüstungen habe AMS in Europa in den letzten Monaten durchgeführt, berichtet er.

Der Riesenvorteil gegenüber anderen Verfahren sei die niedrige Temperatur, mit der LED-UV arbeitet. Die liegt um die 50° C. Für die Strahler gibt es auch keine Stand-by-Zeiten, die durch mechanische Systeme unterstützt werden müssen, sondern nur «Ein» oder «Aus». Dabei benötigt LED-UV keine Aufheizphase, die LEDs sind in Millisekunden auf voller Leistung. Deshalb können auch sensible Materialien wie Folien, Naturpapiere sowie dünnste und leichteste Papiere verarbeitet werden.

Und was die Standfestigkeit der LEDs angeht, könne man von 15.000 bis 20.000 Betriebsstunden ausgehen, sagt Carsten Barlebo. Bei Tests seien auch schon 39.000 Betriebsstunden gemessen worden.

Überzeugende Qualität

»Die Vorteile summieren sich und die Qualität hat uns überzeugt«, sagt Koni Kyburz. Man habe seit der



Umrüstung nur beste Erfahrungen gemacht. »Flache Stapel, kein Verkratzen der Drucke beim Stapelwenden und Widerdruck und auch keine Probleme in der Weiterverarbeitung.« Dazu kommt, dass man gerade bei Kleinauflagen weniger Makulatur fahre, weil die Farbe konstant und stabil sei.

Allerdings musste auch die Druckerei Kyburz auf ein anderes Farbsystem wechseln, nämlich das von Toyo Ink. Der japanische Farbenhersteller hat wohl die längste Erfahrung beim Einsatz der LED-UV-Technik. Bereits seit 2006 beschäftigt sich das Unternehmen mit alternativen UV-Techniken. »Heute können wir die Trockner einfach nachrüsten, Walzen, Feuchtmittel und die Farben wechseln – und los geht es», schwärmt Heinrich Maag, bei Chromos zuständig für den Verkauf von Offset-Anlagen.



Das betrifft das Drucken. In der Vorstufe gebe es noch Einschränkungen, räumt er auf die Frage ein, wie es sich mit prozesslosen Platten ver-

hält. »Unter Vorbehalt können auch prozessfreie Platten eingesetzt werden – in Abhängigkeit vom Papier, Waschmittel und anderen Faktoren«. Und Maag erwähnt auch, dass die Farben teurer als konventionelle sind. »Aber man benötigt weniger.«



Kein Hokuspokus

Es gehört offensichtlich schon ein gewisses Umdenken dazu, will man mit dieser Technologie arbeiten.

Aber das ist es ja auch, was die neue Technik ausmacht: Die vielen Einflussfaktoren im Offsetdruck werden neu definiert. Viele der traditionellen bekannten Faktoren werden eliminiert, andere Faktoren müssen beim täglichen Umgang mit der Technik neu berücksichtigt werden. Vor allem bei der Abstimmung einzelner Komponenten aufeinander, die aber offensichtlich recht schnell in den Griff zu bekommen sind. Das zumindest bestätigen die Drucker in den

Die Nachrüstung mit LED-UV bei der Druckerei Kyburz fällt erst auf den zweiten Blick ins Auge. Lediglich ein zusätzlicher Schrank für die Elektronik, einige zusätzliche Schläuche für die Steuerung und das Kühlwasser – die Strahler selbst verschwinden in der Maschine. Heinrich Maag, bei Chromos zuständig für den Verkauf solcher Anlagen, demonstriert die einfache Handhabung. Darunter einer der Strahler, im aus- und eingeschalteten Zustand. Dabei kann die Intensität der Strahlung stufenweise eingestellt werden.

Druckereien Landquart, Kyburz und paffrath print & medien, mit denen wir bisher gesprochen haben. Aber Systemveränderungen in einem so komplexen Prozess wie dem Offsetdruck bringen eben generell Umstellungen mit sich.

»Wir verkaufen das System, damit die Bogen trocken in der Auslage liegen«, sagt Heinrich Maag. »Dazu haben wir ein Paket aus LED-UV-Trockner, Farbe, Feuchtmittel sowie Walzen zusammengestellt, bei dem die Komponenten exakt aufeinander abgestimmt sind und funktionieren.«

Es ist jedenfalls kein Hokuspokus, der sich bei genauem Hinsehen in Luft auflöst, sondern eine handfeste Alternative zum traditionellen Offsetdruck. Vorausgesetzt, es werden im Umgang mit der UV-Technik alle Empfehlungen und Richtlinien eingehalten.

» www.chromos.ch

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

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



Spielraum für mehr Kreativität

paffrath print & medien investierte Mitte des Jahres 2014 in eine Ryobi 925 mit integriertem Lackwerk und UV-LED-Trocknung. Damit soll das Anwendungsspektrum erweitert und die Zukunft des Remscheider Druck- und Medienhauses als Anbieter hochqualitativer Druckprodukte gestärkt werden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Über 100 Offsetdrucksysteme von Ryobi mit UV-LED-Technologie sind in Japan im Einsatz, in Europa produzieren etwa 40 Systeme. Das sollte Indiz genug sein, dass die Technologie Marktreife erlangt hat. Dennoch wird in der Remscheider Druckerei ausgiebig getestet, denn die für UV-LED geeigneten Druckfarben und -lacke wurden noch nicht bei allen Anwendungen eingesetzt. Mit Erfahrungsberichten und Verbesserungsvorschlägen unterstützt paffrath print & medien die Druckfarbenhersteller, die an entsprechenden Farben arbeiten.

Unter den Top 3

Die 1956 gegründete Druckerei Paffrath war bis ins Jahr 2001 eine Akzidenzdruckerei mit elf Mitarbeitern. Mit der Übernahme durch die heute geschäftsführenden Gesellschafter Rolf Brocks und Michael Schünnemann entwickelte sich der Betrieb zu einer vollstufigen Druckerei, die Corporate Books, Imagebroschüren und jede Art von veredelten Drucksachen herstellt. Heute werden 60 Mitarbeiter beschäftigt, der Maschinenpark zählt 22 Druckwerke im Formatbereich 70 cm x 100 cm sowie zwei Digitaldrucksysteme und der Umsatz bewegt sich im zweistelligen Millionen-Bereich: paffrath print & medien zählt damit zu den Top 3 in der Wirtschaftsregion Rhein-Wupper.

Dabei wurde in den letzten Jahren das Ziel einer umweltfreundlichen



Seit Sommer 2014 produziert die Ryobi 925 mit LED-UV bei paffrath print & medien in Remscheid.



Produktion zum Leitgedanken der Firmen-Philosophie: »Um dieses Ziel zu erreichen, probieren wir viel Neues aus«, sagte Rolf Brocks Ende November in Remscheid anlässlich der Vorstellung der LED-UV-Technologie in seinem Haus vor einem bundesweit eingeladenen Kreis von Druckerei-Unternehmern.

Höhepunkt der Veranstaltung, zu der die Druckerei gemeinsam mit Mitsubishi eingeladen hatte, war die Live-Demonstration der Ryobi 925 mit fünf Farbwerken plus Lackwerk und LED-UV-Technologie, bei der sich die etwa 65 Gäste von der Qualität der Verfahrenstechnik überzeugen konnten. Live gedruckt wurde ein vierfarbiges Poster auf Naturpapier, das zur sofortigen Weiterverarbeitung aus der Maschine kam. Zusätzlich wurde das gleiche Motiv auf Bilderdruckpapier mit LED-UV-Lack veredelt.

»Die Technologie bietet uns Vorteile sowohl aus produktionstechnischer Sicht als auch unter Umweltschutz-Gesichtspunkten«, sagt Rolf Brocks.

Durch Vernetzung der in den Farben und Lacken enthaltenen Photoinitiatoren härtet die Farbe sofort aus. Unabhängig vom Bedruckstoff, ob gestrichene oder ungestrichene Papiere, Kartonagen, Folien und auch beschichtetes Material – der Bogen ist sofort trocken und kann direkt weiterverarbeitet werden. Das hochwertige Erscheinungsbild mit makelloser Oberfläche wird durch das Fehlen von Puder erzielt.

Enorme Anwendungsvielfalt

Überlegen sei die UV-LED-Technologie gegenüber dem herkömmlichem Offsetdruck vor allem auch bei der Materialvielfalt, bemerkt Brocks. Das erweitere das Anwendungsspektrum enorm. Zudem bewirke die flexible Anordnung der Trockner, dass außergewöhnliche Veredelungen erzielt werden können. Die im Unternehmensleitbild festgeschriebene Wertevorstellung, sich für den Schutz der Umwelt einzusetzen, ist nach den Ausführungen von

Rolf Brocks ein weiterer Grund für den Einsatz der UV-LED-Trocknung. Der Energieverbrauch der Trocknermodule sei niedrig und sie entwickelten auch kein schädliches Ozon. Die verwendeten Farben seien lösemittelfrei und ein Schutzlack sei nicht erforderlich. »Welche Auswirkungen der höhere Preis der Farben und Lacke im Hinblick auf die niedrigeren Energiekosten und den geringeren Farbauftrag hat, können wir aber noch nicht abschließend bewerten«, stellt Rolf Brocks fest.

Mit der Investition in die Ryobi 925 mit LED-UV habe paffrath print & medien nun die besten Voraussetzungen geschaffen, der Kreativität den größtmöglichen Spielraum zu geben, mit Drucksachen Emotionen zu wecken und durch außergewöhnliche optische Reize Wirkung zu erzielen. »Denn in der reizüberfluteten Kommunikationswelt ist dies ein entscheidender Erfolgsfaktor«, sagt Rolf Brocks.

➤ www.paffrath-druck.de

Entwicklungssprung im Bogenoffset

Im Dezember 2014 wurde bei Hofmann Infocom in Nürnberg eine hoch automatisierte Achtfarben-Rapida 106 mit der im mittelformatigen 4-über-4-Druck in Deutschland bisher erstmals realisierten neuen LED-UV-Trocknertechnologie installiert.

Text und Bilder: KBA

Die Maschine ist zusätzlich mit einem Lackturm nach den Druckwerken und der Rolle-Bogen-Einrichtung RS 106 ausgestattet. Dabei erlaubt die LED-Trocknung die sofortige Weiterverarbeitung der beidseitig bedruckten und inline veredelten Bogen. Für den traditionsreichen Nürnberger Mediendienstleister beginnt mit der Hightech-Rapida eine neue Ära im Bogendruck. Die neue KBA Rapida soll vor allem für den Druck von hochwertigen Magazinen, Katalogen und Umschlägen eingesetzt werden.

UV-/Mischbetrieb

Neben einer beachtlichen Energieeinsparung gegenüber dem konventionellen UV-Druck und kürzeren Durchlaufzeiten bietet die LED-UV-Technologie auch bei der Verarbeitung von Naturpapieren Vorteile. Das Wegschlagen der Farbe wird durch die sofortige Trocknung vermieden und das Druckergebnis bleibt besonders brillant.

Die 21,8 m lange und 80 Tonnen schwere Rapida 106 erreicht eine Spitzenleistung von bis zu 18.000



Einbringung und Montage der neuen Maschine haben Ende November begonnen.

Bogen/h im Schön- und Widerdruck. Die Ausstattung für den UV-/Mischbetrieb ermöglicht ein breites Veredelungsspektrum und vielfältige Matt-Glanz-Effekte.

Das Drive-Tronic-Konzept mit Einzelantrieben zieht sich vom Anleger über die SIS-Anlage bis hin zum simultanen Plattenwechsel durch die gesamte Maschine und erlaubt minimale Rüstzeiten beim Jobwechsel. Die Bogeninspektion auf Bogenvorder- und -rückseite und die Inline-Farbdichteregelung mit QualityTronic Professional sichert die Qualitätsüberwachung jedes einzelnen

Druckbogens. Mit LogoTronic steht zudem eine Software für das Produktionsmanagement und eine Schnittstelle zum MIS von Hofmann Infocom zur Verfügung.

Echter Mediendienstleister

Seit 2001 firmiert das 1908 gegründete Traditionsunternehmen als Hofmann Infocom. Damit stellte sich der in vierter Generation familiengeführte Mediendienstleister als Integrations- und Servicepartner sowie kreativer Ideengeber für den richtigen Einsatz von Kommunikationsmitteln neu auf. Hofmann Infocom ist heute ein moderner Mediendienstleister mit 150 Beschäftigten.

Heute gehört neben Hofmann-Druck ein Mediaunternehmen, ein 1971 gegründeter Verlag sowie ein Lettershop zur Unternehmensgruppe. Bei der Druckerei handelt es sich um einen vollstufigen Rollen- und Bogenbetrieb mit einer leistungsfähigen Weiterverarbeitung für die Zeitschriften- und Katalogproduktion. Bis Anfang der 1990er-Jahre hat das Unternehmen schon einmal Drucktechnik von KBA eingesetzt. Nun findet mit der neuen Rapida 106 ein riesiger Entwicklungssprung in der Bogenoffset-Abteilung des Nürnberger Mediendienstleisters statt.

› www.kba.com

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

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

www.druckmarkt.com

Nachhaltigkeit ausgeblendet?

Schweizer Druckereien haben im letzten Jahr massiv in die UV-Low-Energie-Technologie investiert. In der kleinen Schweiz mit sinkendem Druckvolumen gibt es mittlerweile das dichteste Netz an UV-Druckwerken auf der Welt. Wegen der immer kürzer werdenden Termine und sinkenden Preisen wird im Akzidenzdruck auf LE-UV gesetzt.

Von BERNHARD WICKI

Die UV-Technologie ist an sich nichts Neues. Endlos-, Verpackungs- und Plastikdrucker setzten schon lange auf diese Technologie – dies mit den schon lange bekannten Quecksilberdampflampen. Akzidenzdrucker hatten diese Technik aus verschiedenen guten Gründen bisher gemieden. Was also ist der wahre Grund dieser Entwicklung, in der die Bereiche Nachhaltigkeit und Ökologie völlig ausgeblendet werden? Ein nachhaltiges Produkt ist ein Produkt, das einen sinnvollen und vernünftigen Bedarf erfüllt und gleichzeitig hinsichtlich ökologischer und sozialer Aspekte verantwortlich hergestellt wurde.

Erfüllen das auch die Druckprodukte, die mit UV-Technologien hergestellt werden? Eine Frage, die sich einige Unternehmen vor der Investition hätten stellen müssen – jetzt sind sie an die Investitionen längerfristig gebunden.

Wie funktionieren Druckfarben?

Der wesentliche Unterschied zwischen konventionellen und UV-Farben liegt vor allem im Trocknungsprozess.

Konventionelle Druckfarben trocknen einerseits durch das Wegschlagen der Öle (heute mehrheitlich pflanzliche Öle) in den Bedruckstoff, andererseits durch die Aufnahme von Sauerstoff, der die Trockenstoffe zur Vernetzung des Firnis und somit zur Bildung einer harten Schicht anregt. Die Wegschlagezeit beziehungsweise

se Trocknungszeit hängt wesentlich von der eingesetzten Farbe und vor allem vom Bedruckstoff ab. Aber auch davon, ob der Bogen dispersionslackiert wird oder nicht.

Anders bei UV-Farben, bei denen nicht von Trocknung, sondern von Härtung gesprochen wird. Durch energiereiche UV-Strahlen lösen UV-Farben eine blitzschnelle chemische Reaktion aus, die eine sofortige Härtung der UV-reaktiven Substanzen zur Folge hat.

UV-Systeme

Dafür werden die Strahlen zwischen 200 nm und 400 nm benötigt. Durch den Einfluss der UV-Strahlung bildet der Photoinitiator freie Radikale, die

in der Lage sind, die Doppelbindungen innerhalb der Oligomere und Monomere zu spalten. Dies ist der Start der Polymerisation, der die flüssige Farbe in eine feste Schicht überführt. Das Herzstück eines solchen UV-Systems ist die UV-Entladungslampe. Sie besteht aus einer Quarzröhre mit beidseitig eingeschmolzenen Elektroden. Nach der Zündung entsteht ein Hochspannungsbogen zwischen den Elektroden, das Quecksilber verdampft im Quarzkolben.

Aus dem angeregten Zustand des Quecksilberdampfes entsteht das UV-Spektrum. Durch Zugabe von Dotierungen wie Eisen oder Gallium lässt sich eine Verschiebung in den langwelligen Bereichen erreichen.

Je nach Druckmaschinenhersteller werden heute unterschiedliche Technologien eingesetzt und jeweils anders benannt. Die Technologien setzen zudem auch unterschiedliche UV-Strahler ein. So ist Low-Energy-UV (LE-UV) der Name für das Heidelberg-Konzept, H-UV kommt von Komori, KBA setzt HR-UV und LED-UV ein, Nachrüstätze für LED-UV gibt es auch bei Chromos für Ryobi-Maschinen (und andere Fabrikate).

LE-UV und LED-UV

Der Einsatz von Low-Energy-Lampen ermöglicht einen ozonfreien Betrieb (Spezial-Filter). Für dieses UV-System müssen allerdings hochreaktive Druckfarben eingesetzt werden. Bei den von dem Maschinenhersteller eingesetzten Low-Energy-Lampen wird unter verschiedene Farbserien im Photoinitiatorenaufbau unterschieden.

Anders als bei konventionellen Entladungslampen erzeugt LED-UV kein breites Spektrum, sondern einen sehr schmalen Emissionsauschlag bei etwa 380 nm bis 400 nm. LED-UV basiert auf LED-Dioden, die mit entsprechender Dotierung das gewünschte Spektrum ausstrahlen. UV-LEDs haben eine sehr lange Lebensdauer (Hersteller und Anbieter gehen von über 20.000 Stunden aus). LED-UV benötigt zudem keine Aufwärmphasen und ist somit taktbar. Für dieses UV-System müssen jedoch ebenfalls hochreaktive Druckfarben eingesetzt werden.

ÜBERBLICK ÜBER DIE VERSCHIEDENEN UV-SYSTEME

	Konv. UV	LE-UV	LED-UV	MA-UV*
Lampentyp	Quecksilberdampflampe	Eisendotierte Quecksilberdampflampe	Halbleiter	Quecksilberdampflampe
Lampenspektrum	200 - 550 nm	250 - 450 nm	380 - 400 nm	200 - 550 nm
UV-A-Tiefentrocknung	Ja	Ja	Ja	Ja
UV-B-Beschleunigung	Ja	Ja	Ja	Ja
UV-C-Oberflächentrocknung	Ja	Nein (Filterscheibe erforderlich)	Nein	Ja
Ozonbildung	Ja	verringert	Keine	Ja
Aufwärmphase	Ja	Ja	Nein	Ja
Taktbar	Nein	Nein	Ja	Nein
Leistung	120 - 160 W	60 - 100 W	40 W	120 - 160 W
Hochreaktive Farbe notwendig	Nein	Ja	Ja	Nein
Vergilbungsanfälliger	Nein	Ja	Ja	Nein
Lebensmittelkonform	Nein	Nein	Nein	Ja
PSO-Konform	Ja	Ja	Ja	Ja

*UV mit migrationsarmen Farben

Der Druckprozess

Ähnlich wie beim konventionellen Offsetdruck ist auch beim UV-Prozess das Zusammenspiel zwischen Druckfarbe, Druckplatte, Feuchtwasser, Walze, Drucktuch und Waschmittel sehr wichtig. Die Komponenten müssen optimal aufeinander abgestimmt sein, um beste Ergebnisse zu erreichen. Dabei ist auch zu beachten, dass es keine Universal-Druckfarbenerie für UV gibt, die für alle Bedruckstoffe und Maschinentypen geeignet wäre. Zudem sollten einige Dinge beachtet werden, die Einfluss auf den Druck haben.

- Da UV-Farben weniger Wasser aufnehmen als konventionelle Druckfarben und ein kleineres Wasserfenster haben, neigen sie etwas mehr zum Emulgieren.
- Das Wasser sollte Osmosewasserqualität mit einer konstanten Wasserhärte von 12 - 14 dh besitzen.

- Der Zusatz sollte an die UV-Bedingungen angepasst sein.
- Der Alkoholgehalt bleibt gleich wie im konventionellen. Es ist auch möglich, alkoholfrei zu drucken.
- Waschmittel für UV-Farben und konventionelle Druckfarben sind unverträglich und dürfen nicht gemischt werden.

Durchhärtungskontrolle

UV-Lampen arbeiten sehr zuverlässig, jedoch lässt ihre Leistung mit der Zeit nach. Etwa 2.000 Betriebsstunden werden im konventionellen UV- und LE-UV-Einsatz kalkuliert, bei LED-UV wird von bis zu 20.000 Betriebsstunden gesprochen.

Die Abnutzung ist neben der Zahl der Betriebsstunden von weiteren Faktoren abhängig: von der Einschalthäufigkeit, der Temperatur des Kühlsystems und der Sauberkeit von Lampe und Reflektoren.

Es ist also sehr wichtig, dass die Durchhärtung der Farben regelmäßig geprüft wird. Speziell bei Offsetpapier und dunklen Farben ist eine solche Prüfung empfehlenswert.

Zur Kontrolle der Durchhärtung von UV-Farben und -Lacken gibt es Möglichkeiten wie den Nagel- oder Acetontest (beide sind aber nicht verbindlich). Auch sichtbares Abklatschen im Stapel oder die Geruchskontrolle im Stapel sind nur Indizien und nicht sicher. Sichere Tests werden mit Geräten durchgeführt: beispielsweise von der Hönle UV-Technology in München.

Liegt die Leistung bei 70%, sollte die Lampe gewechselt werden.

Walzen und Drucktücher

Die elastomeren Materialien der Walzen und Drucktücher sind Werkstoffe, die mit der Chemie in der Umgebung in Wechselwirkung treten können, das heißt sie können

mit den Materialien, die sie transportieren, reagieren. Die verwendeten Walzen und Drucktücher müssen daher mit den Farben und Reinigungsmitteln kompatibel sein. Ist dies nicht der Fall, quellen Walzen und Tücher auf. Es kommt zu einem Qualitätsverlust der Druck-Erzeugnisse. Einmal gequollenen Walzen und Drucktücher können nicht mehr gebraucht werden und müssen ersetzt werden.

Es können auch Kombiwalzen in der Maschine eingesetzt werden. Allerdings sollten Farbenhersteller ihre Farben von dem Walzenhersteller zertifizieren lassen.

Lagerung und Haltbarkeit

Die Haltbarkeit der Druckfarben ist für sechs Monate garantiert, kann aber bei guter Lagerung auch darüber hinaus gehen.

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



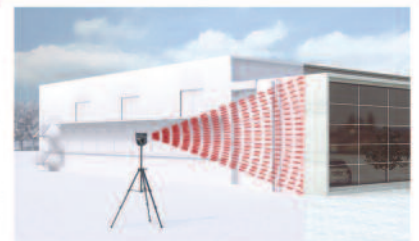
Grafische Systeme

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.



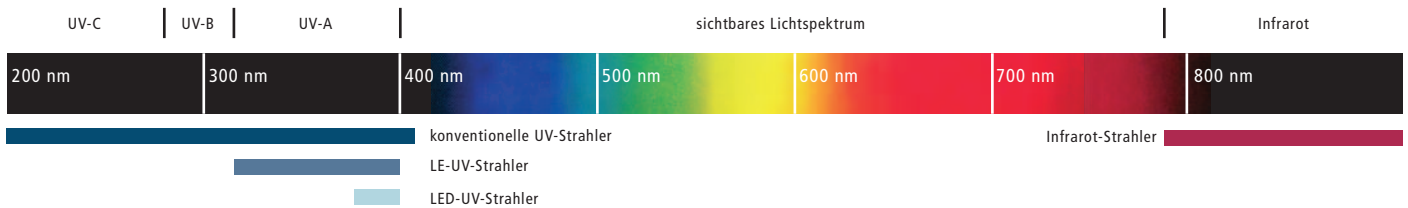
Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.



3D-Laserscan

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



Gegenüber dem bekannten UV-Verfahren arbeiten die Low-Energy-UV-Strahler in einem Bereich zwischen 315 nm und 400 nm. LED-UV nutzt einen noch schmalen Bereich innerhalb des UV-Spektrums. Beide Verfahren benötigen daher spezielle Druckfarben, die als hochreaktiv bezeichnet werden.

Unter Umweltaspekten ist es sehr wichtig, die Durchhärtung der Farben regelmäßig zu prüfen. Nicht gehärtete Makaturen müssen separat entsorgt werden. Ein De-inking der Makaturen ist bei den Papierherstellern nicht mehr möglich.

Die Druckfarbe sollte im Originalgebäude vor Lichteinfall geschützt unter 25°C aufbewahrt und während der Produktion angebrochene Dosen verschlossen werden. Zudem sollte darauf geachtet werden, dass kein Sonnenlicht direkt auf die Farbkästen scheint und eine vorzeitige Polymerisation ausgelöst wird.

Die Konformität für Lebensmittel-Verpackungen ist mit diesen Farben jedoch nicht gewährleistet.

UV-Farben erreichen ihre Scheuerfestigkeit rascher als konventionelle Druckfarben. Konventionelle Druckfarben haben den Vorteil, dass ihre Scheuerfestigkeit mit der Zeit (in den ersten 48 bis 72 Stunden) zunimmt, UV-Farben dagegen verändern ihre Scheuerfestigkeit nicht mehr.

UV-Farben sind wie konventionelle Druckfarben im PSO 12647-2 zu kalibrieren. Die Farbenhersteller müssen bei UV-Farben ihren Standard 2846-1 einhalten, um die Lab-Werte und Punktzunahmen zu erreichen.

Umweltrends hinfällig?

Der Ökotrend, der die Druckereien in jüngster Zeit umweltbewusster werden ließ, wird mit dem Einzug von UV offenbar hinfällig. UV-Farben und Waschmittel enthalten Stoffe, die reizend auf Haut und Augen wirken können. UV-Farben besitzen zwar keine flüchtigen organischen Verbindungen (VOC), dafür aber andere Zusatzstoffe, die zumindest das Potenzial haben, lebende Organismen zu schädigen.

Deshalb dürfen keine Lösemittel ins Abwasser gelangen, da ansonsten die Gefahr von Gewässerverschmutzungen besteht.

Papierabfälle, die beim UV-Druck anfallen, können (Stand heute) ins Altpapier gelangen. Nicht gehärtete Makaturen müssen jedoch separat entsorgt werden. Ein De-inking der Makaturen ist bei den Papierherstellern nicht mehr möglich. UV-Drucke (ganz gleich ob Offset oder digital) sind ohnehin nicht unproblematisch zu de-inken. Es gibt bereits erste Reklamationen der Papierhersteller.

Und schließlich können prozesslose Druckplatten nur eingeschränkt verwendet werden – bis auf Weiteres kommen Druckplatten mit Entwicklungs-Chemie zum Einsatz.

Sicherheit und Gesundheit

Generell sollte beim Umgang mit UV-Farben und Waschmitteln mit Handschuhen und Augenschutz gearbeitet werden. In den Sicherheitsdatenblättern wird detailliert informiert. Vor Verwendung eines neuen Produktes sollten diese stets beachtet werden.

Niemals direkt in das UV-Licht blicken, dies kann zu Sehbehinderungen führen.

Im Kombibetrieb, wenn beispielsweise gepudert wird, sind UV-Einheit und Ausleger stets von Puder zu befreien. Puder brennt sich auf Reflektoren und Lampen ein, wodurch sie schneller ersetzt werden müssen. Durch aufgewirbelten Puder kann es zu einer Staubexplosion kommen.

UV-Druckfarben haben einen stärkeren Eigengeruch als konventionelle Druckfarben, die Gesundheit wird dadurch aber nicht gefährdet. Dennoch sollte bei der Arbeit immer für eine ausreichende Belüftung gesorgt werden.

UV-Produkte werden nicht aus Stoffen hergestellt, die als giftig eingestuft sind. Trotzdem ist beim Umgang mit UV-Produkten ein Haut- und Augenkontakt zu vermeiden. Bei konventionellem UV muss zudem eine Absaugereinrichtung vorhanden sein, die das Ozon abtransportiert und filtert.

Die Hände sollten immer mit Schutzcreme eingerieben werden. Langfristige Folgen für Mensch und Umwelt sind nur schwer einzuschätzen. Es wird aber empfohlen, für die Mitarbeiter einen speziellen Spint für die im UV-Prozess eingesetzten Kleider bereitzustellen.

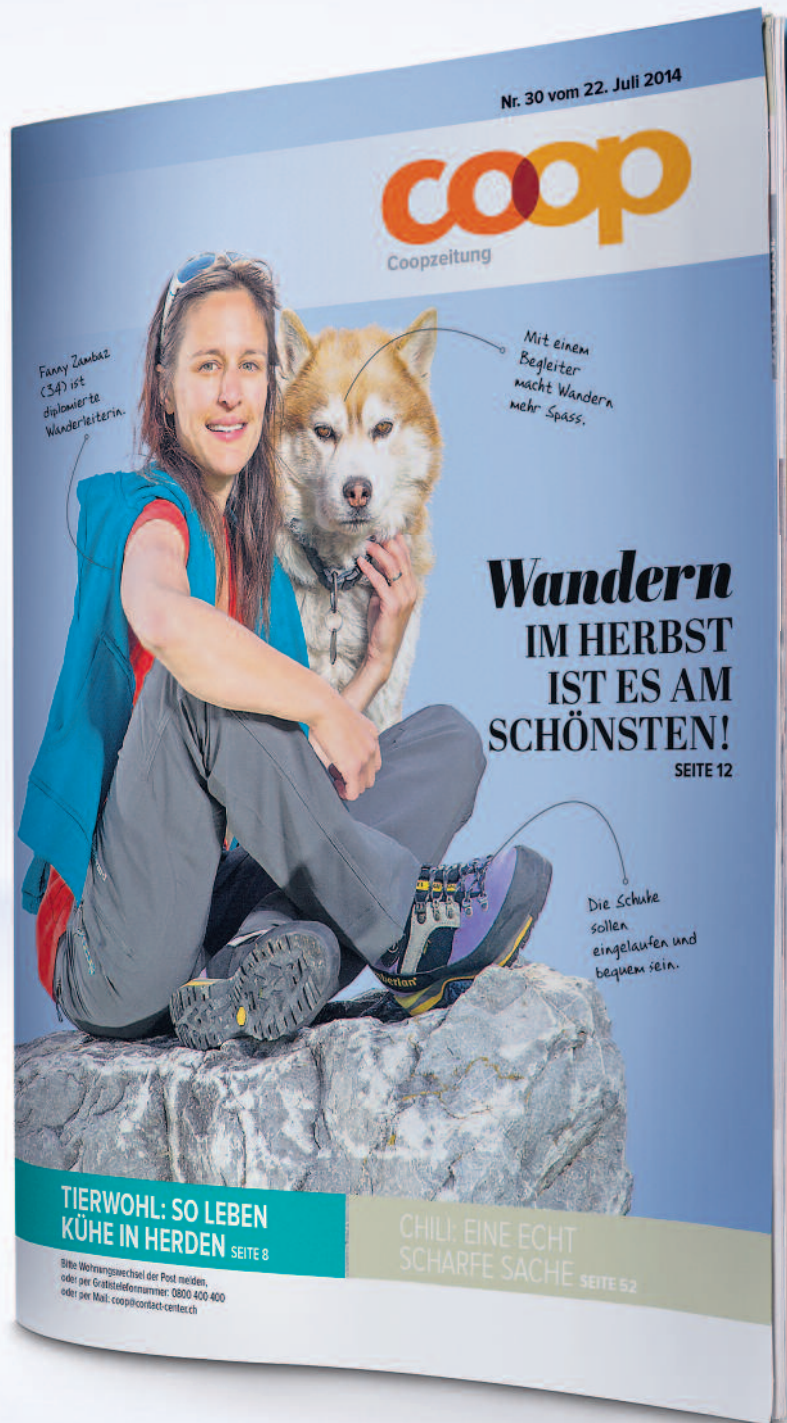
Wie es mit der UV-Low-Energie-Technologie weitergeht und ob es sich für die einzelnen Druckereien rechnet, wird die Zukunft zeigen. Jeder, der in diese Technologie investieren will, sollte sich jedoch vorher genau über die Vor- und Nachteile informieren.

Der Autor des Beitrags, Bernhard Wicki, ist Geschäftsführer der Eppe Druckfarben in Hettlingen.

LE- UND LED-UV: VOR- UND NACHTEILE GEGENÜBER KONVENTIONELL

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sofortige Aushärtung der Farbe • Kein oder nur sehr wenig Puderbedarf • Hoher Glanz der Farben auf dem Papier • Keine Wartezeiten vor der Weiterverarbeitung • Größeres Bedruckstoffspektrum (auch Naturpapiere und nicht-saugende Bedruckstoffe etc.) • Geringere Energie-Kosten durch Stromersparnis bei den Trocknern | <ul style="list-style-type: none"> • Höhere Kosten für Verbrauchsmaterialien wie Farben, Waschmittel und Gummitücher • Ersatzkosten für UV-Lampen im LE- und HR-Bereich, Reflektoren und Farbwalzen • Haltbarkeit der Druckfarbe speziell bei Farben im Mischkreis wie Violette, Purpur etc. • Vergilben von LE-UV-Lacken • Brechen der Farben und Lacke im Falz: Rillen empfohlen • Höherer Reinigungsaufwand der Druckmaschine im Kombibetrieb |
|---|--|

Coop druckt in der Schweiz



www.printed-in-switzerland.com

printed in
switzerland

TOSHIBA TEC A4-SYSTEME Toshiba TEC bringt drei neue A4-Systeme auf den Markt. Bei den Modellen e-Studio305CP und e-Studio305CS handelt es sich um einen Farbdrucker und ein Farb-Multifunktionssystem, die mit einer Druckgeschwindigkeit von 30 Seiten pro Minute arbeiten. Mit einer Druckgeschwindigkeit von 38 Seiten pro Minute ist das s/w-Multifunktionssystem e-Studio385S etwas schneller als die Farbmodelle.
 › www.toshiba.de/tec

HEIDELBERG AN DER INPRINT Der Messeveranstalter FM Brooks verzeichnet einen starken Zuwachs an Neuanmeldungen für die kommende Fachmesse InPrint, die vom 10. bis 12. November 2015 auf dem Messegelände München stattfindet. Zu den Neuausstellern gehört auch Heidelberg. Das Unternehmen setzt derzeit einen Schwerpunkt auf die Entwicklung neuer industrieller Drucklösungen und möchte die InPrint mit ihrem besonderen Fokus auf diese Art von innovativen Drucktechnologien als Ausstellungsplattform nutzen. Jason Oliver, Leiter des Geschäftsbereichs Digitaldruck bei Heidelberg, erklärt die Gründe für die Messeteilnahme: »Heidelberg sieht die Zukunft des Inkjets sehr positiv, insbesondere im industriellen Drucksektor. Unter anderem wollen wir neue Systeme zum Bedrucken von 3D-Objekten auf den Markt bringen – wir nennen das 4D-Druck.«
 › www.mackbrooks.com

SORTIMENT ERWEITERT PaperlinX Deutschland hat ihr Digitaldrucksortiment um die Qualität DNS for HP Indigo erweitert. Das pigmentierte Papier ist im Standardformat 32 x 46 cm und in den Flächengewichten 90, 100, 115, 150, 170, 200, 240 und 300 g/m² verfügbar.
 › www.paperlinx.com

HAFTPAPIERSORTIMENT Der Heilbronner Papiergroßhändler Carl Berberich führt jetzt Papiere des Herstellers Torraspapel exklusiv im Sortiment. Das Angebot reicht von Naturpapieren, farbigen und gestrichen Papieren bis zu Spezialpapieren, Folien und Etiketten. Adestor-Haftpapiere erfüllen dabei die vielseitigen Anforderungsprofile, die an selbstklebende Etiketten gestellt werden. Adestor-Papiere sind FSC-zertifiziert, besitzen eine geschlitzte oder durchgummierte Rückseiten und sind für unterschiedliche Oberflächen mit einem ablösbaren, permanenten, extrapermanenten oder tiefkühlgeeigneten Haftkleber ausgestattet.
 › www.berberich.de

HOHES LOB FÜR PLISSEE-VERPACKUNG

Der kreative Einsatz von Plisseeelementen auf der Verpackung des Damenparfüms Pleats Please L'Élixir von Issey Miyake hat die Juroren beim Pro Carton/ECMA Award 2014 geradezu verzaubert. Der CD Cartondruck GmbH gelang es mit Hilfe des Zellstoffkartons Algro Design von Sappi, den sieg-



Sieger in der Kategorie Beauty & Cosmetics beim Pro Carton/ECMA Award 2014: Pleats Please L'Élixir von Issey Miyake realisiert auf Algro Design von Sappi.

reichen Wettbewerbsbeitrag in der Kategorie Beauty & Cosmetics zu stellen.

Die Entwürfe des japanischen Modeschöpfers Issey Miyake sind seit Jahrzehnten für ihre Plissee-Kreationen bekannt. Mit der Parfümlinie Pleats Please greift die Beauté Prestige International Gruppe, die für das Parfüm verantwortlich zeichnet, Miyakes Vorliebe für feinste Falten in gekonnter Weise auf. Dies zeigen der Flakon von Pleats Please L'Élixir mit dem geriffelten Verschlusskopf und der zarte Beutel aus Plisseestoff, in dem der Beutel steckt. Auf der Verpackung wird das Motiv der Plisseefalten ebenfalls fortgeführt: Der hochweiße Algro Design Karton wurde dazu partiell in Silber bedruckt und mit feinen Linien hochgeprägt und bringt die faszinierende Parfümverpackung optimal zur Geltung.

› www.cartondruck.com
 › www.sappi.com

NEUE RÄUMLICHKEITEN

ROLAND DG CENTRAL EUROPE ERÖFFNET NEUES CREATIV CENTER

Am 8. Januar wurden die neuen Räumlichkeiten von Roland DG Central Europe im belischen Geel offiziell eröffnet. »Wir haben ein Arbeitsumfeld geschaffen, das unser Image als innovatives und kreatives Unternehmen widerspiegelt«, sagte Gregory Bilsen, Präsident von Roland DG Central Europe. »Wir haben großen Wert auf die Berücksichtigung der Wünsche unserer Mitarbeiter und Besucher gelegt.« Ergebnis ist ein modernes Design mit viel Glas und Holz sowie farblichen Akzenten. In den vergangenen Jahren hat Roland DG eine rasante

Märkte geschaffen. Wir zeigen derzeit Anwendungsbeispiele für die Märkte Automobil, Sport, Innenausstattung und Einzelhandel, werden Einrichtung und Anwendungen jedoch regelmäßig verändern. Ziel ist es, die Besucher zu inspirieren und ihnen zu zeigen, was mit der Ausrüstung von Roland möglich ist. Da die Bandbreite der Anwendungen praktisch unbegrenzt ist, werden wir unsere eigene Kreativität spielen lassen, um unseren Besuchern immer wieder neue Dinge zu präsentieren«, führt Gregory Bilsen aus.



Entwicklung durchlaufen. Um dieses Wachstum fortsetzen zu können und auf die Zukunft vorbereitet zu sein, wurde der Umzug in ein größeres Gebäude, einige Kilometer vom alten Standort entfernt, notwendig. Das neue Domizil ist an der E313 gelegen, eine wichtige Verkehrsader Belgiens, und damit gut erreichbar. Das Creative Center ist ein kleines Kunstwerk. »Unser Ziel war es, einen inspirierenden Raum für das vielseitige Angebot an Roland-Maschinen zu schaffen. In der Mitte des Raums haben wir »Stimmungen« für unterschiedliche

Das neue Gebäude verfügt über einen geräumigen Schulungsbereich, in dem die Kurse der Roland DG Academy stattfinden. Das Unternehmen will das Schulungsangebot für Kunden und Händler weiter ausbauen, sodass Teilnehmer in regelmäßigen Abständen mehr über ihre Maschinen und deren Einsatzmöglichkeiten erfahren können.
 › www.rolanddg.eu

RETROFIT BEI FR. ANT. NIEDERMAYR

Im Markt agieren statt reagieren – so die Unternehmensstrategie der 1801 gegründeten Grafischen Kunstanstalt Fr. Ant. Niedermayr in Regensburg. Das Druck- und Medienhaus setzt auf hochautomatisierte Drucktechnik und hohe Produktivität. Im Zuge permanenter Prozessoptimierung investierte Nie-



Die Farbdichteregulierung Inline-Density Control setzt Maßstäbe in Schnelligkeit, Stabilität und Genauigkeit.

dermayr in weitere Inline-Control Systeme. Bei der Farbregelung handelt es sich um ein Retrofit, das an einer bestehenden Rotoman installiert wurde. Das neue Regelsystem wurde zusammen mit Schnittregisterregelung, InlineCut-Off und Farbre-gisterregelung in Betrieb genommen

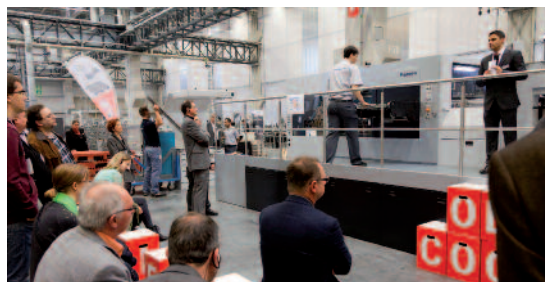
> www.manroland-web.com

HEIDELBERG FASST DIE BEIDEN POSTPRESS-BEREICHE ZUSAMMEN

Für über 200 Besucher aus aller Welt gab es bei den Heidelberg Packaging Days neue Lösungen für den Verpackungsdruck zu sehen. Ende 2014 wurden am Standort Wiesloch-Walldorf die neue Bogenstanze Promatrix 106 CS und die neuen Faltschachtelklebemaschinen Diana Smart 55 und Diana Smart 80 gezeigt. Diese Maschinen richten sich an Faltschachtelproduzenten, aber auch an Allrounder, die Qualität und Zuverlässigkeit bei niedrigeren bis mittleren Auflagen benötigen. Anhand eines durchgängigen Jobs für einen fiktiven Outdoor-Laden waren die Besucher live bei der Produktion von Einladungskarten, Aufstellern, Postern, Faltschachteln und CD-Hüllen dabei.

Die Bogenstanze Promatrix 106 CS eignet sich für mittlere Produktionsvolumen, stanzt und prägt mit einer Laufleistung von 8.000 Bogen je Stunde und bietet eine umfangreiche Standardausstattung. Mit den Faltschachtelklebemaschinen Diana Smart 55 und Smart 80 entwickelte Heidelberg eine neue Plattform für Längsnaht- und Faltbodenschachteln. Die Produkte sind modular aufgebaut und lassen sich an die jeweiligen Kundenbedürfnisse anpassen.

»Mittelfristig werden wir das Produktportfolio bei den Stanzen und Faltschachtelklebemaschinen weiter ausbauen«, erklärte Dr. Frank Schaum, der ab sofort das Geschäftsfeld Post-



Die Besucher der Heidelberg Packaging Days zeigten großes Interesse an der neuen Promatrix 106 CS. Das Produkt stanzt und prägt mit einer Laufleistung von 8.000 Bogen in der Stunde.

press bei Heidelberg betreut. In dieser Funktion ist er für Postpress Commercial – also Falzen und Schneiden – sowie für Postpress Packaging verantwortlich.

> www.heidelberg.com

SCA BRINGT SOLO PRINT AUF DEN MARKT

Das neue Solo Print wurde nach Angaben von SCA für flexible Verpackungen entwickelt und eignet sich für Tragetaschen, Einpackpapier und Flowpacks sowie zum Kaschieren und Laminieren. Das Material bietet hohe Opazität und sei für den direkten Kontakt mit trockenen und fettigen Lebensmitteln



zugelassen. Solo Print sei auch als Laminierungsbasis oder PE/PP-Beschichtung auf der Innenseite zur Heißversiegelung und als Schutz vor Feuchtigkeit geeignet. Dank seiner Formbeständigkeit sei Solo Print auch als leichter Liner für Wellpapp-Anwendungen geeignet. Der Papierstrich ist identisch mit dem Druckpapier von SCA für Magazine und Werbung und basiert auf Primärfasern.

> www.sca.com

ERWEITERTES DIGITAL-SORTIMENT

Der Digitaldruck bietet immer mehr Möglichkeiten und neue Trends. Um Druckereien bei den vielseitigen Einsatzmöglichkeiten besser zu unterstützen, erweitert Papyrus sein Lagersortiment bei PlanoJet von 80 g/m² bis 300 g/m² mit weiteren Formaten. Im Rahmen dieser Sortimentserweiterung können bei Papyrus ab sofort das Format 32 cm x 45 cm in den Laufrichtungen Schmalbahn und Breitbahn bestellt werden. FSC-zertifiziert und mit dem EU-Ecolabel ausgezeichnet, garantiert PlanoJet nach Angaben des Papierhändlers exzellente Druckergebnisse auf allen gängi-



gen Laser- und Trockentoner-Digitaldrucksystemen.

> www.papyrus.com

Wissen, wo es lang geht.



www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

10. CORTINA USER WORKSHOP BEI KBA IN WÜRZBURG DER WASSERLOSE OFFSETDRUCK ERÖFFNET NEUE PERSPEKTIVEN

Zu ihrem 10. User-Workshop trafen sich in- und ausländische Anwender der KBA Cortina Mitte November in der Geburtsstätte der wasserlos druckenden Zeitungsrotation, bei der Koenig & Bauer AG in Würzburg.

Auf die gegenüber neuen Wegen bei der Anwendung und Vermarktung des wasserlosen Rollenoffsetdrucks aufgeschlossenen Anwen-

den Chancen des wasserlosen Zeitungsdrucks stellte Matthias Tietz, Geschäftsführer der Rheinisch-Bergischen Druckerei GmbH (RBD) in Düsseldorf, vor. Die meisten Interviewpartner waren von der Qualität und der besonderen Haptik der im wasserlosen Coldset-Druck auf diversen Papieren produzierten und teilweise inline lackierten Zeitungen, Zeitschriften



75 Vertreter von Cortina-Anwenderbetrieben und Lieferfirmen trafen sich zum 10. Cortina User Workshop bei KBA in Würzburg. Im Hintergrund die Festung Marienberg, das Wahrzeichen der Mainfrankenmetropole.

der wartete ein abwechslungsreiches Programm. Cortina-Projektmanager Peter Benz moderierte die Veranstaltung, bei der die Information über aktuelle Themen und der Erfahrungsaustausch der mittlerweile 19 Cortina-Anwender im Vordergrund standen.

KBA-Marketingdirektor Klaus Schmidt gab einen Überblick über die Entwicklung am Markt und die Neuausrichtung der KBA-Gruppe. Sein Fazit: »Gedruckte Zeitungen wird es auch 2030 noch geben. Sie werden aber inhaltlich und optisch anders aussehen. Wir müssen alle den Glauben an die Stärken von Print im Medienkonzert steigern. Kostenminimierung alleine führt zu einer Abwärtsspirale. Gefragt sind überraschende Inhalte, kluge Kommentare und attraktive Erscheinungsbilder. Dafür braucht man gute Redakteure und moderne Technik. Cortina-Anwender gehen hier mit kreativen Ideen aktiv voran.«

Die Ergebnisse einer Umfrage bei Werbeagenturen zum Image und zu den Potenzialen von Print im Medienwettbewerb sowie speziell zu

und Beilagen positiv überrascht und sahen Möglichkeiten für einen vermehrten Einsatz in der Werbung. Klar wurde aber auch, dass das Potenzial in der Agenturszene noch weniger bekannt ist als der klassische Bogen- und Rollenoffset oder der Digitaldruck.

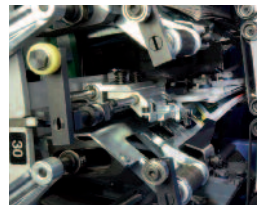
Seit der Auslieferung der ersten KBA Cortina Anfang 2005 haben die Materialien für den wasserlosen Rollendruck, insbesondere Druckplatten, Druckfarben und Gummitücher große Fortschritte gemacht. Für die frühen Anwender ist das vor zehn Jahren noch als exotisch betrachtete Verfahren längst zur Routine geworden, neue Anwender wie der Trierische Volksfreund (siehe auch »Druckmarkt« 93) profitieren vom Erfahrungsaustausch beim alljährlichen User Workshop.

So stellte Dr. Wolfgang Rau von der Fogra das AiF-Forschungsprojekt »Spezifikation Cortina-Farben« vor, das zur Standardisierung des wasserlosen Offsetdrucks beitragen soll. Patrick Zürcher, Geschäftsführer beim Cortina-Pionier Freiburger Druck, präsentierte die Ergebnisse einer Studie zum Qualitätsmanagement. Valentin Kneile von der Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH in Ludwigshafen lieferte eine Standortbestimmung aus Anwendersicht.

› www.kba.com

NEUE ÖFFNUNGSART BEIM FLEXLINER

Das Einstecksystem FlexLiner von Müller Martini wird noch flexibler: Es kann jetzt auch Produkte ohne Vor- oder Nachfalz öffnen. Die dreiseitig beschnittenen Produkte und Produkte im Tabloid-Format, wie Magazine oder Gemeinde-Anzeiger, werden mit einem schwertähnlichen Schieber schonend mittig geöffnet und für den Einsteckprozess vorbereitet. Anschließend werden die Beilagen ohne Leistungseinbuße eingesteckt. Die Magazinöffnung ist als Option erhältlich



Mit der neuen Magazinöffnung können jetzt auch Produkte ohne Vorfalz im Einstecksystem FlexLiner einfach geöffnet und verarbeitet werden.

und kann an bestehenden FlexLinern einfach nachgerüstet werden.

Mit der selektiven Hauptproduktzuführung FlexFeed stehen den Kunden mit dem FlexLiner ganz neue Möglichkeiten der Differenzierung offen. Auf bis zu fünf Zuführpositionen, die manuell, ab dem Puffersystem FlexiRoll oder direkt ab Rotation beschickbar sind, können die Hauptprodukte dem Einsteckprozess selektiv zugeführt werden. Oder es können auf die Vorder- oder Rückseite eines Hauptprodukts bis zu vier Beilagen als FlexAd platziert werden (Onserting). Zusätzlich kann eine Beilage als AddOn auf die Vorder- oder Rückseite eines Hauptprodukts aufgeklebt werden.

› www.mullermartini.com

ERHÖHTE EFFIZIENZ IM ZEITUNGS-DRUCK

Die Modernisierung von Zeitungs-Druckmaschinen durch neue Sprühfeuchtwerke bietet erhebliches Sparpotenzial. Die technotrans AG, Hersteller von Peripherie für die Druckindustrie, verbaut in ihrer deltaspray.line spezielle Düsen, die selbstreinigend und wartungsarm sind. In vielen älteren Anlagen seien keine Sprühfeuchtwerke verbaut, erklärt Peter Böcker, Vertriebsleiter der technotrans AG: »Aber nicht nur die Neuanschaffung, auch der Austausch veralteter Modelle



Prüfung der Düsen der deltaspray-Sprühfeuchtwerke.

bewirkt erhebliche Effizienzsteigerungen«, sagt er.

Größter Vorteil gegenüber anderen Lösungen sei die selbstreinigende Düse. Strukturen in der Kappe der Düse erzeugen einen Unterdruck. Dadurch wird saubere Luft aus dem Gehäuse angesogen und umströmt die Düse, Schmutz- und Farbpartikel können die Düsen nicht verstopfen. Dies gelinge ohne Fremdenergie. Aktiv erzeugte Druckluft, die hohe Energiekosten verursacht, werde so überflüssig. Die verlängerten Standzeiten und der geringere Verschleiß steigerten die Produktivität zusätzlich.

»Diese Technik setzen wir bereits seit Jahren in zahlreichen Anlagen ein«, sagt Böcker. Die Rückmeldungen der Anwender seien durchweg positiv.

› www.technotrans.de

Technologie und Anwendung

Das Fest für Print

Wien, Marx Halle, 15. bis 17. April 2015

- Druck, digitale Produktion, Veredelung, Endstufe, Werbetechnik
- Technologie-Messe mit den führenden Branchen-Zulieferfirmen
- 3 Tage Konferenz mit Top-Experten zu den aktuellen Zukunftsfragen
- Speakers Corner, Consultants Lounge, Technology Theatre
- Die Live-Anwendungs-Sonderschau 2D meets 3D-Druck
- Wer ist der Champion? Erstmals: Die CEE Car Wrap Masters
- Der große Themenabend Kooperation oder Konfrontation
- It's Party-Time mit Live-Band, Gauklern und vielem mehr...
- Zu gewinnen für Besucher: 10 Tagesflüge zur Drupa

...und noch vieles, vieles mehr! Aktuelle Infos auf www.Xfair.at



...Schaun Sie sich das an!

**Die Print- und Crossmedia-Show
für Österreich und CEE-Länder**

Online-Registrierung für Gratis-Eintritt und
aktuelle Informationen auf www.Xfair.at

Kontakt: Info@Xfair.at, 0043/699/11655760

Kunst und Technik im Drucksaal vereint

Ruksaldruck ist für die Bildenden Künste in Berlin ein fester Begriff. Schon im Eingangsbereich des Unternehmens fällt die Installation ›Turmtext‹ ins Auge. Der 34. Kunstkalender des Unternehmens ist bereits produziert und daneben sind in den vergangenen 75 Jahren unzählige Kunstkataloge bei Ruksaldruck entstanden.

Text und Bilder: KBA

Ende 2012 stand die Überholung einer Bogenmaschine, der Kauf einer gebrauchten oder die Investition in eine neue Maschine zur Wahl. Ruksaldruck entschied sich für das Neumaschinenprojekt. Die Drucker trugen die Investitionsentscheidung mit, die wesentlichen Einfluss auf ihre tägliche Arbeit hat. So hat die Kunst jetzt auch in den Drucksaal des Unternehmens Einzug gehalten. Die neue Rapida 106 wurde im ›KBArt-Design‹ mit den Hausfarben des Unternehmens gestaltet.



Die Installation ›Turmtext‹ von Wolfgang Nieblich begrüßt die Besucher bei Ruksaldruck. Die kreative Gestaltung der Druckwerke bringt die Kunst jetzt auch in den Drucksaal.

Flexibilität für kreative Ideen

Die Rapida 106 mit vier Farbwerken und Lackturm ist mit einem Kartonagenpaket, IR/TL-Trocknern, Inline-Farbbregelsystem und einigen Automatismen ausgestattet sowie über LogoTronic Professional mit Vorstufe, Produktionsmanagement und MIS vernetzt. Mehr als vier Farbwerke waren nicht erforderlich, da fast die Hälfte aller Jobs mit vier oder weniger Farben produziert werden. Darunter auch Duplex- oder Triplex-Spezialitäten. Zudem ist noch eine Sechsfarbenmaschine im Haus. Gefragt war dagegen größtmögliche Bedruckstoffflexibilität bis in den Kartonagenbereich.

Schon in den ersten Wochen im Dreischichtbetrieb hat die Rapida 106 ihr Potenzial gezeigt: Die Rüstzeiten haben sich deutlich reduziert. Der Rasterwalzenwechsel ist dank Anilox-Loader im Lackturm ein Kinderspiel geworden. Ein Drucker kann

ohne körperliche Anstrengung die Rasterwalze in etwa drei Minuten wechseln. Bisher mussten zwei Personen ordentlich zupacken und haben dafür rund 15 Minuten benötigt. Fast 90% der Aufträge erhalten eine Lackierung. Dabei handelt es sich um Vollflächen, um Produktionen mit Aussparungen, zum Beispiel für die Rücken von Büchern, oder um Spotlackierungen in Kunstkatalogen. Oft soll dabei die Haptik des Bedruckstoffs erhalten bleiben, wogegen die Abbildungen – je nach gewünschtem Effekt – mit Lack veredelt werden.

Die Inline-Farbbregelung mit QualiTronic ColorControl gehörte für Geschäftsführer Werner Schmidt und seine Crew ebenfalls zu wichtigen Features an der Rapida. Bei der Produktion von Kunstkatalogen stören kleinste Farbschwankungen. So sind es die Ruksal-Drucker gewohnt, Teile aus Druckbogen auszuschneiden, um die optimalen Bildanschlüsse

auf dem Folgebogen zu schaffen. Mit der Rapida sind Makulatur und Waschmittelverbrauch deutlich gesunken.

Konsequent ökologisch

Das kommt dem ökologischen Denken bei Ruksaldruck entgegen. Seit 2005 werden alle Abfälle strikt getrennt und soweit möglich einer Wiederverwertung zugeführt. Dazu gehört nicht nur die sortenreine Sammlung von Altpapier oder das Recycling gebrauchter Druckplatten. Aus Paletten entstehen in einer sozial-ökologischen Landwirtschaft in Berlin-Kreuzberg Hochbeete. Ausgerangerte Gummitücher werden zu Sitzflächen für Gartenstühle. Über eine Photovoltaik-Anlage speist das Unternehmen Strom ins Netz ein. Das sind rund 7% des eigenen Energieverbrauchs. Gedruckt wird seit 1. Januar mit 100% Ökostrom. Der kostet zwar geringfügig mehr –

beim langfristigen Einkauf über die Strombörse lässt sich aber trotzdem sparen. Eine Blindstromkompensation sorgt dafür, dass die Energie im Unternehmen vollständig genutzt und verbraucht wird. Auch das hilft sparen.

Seit Oktober 2014 liefert die Druckerei ihre Produkte emissionsfrei mit einem Elektrofahrzeug aus. Ausgangspunkt war das Studentenprojekt ›Kurierdienste‹ für das Netzwerk Großbeerenstraße. In diesem setzen sich 50 ansässige Unternehmen für die Belebung und Stärkung ihres Standortes mit mehr als 6.000 Arbeitsplätzen ein. So hat ein Kurierdienst ein entsprechendes Fahrzeug beschafft und bündelt dessen Einsatz im Rahmen des Netzwerks. Auf dem Hof von Ruksaldruck ist eine der Steckdosen installiert, die das Fahrzeug nutzt, um bis zu 400 km pro Tag zu fahren.

› www.kba.com

Gestalte deine Zukunft

an der Berufsschule für Gestaltung Zürich

Weiterbildung verbindet die Gegenwart mit der Zukunft. Unsere berufsbegleitenden Bildungsgänge der höheren Berufsbildung fördern Sie, die Welt von morgen zu gestalten.

Gestalter/-in HF, Kommunikationsdesign

Fotodesigner/-in

Werbetechniker/-in

Betriebsfachmann/-fachfrau Druck- und Verpackungstechnologie

Techno-Polygraf/-in

Wahrnehmen, sich Gedanken machen, hinterfragen, nach verschiedenen Lösungen suchen, experimentieren, den Ideen Form geben, das ist für uns gestalten.

Unser vielfältiges Kursangebot lädt Sie ein, Ihre Kompetenzen in Technik sowie Gestaltung in den folgenden Bereichen zu vertiefen und zu erweitern:

Typografie und Schrift

Publishing

Druck- und Buchbinden

Fotografie und Film





















Malen und Illustrieren

Schmuck- und Objektgestaltung

medien form farbe

Berufsschule für Gestaltung Zürich
www.medienformfarbe.ch

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
31. 01. - 03. 02. 2015	paperworld	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.com
18. 02. - 19. 02. 2015	bvdm, Digitaldruck-Kongress 2015	Düsseldorf	 www.bvdm-online.de
23. 02. - 26. 02. 2015	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 www.innovationdays.com
25. 02. 2015	Doxnet vor Ort (innerhalb der Hunkeler Innovationdays)	Luzern	 www.doxnet.eu
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition, CCE International	München	 www.ice-x.com
24. 03. - 27. 03. 2015	Graphispag	Barcelona	 www.graphispag.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
15. 04. - 17. 04. 2015	MediaExpo, Messe für Publisher (innerhalb der Xfair)	Wien	 www.xfair.at
09. 05. 2015	21. Leipziger Typotage	Leipzig	 www.typotage.de
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
18. 06. - 19. 06. 2015	Deutscher Druck- und Medientag 2015	Berlin	 www.bvdm-online.de
25. 08. - 26. 08. 2015	suisse emex, Messe & Kongress	Zürich	 www.suisse-emex.ch
29. 09. - 01. 10. 2015	Fachpack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
05. 10. - 07. 10. 2015	World Publishing Expo 2015, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	 www.worldpublishingexpo.com
07. 10. - 10. 10. 2015	21. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
10. 11. - 12. 11. 2015	InPrint	München	 www.inprintshow.com
12. 11. - 13. 11. 2015	Treffpunkt Technik	Berlin	 www.bvdm-online.de



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

AKADEMIE DRUCK + MEDIEN GOES DIGITAL

Der zunehmenden Digitalisierung folgt auch die Akademie Druck + Medien Nord-West e. V. mit einer Neuausrichtung der Seminarangebote. Neben den klassischen Themen gibt es jetzt eine Vielzahl neuer Seminare und Trainings.

»Unsere Branche wird durch die Megatrends Digitalisierung und crossmediale Kommunikation stark beeinflusst. Daraus ergeben sich für Medienschaffende neue Herausforderungen. Print und Online werden schon bei der Konzeption »gemacht« und in der Produktion eng miteinander verzahnt – idealerweise«, sagt Simone Marhenke, verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung des Verbandes Druck + Medien Nord-West und seiner Akademien. Digitale Medien seien ein Wachstumsmarkt von dem auch die Verlags-, Druck- und Vorstufen-Unternehmen partizipieren könnten, vorausgesetzt, sie haben das Know-how und die passende Unternehmensstrategie. Damit die Medienmacher ihre Profile sinnvoll erweitern können, hat die Akademie ihr Angebot um die Kategorien Print-Publishing und Web-Publishing erweitert. Zum Beispiel: InDesign & ePub, Augmented Reality für Nicht-Programmierer, Geprüfter Web Professional, Adobe Muse Website-Entwürfe und Prototypen oder WordPress – Websites mit Content-Management. Die aktuell anstehenden Seminare finden Sie auf Seite »Seminare« dieser Ausgabe. » www.vdmnw.de

WAS MAN ÜBER UV WISSEN SOLLTE

Seit fast 40 Jahren entwickelt der UV-Experte Hönle UV-Technologie für industrielle Anwendungen. Seit fünf Jahren bietet das Unternehmen kostenlose Seminare rund um das Thema UV.

»Unser Ziel ist es, Anwender umfassend über UV-Technologie zu informieren«, erklärt Seminarleiterin Petra Burger, die als Anwendungs-Ingenieurin bei der Dr. Hönle AG arbeitet. »Wichtig ist dabei immer die Diskussion, gerne auch über konkrete Fragen und Anwendungen, die die Teilnehmer beschäftigen.« Um diesen Austausch möglich zu machen, ist die Teilnehmerzahl auf maximal 16 Personen beschränkt.

2015 hat Hönle neben den UV-Grundlagenkursen am 6. Mai und 21. Oktober zwei neue Seminare in das Programm aufgenommen.

»Aktuelle Entwicklungen bei den Trocknungs- und Härtingstechnologien UV-, UV-LED, IR/TL und UV-Niederdruck« (17. Juni) richtet sich an Entwickler, Anwender und OEMs aus Druck, Beschichtung und Verpackung.

Neu ist auch das Seminar »Neue UV/UV-LED-Klebelösungen für die Industrie« (25. November), das einen Überblick über innovative UV-Klebelösungen für industrielle Anwendungen in den Bereichen Automotive, Elektronik, Feinmechanik, Medizintechnik und Optik gibt. Dabei wird sowohl die Klebertechnologie als auch die UV-Gerätetechnik berücksichtigt und verdeutlicht, welche Synergien für den Klebeprozess sich aus der perfekten Abstimmung dieser beiden Disziplinen ergeben. » www.hoenle.de

»DIGITALDRUCK – NEUESTER STAND«

Unter dem Logo der Brancheninitiative Print digital! stellte der Fachverband Medienproduktoren e. V. (f:mp.) Konzepte vor, um die Potenziale von Digitaldruck in Kombination mit intelligenten IT- und Logistiklösungen richtig zu nutzen.

Das Motto der Veranstaltungen lautet entsprechend: »Da steckt mehr für Sie drin«. Und das ist auch Programm. »Die Digitaldrucktechnik hat die Kinderschuhe längst hinter sich gelassen und bietet die Grundlage für eine innovative und erfolgreiche Kommunikation. Schwieriger ist es, die richtigen Konzepte und passenden Anwendungen zu finden. Mit der Roadshow haben wir exakt das Interesse der Kommunikations- und Druckbranche gefunden«, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. den Erfolg der Veranstaltungen. Print digital! setzt die Roadshow fort. Termine sind am 24. Februar 2015 in Dortmund, 25. Februar in Köln, 17. März in Berlin und 18. März in Hamburg. » www.f-mp.de

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

MUSEUM FÜR DRUCKKUNST LEIPZIG

500 JAHRE DRUCK- UND VERLAGS-STANDORT LEIPZIG

Im Rahmen der 1000-Jahr-Feier Leipzigs zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig vom 28. März bis 4. Oktober 2015 die Sonderausstellung »LEIPZIG beeinDRUCKT. 500 Jahre Druck- und Verlagsstandort« und stellt Leipzigs lange Tradition im Druckwesen vor.

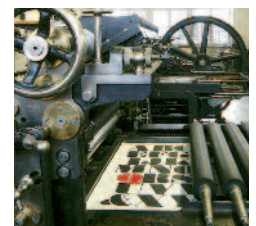
Innovationsfreudig, wirtschaftsstarke und geografisch günstig gelegen, ist Leipzig seit Jahrhunderten Anziehungspunkt für Kultur, Musik, Handel und Wirtschaft. Eine wichtige Säule bildet das druckgrafische Gewerbe, das im 19. und beginnenden 20. Jahrhundert seinen Höhepunkt erreichte und Leipzig zu einem der weltweit wichtigsten Standorte machte. Diesen Weg zeichnet die Ausstellung in beispielhaften Etappen nach.



Den Auftakt dieser engen Verbindung zum Druckwesen in Leipzig macht der erste beständig sesshafte Drucker Konrad Kachelofen (1450 – 1529). Die in seiner Werkstatt (links das Druckersignet) entstandenen Frühdrucke gelten heute als Höhepunkte des Schaffens dieser Zeit. Weitere Stationen führen zum Drucker Melchior Lotter (1470 – 1549) sowie Gregor Ritzsch (1584 – 1643), dem Drucker der ersten Festschrift der Welt. Mit den Industrierpionieren Karl Krause und Gebrüder Brehmer festigte Leipzig im 19. und beginnenden 20. Jahrhundert seine weltweite Vormachtstellung. Um 1900 gab es in Leipzig über 180 Druckereien und 840 Verlage. Mit einem Blick auf das gegenwärtige grafische Kunstschaffen und das industriekulturelle Erbe in Leipzig schlägt die Ausstellung einen Bogen ins Heute.

Unter Einbeziehung der ständigen Sammlung des Museums gibt die Ausstellung Einblicke in verschiedene Drucktechniken und in die Kulturgeschichte von Printmedien in Leipzig. Hier werden Schriftentwicklung und -herstellung, grafischer Maschinenbau sowie Lithografie, Lichtdruck und Musiknotendruck beleuchtet. Exponate der letzten fünf Jahrhunderte zeigen eindrucksvoll die bewegte Vergangenheit der Stadt als Standort für das Druckhandwerk sowie für Verlage und den Maschinenbau. Die voll funktionsfähigen Maschinen und Geräte des Museums machen darüber hinaus die komplexe Herstellung von Drucksachen anschaulich.

Die Eröffnung findet am 27. März 2015 um 17 Uhr statt. Ein umfangreiches Begleitprogramm mit Führungen, Stadtrundgängen und Vorträgen begleitet die Ausstellung. Das Museum ist anlässlich der Ausstellung zusätzlich jeden letzten Samstag im Monat von 11 bis 17 Uhr geöffnet. » www.druckkunst-museum.de/Vorschau.html



» www.leipzig2015.de

SWISS PRINT AWARD 2015 Noch bis 7. Februar 2015 können Arbeiten zum Swiss Print Award 2015 eingereicht werden. Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde. Dazu gehören Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen aus Druck- und Online-Medien); POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Außenwerbung, Plakate etc.). Die eingereichten Arbeiten müssen im Kalenderjahr 2014 bis zum Anmeldeschluss aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Größe und Technik spielen keine Rolle. Und einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

SPRECHEN SIE HAPTISCH? Haptik ist ein Zukunftsthema. Dennoch wissen noch viel zu wenige Bescheid über Hintergründe und Herangehensweisen. Alfred König setzt sich damit seit Langem intensiv auseinander. Die Erfahrungen, die er gewonnen hat, münden nun in eine Neukonzeption seines erfolgreichen Seminars »Sprechen Sie haptisch?«. Das nächste Seminar für den zielgerichteten Einsatz von Haptik in Kommunikation, Design, Präsentation und Produktentwicklung findet am 5. März 2015 in München statt. > www.koenig-konzept.com

ETIKETTENWETTBEWERB Der Verband Finat ruft Etikettenverarbeiter dazu auf, ihre besten Etikettendrucke zum Finat Etikettenwettbewerb 2015 einzureichen. Beiträge werden bis zum 5. März angenommen. > www.finat.com

EINSENDUNG FÜR FESPA AWARDS Bis zum 17. April können Beiträge für das Awards-Programm der Fespa eingereicht werden, bei dem alljährlich Spitzenleistungen im Druckbereich ausgezeichnet werden. Die Preisverleihung findet am 19. Mai 2015 während der Fespa in Köln statt. > www.fespa.com

E-LEARNING-MODULE ERWEITERT

Die technischen Möglichkeiten im Druck werden immer vielfältiger, die Kunden immer anspruchsvoller und die notwendigen Kompetenzen immer vielschichtiger. Daher hat der Fachverband Medienproduktioner (f:mp.) sein Weiterbildungsprogramm »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.« mit dem Schwerpunkt Print um E-Learning-Module erweitert.

Die Themen »Nachhaltige Medienproduktion« und »Farbmetrik, Color-Management, Messtechnik« können nun online erarbeitet werden. »Das E-Learning-Modul »Farbmetrik, Color-Management, Messtechnik« bietet eine umfangreiche Basis für das Gesamtverständnis der Folgethemen Prozessoptimierung, Standardisierung und PSO im Offsetdruck. Hinzu kommt, dass die Teilnehmer jederzeit auf die Inhalte der E-Learning-Module zurückgreifen können – auch nach der Abschlussprüfung«, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. > www.f-mp.de

FACHSCHULE FÜR DRUCK- UND MEDIENTECHNIK

Seit Anfang 2007 bietet das Berufskolleg Kartäuserwall in Köln eine berufsbegleitende Aufstiegs-Qualifizierung für Berufstätige in der Druckbranche an: die Fachschule für Druck- und Medientechnik. Die vierjährige Teilzeitschule endet mit der staatlich anerkannten Prüfung zum Druck- und Medientechniker. Die fachlich breit angelegte Ausbildung qualifiziert für den Bereich der mittleren Führungsebene, so beispielsweise in der Steuerung und Kontrolle der Produktion oder der Kundenberatung. Die an zwei Wochentagen abends und an Samstagen stattfindende Qualifizierung bietet Berufstätigen eine Alternative zu Vollzeitstudien und kostenintensiven Fortbildungsseminaren. Die neue Fachschulklasse startet ab dem 15. August 2015. Am 17. Februar findet hierzu eine Informationsveranstaltung am Kartäuserwall 30 in der Kölner Südstadt statt. Um Anmeldung wird gebeten. > www.bk-kartaewall.de

GRUNDLAGEN-SEMINAR ZU PAGINANET

Die PaginaNet GmbH bietet 2015 Weiterbildungsveranstaltungen rund um die Themen Nutzung und Einsatz von IT, Kalkulation und Auftragsverwaltung an. Ein dreitägiges Grundlagen-seminar zur »Vorkalkulation mit PaginaNet«, findet vom 4. und 6. Februar in Kooperation mit dem VDM NW in Lünen statt. Das Seminar, das von der campus-managementakademie für druck und medien veranstaltet wird, besteht aus drei eigenständigen Modulen, die als Gesamtpaket, aber auch einzeln gebucht werden können. Neben theoretischen Einheiten ist genügend Freiraum für praktische Übungen und die Beantwortung von individuellen Fragen. > www.paginanet.de > www.vdmnw.de



DABEI SEIN

28.2. – 2.3.2015 | Leipziger Messegelände

Unter dem neuen Namen **unique 4+1** präsentiert sich die etablierte Leipziger Fachmesse WORLD OF TROPHIES mit neuem Konzept und in neuem Gewand. In der lichtdurchfluteten Glashalle werden die vier Ausstellungsbereiche

WERBETECHNIK TEXTILVEREDELUNG GRAVIERTECHNIK TROPHÄEN

klar strukturiert und eindrucksvoll in Szene gesetzt. Dazu gibt es:
Die Workshops „Car Wrapping – folieren statt lackieren“ und „CoreIDRAW“.
Die Aktion „Check and Clean“ in Kooperation mit dem Nikon Service Point Dresden.
Die Faszination „3D Druck“ in Zusammenarbeit mit der Brancheninitiative 3DION.

Kostenfreien Eintritt genießen Sie bei Online-Registrierung.
www.unique-leipzig.de/ticket



SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
02. 02. – 03. 02.	VDM NW, Adobe InDesign & DPS – Digitale Publikationen für Tablets	Hamburg	› www.vdmnw.de
02. 02. – 04. 02.	VDMB, Einstieg in das Layouten mit Adobe InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
03. 02.	tgm, Typografie und die (deutschsprachige) Farbenwelt	München	› www.tgm-online.de
03. 02.	VDM NW, Rund um den Urlaub – Das Wichtigste aus dem Urlaubsrecht	Lünen	› www.vdmnw.de
03. 02. – 04. 02.	impressed, Enfocus Switch Anwender-Treffen	Köln	› www.impressed.de
04. 02.	VDMB, Kompakttraining: Mitarbeiter führen und begeistern	Ismaning	› www.vdmb.de
04. 02.	VDM NW, Vorkalkulation mit PaginaNet – Schnell und effizient zum Angebot	Lünen	› www.vdmnw.de
04. 02. – 05. 02.	VDM NW, Adobe InDesign – Komplexe Layouts und Formate	Hamburg	› www.vdmnw.de
05. 02.	VDMB, Know-how für Kundenberater – Teil 1	Ismaning	› www.vdmb.de
05. 02.	VDM NW, Verbesserung der Auftragserfolgsquote durch das PaginaNet Marketingtool	Lünen	› www.vdmnw.de
05. 02.	SVI, Grundlagen der Lebensmittelkontaktmaterialien	noch offen	› www.svi-verpackung.ch
05. 02.	tgm, GREP in InDesign – Keine Angst vor dem Power tool ›Suchen und Ersetzen‹!	München	› www.tgm-online.de
05. 02. – 06. 02.	VDM NW, HTML/CSS – Tags, Attribute und Selektoren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
05. 02. – 06. 02.	VDM NW, Vom Kollegen zum Vorgesetzten – Teams leiten und führen	Hamburg	› www.vdmnw.de
06. 02.	VDM NW, Administration mit PaginaNet – Individualisierung professionell	Lünen	› www.vdmnw.de
06. 02.	tgm, Umgang mit fremden Texten – Redigieren	München	› www.tgm-online.de
07. 02.	tgm, Schriftgestaltung mit Glyphs 2 – Eigene Schriften am Computer entwerfen	München	› www.tgm-online.de
09. 02.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion in der Druckvorstufe	Ismaning	› www.vdmb.de
09. 02. – 11. 02.	VDM NW, Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Hamburg	› www.vdmnw.de
10. 02.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion im Druck	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 02.	tgm, HTML5 für Entwickler – Programmier-Know-how für Apps	München	› www.tgm-online.de
10. 02. – 11. 02.	VDM NW, Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
11. 02.	VDMB, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement – für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 02.	VDM NW, Tumult Hype – HTML5/CSS3-Animationen fürs Web	Hamburg	› www.vdmnw.de
12. 02.	VDMB, Schwerpunkt Mobile Design: Edge Animate	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 02.	VDMB, Strategieentwicklung in der Druckindustrie	Ismaning	› www.vdmb.de
16. 02. – 17. 02.	VDM NW, Adobe Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Hamburg	› www.vdmnw.de
16. 02. – 19. 02.	VDM NW, Maxon Cinema 4D – Produktvisualisierung	Lünen	› www.vdmnw.de
18. 02.	VDM NW, Adobe InDesign – Layout-Workflows automatisieren	Hamburg	› www.vdmnw.de
18. 02. – 19. 02.	VDM NW, Offsetdruck – fachbezogene Mathematik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
19. 02. – 20. 02.	VDM NW, jQuery – Web-Animationen und interaktionen per JavaScript-Framework	Hamburg	› www.vdmnw.de
20. 02. – 21. 02.	tgm, Bild-Text-Buch: Komplexität übersichtlich gestalten, Gestaltung mit Rastern	Germering	› www.tgm-online.de
23. 02. – 24. 02.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
23. 02. – 24. 02.	VDMB, PDF-Bearbeitung mit PitStop	Ismaning	› www.vdmb.de
23. 02. – 25. 02.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger	Ismaning	› www.vdmb.de
23. 02. – 25. 02.	VDM NW, Offsetdruck – theoretische Fachkompetenz	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
24. 02.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim	› www.impressed.de
24. 02. – 25. 02.	VDM NW, Überzeugende Kommunikation im Vertrieb	Lünen	› www.vdmnw.de
25. 02.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim	› www.impressed.de
25. 02.	VDM NW, Neues zum Wettbewerbsrecht – zulässige und unzulässige Werbeformen	Hamburg	› www.vdmnw.de
25. 02. – 27. 02.	VDM NW, Maxon Cinema 4D – Produktvisualisierung	Lünen	› www.vdmnw.de
02. 03. – 03. 03.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
02. 03. – 04. 03.	VDMB, Adobe InDesign für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
03. 03.	VDMB, Online-Shop und rechtliche Problemstellung	Ismaning	› www.vdmb.de
03. 03.	VDMB, Adobe Creative Cloud: Neue Features und Zusatzprogramme	Ismaning	› www.vdmb.de
03. 03. – 04. 03.	VDM NW, Adobe InDesign & ePub – Digitale Bücher mit dem ePub-Format	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
04. 03.	VDMB, Die grüne Druckerei – Modernes Umweltmanagement	Ismaning	› www.vdmb.de
04. 03. – 05. 03.	VDMB, PDF-Erzeugung und -Bearbeitung	Ismaning	› www.vdmb.de

DIGITAL DAYS IN BRIXEN Vom 14. bis 16. April 2015 lädt die Durst Phototechnik AG Interessenten zu einer Open-House-Veranstaltung an den Firmensitz in Brixen ein. Bei den »Digital Days« wird der Südtiroler Inkjet-Anbieter den aktuellen Stand der Technik seines Drucksystems Tau 330, des Laser-Finishing-Systems LFS 330 für das digitale Inline-Stanzen sowie den Jumbo UN-Rewinder vorstellen. Dabei werden Anwendungen von Etiketten bis zu speziellen Verpackungen demonstriert. Für den theoretischen Vortragsteil sind außerdem Referate vorgesehen. Anmeldungen sind auch über die Chromos GmbH in Friedberg möglich. › www.chromos.de

MIMAKI DAYS Von Januar bis März 2015 reist das Mimaki-Team mit dem Thema »Print & Cut« durch Deutschland. Vorge stellt werden in dieser Workshop-Reihe die Mimaki-Maschinen JV300/CJV300 und die RIP-Software Raster Link 6. Termine sind: 26. Januar (Ribnitz-Damgarten), 28. Januar (Falkensee), 30. Januar (Ebersbach-Neugersdorf), 3. Februar (Mettmann), 5. Februar (Pulheim), 6. Februar (Mannheim) und am 10. Februar (Flörsheim). Weitere Termine folgen. › www.mimaki.de

HAUSMESSE BEI BOBST Bobst Bielefeld lädt zu einer Hausmesse im Competence Center am 25. und 26. Februar 2015 ein. Wie anlässlich der Veranstaltung im Oktober wird es auch dieses Mal eine Live-Druckvorführung und Vorträge zu prozessbezogenen Themen geben. Der 26. Februar ist als »deutschsprachiger Tag« geplant, am 25. Februar werden alle Präsentationen in englischer Sprache gehalten. › www.bobst.com

»WELT DER VERPACKUNG 2015« Zwei kompakte Messetage bietet die »Welt der Verpackung 2015« am 25. bis 26. März 2015 in Zürich. Die Besucher erwartet ein vielseitiges Fachangebot entlang der Prozesskette Verpackung. Zu den Ausstellern zählen bekannte Unternehmen wie die Model Group und die Chromos AG. › www.easyfairs.com

ADOBE DIGITAL MARKETING DAYS Im Digital Marketing ist Mobile längst kein Hype mehr: Mobile Marketing etabliert sich als Treiber von Cross-Channel-Erfolgen. Als Brückenmedium eröffnet der mobile Kanal dem Marketing völlig neue Möglichkeiten der Konsumentenansprache – und das an den unterschiedlichsten Touchpoints. Wie Unternehmen die Mobile Power ausspielen und mit Cross-Channel-Kampagnen messbare Erfolge erzielen, erfahren die Teilnehmer auf den Adobe Digital Marketing Days 2015 in Hamburg (19. Februar), Frankfurt (24. Februar), Köln (5. März), München (12. März) und in Basel (17. März). › www.adobe.de

21. LEIPZIGER TYPOTAGE AM 9. MAI 2015

Die 21. Leipziger Typotage widmen sich dem facettenreichen Thema von Schrift im öffentlichen Raum. Zehn Referenten betrachten im Museum für Druckkunst Leipzig Schrift aus historischen, sozialen, wissenschaftlichen, technischen und gestalterischen Blickwinkeln.

Schrift und öffentlicher Raum sind untrennbar miteinander verbunden. Zeichen auf Plakaten, Hausfassaden, Leitsystemen und Werbeflächen begegnen und prägen unsere visuelle Kultur. Seit Einführung des Internets entstehen jedoch neue öffentliche, digitale Räume. Kommunikation vollzieht sich heute parallel: Analog und digital. Welche besondere Rolle die Schrift in diesem Gefüge einnimmt, ist das spannende Thema der Konferenz.

Eingeladen sind unter anderem der niederländische Schriftforscher und -gestalter Fred Smeijers, der Pariser Soziologe Jan Spurk sowie der Street Art-Forscher Nicholas Ganz. Moderiert wird die Tagung von der Berliner Grafik-Designerin und Professorin Anna Berkenbusch. Als Auftakt beginnen die Leipziger Typotage in diesem Jahr bereits am Freitag, 8. Mai, mit einem Einstiegs-vortrag sowie einem Abendessen im Innenhof des Museums. Nach den Vorträgen am 9. Mai, steht am 10. Mai ein typografischer Spaziergang mit dem Leipziger Schriftgestalter Maurice Göldner auf dem Programm, der sich dem reich mit Schrift gefüllten Stadtraum widmet. › www.typotage.de

4. BRANCHENFORUM LOSEBLATTWERKE

Optimize, Customize, Digitize – unter diesem Motto veranstaltet die Akademie der Deutschen Medien am 11. Februar 2015 das 4. Branchenforum Loseblattwerke. Ob es sich um den Launch neuer Loseblattwerke, die Einführung einer Digitalausgabe oder die Konzeption eines Workflowtools handelt: Branchenexperten zeigen in Strategie-Vorträgen und an Praxisbeispielen, wie sie Fachinformationsangebote entwickeln, die den Bedürfnissen und individuellen Nutzungssituationen ihrer Kunden optimal entsprechen. Was gilt es zu tun, um Loseblattwerke zukunftssicher und rentabel zu gestalten – print, digital und mobil? Der Fokus der Fachtagung liegt dabei auf dem unmittelbaren Erfahrungsaustausch zwischen Referenten und Teilnehmern. In Praxiseinheiten, Roundtable-Sessions und Networking-Pausen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre persönlichen Fragestellungen zu diskutieren und praxisbewährte Tipps und Hinweise zum Loseblatt-Business zu erhalten. Das Branchenforum richtet sich an Fach- und Führungskräfte in Verlagen, die sich mit zukunftsfähigen Strategien und Konzepten für Loseblattmedien beschäftigen. › www.medien-akademie.de

EIN BLICK IN DIE VERLAGSWELT

Rund 30 Deutschschweizer Verlage präsentieren von Februar bis April 2015 im Literaturmuseum Strauhof ein vielfältiges Ausstellungs- und Veranstaltungsprogramm und bieten einen Blick hinter die Kulissen des Bücher-machens.

Wie kommt ein Buch in die Welt? Was treibt Verleger an, Ressourcen in Geistesprodukte zu investieren, obwohl sich schwerlich damit Geld verdienen lässt? Wie stoßen sie auf Buchideen? Wie werden aus Ideen fertige Bücher? Und wie entsteht ein Buchumschlag? Diese und viele andere Fragen beantworten die Ausstellung »Vom Manuskript zum Buch« und die zahlreichen Veranstaltungen von »Publishers in Residence«. In der Reihe »Heute im Büro« kann man Verlegern bei ihrer Arbeit über die Schulter blicken, in Workshops erfahren, wie man ein Cover gestaltet oder einen Klappentext schreibt, und in der Manuskriptsprechstunde Rat bei erfahrenen Lektoren suchen. Bei Abendveranstaltungen erzählen Verlage ihre Geschichte, und unter dem Titel »Publishers in Residence« diskutieren Buchermacher über die aktuellen Herausforderungen der Verlagswelt. › publishersinresidence.ch


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

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

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

GÜTESIEGEL.



Publikation 2015
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.
DRUCKMARKT wurde vom Verband Schweizer Medien mit dem Gütesiegel für das Jahr 2015 ausgezeichnet.

VERSCHIEDENES



Vipasa
Vino Pasta Salsa

WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

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

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib»Zürich, GFZ, IRD 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 2'737 Exemplaren (WEMF beglaubigt 11/2013). 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 Verlages 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 Thalmann
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
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

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2015



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format*

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

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

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



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

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

Themen auf den Punkt gebracht.

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

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

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