

DRUCKMARKT impressions 90

8. März 2015

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

PREMEDIA

Zwei Jahre Creative Cloud –
eine Bilanz. **Seite 14.**

PRINT & FINISHING

Zum Falten und
Kleben **Seite 36.**

BILDUNG & EVENTS TERMINE & EVENTS

Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. **Seite 42.**



Qualitätsschub
für den Highspeed-
Inkjet-Druck.

Mehr auf Seite 20.

Digitaldruck – mit Rückenwind

Mehr ab Seite 16.

Wissen

WO ES LANG GEHT

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

Abhilfe schafft das Printmediamagazin ›Druckmarkt‹, das mit seinen Analysen und Übersichten Maßstäbe gesetzt hat. Seit über 15 Jahren erscheinen das Magazin und als Nachfolger des Nachschlagewerkes ›Investitionskompass‹ die ›Druckmarkt COLLECTION‹. Wir analysieren die aktuelle Situation der Branche anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, Manager und Macher zu Wort kommen, informieren und kommentieren.



Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

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

www.druckmarkt.com

Die Branche erfindet sich neu

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 Heidelberg-Konzernumbau im Plan
- 07 Drupa wechselt in einen Dreijahres-Turnus
- 09 Übernahme mit Ansage
- 10 Kreativste und schönste Kalender
- 11 HP und KBA planen Inkjet-Rollenmaschine
- 12 Menschen & Karrieren

Premedia & Prepress

- 14 Zwei Jahre Creative Cloud – eine Bilanz

Print & Finishing

- 16 Digitaldruck – mit Rückenwind
- 20 Qualitätsschub für den Highspeed-Inkjet
- 22 Eisen schmieden, so lange es heiß ist
- 24 Kompetenz im Digitaldruck unterstrichen
- 25 100. Océ ColorStream
- 28 Neuer Anlauf für die Jet Press
- 30 swissQprint liefert 500. UV-Drucker aus
- 31 Digitale Zeitungsproduktion
- 32 Mit PSO-Match einfacher drucken
- 34 Initiative Online Print tagte bei KBA
- 35 Digitaldruck und Finishing ziehen an einem Strang
- 36 Zum Falten und zum Kleben
- 39 Digitaldruck für Folientastaturen

Termine, Bildung & Events

- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten
- 43 500 Jahre Druck- und Verlagsstandort Leipzig
- 45 Seminare & Veranstaltungen

Business to Business

- 47 Impressum

Es gibt Leute die behaupten, die Branche hat die letzten 20 Jahre verpennt. Denn seither gibt es den Digitaldruck – und nur all zu wenig hat sich bewegt. Zu diesen Leuten gehören wir. Dann gibt es Leute die belegen, dass der Digitaldruck noch längst nicht da ist, wo er sein könnte und nicht das kann, was man seit 20 Jahren versprochen hat. Zu diesen Leuten gehören wir ebenfalls. Und schließlich gibt es auch noch Leute, die bezweifeln, dass das Geschäftsmodell Digitaldruck überhaupt funktionieren könne. Zu diesen gehören wir allerdings nicht.

Und viele andere auch nicht. Dabei sind nicht die Unternehmer gemeint, denen der Digitaldruck längst in Fleisch und Blut übergegangen und bei denen digitales Drucken einziger Bestandteil des Geschäftes ist, sondern diejenigen, die ihr Geschäft in den letzten Jahren sukzessive umgestellt haben. Oder dies jetzt nach intensiven Überlegungen, Planungen und Evaluationen tun. Beispiele gibt es genug. Druckereien betreiben den kleinformatigen Digitaldruck gleichberechtigt neben dem Offset, andere drucken Plakate in hoher Auflage auf Großformatmaschinen und versionieren die kleinere Auflage auf Large-Format-Druckern, Siebdrucker produzieren konventionell und parallel mit LFP, Verlage stellen Bücher on Demand auf Bogen- oder Rollen-Digitaldruckmaschinen her, Zeitungen experimentieren mit Inkjet-Druckköpfen in ihren Hochgeschwindigkeits-Rotationen und in der Schweiz wird im Sommer eine Tageszeitung gleich komplett auf den Digitaldruck umgestellt. Mit dem Ziel, mehr zu drucken als nur die Zeitung.

All das ist noch längst kein Mainstream. Und es wird auch so schnell keinen kompletten Umstieg von der einen auf die andere Technik geben. Es sind aber Beispiele für den steten Wandel der Branche. Denn neben neuen Druckverfahren haben sich auch neue, moderne und zeitgemäße Dienstleistungen (Stichwort Web-to-Print) etabliert.

Wir zumindest haben den Eindruck, dass sich die Branche derzeit neu erfindet. Und die Gründe sind naheliegend. Es ist nicht die pure Not in Zeiten der Digitalisierung, die dazu zwingt, wie es manche all zu forsch und voreilig analysieren wollen. Es sind die fortschreitende und immer zuverlässiger werdende Technik, die leistungsfähigeren Rechner und Workstations, die nicht mehr das Nadelöhr bei Individualisierungen darstellen, es sind die vielen Qualitätsverbesserungen und es sind auch die Geschäftsmodelle, deren Wirtschaftlichkeit jetzt zu greifen beginnen, weil es die Kunden aufgrund ihrer Akzeptanz gegenüber dem Digitaldruck ermöglichen.

Platzt also nun der Knoten? Nein, das wäre sicherlich übertrieben. Aber er löst sich.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again

Kongresse und Messen wurden von einigen Visionären ja längst totgesagt und ins Internet verlegt. Viele Unternehmen glauben das und beauftragen ihre Agenturen nunmehr, virtuelle Pressekonferenzen oder Webinare abzuhalten, bei denen man sich ins Internet einwählt, sich ruckelnd und zuckend bei nicht synchronisiertem Ton mit ansehen muss, wie ein meist unbekannter, weit entfernter Mensch, PDFs oder andere Charts zeigt. Das, so wird versichert, sei so wichtig, dass es nicht warten könne. Unglaublich jedoch, wenn die Informationen dann einer Sperrfrist unterliegen und geradezu peinlich, wenn so etwas Wesentliches keine Pressekonferenz mehr wert ist. Man spare Zeit und Reisen ist die Begründung. In Wahrheit sollen mit diesem digitalen Blödsinn Kosten gespart werden. Mit dem Ergebnis, dass ein Erlebnis fehlt, mit dem man die Neuheit verbindet, Networking nicht mehr stattfindet und die Information aber per Tropfen Wasser. Richtige Kongresse und Messen sind und daher lieber. Und dann nehmen wir auch gerne in Kauf, auf Reisen gehen zu müssen.



DÜSSELDORF Seinen ersten Digitaldruckkongress wertet der bvdM als großen Erfolg. Darf er auch, denn die Veranstaltung brachte immerhin über 200 Interessierte zusammen, denen interessante Aspekte zum Digitaldruck aus verschiedenen Blickwinkeln geboten wurden. Den kommentierenden Beitrag lesen Sie auf **Seite 22**.



WASHINGTON/WÜRZBURG Es geht um Pappe, Wellpappe im Verpackungsdruck. Dazu haben KBA und HP ein Projekt aus der Taufe gehoben, in das beide Unternehmen ihr Know-how einbringen wollen. Ziel ist eine Inkjet-Rotation, die die Herstellung individualisierter Wellpappen-Verpackungen ermöglicht. Jetzt wurden Einzelheiten des Projektes bekannt. Lesen Sie dazu mehr auf **Seite 11**.



ÜBERALL Es hat sich in den letzten Monaten einiges getan im Druck, vor allem im Digitaldruck. Was uns da zu veranlasste, noch einmal einen generellen Blick auf das digitale Drucken zu werfen. Der Beitrag »Mit Rückenwind« ab **Seite 16** ist der Auftakt zu einer Artikel-Serie, in der wir die Möglichkeiten des Verfahrens beleuchten werden.



LÜZERN Die Hunkeler Innovationdays sind für Digitaldrucker und die, die es werden wollen, zum Pflichttermin geworden. Ende Februar trafen sich daher auch wieder über 5.000 Fachleute in Luzern. Und es wurde so viel geboten, gezeigt und angekündigt, dass wir es beim besten Willen nicht in dieser Ausgabe unterbringen konnten. So wird auch die nächste Ausgabe wieder gespickt sein mit Neuheiten aus der Welt des Digitaldrucks und seiner Weiterverarbeitung.



NEUFFEN 2013 als Joint Venture der Matti Technology und bielomatik gegründet, stellte bielomatti im November die integrierte Maschinenkonfiguration PageMaster vor, die individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichen Formaten und Seitenzahlen druckt und fertigt. Mehr zu der Inline-Lösung auf **Seite 35**.



BRÜSSEL Im letzten Herbst hat Fujifilm die Weiterentwicklung der B2-Bogendruckmaschine zur Jet Press 720S nicht nur angekündigt, sondern auch live demonstriert. Dabei kamen auch Anwender zu Wort, denn die Maschine läuft bereits in der Praxis. Neben einem veränderten Aussehen gab es auch zahlreiche technische und erhebliche qualitative Verbesserungen sowie einen Leistungsschub. Weitere Details auf **Seite 28**.



DRESDEN Weltpremiere auf den KAMA Finishing Days im November: »Folding Cartons on Demand« war das Motto der gemeinsamen Präsentation von HP Indigo und KAMA. Vorgestellt wurden die Indigo 30000, die FlexFold 52 und ein Workflow für die Herstellung digital gedruckter Faltschachteln. Mehr in unserem Beitrag auf **Seite 36**.



MÜLHEIM Canon hat eine neue Marktsudie vorgestellt, den mittlerweile fünften Insight Report. Darin wird interessantes Zahlenmaterial veröffentlicht, das anderen Studien jedoch zum Teil widerspricht. Wir wollen die Zahlen der verschiedenen Untersuchungen aber nicht einfach im Raum stehen lassen, sondern analysieren, warum sich die Zahlen so unterscheiden. Mehr dazu in der nächsten Ausgabe.

„Warum wir auf KBA setzen ?
LED-UV-Technologie von
KBA heißt neue Produkte,
neue Märkte, mehr Erfolg
und höchste Performance.“



**Harald Wolfbauer, Geschäftsführer von Holzer Druck und Medien in Weiler,
hat die erste Rapida 106 mit LED-UV in Bayern bestellt.**

Feeling Good

with  **KBA**

Zufriedene Kunden wie Harald Wolfbauer setzen seit über zehn Jahren auf Bogenoffsettechnik von KBA. 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.

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

KBA Deutschland GmbH
Tel. 0351 833-1100, kba-d-gmbh@kba.com, www.kba.com

 **KBA**
Koenig & Bauer AG

ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR Efl hat im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2014 nach eigenen Angaben ein neues Umsatzhoch erzielt. Auch das Geschäftsjahr wurde danach erfolgreich abgeschlossen. Das letzte Quartal habe mit einem Umsatz in Rekordhöhe von 211,1 Mio. US-\$ und einem Plus von 7% gegenüber dem Vorjahr geschlossen. Rekordhöhe erreichte auch der Umsatz im am 31. Dezember 2014 beendeten Gesamtjahr. Gegenüber dem Vorjahr schloss Efl das Geschäftsjahr mit einem Plus von 9% und 790,4 Mio. \$ ab, der Gewinn stieg auf 87,1 Mio. \$. »Im Hinblick auf unser Ziel, 2016 eine Milliarde Umsatz unter Maximierung unserer Gewinnspanne zu erzielen, sehen wir uns einen großen Schritt vorangekommen«, sagt Guy Gecht, CEO von Efl. > www.efi.com

ÜBERNAHME VON FOTOLIA Fotolia, der bisher in Privatbesitz befindliche Marktplatz für lizenzfreie Fotos, gehört nun zu Adobe. Mit der Übernahme will Adobe die Rolle der Creative Cloud als Plattform festigen. Im nächsten Schritt soll das Angebot von Fotolia in die Creative Cloud integriert werden. Damit stehen mehr als 35 Millionen Bilder und Videos zum Kauf bereit. Die Fotolia-Plattform als frei zugänglicher Stockfoto-Dienst soll fortgesetzt werden. > www.adobe.de

TABLET-MARKT SCHRUMPT iPads und Tablets finden weniger Käufer: Der gesamte Markt muss Verluste hinnehmen, zeigt die vom Marktforscher IDC veröffentlichte Statistik für das letzte Quartal 2014. Danach wurden erstmals seit Beginn des Jahrzehnts in einem Quartal weniger Tablets als im Vorjahr verkauft. Für Amazon brachen die Verkäufe des Kindle um 70% von 5,8 Mio. auf nur noch 1,7 Mio. verkaufte Geräte ein. Auch Apple verkaufte ebenso wie Samsung 18% weniger Geräte. Mit dem iPad hält Apple mit 21,4 Mio. verkaufter Geräte jedoch weiter die Spitzenposition. Samsung bringt es noch auf 11 Mio. verkaufte Tablets.

BUCHMARKT VERLIERT Der Umsatz des Deutschschweizer Buchmarktes ist 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 4,9% gesunken. In der Statistik, die das Marktforschungsinstitut GfK für den Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband durchgeführt hat, sind der Buchhandel und die wichtigsten Onlinehändler enthalten. Die Umsätze von E-Books fehlen in dieser Statistik jedoch.

Im Vergleich mit den deutschsprachigen Nachbarländern schneidet die Schweiz am schlechtesten ab: Der Umsatz des deutschen Buchhandels ging im Vergleich zum Vorjahr um 2% zurück. In Österreich büßte der Handel 3,4% Umsatz ein. Den größten Anteil am Buchverkauf macht die Belletristik mit 35,2% der verkauften Titel aus. Sachbücher, Reiseliteratur und Ratgeber haben einen Anteil von 31,6%. Bei 20,1% handelt es sich um Kinder- und Jugendliteratur. Die restlichen 13,1% sind Lehrmittel und Fachbücher. Den Anteil verkaufter E-Books schätzt der Verband auf 6% aller verkauften Bücher.

WEITERHIN IN DER VERLUST-ZONE HEIDELBERG-KONZERNUMBAU IM PLAN

Der Konzernumbau der Heidelberger Druckmaschinen AG liege nach neun Monaten des Geschäftsjahres 2014/2015 (vom 1. April bis 31. Dezember 2014) im Plan. Die Maßnahmen zur strategischen Portfoliobereinigung seien abgeschlossen, würden zum überwiegenden Teil aber erst ab dem nächsten Geschäftsjahr wirksam, teilt Heidelberg mit.

Die Portfoliobereinigung im Bereich Postpress und die Anpassung der Bogenoffsetproduktion an die veränderten Marktbedingungen sollen bis zum Geschäftsjahresende vollzogen sein. Darüber hinaus erfolgte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres mit der Übernahme der belgischen BluePrint Products ein erster Expansionsschritt im Geschäftsbereich Consumables. Im Digitalbereich sieht Heidelberg nennenswerte Fortschritte in der Entwicklung neuer Produkte mit Partnern wie Gallus, Fuji und Ricoh sowie durch den Erwerb des Softwareherstellers Neo7even. Auch die ersten »4D-Drucksysteme« zum individuellen Bedrucken dreidimensionaler Objekte wurden im laufenden Geschäftsjahr ausgeliefert.



»Wir haben unser Portfolio auf Profitabilität und Wachstum ausgerichtet und die Ressourcen dem entsprechend angepasst«, sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.

»Ich bin zuversichtlich, dass wir durch den Umbau ab dem nächsten Geschäftsjahr unsere Zielmarge erreichen und zukünftig wieder wachsen werden.« Beim Umsatz machte sich nach Angaben von Heidelberg vor allem der Rückgang des Neumaschinengeschäfts in China bemerkbar. Dadurch lag der Umsatz nach neun Monaten mit 1,552 Mrd. € unter dem Vorjahreswert von 1,685 Mrd. €. Alle Regionen außer Asia/Pacific lägen dagegen im Rahmen der Erwartungen.

Auch operativ liege Heidelberg im Plan, um mit einem starken Abschlussquartal die gesteckten Jahresziele zu erreichen, kommentiert Finanzvorstand Dirk Kaliebe die Zahlen. Das Finanzergebnis betrug nach neun Monaten –49 Mio. € (2013: –41 Mio. €). Durch hohe Einmaleffekte sei das Ergebnis vor Steuern im Berichtszeitraum auf –92 Mio. € (Vorjahreszeitraum: –32 Mio. €) zurückgegangen und das Ergebnis nach Steuern auf –95 Mio. € (Vorjahr –40 Millionen €) gesunken. Im Rahmen der Neuaufstellung von Postpress wird kurzfristig mit einem weiteren Umsatzrückgang in diesem Bereich gerechnet. Zudem werde der Abbau margenschwacher Geschäfte fortgeführt. Unter diesen Prämissen, einschließlich der konjunkturellen Eintrübung in China, dürfte der Umsatz im Geschäftsjahr 2014/2015 insgesamt rund 5% unter dem Niveau des Vorjahrs liegen.

Zum 31. Dezember 2014 waren im Heidelberg-Konzern weltweit 12.280 Mitarbeiter und 534 Auszubildende beschäftigt (Vorjahr 12.851, zuzüglich 621 Auszubildende).

NZZ-DRUCKEREI IN SCHLIEREN SCHLIESST

Trotz aller Proteste wird das NZZ-Druckzentrum in Zürich-Schlieren, wie Ende November angekündigt, geschlossen. 125 von 184 Arbeitsplätze werden abgebaut. Verwaltungsrat und Unternehmensleitung der NZZ-Mediengruppe hätten die Vorschläge der Arbeitnehmervertretungen geprüft, heißt es in einer Mitteilung, seien aber zu dem Schluss gekommen, dass aus betriebswirtschaftlicher wie strategischer Sicht kein anderes Szenario auch nur annähernd so zielführend sei wie die Schließung des Druckzentrums. Die »Neue Zürcher Zeitung« und die »NZZ am Sonntag« werden demnach ab Jahresmitte bei der Konkurrenz im Druckzentrum des Wettbewerbers Tamedia gedruckt.

Anmerkung: *Fast zeitgleich meldete Tamedia, dass der bei Tamedia erscheinende »Tages-Anzeiger« nicht nur aufgrund des rückläufigen Anzeigenvolumens bald statt mit vier Bänden bald nur noch in drei Bänden erscheinen soll. Die Reduktion des Umfangs begründet der Verlag auch mit der Belegung der Druckmaschinen durch den Druck der »NZZ«.*
Für wie dumm halten Zeitungsverleger eigentlich ihre Leser? Auf der einen Seite streicht man einen dicken Druckauftrag ein, auf der anderen Seite sollen die Leser dies mit einem Rückgang des Umfangs bezahlen! Nur weiter so. Auf den nächsten Aufschrei beim Rückgang der Auflage oder Abos muss man erst gar nicht warten.

RABER+MÄRCKER FIRMIERT UM

Das Konica Minolta-Tochterunternehmen Raber+Märcker GmbH wird ab Anfang Mai 2015 unter dem Namen Konica Minolta IT Solutions GmbH firmieren. Damit setzt der IT Solutions Provider seine IT-Strategie fort und verbindet künftig unter der Dachmarke Konica Minolta seine Business- und IT-Solutions. »Daraus ergeben sich Markt Vorteile und Synergien. Diese werden wir durch Services und Lösungen für unsere Kunden nutzbar machen«, sagt **Johannes Bischof**, Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland. »Mit der Namensänderung nutzen wir künftig für jeden sichtbar eine weltweit renommierte Marke und die Leistungsfähigkeit eines Global Players. Unsere Kernkompetenz – IT Solutions – ist damit bereits im Namen verankert«, erläutert Franz Bruckmaier, Geschäftsführer von Raber+Märcker.



› www.konicaminolta.de

NACH 2016 KOMMT DIE DRUPA SCHNELLER DRUPA WECHSELT IN EINEN DREIJAHRES-TURNUS

Die drupa, Weltleitmesse für Print und Crossmedia Solutions, wechselt nach 2016 (31. Mai bis 10. Juni) in den Dreijahresturnus. Diese Entscheidung hat das drupa-Komitee in seiner Sitzung am 10. Februar in Düsseldorf beschlossen. »Die gesamte Print-Prozesskette hat sich durch die Auswirkungen des Internets und digitaler Technologien radikal verändert. Neue Anwendungen und Lösungen entwickeln sich und öffnen neue Geschäftsfelder. Gleichzeitig rücken Technologien wie 3D-



Druck, Printed Electronics oder Functional Printing in den Fokus«, erläutert **Claus Bolza-Schüemann**, Vorsitzender des drupa-Komitees, die Hintergründe dieser Entscheidung. »Umso wichtiger ist für unsere Kunden, sich über neueste Technologien einen Überblick zu verschaffen und gleichermaßen auch Inspirationen für neue Geschäftsmodelle und Lösungen zu bekommen. Im Weltmaßstab ist die drupa die einzige Fachmesse, die dies bieten kann – und das künftig alle drei Jahre.« Die genauen Termine stehen zwar noch nicht fest; klar ist aber, dass die drupa jeweils im klassischen drupa-Monat Mai der Jahre 2019, 2022 und 2025 in Düsseldorf stattfinden wird.

Unsere Meinung: *Es war wohl schon im letzten Jahr schwer, die neue Ausrichtung der Messe durchzusetzen, nach der sich die drupa nunmehr als Messe für Print und Crossmedia Solutions bezeichnet. Und es ist für uns bis heute schwer, diese Definition zu verinnerlichen. Genauso schwer war wohl jetzt auch dieser Schritt. Doch die jüngste Vergangenheit hat ja gezeigt, dass es fast unmöglich ist, eine Messe zwischen zwei ›drupas‹ zu etablieren. Deshalb dürfte dies der einzig richtige Schritt sein, die Messe lebendig zu halten und nicht von der technologischen Entwicklung abzukoppeln.*

GESCHÄFTSTIMMUNG LEICHT EINGETRÜBT

Die Stimmung in der Druckindustrie zeigte sich im Januar 2015 etwas eingetrübt.

Dies geht aus dem Konjunkturtelegramm des Bundesverband Druck und Medien (bvd/m) hervor. Grund sei die zurückgehende Produktionstätigkeit als Folge einer verringerten Nachfrage beziehungsweise geringerer Auftragseingänge aus dem In- und Ausland. Positiver entwickelten sich dagegen die Inlandsverkaufspreise für Druck-Erzeugnisse. Bei über vier Fünftel der Befragten hätten sich diese gegenüber dem Vormonat entweder nicht verändert oder gar erhöht.

Aus dem Bruttowerbemarkt kamen keine Wachstumssignale, die den leicht positiven Trend des ersten Halbjahres 2014 hätten weiterreiben können. Bei den Werbeausgaben profitierten die Printmedien 2014 in der Summe nicht, hielten jedoch das Niveau des Vorjahres. Wachstum verzeichnete einzig die Außenwerbung, die mit 5,3% signifikant zunahm.

Werbeausgaben für Fach- und Publikumszeitschriften sowie Zeitungen sanken dagegen durchschnittlich um 1,0%.

Die Mehrzahl der befragten Druckbetriebe sah im Januar 2015 pessimistischer in die Zukunft als im Monat zuvor. Die Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate gingen zurück. Neben der unsicheren Nachfragesituation bekommen Druckereien laut Konjunkturtelegramm die Auswirkungen des im Januar eingeführten Mindestlohns zu spüren. Druckereien würden mit steigenden Lieferantenkosten konfrontiert.

Das saisonbereinigte Geschäftsklima der Druckindustrie – ein geometrisches Mittel der Geschäftslageurteilung und Geschäftserwartungen – sank gegenüber dem Vormonat um 1,4 auf derzeit 102,1 Punkte.

› www.bvdm-online.de

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

WOLF ÜBERNIMMT STURM Die Druckerei Sturm & Sohn wurde zum 1. März 2015 von der Ingelheimer Wolf-Gruppe übernommen. Das familiengeführte Unternehmen Sturm & Sohn wird mit allen Mitarbeitern in der Wolf Gruppe aufgehen, der Standort Heidesheim aufgegeben. Insgesamt gehen etwa 100 Kunden von Sturm & Sohn in den Bestand der Wolf Gruppe über. > www.wolf-ingelheim.de

EPDA-PARTNER Seit Beginn dieses Jahres ist Siegwerk, Hersteller von Verpackungsdruckfarben, Partner der epda, dem europäischen Verband der Verpackungsdesigner. Der Verband unterstützt aktiv die Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Akteuren in der Verpackungskette und spricht neben seinen rund 60 Mitgliedern sämtliche Entscheider in der Verpackungsdesigner-Branche an. > www.siegwerk.com

VERBRAUCHSMATERIAL ONLINE KAUFEN Ab sofort können Anwender von Mohr und Polar Schneidemaschinen Verbrauchsmaterialien und Zubehör online kaufen. Dazu wurde ein offenes Shop-System eingerichtet, in dem die heute üblichen Funktionen eines modernen Webshops zur Verfügung stehen. Die Abwicklung der Bestellung läuft über ein modernes Logistikzentrum, das bereits langjährige Erfahrungen beim Versenden von Ersatzteilen hat. > www.mohr-shop.com

DURST JOINT-VENTURE Durst, der Spezialist für industrielle Inkjet-Anwendungen, setzt seine Internationalisierung mit einem Joint-Venture im Keramikmarkt in Indien fort. Das Gemeinschaftsunternehmen VetroCER Ltd mit Sitz in Greater Noida (Neu Delhi) wurde mit dem lokalen Vertriebspartner Ceradecor gegründet, mit dem Durst seit drei Jahren zusammenarbeitet und in dieser Zeit über 40 Durst Gamma Keramikdrucker installiert hat. Mit VetroCER wird die Partnerschaft nun auf industrielle Inkjet-Drucksysteme für die Glasdekoration erweitert. > www.durst-online.com

25 JAHRE PHOTOSHOP Am 19. Februar vor 25 Jahren brachte Adobe das Bildbearbeitungsprogramm Photoshop auf den Markt. Schon 1987 hatten die Brüder Thomas und John Knoll ihr Bildbearbeitungsprogramm »Display« entwickelt. 1989 war die Entwicklung der Knoll-Brüder unter dem Namen Photoshop in Version 0.87 über die amerikanische Firma Barney Scan als Software zu einem Diascanner erhältlich. Diese Version empfahl der Creative Director Russell Brown den Adobe-Gründern Geschke und Warnock zum Kauf. Die Gebrüder Knoll wurden Adobe-Mitarbeiter und am 19. Februar 1990 kam Adobe Photoshop auf den Markt. »Heute ist Photoshop zum Synonym moderner Bildbearbeitung geworden. Aus unserer grafischen Industrie ist es kaum mehr wegzudenken – ein schönes Jubiläum für ein bedeutendes Produkt«, gratuliert Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des Verband Druck und Medien Bayern.

BERNHARD THEISS ERHÄLT AUSZEICHNUNG Bernhard Theiss, seit 1987 Verleger und Herausgeber zahlreicher Zeitungen, erhielt am 26. Februar 2015 den Rudolf-Ullstein-Preis. Es ist die höchste Auszeichnung, die im grafischen Gewerbe verliehen wird. Die Preisverleihung fand in feierlichem Rahmen in Berlin im Axel-Springer-Hochhaus statt. Mit dem Ullstein-Preis würdigt das Kuratorium der Ullstein-Stiftung Persönlichkeiten, die sich in besonderer Weise um die kulturelle und wirtschaftliche Entwicklung



Der Rudolf-Ullstein-Preis wurde überreicht durch den Vorsitzenden des Kuratoriums der Ullstein-Stiftung und Präsidenten des Bundesverbandes Druck und Medien, Wolfgang Poppen (links).

der Branche verdient gemacht haben. Bernhard Theiss, 21. Träger des Preises, hat sich weit über seine beruflichen Verpflichtungen hinaus für die Belange und die Zukunft der Druckindustrie engagiert. Ehrenamtlich aktiv in der Verbandsarbeit der Branche, war er von 1997 bis 2014 Vorsitzender des Ausschusses Technik + Forschung des Spitzenverbandes der deutschen Druckindustrie und Vizepräsident im Präsidium des bvdM. In dieser Funktion setzte er zahlreiche wichtige Impulse. So erkannte er frühzeitig die Möglichkeiten der Digitalisierung als Chance zur Vernetzung und setzte Maßstäbe für entsprechende Standards zur Qualitätssicherung. > www.bvdm-online.de

UMSTELLUNG AUF ERNEUERBARE ENERGIEN Herma verfolgt einen konsequent umweltfreundlichen, nachhaltigkeitsorientierten Unternehmenskurs. Die nächste Etappe auf diesem Weg ist nun die Umstellung der Fertigung auf Strom aus erneuerbaren Energien gemäß EU-Richtlinie 2009/28/EG: Für die Jahre 2015 bis 2017 hat der Spezialist für



Rund um die Uhr und komplett mit Ökostrom versorgt: die Herma Fertigung und Hauptsitz in Filderstadt.

Selbstklebetechnik entsprechende Herkunftsnachweise erworben. Diese Energie wird komplett aus Wasserkraft erzeugt, sodass im Vergleich zu einem herkömmlichen Energiemix allein im laufenden Jahr rund 8.000 Tonnen CO₂ eingespart werden. »Damit übernehmen wir noch mehr Verantwortung für unsere Umwelt. Diesen Anspruch haben wir bereits in den letzten Jahren mit der stetigen Optimierung unseres Energieverbrauchs und einem zertifizierten Energiemanagement verwirklicht«, sagt Herma-Geschäftsführer Dr. Thomas Baumgärtner. »In den letzten fünfzehn Jahren konnten wir den Energieverbrauch je erzeugtem Quadratmeter Haftmaterial um über 50 Prozent senken.« Nicht zuletzt lassen sich mit Investitionen in die Nachhaltigkeit auch wirtschaftlich positive Effekte erzielen.

> www.herma.de

FLYERALARM GLEICHT 50.000 t CO₂ AUS Flyeralarm hat den Verbrauch von insgesamt 50.000 Tonnen CO₂ seit 2010 ausgeglichen. Das entspricht den jährlichen CO₂-Emissionen von rund 20.000 Einfamilienhäusern. Mit den Zahlungen, die die Kunden über das freiwillige Angebot »Klimaneutrales Drucken« entrichten, unterstützt Flyeralarm ausgewählte Klimaschutzprojekte. Das Verfahren wurde vom Bundesverband Druck & Medien geprüft und zertifiziert. Auf der Unternehmens-Webseite können Kunden jederzeit sehen, wie viel CO₂ bereits ausgeglichen wurde. Um den »Klimaneutralen Druck« anbieten zu können, hat Flyeralarm für die wichtigsten Produkte im Offsetdruckverfahren die Menge an CO₂ ermittelt, die bei der Herstellung entsteht. Dies erfolgt auf Basis der gängigen wissenschaftlichen Verfahren und in enger Abstimmung mit dem Bundesverband Druck & Medien. Berücksichtigt wurde unter anderem der CO₂-Verbrauch, der bei der Herstellung der eingesetzten Materialien, der Anlieferung an die Druckerei, der Maschinennutzung, der Anfahrt der Mitarbeiter zum Unternehmen und bei der Gebäudetechnik entsteht. Die auf diese Weise ermittelte CO₂-Menge gleicht Flyeralarm durch die finanzielle Förderung zertifizierter Klimaschutzprojekte aus. Bei diesem Verfahren arbeitet Flyeralarm eng mit der First Climate Markets AG zusammen, einem erfahrenen und verlässlichen Vertragspartner für hochwertige Klimaschutzprojekte. > www.flyeralarm.de

ÜBERNAHME MIT ANSAGE HEIDELBERG ÜBERNIMMT PSG-GRUPPE

Es ist eine Übernahme mit Ansage: In der Druckmarkt-Ausgabe 95 und unserem Beitrag »Ein begehrter Markt – Verbrauchsmaterialien« hatte das für Vertrieb und Services zuständige Heidelberg-Vorstandsmitglied **Harald Weimer** bereits angedeutet, dass weitere Akquisitionen im Bereich der Verbrauchsmaterialien nicht ausgeschlossen seien. Kurz zuvor hatte Heidelberg den belgischen Hersteller Blue Print Products NV übernommen. Jetzt gab der Druckmaschinenhersteller bekannt, die Printing Systems Group (PSG) mit Sitz in den Niederlanden zu einem nicht genannten Kaufpreis zu übernehmen. Anfang März wurde eine entsprechende Vereinbarung mit der Investmentgesellschaft CoBe Capital unterschrieben.

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten PSG und Heidelberg zusammen. Zur PSG-Gruppe gehören so bekannte Handelshäuser wie Tetterode in den Niederlande, Plantin und Grafimat in Belgien, Macchingraf in Italien, Hartmann in Spanien und BTI-Hellas in Griechenland. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet PSG mit dem Verkauf von Service- und Verbrauchsmaterialien, davon ein überwiegender Teil mit Heidelberg-Produkten.

Heidelberg hat das weitestgehend stabile Geschäft mit Verbrauchsmaterialien zu einem strategisch wichtigen Bereich erklärt. Schließlich geht es um einen weltweiten Markt mit einem Umsatz-Volumen von rund 8 Mrd. € für den Bogenoffsetdruck



(ohne Papier), wovon etwa 2 Mrd. € in Europa umgesetzt werden. Wie Heidelberg-Vorstandschef **Dr. Gerold Linzbach** erklärt, soll »das margenstarke und konjunkturunabhängigere Geschäft mit Service und Verbrauchsmaterialien ausgebaut werden, um einen Konzernumsatzanteil von über 50 Prozent zu realisieren.« Heute komme Heidelberg schon auf einen Anteil von 40%. Integriert in den Gesamtkonzern ergibt sich durch die Übernahme der PSG-Gruppe mit über 400 Mitarbeitern ein Mehrumsatz von rund 130 Mio. € für Heidelberg. »Die Stärke von PSG im Service- und Verbrauchsmaterialiengeschäft sowie der hervorragende Kundenzugang sind äußerst attraktiv für uns«, sagt Linzbach und erläutert weiter: »Nach der Bereinigung unprofitabler Portfolio positionen beginnt für Heidelberg nun die Phase des aktiven Portfolioaufbaus, um das Unternehmen wieder auf Wachstumskurs zu bringen.«

› www.heidelberg.com

BELASTUNG DURCH US-DOLLAR-WECHSELKURS

Das Verhältnis zwischen US-Dollar und Euro belastet zunehmend die Rohstoffbeschaffung der Druckfarbenindustrie. Die Hauptlieferanten etwa in China und Indien fakturieren in US-Dollar, während der Euro weiter an Wert verliert. »Dies ist eine besorgniserregende Entwicklung, die großen Kostendruck



erzeugt«, sagt Siegwirk-CEO **Herbert Forster**. »Die durch die Entwicklung befeuerten Kostensteigerungen auf dem Rohstoffmarkt stellen zunehmend ein Problem dar, das mit internen Maßnahmen nicht mehr kompensiert werden kann.« Zwar hätte die Preisspannung auf den Rohölmärkten für Entlastung gesorgt, doch der Dollar-Kurs und die damit verbundene Abwertung des Euro überträfen die positiven Effekte bei Weitem.

Siegwerk wird nach eigenen Angaben weiterhin daran arbeiten, die Kostensteigerungen durch Produktoptimierungen und Leistungssteigerungen mit Kunden und Lieferanten zu kompensieren. Diese Effizienzmaßnahmen könnten jedoch nur zum Teil die Lücken schließen, die bereits im Vorfeld durch die hohe Preisvolatilität in den letzten Jahren entstanden seien, teilt Siegwirk mit.

› www.siegwerk.com

NEUES MITGLIED DER INITIATIVE ONLINE PRINT

Das Druckhaus Weppert ist der Initiative Online Print (IOP) beigetreten. Die IOP ist ein Zusammenschluss von Unternehmen des Online-Print-Sektors. Neben Druckereien und dem Bundesverband Druck und Medien zählen auch Softwareanbieter, Maschinenhersteller sowie weitere Dienstleister dazu. Die Initiative versteht sich als Kommunikationsplattform für ihre Mitglieder sowie als Interessenvertretung nach außen.

Das Druckhaus Weppert betreibt mit xposeprint.de, flinq.de und dem Web-to-Print-Service VIP Print gleich mehrere webbasierte Druck- und Gestaltungslösungen. Das Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren durch kontinuierliche Investitionen von einer kleinen Offset-Druckerei zu einem modernen Print-Produktionszentrum mit industriellen Strukturen und zeitgemäßen Online-Vertriebskanälen entwickelt. Für Geschäftsführer



Norbert Hett- rich bietet die IOP im Onlinebereich »eine ideale Austausch- und Netzwerkplattform auf CEO-Ebene, die uns weiterhilft, gemeinsam mit unseren anderen Marktteilnehmern die Branche weiter zu formen.«

› www.druckhaus-weppert.de

ONLINEPRINTERS RÜCKT NÄHER AN DIE SCHWEIZ

»Mit der Währungsumstellung von onlineprinters.ch von Euro auf Schweizer Franken und dem Wegfall aller Importkosten ist unser Onlineshop ein »echter Schweizer« geworden«, sagt Kai Plinke, Chief Financial Officer der Onlineprinters GmbH, zu den Verbesserungen beim Drucksachenkauf über die in Deutschland ansässige Onlinedruckerei. »Schweizer Kunden profitieren von den niedrigen Produktionskosten in der Eurozone«, ergänzt er. Dafür wurden alle Preise im Shop in Schweizer Franken (CHF) neu kalkuliert, zudem entfallen Importkosten und Formalien.

› www.onlineprinters.ch

Anmerkung: Das selbstbewusste Auftreten der Online-Druckerei wird die Schweizer Druckereien nicht entzücken. Die klagen schon seit Jahren über den Wettbewerb aus dem Ausland. Mit der Freigabe des Wechselkurses des Euro gegenüber dem Franken dürfte sich das Problem für die Schweizer Drucker noch weiter verschärfen. Denn auch wenn sich viele Schweizer Manager gerne in »Swissness« üben und am Wochenende nur regionale Produkte wie Wein und Käse einkaufen, hindert es sie nicht, Montags einen dicken Druckauftrag ins Ausland zu vergeben.

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

SIRIUS DIREKT - MARKETING INTEGRIERT

Die Bielefelder Sirius Direkt - marketing GmbH zählt zu den innovativsten Letter - shops in Deutschland und hat schon früh Crossmedia- und Datenbank Lösungen entwickelt. Der Maschinenpark umfasst Digitaldruck - maschinen, Verpackungs- und Adressieranlagen sowie Kuvertiermaschinen.

Die Sirius Direktmarketing GmbH wurde mit Wirkung zum 1. Februar 2015 in die Neef + Stumme premium printing GmbH & Co. KG in Wittingen integriert. »Schon seit Jahren betreuen Neef + Stumme und Sirius dieselben Großkunden wie BMW, Evo - nik, RAG, Linde und die Deutsche Telekom im Bereich Druck und Versand von Kundenzeitungen. Daher ist es ein sinnvoller Schritt, die beiden Produktionsprozesse in Wittingen bei Neef + Stumme zu vereinen. Dank naht - loser Produktion verkürzen wir die Produktionszeiten signifikant und leisten darüber hinaus einen Beitrag für die Nachhaltigkeit«, sagt Holger Tiemann, Geschäftsführer der Sirius Direktmarketing GmbH.

› www.neef-stumme.de

TAMEDIA SCHLIESST ZIEGLER DRUCK

Das Züricher Medienhaus Tamedia stellt den Akzidenzdruck von Ziegler Druck in Winterthur Ende 2015 ein. Betroffen sind 106 Mitarbeiter. Tamedia begründet den Schritt mit der anhaltend defizitären Situation im Akzidenzdruckgeschäft und dem permanent hohen Preisdruck in Folge von Überkapazitäten im europäischen Markt. Zum 1. April verkauft Ziegler Druck den Unternehmensbereich Bogenoffsetdruck an die Schellenberg Druck AG. Der Digitaldruck wird zum 1. April von der Stämpfli AG, Bern, übernommen und im Raum Zürich weitergeführt.

Anmerkung: *Die schwierige Situation dürfte bereits bei der Übernahme der Ziegler Druck AG Anfang 2014 bekannt gewesen sein. Dass die Verlagerung von Aufträgen von Tamedia-Zeitschriften die Ertragslage nicht verbessern konnte, ebenso. Deshalb ist die Einschätzung der Gewerkschaft syndicom nachvollziehbar, die Akzidenzdruckerei sei für Tamedia nur ein notwendiges Übel gewesen, das mit der Übernahme des »Winterthurer Landboten« in Kauf genommen wurde. Mit dem Aus in Winterthur bleiben in der Schweiz nur noch eine Hand voll Rotationsdrucker. Dass Stämpfli und Schellenberg Teile von Ziegler Druck übernehmen, kann nur ein schwacher Trost sein. Es rettet lediglich 13 von rund 100 Stellen. Zusammen mit dem Aus des NZZ-Druckhauses in Schlieren werden nunmehr etwa 170 Druckereimitarbeiter auf Job-Suche gehen müssen. Deren Chancen, einen neuen Job zu finden, sind nicht gerade rosig.*

GREGOR INTERNATIONAL CALENDAR AWARD 2015 KREATIVSTE UND SCHÖNSTE KALENDER

In den vergangenen Monaten wurden rund 1.000 Exponate aus dem In- und Ausland zum Wettbewerb um die kreativsten und schönsten Kalender, dem gregor international calendar award, eingereicht. Die Jury des Graphischen Klubs Stuttgart bewertete die Kalender und vergab insgesamt 59 Preise: sechs Mal Gold, acht Mal Silber und 22 Mal Bronze. Den Preis der Jury, den sogenannten gregor, erhielt der Kalender »metamorph« von Glanzmann Schöne Design aus Lörrach (Abbildungen rechts). Zudem wurden elf Kalender mit dem »Award of Excellence« für außergewöhnliche Einzelleistungen vergeben. Den Sonderpreis »Ausgezeichnetes Soziales Projekt« erhielt der Kalender »Senior Stars« der Pflegestation Jahnke GmbH in Berlin, Fotografie Esther Haase.

Die Jury des gregor international photo calendar award 2015 zeichnete in diesem Jahr außerdem zehn Fotokalender mit dem Prädikat »Ausgezeichnete Fotokalender« aus. Zusammen mit dem für einen der zehn Kalender zusätzlich vergebenen »Preis der Jury« wurden insgesamt elf Auszeichnungen vergeben. Der Award für Fotokalender wurde vom Graphischen Klub Stuttgart im Rahmen des gregor international calendar award 2015 ausgeschrieben. Die Jury zeichnete den Kalender »Modern Africa« der Stiftung Wakina mama na watoto aus Bern mit dem Preis »photo calendar Jury 2015« aus.



Preis der Jury: Modern Africa, Stiftung Wakina mama na watoto, Grafik & Design Wenger AG, Bern.

AUSZEICHNUNG: PRINT-PROMOTION KALENDER

Wenn Jürgen Mai mit seiner Kamera anrückt, heißt es: »Licht aus«. Zwölf Produktionshallen deutscher Druck- und Papiertechnikerhersteller in Finsternis getaucht. Dem Dunkel hat er in stundenlangem, exakt durchdachter Ar-



beit mit Taschenlampen, LEDs und Farbfilttern Kontu-



Den Preis der Jury, den sogenannten gregor, erhielt der Kalender »metamorph« von Glanzmann Schöne Design aus Lörrach.



ren entlockt – und diese mit einer fest installierten Kamera per Fernauslöser fotografiert. Pro Nacht entstanden so hunderte Langzeitbelichtungen. Später fusionierte er bis zu 300 Aufnahmen einzelner Bereiche und Details zum Gesamtbild. Zwölf solcher Fotos sind die Motive des Kalenders »Spot on: Graphic Arts 2015« der PrintPromotion GmbH aus Frankfurt. Jetzt trägt das Werk den gregor international calendar award 2015 in Bronze.

› www.vdma.org

LÖSUNG FÜR DEN WELLPAPPENDRUCK

HP UND KBA PLANEN INKJET-ROLLENMASCHINE

Zur drupa 2008 hatte HP seine Inkjet-Rollenmaschine vorgestellt und sehr zügig auf den Markt gebracht. Seither hat HP das T-Serie-Portfolio auf aktuell acht Maschinen mit drei Bahnbreiten ausgebaut. Auf der Interpack 2014 erklärte HP seine Absicht, in den Markt des Wellpappendrucks einzusteigen und stellte dafür zunächst die Flachbett-Maschine HP Scitex FB 15000 vor. Im Juli 2014 wurde dann eine modifizierte T400-Rollenmaschine (T400 Simplex Color Inkjet Web Press) bei Obaly Morava in Tschechien installiert und im September 2014 kündigte HP dann eine Partnerschaft mit KBA an.

Jetzt haben HP und KBA ihre Pläne konkretisiert, die den gemeinsamen Bau einer Inkjet-Rolle für den hochvolumigen Wellpappendruck beinhalten. Nach den jetzt vorliegenden Informationen handelt es sich bei der Maschine unter den Namen HP T1100 Simplex Color Inkjet Web Press um eine Rotation mit einer Papierbahnbreite von 2,5 m bis 2,8 m (110 Zoll) für den Druck von Well-



pappen-Top-Liner (Deckkartons, die auf den Wellpappenträger kaschirt werden). Die Maschine soll bis zu 183 m/Min. schnell sein und dabei 27.871 m²/h Substrat bedrucken.

Mit dieser Lösung können bei kleinen, mittleren und großen Auflagen unterschiedliche Jobs auf einer Rolle kombiniert werden. Am Ende des Herstellungsprozesses kann jede bedruckte Schachtel anders aussehen. Nach HP-Recherchen hat der Wellpappen-Verpackungsdruck ein Marktvolumen von etwa 2,5 Mrd. US-Dollar weltweit – mit steigender Tendenz. Mikro-Segmentierung und kürzere Produkt-Lebenszyklen führten zu kleineren Verpackungsauflagen, für die der Digitaldruck prädestiniert ist. »Um die enormen Chancen des Digitaldrucks auf dem Verpackungsmarkt zu nutzen, brauchen wir technologische Innovationen auf Spitzenniveau, ein weites Portfolio an Lösungen und nicht zuletzt eine Vi-



Aurelio Maruggi, HP (links), und Christoph Müller, KBA, besiegeln die Zusammenarbeit.

sion für den Markt. Die neue Maschine wird Kosten senken, Betriebsmodelle vereinfachen und den Markt für Verpackungen verändern«, sagt Aurelio Maruggi, Vice President und General Manager der Inkjet High Speed Production Solutions bei HP. Schließlich wollten die Abnehmer aus der Markenartikelindustrie ihre Lagerhaltung reduzieren und erwarteten gleichzeitig kürzere Durchlauf- und Lieferzeiten. Gegenüber den analogen Prozessen sieht HP durch die Inkjet-Technologie hier erhebliche Einsparungen bei Zeit, Material und Transportkosten.

Der Druckmaschinenhersteller KBA bietet mit der RotaJET ebenfalls seit 2008 eine Highspeed- und High-Volume-Inkjet-Rotation an. »Bei unserer Kooperation mit HP bringen wir unsere technologischen Stärken zusammen, um die speziellen Anforderungen der Verpackungsveredler zu erfüllen«, erläutert Christoph Müller, Executive Vice President für das Web Press Produkt House bei KBA. ■

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

Autor:
Christian Nuber

NEXT
Grundlagen und Grundeinstellungen
Manuelle Preflights und Korrekturen
Automatisierung mit Aktionslisten

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

HELAU FÜR DAS LESEN!

7,5 Mio. Menschen in Deutschland sind funktionale Analphabeten! Angesichts dieser Zahlen muss man manchmal ungewöhnliche Wege gehen, um auf die Bedeutung des Lesens und die Notwendigkeit von Leseförderung aufmerksam zu machen. Mit dieser Überzeugung beteiligte sich die Stif-



Der Motivwagen wurde durch die Unterstützung der Ernst & Young GmbH, der Schott AG und der Microsoft Deutschland GmbH ermöglicht. Die Stiftung dankt außerdem dem Carlsen Verlag für die Bereitstellung von Büchern zur Ausgabe an das närrische Publikum sowie der Maggi GmbH.

tung Lesen am 16. Februar 2015 mit einem eigenen Motivwagen am Rosenmontagszug in Mainz. Dabei hatte sie prominente Unterstützung an ihrer Seite: Vera Reiß, Bildungsministerin Rheinland-Pfalz, Sylvia Löhrmann, Schulministerin Nordrhein-Westfalen, Thomas Rachel, Parlamentarischer Staatssekretär bei der Bundesministerin für Bildung und Forschung, und die TV-Moderatorin Christina Ringer feierten auf dem Wagen der Stiftung Lesen und setzten gemeinsam mit der weiteren »Besatzung« des Wagens, Partnern und Mitarbeitern der Stiftung, ein närrisches Zeichen für das Lesen!
 › www.stiftunglesen.de

GMUND PAPIER BEI DER OSCAR-VERLEIHUNG

Der offizielle Academy Awards Designer Marc Friedland aus Los Angeles ist seit Jahren Liebhaber von Gmund Papieren. Die spezielle Mikropprägung, die Brillanz und die in allen Farben schimmernden Goldpartikel sind die einzigartigen Eigenschaften von Gmund Treasury, die das Papier auf der Bühne am 22. Februar in ganz besonderem Licht erstrahlen ließ. Ob für die Oscar-Verleihung, die VIP-Einladungen zu den Filmfestspielen in Cannes, das Königshaus von Jorda-

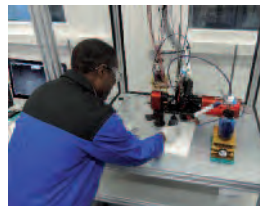


Ein Original Umschlag aus Gmund Treasury.

nien, die Regierung von Abu Dhabi oder internationale Marken wie Microsoft oder BMW – Gmund Papier steht für hochwertiges und innovatives Feinstpapier, das im oberbayerischen Mangfalltal in einem sehr umweltfreundlichen Produktionsprozess hergestellt wird.
 »Da haben wir ein Papier entwickelt, was wirklich aussieht wie echtes Gold. Das sind Naturpigmente, die diesen schönen Farbbereich wiedergeben, gepaart mit einer ganz speziellen Struktur, die richtig prickelt, wenn man mit dem Finger darüber streicht. Manche sagen sogar man bekommt Gänsehaut davon und das ist einfach ein traumhaftes Ergebnis«, so Florian Kohler stolz, Inhaber und Papiermacher in 4. Generation.
 › www.gmund.com

KYOCERA ERÖFFNET NEUES TEST LAB

Seit Februar 2015 verstärkt Kyocera seinen technischen Kundendienst im dynamisch wachsenden europäischen Inkjet-Markt mit einem Test Lab für Tintenstrahldruckköpfe in Esslingen bei Stuttgart. Das Test Lab ergänzt das im September 2013 eröffnete Inkjet-Designcenter, um technischen Kundendienst für



Kiwolo Mubieme, Kyocera Field Application Engineer, Inkjet Design Center, Printing Device Division.

Drucker- und Tintenhersteller anzubieten, die mit der führenden Tintenstrahldruckkopf-Serie KJ4 von Kyocera arbeiten. Drei technische Außendienstmitarbeiter stehen für den Kundendienst vor Ort und außerhalb zur Verfügung. Das Test Lab verfügt über einen Dropwatcher. Damit kann das Tropfenverhalten eines Druckkopfes im Pikoliterbereich untersucht werden. Außerdem ist das Test Lab mit einem Single-Pass-Flachbettdrucker mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 1.693 mm/Sek. und weiterem Equipment für allgemeine Tests und Auswertungen ausgestattet. Weitere Investitionen in die Installation von zusätzlichen Druckern sind für die nahe Zukunft geplant.
 › www.kyocera.de

KURZ & BÜNDIG

Ricoh Europe ist eine 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. • Der auf Outsourcing Services spezialisierte Dienstleister **Invoco** tritt seit Februar 2015 unter dem Namen der Muttergesellschaft **Xerox** auf. • Mit einem Tag der offenen Tür feierte **Cewe** in Oldenburg das 30-millionsten Cewe Fotobuch. 2005 brachte der Fotodienstleister das Fotobuch heraus. • Die **Kern GmbH** hat zum Jahresbeginn eine Kooperation mit der **Helmar Schmidt Polygraphischer Industriebedarf GmbH** in Hamburg und der **Heinrich Baumann Grafisches Centrum GmbH** in Frankfurt vereinbart, nach der die KAS Kuvertiermaschinen im grafischen Bereich und bei Digitaldruckereien vermarktet werden sollen. • Die Jury des Deutschen CSR-Preis 2015 hat **Kyocera Document Solutions** in der Kategorie »CO₂-Vermeidung als Beitrag zum Klimaschutz« nominiert. • **Konica Minolta** wurde mit dem FTSE4Good Global Index, dem oekom research »Prime Status« und dem RobecoSAM Gold-Award ausgezeichnet. Die anerkannten Social Responsibility-Awards unterstreichen das Engagement des Unternehmens bei nachhaltigen Investment-Standards. • **Flyeralarm**, die nach eigenen Angaben führende B2B-Online-Druckerei Europas, startete Ende Februar Online-shops in Dänemark, Schweden und Finnland. Damit ist das Würzburger Unternehmen neben Deutschland in 14 weiteren europäischen Ländern vertreten.

MENSCHEN & KARRIEREN

Lone Fønss Schröder hat ihr Aufsichtsratsmandat bei der Heidelberg Druckmaschinen AG aufgrund der Corporate-Governance-Richtlinien auf eigenen Wunsch niedergelegt und ist nach knapp vier Jahren im Aufsichtsrat des Unternehmens aus diesem Gremium ausgeschieden. Als ihre Nachfolgerin wurde durch das Registergericht Mannheim am 2. Februar 2015 **Kirsten Lange**, Mitglied der Geschäftsführung von Voith Hydro, bestellt. • **Monika Olbricht** hat die Position des Sales Director, Document Printing, Europe, bei Xeikon übernommen. Sie ist für den Vertrieb und die Geschäftsentwicklung des Dokumentendrucks in Europa sowie für die für 2015 geplante Markteinführung der Trillium-Technologie von Xeikon, verantwortlich. • **Marc-Tell Klumpp** verantwortet bei Multi Packaging Solutions Germany seit Jahresbeginn als Managing Director Sales & Marketing den Vertrieb und das Marketing an den Standorten Stuttgart, Düren und Melle.



KODAK STARTET CONTENT-PORTAL

Kodak hat das neue Content-Portal chiefpackaging-officer.com live geschaltet, das die Rolle der Verpackung bei Konsumgütern und im Handel in den Mittelpunkt stellt. Die Seite bietet Kurznachrichten aus dem Verpackungsbereich, Blog-Beiträge von Fachexperten, White Paper, E-Books, Fallstudien und Interviews mit Visionären aus der Verpackungsindustrie. »Grundgedanke ist es, dass die Verpackung ein Thema für die Führungsebene von Unternehmen sein sollte«, sagt Steven Overman, Chief Marketing Officer von Kodak. »Heutzutage ist die Verpackung in wachsendem Maße mit strategischen Initiativen und Resultaten verknüpft, die sich auf den Ruf einer Marke und die Rentabilität der Investition auswirken. Viele Markenunternehmen betrachten die Verpackung jedoch als eine Folge taktischer Schritte und technischer Entscheidungen. Über das neue Portal unterstützen wir unsere Kunden und die Verpackungsindustrie, indem der Beitrag, den die Verpackung zum Erfolg eines Unternehmens leistet, in angemessener Weise hervorgehoben wird.«

› chiefpackagingofficer.com

KLEINE FOTOS MIT GROSSER WIRKUNG

Polaroids sind Kult und haben einen ganz eigenen Charme. Die neuen Polaroid-Style Prints von Cewe verbinden den Retro-Trend mit den zahlreichen Möglichkeiten der digitalen Fotografie. Cewe gibt Tipps für die individuelle Gestaltung der vielseitigen Prints und präsentiert kreative Deko-Ideen rund um den Sofortbild-Klassiker. Die neuen Cewe Polaroid-Style Prints sind im Format 10,2 cm x 12,7 cm erhältlich. Freunde des Sofortbild-Looks können wahlweise 16, 24



Schön zum Verschenken: Die Polaroid-Style Prints werden in einer attraktiven Karton-Box mit dem Aufdruck »Made by me« geliefert.

oder 32 eigene Motive auswählen und in der Cewe Bestellsoftware im Handumdrehen zu einem originellen Hingucker gestalten. Der klassische Weißteil unter dem Motiv und auf der Rückseite bietet Platz für eine individuelle Notiz. Schriftart, -größe und -farbe für kurze Textbotschaften oder Bildtitel können direkt bei der Bestellung ausgewählt werden. Das Motiv wird in der Größe 9 cm x 9 cm dargestellt und kann mit verschiedenen Effekten, wie kreativen Rahmen, Vorlagen und Filtern, aufgepeppt werden.

› www.cewe.de

PITNEY BOWES MIT NEUEN PARTNERN

Pitney Bowes, die Haas AG und die Document Development & Consulting GmbH (DDC) haben eine Partnerschaft unterzeichnet. Pitney Bowes setzt bei der Zusammenarbeit auf DDC aus Zürich mit Schwerpunktthemen wie Outputmanagement und Dokumentenkomposition und die Haas AG aus Volketswil, die drei Jahrzehnte Erfahrung bei Kuvertierung und Papierverarbeitung in die Partnerschaft einbringt. »In dieser Konstellation wollen wir den Schweizer

Markt ab 2015 mit Kompetenz und Erfahrung neu strukturieren. Mit DDC und der Haas AG haben wir zwei Partner mit bestem Ruf am Markt«, sagt Manoj George, Business Development Director für Zentraleuropa.

CROSS MEDIA GUIDE FÜR DRUCKDIENSTLEISTER

Mit dem Cross Media Guide präsentiert Canon ein Handbuch mit wertvollen Anregungen für alle Druckdienstleister, die ihr Portfolio um



crossmediale Kommunikation erweitern wollen. Das Handbuch basiert auf umfangreichen Branchenuntersuchungen, dem Marktwissen von Experten sowie auf Erkenntnissen der unabhängigen Berater des Essential Business Builder Program (EBBP). Als inspirierende Informationsquelle hilft der Cross Media Guide Druckdienstleistern, besser zu verstehen, welche Geschäftschancen die Erweiterung ihres Portfolios um Kommunikationsdienstleistungen über andere Kanäle als Druck bietet, und wie sie diese Chancen profitabel nutzen können. Im Anschluss an eine detaillierte Einführung in das The-

ma Cross Media erklärt das Handbuch Schritt für Schritt, auf welchem Weg sich Druckanbieter zum Medien-Dienstleister entwickeln können. Der Guide hilft darüber hinaus, Druckprodukte als wichtige und effektive Kommunikationsinstrumente in Ergänzung zu digitalen Medien zu positionieren. Zusätzlich zu Informationen und Erkenntnissen bietet das Handbuch auch Anregungen in Form von Fallstudien über Unternehmen, die Cross Media erfolgreich in ihr Leistungsspektrum aufgenommen haben. Darüber hinaus werden Beispiele von innovativen und effektiven Cross Media-Anwendungen mit messbarer Rendite – dem sogenannten Marketing Return on Investment (MROI) – präsentiert. Vervollständigt wird das Handbuch durch einen unabhängigen Überblick des Marktforschungsunternehmens InfoTrends über die führenden Cross Media-Technologien.

› www.canon.de



Stiften Sie zu
– jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



Für Dich!

Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Schenken Sie eine unbeschwerte Kindheit – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109,
petra.traeg@sos-kinderdorf.de

Zwei Jahre Creative Cloud – eine Bilanz

Seit zwei Jahren bietet Adobe die Creative Cloud (CC) statt der bewährten Creative Suite (CS) an. Seither ist die CC auch bei den Schulungen von cleverprinting ein Thema. Das Unternehmen, das sich auf Schulungen für Grafik, Prepress und Publishing spezialisiert hat, hat zusammengefasst, was die Kurs-Teilnehmer über die Cloud denken.

Von CHRISTOPH LUCHS und CHRISTIAN PISKULLA

Neben den Klassikern Photoshop, InDesign etc. sind in der CC Web- und Animationsprogramme zu finden, die die Möglichkeiten von Kreativen erweitern. Mit Adobe Muse gibt es ein Tool, mit dem Websites ohne Programmierkenntnisse gestaltet werden können und auch das nützliche TypeKit für die Aktivierung von Schriften für Print- und Webprojekte ist in der CC enthalten. Alle Programme sind individuell installierbar und können ebenso wieder gelöscht werden. Die Lizenz gilt für Windows- und Mac-Systeme. Automatische Updates garantieren ein stets aktuelles Programm. Und mittlerweile hat sich auch die Erkenntnis durchgesetzt, dass Daten und Programme weiterhin auf der eigenen Festplatte liegen können. Lediglich zur Überprüfung der Lizenz geht die CC in regelmäßigen Abständen online. So weit das Positive.

Viel unnützer Ballast

Was den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der cleverprinting-Kurse weniger gefällt, ist, dass sich Programme wie Photoshop und InDesign nur wenig weiterentwickelt haben. Die Verbesserungen seien marginal. Etwa 30 Programme bringt die Creative Cloud mit, die nur wenige ausreizen können. Einstige Lockangebote wie die Digital Publishing Suite Single Edition für das Layout interaktiver Apps für iPad etc. wurden mittlerweile wieder entfernt. Viele der Schulungsteilnehmer reagieren

darauf sehr ungehalten. Denn man setzt auf Adobe-Technologie, bucht Schulungen, berät Kunden – und dann stellt Adobe die zuvor angepriesene Technologie wieder ein. Planungssicherheit sieht anders aus.

Abo-Zwang und deftige Preise

Die Funktionsfülle der CC ist für den Großteil der Anwender nicht nutzbar. Bei den meisten Teilnehmern aus dem Print-Bereich (dazu zählen 90% der cleverprinting-Kunden) verteilt sich die Arbeit zu 60% auf InDesign, 30% auf Photoshop und 10% auf Illustrator. Dazu kommt der PDF-Preflight mit Acrobat. Einige wenige arbeiten mit Dreamweaver oder InCopy, aber bereits bei After-Effects, Premiere, Prelude oder Speed-Grade ist Schluss – von den Touch-Apps für Tablets und Smartphones ganz zu schweigen.

Das Angebot der Creative Cloud ist so betrachtet eine Übererfüllung des Kundenwunsches. Fair wäre es, für einen Festpreis pro Programm und Monat eine Lizenzierung zuzulassen. Jeder Anwender könnte sich die Programme selbst zusammenstellen und nach unterschiedlichen Laufzeiten bezahlen. So gäbe es wie einst Komplettpakete. Doch das ist reines Wunschdenken.

Neben den schwachen Weiterentwicklungen stören sich die Teilnehmer vor allem am Abo-Zwang und am Preis der CC, denn preislich langt Adobe ordentlich in die Taschen der Kreativen.

Eine kleine Beispielrechnung: Wer einst die Creative Suite Design Standard für etwa 1.600 € erworben hat, lizenzierte rund alle 1,5 Jahre ein Update, das bei 300 € lag. Nach fünf Jahren entstand so eine Investitionssumme von 2.200 €. Heute liegt das reguläre Monatsabo für CS-Kunden bei gut 50 € (plus Mehrwertsteuer) pro Arbeitsplatz. So kommen nach fünf Jahren 3.000 € zusammen. Das entspricht einer Verteuerung von 36%.

Und ein Ende ist nicht abzusehen. Während der CS-Kunde bestimmen konnte, wann er wieder investiert, muss er heute kontinuierlich weiterzahlen. Die Lizenzierung der CC ist strikt für ein oder zwei Jahre vorgesehen. Wer monatlich aussteigen will, muss mehr zahlen. Ein Festpreis ist nicht mehr möglich. Ist eine CC-Lizenz abgelaufen, können zum Beispiel InDesign-Dateien nicht mehr geöffnet werden.

Möglichst weiterarbeiten

Der Abo-Zwang, die deftige Preiserhöhung, Programme, die man nicht benötigt, aber mitbezahlt, dazu ein Konzern, der Programme und Funktionen nach Belieben entfernt – all das trägt dazu bei, dass die CC unbeliebt ist. Bei vielen cleverprinting-Kunden ist die CC regelrecht verhasst. Deshalb geben viele an, so lange mit der CS weiterarbeiten zu wollen, wie dies technisch machbar ist. Doch auch hier zeigt sich der lange Arm Adobes, denn viele Agentu-

ren und Druckereien sind gezwungen, die Creative Cloud zu abonnieren, da die mangelnde Abwärtskompatibilität von InDesign einen Austausch von offenen Daten zwischen CS und CC schwierig macht.

Adobe hat sein Image dadurch schwer beschädigt. Denn kein Kunde lässt sich gern bevormunden und die Preise schlagen vielen Anwendern ebenfalls auf den Magen.

Aktionäre statt Kunden

Quark hatte sich mit seiner XPress-Preispolitik damals vergleichbar unbeliebt gemacht. Dabei hatte Quark ein aus heutiger Sicht faires Preismodell. Die Software war zwar teuer, aber man wusste, was man kauft. Und die Update-Zyklen lagen zeitlich so weit auseinander, dass auch echte Innovationen von Version zu Version stattfanden, die den Update-Preis rechtfertigten. Wer die Neuerungen nicht benötigte, konnte das Update überspringen oder auf später verschieben.

Dass Adobe auf diesen Weg zurückkehrt, ist schon angesichts des durch die Decke schießenden Aktienkurses eher unwahrscheinlich. Lag der Aktienkurs 2012 noch bei 25 Dollar, sind es heute 64 Dollar. Die Adobe-Aktionäre dürften also glücklicher sein als die Adobe-Kunden. Und dem Adobe-Management ist die Meinung der Aktionäre scheinbar wichtiger als die der Kunden.

➤ www.cleverprinting.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

Digitaldruck – mit Rückenwind

Es wird wohl niemanden aus den Socken hauen, wenn wir hier behaupten: Der Digitaldruck hat sich etabliert. Immerhin, nach gut 20 Jahren. Dabei hat er nach gut 500 Jahren Druckgeschichte einiges grundlegend verändert. Denn auf einmal hatten wir Drucksachen, die vorher keine waren. Eine Standortbestimmung.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

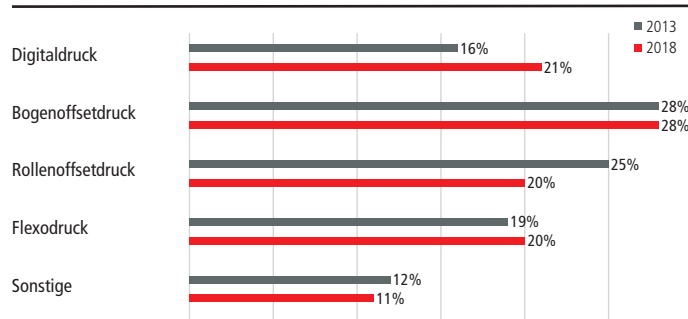
Streng genommen waren die ersten Digitaldruckmaschinen, die im Herbst 1993 vorgestellt wurden – mit Verlaub – ein alter Hut. Es waren lediglich neue Maschinenformen, schnellere RIPs, optimierte Toner und veränderte Arbeitsabläufe. Ohne die Verdienste der Pioniere Benny Landa (Indigo) und Lucien De Schampelaere (Xeikon) schmälern zu wollen: Digitaldruck gibt es, seit es Computerdrucker gibt. Denn was anderes als einen digitalen Druck sollte ein von einem Computer angesteuerter Drucker auf Papier bringen als digitale Informationen?

Da beim Digitaldruck ›on the fly‹ bebildert wird (tonerbasierte Systeme) oder die Druckform via Inkjet-Druck berührungslos zu Papier gebracht wird, wird von einem dynamischen Verfahren gesprochen. Deshalb verfügt der digitale Druck über Eigenschaften, die kein anderes Druckverfahren bietet. Und das ist auch der Grund, weshalb der Digitaldruck so fasziniert.

Während dem Offsetdruck für die nächsten Jahre gerade noch Stagnation zugetraut wird, gehen Marktforscher davon aus, dass der Digitaldruck in den kommenden Jahren noch ordentlich wachsen wird – national und regional allerdings ebenso unterschiedlich wie bei den verschiedenen Anwendungen.

Sehen wir bei dieser Betrachtung einmal vom Large-Format-Printing ab und konzentrieren uns auf klassische Druckanwendungen, bleiben noch genügend Applikationen, in

ANTEILE DER DRUCKVERFAHREN AN DER WELTWEITEN PRODUKTION



Quelle: Smithers Pira, 2014. Druckmarkt-Grafik 2/2015.

denen sich der Digitaldruck inzwischen erfolgreich etabliert hat.

Primäreigenschaften

Doch zunächst einmal müssen digitale Drucksysteme über bestimmte Voraussetzungen und Leistungen verfügen. Schon in den frühen Jahren des Digitaldrucks wurden dem neuen Druckverfahren vier Primäreigenschaften zugeordnet, die heute noch Geltung haben, wengleich sich die Schwerpunkte verlagert haben:

- Short Run Color oder farbige Kleinstauflagen
- Printing-on-Demand oder Drucken bei Bedarf
- Distributed Printing oder verteiltes Drucken
- Customized Printing oder individualisiertes Drucken

Diese Eigenschaften haben für den Digitaldruck ihre Relevanz behalten,

doch läuft es heute im Wesentlichen auf einen einzigen Aspekt hinaus: Printing-on-Demand beziehungsweise das Drucken bei Bedarf. Dass der Farbe vor etwa 20 Jahren noch größerer Wert als heute beigemessen wurde, ist verständlich, hat sich durch die Weiterentwicklung der Drucktechniken jedoch relativiert.

75% ALLER DRUCKSACHEN HABEN AKTUELL EINE AUFLAGE VON 5.000 EXEMPLAREN. TENDENZ FALLEND.

95% ALLER DRUCKSACHEN HABEN EIN FORMAT KLEINER ALS DIN A3 UND LASSEN SICH AUCH DIGITAL PRODUZIEREN.

33% ALLER DRUCKSACHEN WERDEN PROGNOSEN ZUFOLGE IM JAHR 2020 INNERHALB VON 24 STUNDEN ABGEWICKELT.

Printing-on-Demand

Denn auch der Offsetdruck ist heute durchaus in der Lage, 500 Exemplare und zum Teil weniger wirtschaftlich zu produzieren. Doch gibt es noch immer Auflagen, die deutlich unter dieser Menge liegen und damit für den Offset absolut unwirtschaftlich sind. Für diesen Bereich der kleinsten Auflagen, zu dem auch die ›Auflage 1‹ gehört, bleibt also nur der Digitaldruck.

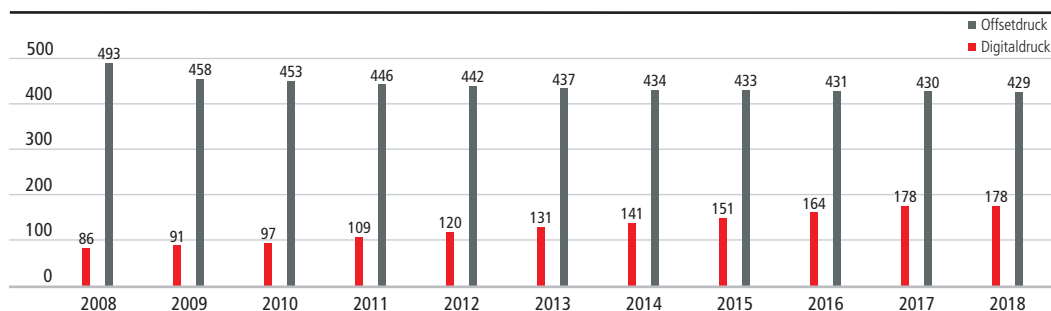
Bei kleinen Auflagen zählt vor allem die Schnelligkeit bis zum fertigen Produkt, das im günstigsten Fall inline verarbeitet und konfektioniert werden kann. Damit führt Print-on-Demand die Konzeption von Drucksachen in eine völlig neue Dimension. Wird digital und mit dem jeweils aktuellen Datenbestand produziert, erlangen Drucksachen eine völlig neue Aktualität. Statt hoher Auflagen wird beispielsweise von einer Broschüre nur die Menge produziert, die wirklich benötigt wird. Damit werden Lagerkosten gespart, das gesamte Prozess-Handling wird vereinfacht und die Informationen können stets auf dem aktuellsten Stand gehalten werden.

Faktor Zeit

Dazu gesellt sich noch eine ganz wesentliche Komponente: die Zeit. Nach verschiedenen Prognosen werden bis zum Jahr 2020 etwa 33% aller Drucksachen innerhalb von 24 Stunden produziert. Das bedeutet:

Es mag auf den ersten Blick vielleicht verwirrend sein, dass der Offsetdruck in den letzten Jahren relativ konstant geblieben ist, obwohl der Digitaldruck permanent dazugewonnen hat, doch dies stützt die These, dass der Digitaldruck neue Märkte für Drucksachen geschaffen hat, die bisher keine waren.

ENTWICKLUNG DES WELTWEITEN DRUCKVOLUMENS VON OFFSET- UND DIGITALDRUCK (IN MRD. US \$)



Quelle: Smithers Pira, 2014. Druckmarkt-Grafik 2/2015.

Es können auch acht Stunden sein, oder aber der Kunde wartet bei einem Espresso auf seinen Job. Dies spielt natürlich nicht nur, aber auch dem Digitaldruck in die Hände. Und damit treten gleichzeitig schnelle und leistungsfähige Weiterverarbeitungs-Systeme immer mehr in den Mittelpunkt des gesamten Herstellungsprozesses. Ganz gleich, ob es um Karten, Flyer, Broschüren oder ganze Bücher geht.

Book-on-Demand

Deshalb hat auch die Verlagswelt längst ein Auge auf den Digitaldruck geworfen. Denn der macht es möglich, Bücher bei Bedarf herzustellen. Dabei liegt beispielsweise der Datenbestand eines Werkes abrufbereit

in einem Archiv (wo auch immer sich das befindet) und wird erst dann gedruckt, wenn für das Buch auch wirklich ein Auftrag vorliegt. Dabei sollte man nie außer Acht lassen, welche immense Größe der Büchermarkt hat. Allein in Deutschland erscheinen im Schnitt rund 80.000 Titel jedes Jahr neu! Dazu kommen die bereits veröffentlichten Titel und Klassiker der Literaturgeschichte: ein unglaubliches Potenzial für das gedruckte Buch.

Und nicht zu vergessen der anhaltende Trend zum sogenannten Self-Publishing, bei dem jedermann seine Memoiren oder was auch immer als Buch veröffentlichen kann. Allein das Unternehmen Books on Demand im norddeutschen Norderstedt hat seit 2002 bereits 1,8 Mil-

lionen solcher Bücher von inzwischen mehr als 25.000 Autoren produziert.

Dabei sollte ein Buch nicht pauschal nur als das klassisch gebundene Werk für das Bücherregal verstanden werden. Loseblatt-Sammlungen, Handbücher, Gebrauchsanleitungen, individuelle Inhaltszusammenstellungen und weit mehr gehören zur Buchproduktion.

Hier können bei der Herstellung dann auch verschiedene Drucktechniken kombiniert werden: Der Inhalt eines Buches wird auf einer monochrom druckenden Hochleistungs-maschine gefertigt, der farbige Umschlag läuft auf einer Farbmaschine. In der nachgeschalteten Weiterverarbeitung werden Inhalt und Umschlag zum Buch: In einer

Auflage von einem einzigen Exemplar, das in der Herstellung nur unwesentlich teurer ist als das Buch aus einer Großauflage. Denn den Verlagen bereitet die Lagerhaltung und Logistik der Bücher weit mehr Kopfzerbrechen als die eigentliche Produktion. »Book-on-Demand« kann die Lösung für viele der damit zusammenhängenden Probleme sein. Nicht zu vergessen ist dabei der ökologische Aspekt. Wird nur bei Bedarf produziert, sinkt folglich der Papierverbrauch, es entfallen teure Läger und es müssen auch keine ganzen Bücherladungen »verramsch« oder gar nach dem Druck ungelesen entsorgt werden. So kann der Digitaldruck ein gewisses Potenzial an Nachhaltigkeit für sich in Anspruch nehmen. ▶

FACHWISSEN IN 4-Gängen

Vorspeise
Häppchen, tagesaktuell zubereitet an der Homepage.

Zwischengericht
Alle 14 Tage: PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« mit News und ganzen Artikeln am Stück.

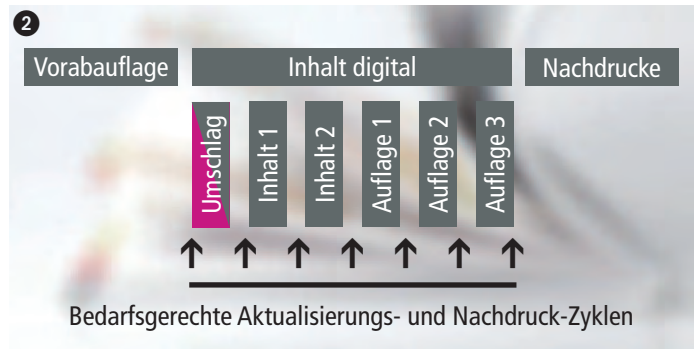
Hauptgericht
zweimonatlich der »Druckmarkt« aus Papier mit frischen Stories.

Dessert
»Druckmarkt COLLECTION« in loser Reihenfolge: schwere Themen leicht zubereitet.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin



Diese beiden stark vereinfachten Schemata sollen verdeutlichen, welche Möglichkeiten aktuelle Drucktechniken auch in Kombination bieten. Dabei ist es gleich, für welche Art der Publikation eine Lösung gesucht wird.



Werbe- und Marketing-Material lässt sich auf diese Weise genauso planen wie Bücher, Zeitschriften, Kataloge oder Magazine. Und als Sahnehäubchen gilt dabei die Individualisierung.

Distributed Printing

Auch wenn sich verteiltes Drucken als Digitaldruck-Primärmerkmal in gewisser Weise überholt hat, bleiben für die Produktion von Verlagsobjekten durchaus interessante Aspekte. Natürlich kann ein Datenfile theoretisch wenige Sekunden nach seiner Entstehung zeitgleich in New York, Tokio oder Frankfurt gedruckt werden. Dies können die traditionellen Druckverfahren jedoch ebenfalls. Interessant ist diese Vorgehensweise aber dennoch in Ländern wie den USA, in denen Verschiebungen der Erscheinungstermine durch Zeitzonen bestehen. Die Hauptauflage in New York auf einer traditionellen Rotation kann durch den digitalen Druck in beispielsweise San Francisco ergänzt werden.

Der Druck von Zeitungen, Büchern, Dokumentationen oder auch Verkaufsliteratur erscheint unter dem Gesichtspunkt ›Distributed Printing‹ aber auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten durchaus interessant. Denn Bücher oder Zeitungen können an dem Ort hergestellt werden, wo die Nachfrage ist oder eine Bestellung vorliegt. So sind Druckprodukte schneller beim Leser und verursachen geringere Transportkosten. Entsprechende Lösungen haben sich bei der Herstellung von Zeitungen für Leser im Ausland bereits in kleinem Umfang etabliert.

Wenn durch diese Produktionsvariante jedoch generell 15% bis 20% der Vertriebskosten reduziert wer-

den können, lohnt es sich schon einmal, darüber nachzudenken, für welche Produkte verteiltes Drucken interessant sein könnte.

Individualisiertes Drucken

Da im Digitaldruck bei jedem Druck ein neues Bild erzeugt wird, können nicht nur kleine und kleinste Auflagen, sondern auch individuelle, personalisierte Drucksachen entstehen, die über alle bisherige Anwendungen hinausgehen.

Dabei hat sich diese Möglichkeit bei individuellen Drucksachen wie Karten, Fotobüchern, Etiketten oder Verpackungen längst ihren Weg geebnet. Darüber haben wir an anderer Stelle bereits zuhauf berichtet. Doch anzunehmen, der individualisierte Druck sei Mainstream, ist weit gefehlt. Weltweit wie auch in unseren

Breiten werden unter 10% aller Drucksachen personalisiert. Von diesem Markt hatte man sich mehr erhofft.

Mailing und Transpromo

Und dennoch gibt es Bereiche, in denen massenweise Individualdrucke hergestellt werden. Denn unter ›individualisiert‹ wird nicht nur einfaches Adressieren verstanden, sondern der Druck variabler Daten, also Informationen, die für Empfänger der Drucksache für die jeweilige Informations-Situation sinnvoll sind. Das kann auch heißen, dass jede Drucksache andere Bilder, Farben und Texte enthält. Damit werden Massendrucksachen, wie sie bisher bekannt waren, zum Unikat, zum einzigartigen Exemplar.

Diese Technik ist nur im Digitaldruck möglich und stößt bei Werbern und Marketing-Leuten zunehmend auf Interesse. Sind die Auflagen klein genug (Auflage 1), ist eine Stufe nach den Prinzipien des 1:1-Marketing erreicht. In Kombination mit dem Digitaldruck lassen sich individuelle Mailings realisieren und durch Gestaltung und Auswahl der Inhalte statt ganzer Zielgruppen nunmehr einzelne Personen ansprechen.

Die populärste Form des Individualdrucks ist der Transaktionsdruck. In beliebig skalierbarer Auflagenhöhe werden individualisierte Dokumente wie etwa Telefonrechnungen, Kontoauszüge etc. für den Empfänger her-

gestellt. Meist handelt es sich um die reine Rechnungs-Information.

Doch Marketing-Strategen machen sich zunutze, dass Verbraucher einer Rechnung zehn Mal mehr Zeit widmen als einem normalen Brief mit Informations-Charakter. Daher werden Transaktions-Dokumente mit Werbebotschaften (Promotions) angereichert. Das Ganze nennt sich dann Transpromo als Kombination aus Transaktion und Promotion. Dabei können Texte, Farben und Bilder, Anzeigen etc. mit einbezogen werden, die den Aufmerksamkeitswert steigern und es erlauben, zusätzliche Marketinginformationen zu integrieren.

Dieser Markt wird übrigens gerne unterschätzt. Hier geht es nicht nur um klassische Transaktions-Dokumente wie beschrieben, sondern generell um Geschäftsprozesse. Jedes Unternehmen versendet Aufträge, Auftragsbestätigungen, Lieferscheine und Rechnungen etc. Warum soll da nur das Logo des Unternehmens erscheinen? Und wer verbietet beispielsweise einer Druckerei Werbung auf ihren Geschäftsdrucksachen zu machen – für sich selbst oder andere Unternehmungen?

Hochleistung gefragt

Für solche Anwendungen ist aber eine hohe Leistungsfähigkeit des Digitaldrucksystems und des Frontends Bedingung. Schließlich geht es hierbei im Zweifelsfall um Tag- und Nachtproduktionen 24 Stunden an

**BIS ZU 10.000 WERBE-
BOTSCHAFTEN PRASSELN
TÄGLICH AUF UNS EIN. NUR
BRUCHTEILE ERKENNEN WIR.**

**WENIGER ALS 10% ALLER
DRUCKSACHEN WERDEN HEUTE
PERSONALISIERT ODER INDIVI-
DUALISIERT.**

**ETWA 10X MEHR ZEIT
WENDEN WIR FÜR DAS LESEN
EINER RECHNUNG AUF ALS FÜR
EINEN BRIEF.**

sieben Tagen. Denn auch wenn das Schlagwort Auflage 1 nur das einzelne Exemplar meint, sind 100.000 personalisierte Drucksachen auch eine Großauflage.

Hybrid, individuell und aktuell

Dass digital gedruckte Produkte optimal steuerbare Kommunikationswirkungen erzielen können, dürfte im Zusammenhang mit Printing-on-Demand bereits deutlich geworden sein. Darüber hinaus lassen sich verschiedene Stufen und Produktionsvarianten einsetzen. Die verschiedenen Ansätze stehen dabei jeweils für eine signifikante Steigerung des Wertes der Printkommunikation.

So beispielsweise bei der Kombination aus Offset- und Digitaldruck, wobei Drucksachen möglich werden, wie sie bisher nicht möglich waren: hybride Druck-Erzeugnisse.

So lässt sich der Digitaldruck auch bei auflagenstarken Produktionen einsetzen, wenn der Inhalt im Offset, der Umschlag jedoch individuell im Digitaldruck hergestellt wird, wie in Grafik ① dargestellt. Dies lässt sich auch umkehren, wenn sich hinter einem einheitlichen Umschlag variierende Inhalte verstecken.

Daneben gibt es weitere Modelle, bei denen hybride Produktionen durchaus praktikabel und sinnvoll sind. So lassen sich vor der Produktion einer Publikation Vorabauflagen produzieren, um beispielsweise Anzeigen zu akquirieren oder den Bedarf für die später im Offset gedruckte Hauptauflage ermitteln. Zudem lassen sich Nachdrucke digital fertigen, wenn die Hauptauflage vergriffen ist.

Wachstumsfeld Kataloge

Auf gleiche Weise lässt sich mit Drucksachen verfahren, die einheitlichen Designkonzepten folgen, sich aber beispielsweise durch Sprachversionen unterscheiden. So können auf Abruf Kleinstauflagen bereitgestellt werden oder es lassen sich begleitend beispielsweise zu einem Katalog Preislisten aktuell produzie-

ren sowie parallele Aktionen durchführen.

Kataloge nehmen inzwischen ohnehin eine höchst interessante Rolle im Digitaldruck ein. Nach Informationen des Bundesverbandes Druck und Medien ist ein erheblicher Prozentsatz des Zuwachses von 80% in den letzten fünf Jahren bei Digitaldruckanwendungen auf Kataloge zurückzuführen. Denn natürlich lassen sich diese Publikationen auch generell im Digitaldruck herstellen – mit dem Vorteil, individuelle und auf den Empfänger abgestimmte Inhalte bereitzustellen. Dabei lassen sich, wie in Grafik ② dargestellt, zu jeder Zeit Aktualisierungs-Zyklen einschieben, die selbst für ein einzelnes Exemplar notwendig sein können, um die Publikation auf dem neuesten Stand zu halten. Dies eröffnet völlig neue Konzepte in der Vermarktung von Druck-Erzeugnissen wie Zeitschriften, Magazinen oder Katalogen.

Und warum sollte sich der Empfänger einer Drucksache über eine Webseite die Inhalte nicht selbst zusammenstellen? So erhält er eine nach seinen Wünschen individualisierte Drucksache. Hierbei kann er sein Interessensprofil selbst anlegen. Im Zusammenspiel mit CRM-Konzeptionen können Empfänger, die in Kundendatenbanken gespeichert sind, ihrem Profil gemäß an spezifische Wünsche und Interessenslagen angepasste Druckprodukte erhalten.

Fortsetzung folgt

Alles, was wir in diesem Beitrag nur skizzieren konnten, lässt sich natürlich noch detaillierter betrachten. Das haben wir für die kommenden Ausgaben vorbereitet. Der Digitaldruck wird also im Jahr 2015 eine erhebliche Rolle im »Druckmarkt« spielen. Übrigens: Viele der in diesem Beitrag angesprochenen Produktionsmöglichkeiten und -kombinationen aus Print und Finishing sind Ende Februar in Luzern live zu sehen.



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.

Qualitätsschub für den Highspeed-Inkjet

Einer der Punkte, den man in einer Liste der Nachteile des Inkjet-Drucks bisher aufführen konnte, war die vergleichsweise geringe Auflösung gegenüber dem Offsetdruck. Diesen Punkt kann man jetzt jedoch streichen. HP hat einen neuen Druckkopf vorgestellt, der es auf eine Auflösung von knapp 2.400 dpi bringt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es mag zwar unglaublich klingen, aber dem Moore'schen Gesetz folgend, hat sich die Leistung der HP Thermal-Inkjet-Drucker über die Jahre hinweg alle 18 Monate verdoppelt. Dies bewies Dr. Ross Allen, Senior Technical Specialist, der sich als Wissenschaftler seit 30 Jahren bei HP mit der Inkjet-Technologie auseinandersetzt, im letzten Jahr, als HP neue Druckköpfe für die One-Pass-Drucktechnologie vorstellte, die bei HP den Namen ›Page-Wide‹ trägt (siehe auch ›Druckmarkt‹ 91). Nun ist die Leistung bei Inkjet-Druckköpfen aber nicht zwingend gleichzusetzen mit einer Erhöhung der Geschwindigkeit. Leistung kann auch ein Mehr an Qualität bedeuten.

Doppelte Düsendichte

Jetzt hat HP die sogenannte High Definition Nozzle Architecture für die Rollendruckmaschinen der Inkjet-Web-Press-Familie vorgestellt, mit der Druckqualität, Vielseitigkeit, Verlässlichkeit und Produktivität gesteigert werden sollen. Dazu wurde die Auflösung der Druckköpfe durch eine Erhöhung der Düsenanzahl von bisher 10.560 Düsen auf 21.120 verdoppelt. Dabei kommen 2.400 Nozzles (Düsen) auf einen Zoll. Diese Nachricht kann man einfach zur Kenntnis nehmen, man kann aber auch einmal nachrechnen, um sich die Dimensionen vor Augen zu führen. Wenn sich also auf einem Zoll oder Inch (= 2,54 cm) 2.400 Düsen befinden, beträgt der Abstand



Das Druckmuster, das uns HP zur Verfügung stellte, unter dem Mikroskop: Selbst bei 64-facher Vergrößerung lassen sich keine Raster- oder Sägezahn-Effekte entdecken.

zwischen den einzelnen Düsen winzige 0,00042 Inch. Daraus lässt sich nunmehr auch die Auflösung berechnen. So entspricht der Quotient aus 1/0,00042 einer nativen Auflösung von 2.380 dpi (dots per inch).

ETWA ALLE 18 MONATE VERDOPPELT SICH DIE LEISTUNG VON INKJET-DRUCKKÖPFEN. DAS KOMMT ENTWEDER DER QUALITÄT ZUGUTE ODER DER LEISTUNG. EIN MEHR AN QUALITÄT REDUZIERT DABEI DIE GESCHWINDIGKEIT ODER AUCH UMGEKEHRT.

Damit sind die neuen HP-Druckköpfe in den Bereich der Auflösungen vorgestoßen, die bei der Belichtung von Offsetdruckplatten und damit dem anschließenden Druck üblich sind. Und damit sind die Kritiker (zu denen ich auch gehörte) widerlegt. Dass es dazu kommen musste, war allerdings – wie eingangs erwähnt – zu erwarten.

Die Qualität wird zudem gesteigert, da der neue Druckkopf auch die Dual-Drop-Technologie unterstützt (dabei werden unterschiedlich große Tintentropfen aus dem Druckkopf ausgestoßen). Dies in Kombination mit der hohen Auflösung sorgt für eine höchst akkurate Wiedergabe von Texten und Linien (von den be-

kannten Sägezahn- oder Treppeneffekten ist rein gar nichts mehr zu sehen) sowie für sanfte Übergänge bei Hauttönen, Licht- und Schattendetails.

Damit bietet HP einen neuen Qualitätsmodus an: Eine mit den neuen Druckköpfen ausgestattete Maschine erreicht bei dieser Qualität eine Geschwindigkeit bis zu 122 m/Min. Die maximale Druckgeschwindigkeit liegt bei bis zu 244 m/Min., wobei sich dabei die Qualität reduziert. Es bleibt dann dem Anwender überlassen, ob er Speed oder Qualität erreichen möchte. Die neuen Nozzle-Architecture soll in alle Systeme der HP Inkjet Web Press (T200, T300 und T400) integriert werden. Bestehende Installationen sollen mit den neuen Druckköpfen nachrüstbar sein.

Anmerkung: Das Wort Innovation wird im Zusammenhang mit allen möglichen, zum Teil unsinnigen Verbesserungen geradezu inflationär genutzt. Jetzt hat HP eine wirkliche Innovation zu bieten und kommuniziert diese nur sehr zurückhaltend. Schade eigentlich, denn ich tendiere dazu, die neue Technologie als revolutionären Schritt im Digitaldruck zu bezeichnen. Denn damit hat der Inkjet-Druck qualitativ zum Offsetdruck aufgeschlossen. Nun stellt sich noch die Frage, wann die Technologie auch für den Praxiseinsatz verfügbar ist. Und: Wann die Papierhersteller so weit sind, dem Inkjet-Druck adäquate Papiere zur Verfügung zu stellen.

Effiziente Technologien
und clevere Lösungen
für die Converting-Industrie



9. Internationale Converting Fachmesse

10. – 12. März 2015
Messe München



Internationale Leitmesse für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film & Folie

Materialien • Beschichtung | Kaschierung • Trocknung | Härtung
(Vor-)Behandlung • Maschinenzubehör • Schneide- | Wickeltechnik
Flexo- | Tiefdruck • Konfektionierung • Fabrikmanagement | Abfallbeseitigung
Retrofits | runderneuerte Anlagen • Lohnveredelung | -verarbeitung • Software
Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme • Dienstleistungen, Information & Kommunikation

www.ice-x.de



MACBROOKS
exhibitions

- Wellpappenanlagen
- Converting-Ausrüstung für Wellpappe und Faltschachteln
- Verbrauchsmaterialien
- Rohstoffe
- Palettenumreifungs- und -transportsysteme
- Schneid-, Rill- und Stanztechnik
- Peripheriegeräte
- Druckverfahren und -ausrüstung
- MIS- und Produktionsplanungssysteme
- Design und CAD/CAM
- Abfallwirtschaft und Ballenpressen
- Materialhandling und Lagerhaltung



CCE INTERNATIONAL
Corrugated & Carton Exhibition

2. Internationale Fachmesse
für die Wellpappen- und
Faltschachtelindustrie

10. – 12. März 2015
Messe München



Mack Brooks Exhibitions Ltd

www.cce-international.de

Das Eisen schmieden, so lange es heiß ist

Der Wettbewerb zwischen dem Digitaldruck und anderen Druckverfahren nimmt spürbar zu. Dabei haben die Diskussionen zwar endlich das Stammtisch-Niveau verlassen, doch gibt es nach wie vor viel Informationsbedarf. Und der besteht weit weniger in der Technik, sondern eher im pragmatischen Umgang mit dem Medium Print an sich.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der Anteil des Digitaldrucks am Gesamtdruckvolumen ist in fünf Jahren um fast 80% gestiegen. Bei Verkaufskatalogen ist er gar von 1,8% auf 15,2% angewachsen und auch bei Plakaten und Geschäftsberichten legte er deutlich zu. Isoliert betrachtet, beeindruckende Zahlen des bvdM – allerdings fehlt die Relation. Wie groß ist der Digitaldruckmarkt denn nun wirklich? Wie viel macht er am Druckvolumen aus und wieviel Umsatz wird damit erzielt?

Indizien mit konkreten Zahlen

Um es gleich vorweg zu nehmen: Antworten auf diese Fragen gab es beim ersten Digitaldruck-Kongress des Bundesverband Druck und Medien und seiner Landesverbände am 19. Februar in Düsseldorf nicht. Doch



es gab Indizien dafür, wie dynamisch sich der Markt entwickelt hat. Dazu wurde **Francisco Martínez**, Geschäftsführer der Straub Druck+Medien AG, umso konkreter und nannte unverblümt Zahlen aus seinem Unternehmen.

Wenn die Druckerei bei einem branchentypischen Mitarbeiterschwund (100 statt heute 83) und geringerem Umsatz (11 Mio. € statt 12 Mio. € heute) im Jahr 2001 noch 105 Digitaldruckaufträge plus 2.350 Druckaufträge auf 21 Offsetdruckwerken absolvierte, 2014 dagegen mit nur noch acht Offsetdruckwerken und

vier Digitaldruckmaschinen 327.810 Aufträge abwickelte (davon noch immer 2.208 Offset-Jobs), müssten eigentlich alle Alarmglocken läuten. Zumindest bei denen, die immer noch nicht daran glauben, dass der Digitaldruck eine Marktgröße geworden ist, und bei allen anderen, die nicht einsehen wollen, dass sich der Markt in den letzten Jahren massiv verändert hat.

Francisco Martínez räumte bei seinem Referat allerdings ein, dass der Offsetdruck im eigenen Unternehmen deshalb nicht mehr wächst, weil man es alleine schon aus strategischen Gründen nicht wolle. Denn er habe die Erkenntnis gewonnen, dass mit dem Offsetdruck kein Geld mehr zu verdienen ist. »Mit PSO sind alle Druckereien gleich gut geworden und alle Preise gleich schlecht«, sagte Martínez und stellte ironisch fest: »Das ist doch eine tolle Errungenschaft!«

Er wolle aber nicht nur Drucker sein, sondern auch Geld verdienen. Dazu betreibt Straub Druck+Medien in zwischen vier Web-to-Print- beziehungsweise Business-to-Business-Portale und bietet den Offset- und Digitaldruck mit dem »Fingerspitzengefühl für hochwertigste Veredelungen« an. Dazu wurde 2011 die Marke »Edel von Druck« etabliert, mit der man sich eindeutig im Markt profiliert.

Und Martínez mahnt auch, dass dies alles nicht von heute auf morgen geht. Im Gegenteil: »Der Wandel von einem konventionellen Drucker zu

einem digitalen Online-Drucker ist ein Marathon im Sprint-Tempo.«

Das eine und das andere

Losgelöst von anderen Entwicklungen darf man den Digitaldruck aber nicht sehen. Und vor allem nicht als die einzig seligmachende Perspektive im Druck. Dies machte **Holger Jung** von der Werbeagentur Jung von Matt in seiner Keynote mehr als deutlich.



»Es gibt immer das eine und das andere«, stellte er fest, indem er einige Beispiele nannte. »Kino, TV und Internet existieren nebeneinander, es gibt PCs – und dennoch boomen Schreibwaren, auch Luxus-Schreibwaren.«

Doch selbst dies ließe sich nicht fest-schreiben. Nichts sei unveränderbar. »Nach ganz fest kommt ganz lose«, sagte Jung und verwies damit auf die zum Teil massiven Veränderungen, die es auch in seiner Branche gegeben habe, weil das Internet schneller Realität geworden sei, als gedacht.

Bei seiner Reise durch die Werbe-geschichte, die immer auch ein Spiegelbild der Gesellschaft ist, kam er schließlich auch auf das Thema Individualisierung zu sprechen. »Wir leben eindeutig in einem Ego-Zeitalter«, sagte Jung und nannte in diesem Zusammenhang nur das Stichwort »Selfie«, mit dem sich jeder-mann in den sozialen Medien in den Mittelpunkt rücken wolle. Doch

davon abgesehen, sei unübersehbar, dass immer mehr auf den Einzelnen zugeschnitten sein müsse: »One size fits for all – das gibt es nicht mehr.« Das gelte für die Werbung und damit auch für den Druck.

Deshalb sein Tipp: Drucker sollten weiterhin gut drucken und Werber weiter gut werben. Aber, so Holger Jung: »Alles muss sich ändern, damit es bleibt wie es ist.« Und damit meinte er auch, dass sich Print in diesem veränderten Umfeld progressiver und weit aktiver verkaufen müsse.

Branche muss aktiver werden



Dies hatte auch **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien bei der Eröffnung des Kongresses bereits angemahnt. »Die Branche muss aktiver werden und sich auch mit den politischen Veränderungen auseinandersetzen«, sagte er und spielte damit auf die Tendenzen in der Politik an, Werbung schlecht zu machen und den Verbraucher dabei zunehmend zu bevormunden. Daneben gebe es jedoch weitere Aufgaben, die die Branche zu meistern habe. Die Verknüpfung innovativer Druckdienstleistungen und intelligentem Daten-Management sei eine solche Aufgabe und »eine enorme Chance für unsere Betriebe und die gesamte Branche«, betonte Dr. Deimel. Deshalb sei es Ziel des Kon-



Über 200 Teilnehmer folgten auf dem Digitaldruck-Kongress des bvd/m in Düsseldorf den Vorträgen der 14 Referenten über Märkte, Strategien, Anwendungen, Geschäftsmodelle und Services. Und sie ließen sich davon überzeugen, dass Individualisierung selbst bei einem Massenmedium wie einer Tageszeitung funktioniert. Denn via Inkjet-Eindruckkopf experimentiert der Springer-Verlag seit geraumer Zeit mit dem Digitaldruck.



gresses, weitere und neue Potenziale für Unternehmen aufzuzeigen und Informationslücken zu schließen.

Kein wirklicher Gewinn



Die schloss **Alexander W. Bohlender**, Iffland AG, auf sehr direkt Art: »Digitaldruck bedeutet, schlechte Margen in einem anderen Druckverfahren zu erzielen.« Der Umstieg vom Sieb zum Large-Format-Druck sei dabei »ein Husarenritt« gewesen, weil die Technik erst seit 2008 ernst zu nehmen sei.

Damit mag der Praktiker vielleicht den einen oder anderen Teilnehmer schockiert haben, doch Bohlender blieb beim Klartext. Kein Wischiwaschi von wegen Einkäufer in Unternehmen und Agenturen wüssten nicht genug über die Möglichkeiten des Digitaldrucks oder Druckereien wiederum wüssten zu wenig über die Marketing- und Kommunikationsziele ihrer Kunden, um ihnen Lö-

sungen aus dem Digitaldruck anzubieten. Er als Drucker und seine Kunden wüssten sehr genau, was sie können, was sie wollen und voneinander zu erwarten haben.

Dabei geht es aber nicht um Technik, es geht auch nicht um Qualität, sagte Bohlender. »Mit Digitaldruck an sich erreicht man gar nichts. Der Digitaldruck, isoliert betrachtet, ist kein wirklicher Gewinn. Erst die Weiterentwicklung in angrenzende Geschäfte macht ihn interessant.« Die Logistik und andere Leistungen rund um den Druck treiben das Geschäft. »Das Drucken ist nicht mehr Kern unseres Geschäfts. Wir sind Projektmanager – und die Kunden nehmen das auch so wahr.« Weil sie der Kompetenz des Unternehmens bei der POS-Kommunikation, bei Material und Druck vertrauen.

Die Idee zählt

Damit hatte er den Technikern des Verbandes eigentlich den Wind aus den Segeln genommen, die das Qua-

litätssiegel Digitaldruck vorstellten, das für verlässliche und reproduzierbare Qualität und Vertrauen der Kunden sorgen soll.

»Die Idee ist entscheidend, nicht die Technologie«, unterstrich auch **Sven**



Henckel, Laudert GmbH.

Und er kritisierte, dass für viele Anwendungen »ein viel zu großes Fass aufgemacht« werde, da viele Anwender gerade bei der Individualisierung noch gar nicht so weit seien. Deshalb mahnte er mehr Pragmatismus an. »Print lebt, weil es Anstöße für andere Kommunikationskanäle gibt.«

Kritische Auseinandersetzung

Gerade die kritische Auseinandersetzung mit dem Digitaldruck machte den Kongress so wertvoll. Er war kurzweilig und dennoch mit viel Fachwissen, neuen Erkenntnissen und vor allem mit ehrlichen Aussagen gespickt. Dass der Kongress nicht das gesamte Spektrum und

alle wesentlichen Blickwinkel des Digitaldrucks abdecken konnte, liegt in der Natur der Sache. Schließlich hatte der bvd/m erstmals in der über 20-jährigen Digitaldruck-Geschichte zu einem Kongress eingeladen, an dem Drucker und Zulieferer zusammenkamen. Warum der Verband den Digitaldruck so lange ignoriert hat, spielt dabei keine Rolle. Dass er jetzt aktiv geworden ist und die digitalen Techniken mit einem eigenen Kongress würdigt, ist ja schon des Lobes wert. Weil Digitaldruck, ob man es nun glauben will oder nicht, inzwischen überall ist.

Deshalb wäre es auch wünschenswert, den Kongress in einem Jahr an selber (oder auch gerne an anderer) Stelle wieder stattfinden zu lassen. Das Interesse scheint vorhanden und Informationsbedarf gibt es noch zuhauf. Es wäre schade, wenn dieser äußerst positive Ansatz einer heranziehenden drupa geopfert würde. Denn Eisen soll man schmieden, so lange es heiß ist.

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



ZERTIFIZIERUNG NACH BVDM/FOGRA Bereits zum vierten Mal in Folge wurde die Presse-Druck- und Verlags-GmbH in Augsburg nach dem Prozess-Standard Offsetdruck zertifiziert. Das Unternehmen, das unter anderem die »Augsburger Allgemeine Zeitung« druckt, weist damit eine hohe Qualität und Prozessstabilität im herausfordernden Zeitungs- und Beilagen-druck nach.

HIGHSPEED DIGITALDRUCK Elanders Germany hat das Jahr 2015 mit Druck aufs Tempo begonnen. Am Firmensitz in Waiblingen ist seit Anfang Januar eine neue Highspeed Digital-druckanlage mit direkt angeschlossener Klebebindelinie in Be-trieb. Die Technologie kommt einer Revolution gleich. Damit lassen sich klebegebundene Bücher und Kataloge, Ordner-inhalte sowie auch drahtgeheftete Broschüren noch schneller, flexibler, zielgruppengenaue und individueller produzieren als bisher. Die Kosten bleiben gleich, egal ob individualisiert, per-sonalisiert, oder anstelle von Schwarz-Weiß ein Zweifar- oder Vierfarbdruck gewählt wird. › elanders-germany.com

PAPIERE FÜR MUSEEN Ilford hat für Museen und Galerien, wo matte Papiere stark nachgefragt werden, als Neuaufgabe der Ilford-Fine Art-Papiere in Baryt und Baumwolle fünf neue



Medien vorgestellt. Die Ilford »Galerie Prestige« beinhaltet Gold Fibre Gloss, Cotton Artist Textured, Fine Art Smooth, Textured Cotton Rag und Smooth Cotton Rag. › www.ilford.com

MEHRTEILIGER AUFTRAG Die in Wien ansässige Mediaprint, die Druckerei der überregionalen Tageszeitungen »Kronen Zeitung« und des »Kurier«, hat bei Q.I. Press Controls in einem mehrteiligen Auftrag Systeme bestellt, die in allen Druckzentren von Mediaprint installiert werden sollen. Es geht dabei um Farbregelungen, Farb-, Schnitt- und Strangseitenregister sowie IQM-Qualitätsmanagement. Letzteres wird auf drei KBA-Com-mander-Türmen in Wien installiert. › www.qipc.com

TEST-PACK COLOR COPY DIGITAL Color Copy Digital bietet als satiniertes, holzfrei ungestrichenes Papier nach Informatio-nen von Papyrus Ausdrücke in brillanten Farben. Eigens für An-wendungen im Digitaldruck entwickelt, ermögli-che die speziell behandelte Oberfläche perfekte Toner- und Bildübertragung. Die bildechte Farbwiedergabe resultiere aus dem Zusammen-spiel von hoher Weiße und satinierter Oberfläche. Das Sorti-ment mit Flächengewichten von 90 g/m² bis 300 g/m² besitze ausgezeichnete Laufeigenschaften und niedrige Papierstaub-werte. Color Copy Digital ist FSC-zertifiziert, mit dem EU-Ecola-bel ausgezeichnet, CO₂-neutral und hinsichtlich Alterungswerte nach DIN ISO 9706 zertifiziert. Bei Papyrus kann jetzt ein Test-Pack angefordert werden. › www.papyrus.com

FLEXIBEL AUTOMATISIER-BARE ROTATION

Im Herbst 2014 nahm bei der französischen Medien - gruppe Sipa – Ouest-France am Hauptsitz in Rennes eine Commander CL 4/1 von KBA die Produktion auf. Mit Bra-vour übernahm die flexibel automatisierbare Achter-turmmaschine bei der größ - ten Zeitungsgruppe in Frank-reich den Druck zahlreicher



Die erste KBA Commander CL bei Ouest-France in Rennes produziert seit Herbst 2014 zur vollen Zufriedenheit.

Teilaufgaben. Da die Anlage die Erwartungen in puncto Wirtschaftlichkeit und Druck - qualität erfüllt, hat sich das Medienhaus vor Kurzem für eine zweite, weitgehend identische KBA Commander CL 4/1 entschieden, die im Frühjahr 2016 installiert wird. Diese Gesamtinvestiti-on von 32 Mio. Euro soll sich laut Ouest-France in weniger als fünf Jahren rentieren und wurde am 26. November im Rahmen der Preisverleihung für »Les Trophées de l'Inno- vation Presse« mit dem ers - ten Preis in der Kategorie »Beste Printinnovation 2014« › www.kba.com

DRUCKFORUM 2015

HEIDELBERG UNTERSTREICHT KOMPETENZ IM DIGITALDRUCK

Rund 100 Besucher waren der Einladung der Heidelber - ger Druckmaschinen AG zum Druckforum 2015 in die Fil - harmonie nach Stuttgart ge - folgt. Und was die Trends im Bereich des Digitaldrucks an - belangt, so ist aus Sicht von Heidelberg die Richtung klar: Kleine Auflagen in immer hö - herer Qualität auf unter - schiedlichsten Papieren, mit Lackeffekten oder sogar mit Weißdruck, eröffnen die Chance auf neue Druckan - wendungen. Und auch die Nachfrage nach personali - sierten und individualisierten Anwendungen steigt. »Der Digitaldruck nimmt weiter Fahrt auf und ver - zeichnet mittlerweile die Wachstumsraten, die ihm zu Beginn des Jahrhunderts in Aussicht gestellt wurden«, sagte Christian Ebner von der Heidelberger Druckma - schinen Vertrieb Deutschland GmbH und gab einen Über - blick über das Angebot digi - taler Technologien von Hei - delberg: So stehen für den Werbedruck die neuen toner - basierten Digitaldrucksysteme Heidelberg Linoprint CV beziehungsweise CP zur Ver - fügung. Für die digitale Pro - duktion von Selbstklebeeti - ketten im Labelbereich ha - ben Heidelberg und Gallus im September des vergange - nen Jahres die Gallus DCS 340 auf Basis der Inkjet - Technologie von Fujifilm erst - mals der Öffentlichkeit prä - sentiert. Zur Labelexpo im September 2015 in Brüssel wird bereits der Serienstart erfolgen.

Ganz neue Wege in Richtung unkonventioneller Anwen - dungen können Kunden mit

dem Einsatz des 4D-Druck - systems Heidelberg Jetmas - ter Dimension zum individu - ellen Bedrucken dreidimen - sionaler Objekte beschreiben. Im Frühjahr 2014 erstmals präsentiert, vermarkten mit - terweile einige Anwender, wie beispielsweise die BVD Druck + Verlag in Liechten - stein, individuell bedruckbare Fußbälle über das Internet. Jason Oliver, Leiter des Ge - schäftsfelds Digital bei Heidelberg, erläuterte die Vo - raussetzungen für das Ent - stehen erfolgreicher Innova - tionen: »Der Schlüssel beruht auf den Säulen Kompetenz, Strategie und Partnerschaf - ten. Wenn alles zusammen - kommt, kann das Ergebnis eine Branche revolutionieren. Für die Zukunft der Printme - dien-Industrie sehe ich die - ses Potenzial in der Entwick - lung des industriellen Digital - drucks auf Basis der Inkjet - Technologie.« Abschließend gab Oliver noch eine Aus - blick auf die kommende dru - pa und versprach: »Zusam - men mit unserem Partner Fujifilm werden wir ein neu - es digitales Maschinenkon - zept auf Basis der Inkjet - Technologie für industrielle Anwendungen im Werbe - und Verpackungsdruck prä - sentieren. Anwender werden dabei von einem Break Even profitieren, der signifikant unter dem von heute erhält - lichen Digitaldrucksystemen liegt.« › www.heidelberg.com

WELTWEIT ERSTE XEIKON CHEETAH

Xeikon hat wenige Monate nach der Ankündigung seiner Etikettendruckmaschine Cheetah die erste Maschine bei der britischen Druckerei Mercian Labels installiert. Das Unternehmen will mit der Hochgeschwindigkeitsdruckmaschine sein Wachstum fortsetzen. Die Cheetah ist nach Angaben von Xeikon



die produktivste Fünffarben-Etikettendruckmaschine ihrer Klasse und wird im neuen Werk von Mercian Labels in Staffordshire neben einer vorhandenen Xeikon 3000 produzieren. Dort bildet sie zusammen mit Technologien für die Heißfolienprägung sowie den Flexo- und Inkjet-Druck eine breit aufgestellte Produktionsplattform für Etiketten.

› www.xeikon.com

100% LICHTTECHT OHNE AUSBLEICHEN

Mit der Stufe 6 auf der Wollskala hat die Fogra dem in allen aktuell eingesetzten Produktionsdrucksystemen Simitri HD E-Toner von Konica Minolta eine ausgezeichnete Lichtechtheit bescheinigt. Zudem wurde das Zertifikat für Lebensmittelechtheit durch den TÜV-Rheinland erneuert. Wie 2010 und 2011 wurde der Polymerisations-Toner durch die internationale Forschungsgemeinschaft Ingede für seine Deinking-Eigenschaften ausgezeichnet.

Abhängig davon, ob ein Print-Produkt Tageslicht oder künstlichem Licht ausgesetzt ist, variieren die Anforderungen an das Medium, um signifikante Farbveränderungen durch den Lichteinfall zu vermeiden. Lichtechtheit ist ein zentrales Qualitätskriterium, um das Ausbleichen des Mediums zu vermeiden. Die ausgezeichnete Fogra-Bewertung für den Simitri HD E-Toner zeigt, dass bei der Nutzung von Production Printing-Systemen von Konica Minolta ein Optimum an Lichtechtheit erzielt wird.

› www.konicaminolta.de

EINE WOCHE GRATIS TESTEN

Mit dem Free Trial Programm bietet OKI ein praxisnahes und kostenfreies Testmodell. Unternehmen, die keine Zeit für Geräte-Evaluierungen außer Haus haben, wird ein LED Druck- oder Multifunktionssystem gebrauchsfertig geliefert. Zur Auswahl stehen folgende Modelle: Die A4 Mono-Multifunktionssysteme der OKI MB700er Serie, die A4 Farb-Multifunktionssysteme der MC700er Serie sowie das Modell OKI C931dn, ein A3 Farbdrucker, der Kreativ-Anwendungen flexibel mit dem alltäglichen Druckbedarf kombiniert. Nach Terminvereinbarung installiert ein OKI Fachpartner das Drucksystem und holt es nach sieben Tagen wieder ab. Im Test-Zeitraum können bis zu 500 Ausdrücke in Farbe oder Schwarz-Weiß kostenfrei gedruckt werden. Verfügbar ist das OKI Free Trial Programm deutschlandweit für alle gewerblichen Anwender. Die Abwicklung erfolgt über ausgewählte OKI Partner, die sich um die Installation und Erklärung des Gerätes kümmern. Zur Anmeldung genügt eine Online-Anfrage über die OKI Webseite.

› www.oki.de

VERKAUFSERFOLG

100. OCÉ COLORSTREAM IN DEUTSCHLAND GEHT AN GAD

Die 100. Océ ColorStream der 3000er Serie wurde jetzt von Canon beim Banken-IT-Dienstleister GAD eG mit Sitz in Münster installiert. Damit baut die GAD ihr Portfolio auf nun insgesamt sieben Océ ColorStream 3900 Systeme aus, um Dokumenten-Services anbieten zu können. Die GAD eG betreut als Spezialist für Banken-IT Volks- und Raiffeisenbanken, Zentralinstitute und weitere Un-

farbigen Druck von Direct-Mail, Transaktionsdruck, Publishing und kommerziellen Anwendungen. Mit Produktivitätsstufen von 48 m/Min. bis 127 m/Min. und einer wahrgenommenen Bildqualität von 1.200 dpi (bis zu 100 m/Min.) bietet die ColorStream-3000-Serie mit verschiedenen Modellen eine einzigartige Kombination aus Geschwindigkeit und Qualität.



Das 100ste verkaufte Océ ColorStream System aus der 3000er Serie von Canon in Deutschland repräsentiert gleichzeitig das 300ste in EMEA.

ternehmen in der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Darüber hinaus ist die GAD Partner für eine Vielzahl von Privat- und Spezialinstituten. Gemeinsam mit ihren Tochterunternehmen deckt die GAD-Gruppe sämtliche Dienstleistungen rund um die moderne Banken-IT ab. Die Océ ColorStream 3000 Serie ist ein vielseitiges Inkjet-Drucksystem für den

Weltweit wurden nach einer Information von Canon in zwischen 500 Drucksysteme dieser Modellreihe verkauft und installiert.

› www.canon.de

Wissen, wo es lang geht.



www.druckmarkt.com



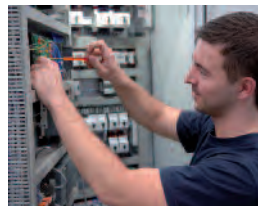
DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

KURZ & BÜNDIG

Nach zwei **KBA Rapida-106**-Anlagen im Jahr 2013 hat die **Teckwah Industrial Corp.** letztes Jahr erneut zwei Mittelformatmaschinen der Baureihen Rapida 105 und Rapida 106 installiert. • **Iggesund Paperboard** kündigt ein Upgrade seines Premiumprodukts Invercote an. Ab Sommer 2015 soll Invercote G mit einer leicht gestrichenen Rückseite versehen sein. • Im Oktober 2014 hat die Geschäftseinheit Narrow Web der **Flint Group** im schwedischen Trelleborg eine Kombinationsdruckmaschine aus der MO-Baureihe von **Nilpeter** in Betrieb genommen. • **Bobst** wird auf der **ICE Europe** neue Entwicklungen für Druck und Veredelung flexibler Materialien präsentieren. Dazu gehören Produkte aus den Bereichen Vakuummetallisieren, Kaschieren und Flexo-Beschichtung. • **Baumann Wohlenberg** hat in Österreich einen neuen Vertriebspartner. **Ferag Austria** ist Ansprechpartner für Kunden und Interessenten. • **Roland DG**, Hersteller von Large-Format-Druckern und Schneideplottern, teilt mit, den 420.000. Schneideplotter verkauft zu haben. • Auf der Basis seiner bizhub C3350/C3850-Serie bietet **Konica Minolta** jetzt das Multifunktionssystem bizhub C3850FS. Die Funktionsvielfalt ähnelt der von größeren A3-Systemen. • Die kubanische Druckerei **Empresa de Artes Gráficas Federico Engels**, eine der größten Druckereien Kubas, hat sich für die Produktion verschiedener Tabloid-Produkte und Bücher für eine Uniset-Anlage von **manroland web systems** entschieden. • Die Wertpapier- und Verpackungsdruckerei **Lijnco** im niederländischen Groningen investiert in eine automatische Farbbregisterregelung von **Q.I. Press Controls**. • **Mimaki** hat für seine Farbsublimationstinte Sb300 und für die Sublimationstransfertinte Sb53 die Oeko-Tex Zertifizierung für den direkten Hautkontakt erhalten. • Die polnische Druckerei **Colours Factory** hat einen **Polar** Schnellschneider N 176 PRO installiert und ergänzt damit die vorhandene Polar 176 Xplus. • Die **Druckerei Grafischer Betrieb Henke**, Brühl, investiert in das neue System von **Q.I. Press Controls**, was den Austausch der aktuellen Farbbregisterregelung und die Erweiterung mit einem druckbildbasierten Farbbregisterregelsystem auf der **Goss M600** beinhaltet. • Die **Druckerei Bayerlein** aus Neusäß bei Augsburg investiert in eine neue **manroland** Roland 705LV HiPrint mit fünf Druckwerken, Lackwerk und einer Inline-Farbmessung. • **Sappi** baut mit einem neuen Paper Lab das Kompetenz-Center für Spezialpapiere und Karton am Standort in Alfeld weiter aus, um gleichbleibend hohe Qualität in der Papierproduktion auf ein neues Niveau zu steigern.

KBA RADEBEUL STARTET SERVICEOFFENSIVE

Zu Jahresbeginn startete der KBA-Service für Bogenoffsetmaschinen neu durch: mit erweiterten Angeboten, aktualisierten Dienstleistungen und frischer Präsentation. Unter dem Namen Service Select fasst KBA Radebeul alle Dienstleistungen rund um den Bogenoffset zusammen. Ziel der flexibel wähl-



Regelmäßige Inspektionen und Wartungen beugen ungeplanten Maschinenstillständen vor und haben positive Auswirkungen auf Verfügbarkeit und Wirtschaftlichkeit.

baren Serviceprogramme ist es, eine hohe und lange Verfügbarkeit der am Markt produzierenden Rapida-Maschinen zu ermöglichen, ihren Einsatz bei hoher Wirtschaftlichkeit zu verlängern, die Druckqualität auf dem Stand von Neumaschinen zu halten, nach Möglichkeit technische Neuerungen mit konkretem Anwendernutzen nachzurüsten und die Makulatur zu minimieren. Dabei können die Anwender die unterschiedlichen Serviceprodukte individuell so wählen, dass nur die im Unternehmen wirklich erforderlichen Leistungen erbracht werden. Entsprechend flexibel werden auch die Service-Verträge gestaltet. Ein weiterer Vorteil des KBA-Serviceportfolios aus Anwendersicht: Service-Verträge sind kein Muss, um von den hochwertigen Dienstleistungen zu profitieren.

› www.kba.com

HP DESIGNJET 600 DER ERSTEN GENERATION

In einer Ausschreibung mit dem Titel ›Wer hat den ältesten HP Designjet?‹ suchte HP kürzlich den dienstältesten HP Designjet Deutschlands. Das Ziel war, die Qualität und Langlebigkeit der Designjet-Drucktechnologie unter Beweis zu stellen. Sieger des Wettbewerbs ist das Architekturbüro Meier & Moss. Das in Bad Segeberg und dem sächsischen Rötha ansässige Unternehmen hat das Gerät 1992, im Jahr seiner Markteinführung, installiert. Danach war der Großformatdrucker fast 22 Jahre lang in Betrieb. Birgit Apelt druckte damit beinahe täglich Dokumente. »Mit dem Gerät war ich immer sehr zufrieden«, so die in Rötha beschäftigte Teilkonstrukteurin. »Der HP Designjet war ein fester Bestandteil unseres Unternehmens und meiner Arbeit. Besonders dank seiner einfachen Bedienung.« 22 Jahre funktionierte der Drucker einwandfrei, nur einmal war eine Reparatur nötig. HP tauschte den bei Meier & Moss eingesetzten HP De-



signjet 600 im Zuge des Wettbewerbs gegen einen HP Designjet T1500 aus. Das Architekturbüro ist nun wieder auf dem neuesten technologischen Stand. Denn obwohl viele Geräte älterer Designjet-Generationen noch zuverlässig ihren Dienst tun, ist ein Wechsel auf die aktuelle Technologie sinnvoll.

› www.hp.com

PAPYRUS: MAJESTIC CLASSIC ›SNOW WHITE‹

Kristallklare Reinheit, ein Weiß so brillant wie frischer Schnee. Majestic Classic ›snow white‹ von Papyrus Deutschland entführt in eine Welt erhabener Schönheit. Mit seiner irisierenden Oberfläche und dem einzigartig schimmernden Look verleiht das Farb-Feinstpapier kreativen Drucksachen und luxuriösen Verpackungen eine unvergleichlich exklusive Anmutung. Ästhetische Faszination legt so die Basis für gestalterische Inspiration. Majestic Classic ›snow white‹ eignet sich ideal für alle Anwendungen im Geschäftsbereich und als Verpackungspapier. Eingesetzt werden kann es auf Inkjet- und Laserdruckern,



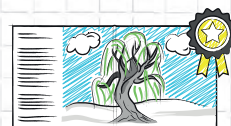
Kopierern sowie im Digitaldruck. Mit der neuen Farbvariante erreicht die vielfältige Majestic-Kollektion einen weiteren Höhepunkt. Sie zeichnet sich durch außerordentliches Volumen und ein hohes Maß an Glätte und Steifigkeit aus. Ein passendes Briefhüllensortiment in zahlreichen Farben und Formaten rundet das elegante Sortiment ab. Neu sind Briefhüllen im Format 170 mm x 170 mm.

› www.papyrus.com

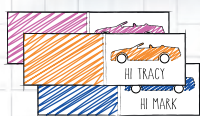
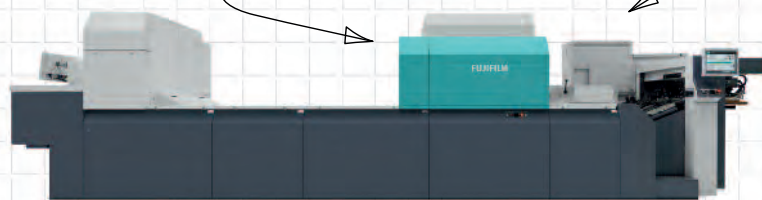
Neue B2-Digitaldruckmaschine: Neues Geschäftsmodell



Schnelle Durchlaufzeiten dank
kurzer Rüstzeiten



Gleichbleibende
außergewöhnliche Qualität



Seitenweiser Druck variabler
Daten und Personalisierung



Neue Möglichkeiten für eine
hohe Wirtschaftlichkeit

Jet Press 720S

Die Neuausrichtung der dynamischen Möglichkeiten des Digitaldrucks

Die Jet Press 720S ist die nächste Generation unserer B2-Digitaldruckmaschine mit Inkjet-Technologie. Sie bietet eine Reihe technischer Verbesserungen, so dass niedrige Auflagen schnell und einfach zu fertigen sind. Erstaunliche Qualität, kurze Rüstzeiten und variabler Datendruck sind wichtige Merkmale dieser Digitaldruck-Lösung. Aber viel wichtiger ist, dass wir das dazugehörige Geschäftsmodell und die damit verknüpfte Amortisation neu definiert haben. Damit ist die Jet Press 720S die ideale Antwort auf die wachsende Forderung nach kleinen Auflagen in hoher Qualität. Wie sich diese Maschine für Sie optimal nutzen lässt, erklären wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch.

Jet Press 720 S - für ein solides Wachstum in neuen Märkten.

Erfahren Sie mehr unter
www.powerofinkjet.com
grafische_systeme@fujifilm.de



FUJIFILM
Value from Innovation

Neuer Anlauf für die Jet Press

Fujifilm will mit der Einführung der nächsten Generation der Inkjet-Bogendruckmaschine Jet Press 720S neue Maßstäbe im Druck von Kleinauflagen setzen. Die Weiterentwicklungen umfassen eine noch bessere Druckqualität, einfachere Bedienung, optimierte Produktionsabläufe und eine wesentliche Verbesserung des Druckes variabler Daten.

Text und Bilder: Fujifilm

Druckereien benötigen die Vorteile eines flexiblen Systems heute mehr denn je. Kleine Auflagen, schnelle Bearbeitung und Print-on-Demand (POD) sind längst gängige Standardanforderungen. Aufgrund der kommerziellen Rahmenbedingungen bedeuten schlanke Produktionsprozesse, die Minimierung von Ausfallzeiten durch weniger Wartungsarbeiten und die Schaffung eines differenzierten Serviceangebotes den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg in einem hart umkämpften Markt.

Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse hat Fujifilm die B2-Inkjet-Bogendruckmaschine Jet Press 720S vorgestellt. Mit einer Reihe von Verbesserungen gegenüber der bisherigen Jet Press 720 bietet das System eine höhere Druckqualität, Reproduzierbarkeit, Verfügbarkeit und einen optimierten variablen Datendruck.

Bekannt hohe Druckqualität

Die Jet Press 720 ist für ihre hohe Druckqualität bekannt. Darauf baut die neue Jet Press 720S auf. Die Samba-Druckköpfe erzeugen im Single-Pass-Verfahren eine Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi mit variabler Tröpfchengröße und bestehen aus 17 austauschbaren Modulen mit je 2.048 Düsen. Die Druckköpfe können durch den Anwender getauscht und justiert werden. Die sogenannte VersaDrop-Technologie steuert Größe und Form jedes



Die Druckeinheit der Jet Press 720S.

Tintentropfens und platziert diese präzise auf dem Papier. Dies soll eine hohe Druckqualität und Reproduzierbarkeit ohne zusätzliches Eingreifen an der Druckmaschine garantieren.

Darüber hinaus bringt die Jet Press 720S eine Reihe von Modifikationen mit. Diese betreffen das Inkjetting, die Druckzylinderoberfläche und die Vakuumkontrolle des Druckzylinders. Speziell in Bereichen mit hoher Flächendeckung trägt die geringere Papierdeformation zu einer besseren Druckqualität bei. Zudem wird die Qualität durch die Verwendung eines CCD-Sensors gesteigert, der jeden einzelnen Bogen abtastet und

notwendige Änderungen an die Druckköpfe sendet. Der eigens entwickelte Inline-Sensor (ILS) erkennt beispielsweise nicht erfolgte Entladungen des Düsenkopfes und daraus resultierende Ungleichmäßigkeiten im Druck. Die Korrektur solcher Fehler geschieht in Echtzeit und sorgt für eine stabile Qualität des Druckbildes.

Die wasserbasierenden Vividia-Tinten von Fujifilm wurden speziell für die Samba-Druckköpfe weiterentwickelt, um gesättigte Farben, besonders feinen Text, glatte Hauttöne und gleichmäßige Verläufe auf unterschiedlichen Papieren zu ermöglichen. Durch das Aufbringen eines



Primers vor dem Druck können in der Jet Press 720S gestrichene Standardoffsetpapiere und ungestrichene Papiere eingesetzt werden.

Außerdem besitzen die neuen Tinten in Verbindung mit einem überarbeiteten Trocknungssystem verbesserte Druck-, Trocknungs-, Abschmier- und Abriebeigenschaften, sodass die Drucke direkt oder kurz nach dem Drucken weiterverarbeitet werden können. Die Vividia-Tinten verfügen über die gleichen De-inking- und Konformitätseigenschaften wie die der Vorgängerserie.

Optimierte Verarbeitung

Die Jet Press 720S bringt zudem ein neues System für den Umgang mit variablen Daten und Personalisierungen mit. Im Gegensatz zum Vorgängermodell ist das Drucken variabler Daten in voller Maschinengeschwindigkeit von 2.700 Bogen/h möglich, wobei die Zuordnung von Schön- und Widerdruck on-the-fly über einen integrierten Barcode-scanner realisiert wird. Ebenso ist das Drucken von Dokumenten in sortierter Reihenfolge Bogen für Bogen möglich, um die Druckweiterverarbeitung und Logistik zu optimieren.

Die robuste Bauweise der Jet Press 720S ermöglicht eine hohe Maschinenverfügbarkeit. Die Verbesserungen betreffen eine genauere Papierzuführung auf den Druckzylinder, justierbare Sensorik, um das Risiko eines Papierstaus zu minimieren,



Huig-Haverlag Printing ist eine universell ausgerichtete Druckerei in Wormerveer, nördlich von Amsterdam. Seit Sommer produziert das Unternehmen von

und ein optimiertes Reinigungssystem für die Druckköpfe.

Verbesserte Wirtschaftlichkeit

Durch die Kombination von Hochleistungsdatenservern, einer optimierten Datentransferleistung und dem Einsatz des Fujifilm XMF-Workflow wurden das Job-Setup und der Datendownload auf das System wesentlich beschleunigt. XMF bietet mit einer intuitiven Benutzeroberfläche und integrierter JDF-Architektur kurze Durchlaufzeiten mit maximaler Flexibilität.

TECHNISCHE DATEN

Vier Fujifilm Dimatix Samba Druckkopfreihen.
Produktivität: bis zu 2.700 B2 Bogen je Stunde (auch für den variablen Datendruck).
Auflösung: 1.200 dpi x 1.200 dpi, vier Graustufen.
Farben: Vividia CMYK-Tinte.
Bogengröße: min. 545 mm x 394 mm, max. 750 mm x 532 mm.
Papierstärke: 0,1 mm bis 0,34 mm, 127g/m² bis 300 g/m².
Bedruckstoffe: gestrichene und ungestrichene Standard-Offsetpapiere.
Workflow: Fujifilm Workflow XMF v5.5.
Abmessungen B x T x H:
8.019 mm x 2.653 mm x 2.050 mm.

Durch die technischen Verbesserungen ist es Fujifilm nach eigenen Angaben gelungen, die Wirtschaftlichkeit der Jet Press 720S zu verbessern. Infolge dessen können Anwendungen wie Bildbände, Broschüren, personalisierte Drucksachen, Bucheinbände, Kalender und Plakate auf der Jet Press 720S realisiert werden. Takashi Yanagawa, Senior Vize Präsident, Fujifilm Europe GmbH sagt: »Der Digitaldruck ist mit der Inkjet-Technik in den letzten 20 Jahren einen langen Weg gegangen, heute aber in der Lage, den Druck von Kleinauflagen zu verändern. Wir sehen uns bei Fujifilm seit 2004 an der Spitze dieser technischen Entwicklungen und bringen nun die zweite Generation unseres B2-Inkjet-Systems auf den Markt.« Zusammenfassend erklärt er: »Bei einem schrumpfenden Werbedruckmarkt steigt der Wettbewerbsdruck. Druckereien müssen effizient agieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies bedeutet ein wachsendes Interesse an neuen B2-Digitaldruckmaschinen. Die Jet Press 720S führt den Markt in Bezug auf Qualität, Zuverlässigkeit, Maschinenverfügbarkeit und Flexibilität in der Anwendung dank unserer Inkjet-Technik an und setzt neue Maßstäbe.«

» www.fujifilm.eu/de

INSTALLATIONEN IN HOLLAND UND DEUTSCHLAND

HUIGHAVERLAG DRUCKT BEREITS, STRAUB DRUCK + MEDIEN AG HAT BESTELLT

HuigHaverlag Printing, 1902 gegründet, wurde 1995 von Chris Knip übernommen. Das Unternehmen mit etwa 100 Mitarbeitern setzt heute nahezu 16 Millionen Euro um. Im Jahr 2002 hatte sich das Unternehmen auf den hochwertigen Akzidenzdruck spezialisiert und kontinuierlich in Offset- und Digitaldruck-Technologien investiert, um die Bedürfnisse seiner Kunden insbesondere aus dem Einzelhandel zu erfüllen. »Seit 2000 beschäftigen wir uns mit den Produktionsmöglichkeiten personalisierter Druck-Erzeugnisse. Wir haben für unsere Strategie eine Vielzahl von Digitaldruckmaschinen im B2-Format analysiert und waren besonders an der Fujifilm Jet Press 720 interessiert.« Da die Ergebnisse viel besser als die der bisher genutzten Toner-Systeme waren, unterzeichnete Knip zur Ipex 2014 einen Kaufvertrag. Im Sommer wurde die Jet Press 720S geliefert und installiert.

Eine der Produktionen, die jetzt auf der Jet Press 720S laufen, sind Preisschilder für den Einzelhandel in Auflagenhöhen zwischen 5.000 bis 15.000 Bogen, bei denen jedes Blatt anders ist. Der Druck dieser Aufträge auf einem B2-Bogen maximiert die Effizienz des Prozesses und ermöglicht HuigHaverlag die Schilder in der Reihenfolge zu drucken, in der sie später benötigt werden. Weil die Aufträge dadurch schneller abgewickelt werden können, ist dies ein perfekter Service für den Einzelhandel. Darüber hinaus wird die Jet Press 720S aber auch für die Fertigung hochwertiger Akzidenzdrucke eingesetzt. Anwendungen, die derzeit im Offset gedruckt werden, sollen zunächst während einer Schicht auf die Jet Press 720S übertragen werden. Im Januar 2015 soll die Auslastung auf zwei Schichten ausgedehnt werden.

HuigHaverlag ist daher daran gelegen, mit der Jet Press 720S nach ISO 12647-2 zu fertigen, sodass Offsetdrucke und Digitaldrucke der Jet Press 720S dem gleichen Erscheinungsbild entsprechen. Dabei wird die Farbmanagement-Software Fujifilm XMF ColorPath eingesetzt.

»Die Jet Press 720S hat unser Dienstleistungsangebot aufgewertet und bietet hohe Produktionseffizienz, was uns hoffentlich neue Kunden bringt. Wir haben hohe Erwartungen an die Maschine und sind von dem dazugehörigen Support von Fujifilm bisher begeistert«, resümiert Chris Knip.

NACH UND NACH ERSETZEN Jetzt hat die Straub Druck + Medien AG in Schramberg im Schwarzwald als erstes deutsches Unternehmen in das B2-



Inkjet-System Jet Press 720S investiert. »Wir sehen durch die hervorragende Druckqualität und die schnellen Jobwechsel großes Potenzial für die neue Jet Press 720S«, so **Francisco Martinez**, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, das den im Hause vorhandenen Offsetdruck sukzessive durch die Jet Press 720S ersetzen möchte. Die Investition in die Jet Press 720S, die mit Fujifilms XMF Workflow angesteuert wird, ist Bestandteil einer langfristigen Zukunftsplanung des Unternehmens.

Die vor mehr als 130 Jahren gegründete Straub Druck + Medien AG hat ihren Sitz in Schramberg und beschäftigt derzeit über 80 Mitarbeiter. Das Unternehmen realisiert anspruchsvolle und qualitativ hochwertige Druckprodukte wie Geschäftsberichte, Imagebroschüren, Duftkalender und Mailings für regionale, nationale und internationale Kunden sowohl in Groß- als auch Kleinauflagen über verschiedene Onlineportale und verfügt dadurch über eine hohe Digitaldruckkompetenz. Für alle Druckprodukte bietet Straub Druck + Medien vielfältige Verarbeitungs- und Veredelungsmöglichkeiten an.

METSÄ BOARD NEUER PARTNER Xeikon hat sechs Kartonqualitäten von Metsä Board als Substrate für die Drucksysteme der Serie Xeikon 3000 zertifiziert und den Kartonhersteller in sein Aura-Partnernetzwerk aufgenommen. Zu den Kartonsorten, die zertifiziert wurden, gehören Carta Allura, Carta Elegia, Carta Solida, Avanta Prima, Simcote und Carta Integra. Als Aura-Partner wird Metsä Board am Xeikon Café Packaging Innovations teilnehmen, das vom 10. bis 12. März stattfindet. Bei dieser Veranstaltung präsentiert Xeikon gemeinsam mit seinen Partnern diverse Etiketten- und Faltschachtelkarton-Anwendungen. › www.metsaboard.com › www.xeikoncafe.com

HP AUF DER CCE Auf der CCE 2015 stellt HP dieses Jahr Digitaldrucktechnologien für Wellpappe, Karton, Etiketten und flexible Substrate vor. Die internationale Fachmesse für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie findet vom 10. bis 12. März in München statt. HP informiert über die Druckmaschinen HP Scitex 15000, HP Indigo 20000, HP Indigo 30000 und HPT400 Simplex Color Inkjet. Außerdem erfahren Interessierte in München mehr über die Drucktechnologien HP Scitex High Dynamic Range (HDR) und HP Inkjet High Speed Production Solutions (IHPS) für Wellpappe und Karton. › www.hp.com

UV UND UV-LED GEW wird dieses Jahr wieder als Aussteller auf der ICE Europe in München dabei sein. Das Unternehmen ist ein weltweit führender Hersteller von UV-Systemen für Druck- und Beschichtungsanlagen. Die UV-Lampen und UV-LED-Systeme sind bekannt für ihre robuste Konstruktion, modernste luftgekühlte Technik und energieeffizienten Betrieb. Auf der ICE zeigt das Unternehmen die neueste Generation der Bogenlampen- und LED-UV-Anlagen mit Rhino-Netzteil. › www.gewuv.com

NEUE COLORWAVE SYSTEME Canon hat zwei neue Hochleistungs-Drucksysteme für großformatige Anwendungen vorgestellt. Während die neue Océ ColorWave 500 technisch orientierte Anwendungen bietet,



wurde die ColorWave 700 für die Anforderungen in der Grafischen Industrie entwickelt. Die Systeme ermöglichen ein breites Spektrum an Anwendungen und ermöglichen so fort trockene und wasserfeste Großformatdrucke auf Rollenmedien. Beide Drucksysteme nutzen die neueste Generation der Océ CrystalPoint Technologie, die Highspeed-Druck mit hoher Haftung auf Standard- und Spezialmedien bietet und eine verbesserte Qualität aufweist. › www.canon.de

PAPYRUS ERWEITERT DIGITALDRUCKSORTIMENT

Der Einzug des Digitaldrucks in allen Print-Segmenten setzt sich fort, sodass immer mehr Substrate entwickelt werden. Deshalb erweitert Papyrus das Digitaldrucksortiment um die Sorte cuturon X-treme, einem außergewöhnlich strapazierfähigem Vliesstoff mit textiler Haptik. cuturon X-treme ist konzipiert für den Einsatz auf allen gängigen Laser- beziehungsweise Trockentonerdrucksystemen und ebenfalls im Offset-, Sieb-, sowie UV-Inkjet-Druck bedruckbar. Das Papier behält die einzigartige Haptik sowie offene porige Oberfläche auch im bedruckten Zustand und zeichnet sich durch eine hohe Festigkeit im trockenen und nassen Zustand, Luftdurchlässigkeit, Resistenz gegen die meisten Chemikalien und organische Lösemittel sowie die hohe Temperaturbeständigkeit von -60° C bis 180° C aus. cuturon X-treme ist prädestiniert für Groß-, Klein- beziehungsweise auflagenexakte Produktion von Etiketten, Banner, Außenwerbung, Startnummern, Kofferanhänger, personalisierte Tischsets beziehungsweise Speisekarten, entspricht den Anforderungen der Oeko-Tex Produktklasse IV und kann bedenkenlos über den Restmüll entsorgt werden. cuturon X-treme ist in 150 g/m² im Format 32 x 45 cm erhältlich. › www.papyrus.com/de

VERKAUFSERFOLG

SWISSQPRINT LIEFERT 500. UV-DRUCKER AUS

Anfang Februar hat ein Nyala 2 UV Inkjet-Drucker seine Arbeit bei Atelier Bischof AG im schweizerischen Tübach aufgenommen. Es ist der 500. Drucker, den der Entwickler und Produzent swissQprint ausgeliefert hat.



Roger Neff (links), Atelier Bischof AG, nahm den Nyala 2 entgegen. swissQprint CEO Reto Eicher (2. von links) und Produktmanager Maurus Zeller (rechts) lieferten die 500. Maschine persönlich aus. Klaus Veitinger, Spandex, nahm sie in Betrieb.

Atelier Bischof AG ist ein Beschriftungsdienstleister in Tübach beim Bodensee. Das Familienunternehmen feierte letztes Jahr sein 50-jähriges Bestehen und entschied sich im Jubiläumsjahr zum Kauf eines neuen UV-Druckers, um in Sachen Technologie und Produktivität an der Spitze zu bleiben. Die Wahl fiel auf Nyala 2 und der Zufall wollte es, dass die bestellte Maschine die 500. ist, die der Schweizer Produzent swissQprint ausgeliefert hat. Am 4. Februar 2015 ging der Großformatdrucker in Betrieb.

Nyala 2 leistet maximal 206 m²/Stunde. Der UV-Drucker bietet auf seinem 3,2 x 2 m großen Flachbett viel Platz für gängige Plattenformate. Mit der Rollenoption ausgerüstet wickelt er zudem alle Arten von Rollenjobs ab. Neun frei konfigurierbare Farbkanäle und weitere Optionen machen ihn zu einem

universellen Produktionsmittel, das im Tandem-Betrieb zudem ohne Unterbruch arbeitet.

Es war denn auch die Vielseitigkeit, die Druckqualität und Leistungsfähigkeit dieses Großformatdruckers, die Atelier Bischof AG überzeugten. Geschäftsleiter Roger Neff ließ sich Nyala 2 mehrmals im Werk vorführen und stellte ihn mit kniffligen Druckjobs auf die Probe. Neff und sein Team wollten sicher gehen, dass es der richtige Schritt war, die beiden bestehenden Océ Arizona Inkjet-Drucker durch einen einzigen swissQprint Nyala 2 zu ersetzen. Die Testresultate sprachen am Ende dafür und Atelier Bischof AG platzierte seinen Auftrag: Es sollte Nyala 2 sein, ausgerüstet mit sechs Farben (CMYK ergänzt mit light Magenta und light Cyan) sowie Weiß und Effektlack. Und auch eine Rollenvorrichtung sollte der Drucker haben.

Eine swissQprint-Delegation begleitete am 4. Februar die Auslieferung ihrer 500. Maschine. Vertriebspartner Spandex war zur Inbetriebnahme vor Ort und gratulierte sowohl dem Kunden als auch dem Lieferanten zu diesem Meilenstein. Der Drucker ist nebenbei der erste vom Typ Nyala 2, der in der Schweiz platziert wurde. Das Modell feierte im Mai letzten Jahres an der Fespa Weltpremiere. Somit ist nun das gesamte swissQprint-Sortiment (Oryx, Impala, Nyala, Nyala 2) im Schweizer Markt vertreten.

› www.swissqprint.com

MENGIS DRUCK AG PRODUZIERT AB SOMMER DIGITAL DIGITALE ZEITUNGSPRODUKTION MIT EINZIGARTIGER KONFIGURATION

Unter dem Titel ›Der Digitaldruck und seine Möglichkeiten‹ hatte Nicolas Mengis seine Diplomarbeit verfasst. Er habe damals allerdings nie daran gedacht, dass der ›Walliser Bote‹ dereinst im Digitaldruck produziert werden könnte, sagte der Verwaltungsratspräsident der Mengis-Gruppe. Vermutlich ab Juli 2015 wird der ›Walliser Bote‹ an sechs Wochentagen in einer Auflage von je 22.000 Exemplaren erscheinen.

Mit dem Wechsel vom Rollenoffset zum digitalen Zeitungsdruck setzt die Mengis Druck AG in Visp im Kanton Wallis allerdings nicht nur für sich selbst, sondern für die gesamte Branche einen Meilenstein. Als weltweit erste Tageszeitung wird der ›Walliser Bote‹ ab Juli 2015 in voller Auflage und ausschließlich auf einer HP T400 Color-Inkjet-Rollendruckmaschine produziert.

Das ›Leuchtturmprojekt‹, wie Alois Hochstrasser, Direktor Müller Martini Marketing, die Pilotanlage anlässlich einer Feier zur Unterzeichnung der Lieferverträge im Hause Mengis nannte, umfasst neben der HP T400, die die erste dieses Typs in der Schweiz sein wird, ein Falzsystem von manroland web systems und einen Versandraum von Müller Martini. Dessen Herzstück ist das Einstecksystem AlphaLiner mit diversen



Zusatzaggregaten. Für diese Lösung sprachen laut Martin Seematter, Geschäftsführer der Mengis Druck AG, die kompakte Bauweise und Vorteile beim posttroutengerechten Versand und beim Zoning von Beilagen.

Die Umstellung auf den Digitaldruck und die Anschaffung einer weltweit einzigartigen Konfiguration erfolgt vor allem aus wirtschaftlichen Überlegungen, wird Martin Seematter im ›Walliser Bote‹ zitiert, der in eigener Sache über das Ereignis berichtete. Die heutige Rollenoffsetmaschine, eine Wifag OF7, sei seit 32 Jahren in Betrieb und könne ausschließlich für die Zeitungsproduktion eingesetzt werden.

Abgesehen davon, dass die Zeitung künftig durchgehend farbig produziert werden kann, wird sich die digital gedruckte Ausgabe vom heutigen Erscheinungsbild nicht unterscheiden. Dagegen eröffne der Digitaldruck der Mengis Gruppe neue unternehmerische Perspektiven. Die Produktionsanlage eignet

sich nämlich auch für die Herstellung von Akzidenzen wie etwa Mailings, Bücher oder Print-Produkte für die individualisierte Werbung.

Weil auch die Lieferfirmen mit dem kontaktlosen, platten- und einrichtefreien Drucken einer Tageszeitung Neuland betreten, sprechen deren Vertreter unisono von einer speziellen Herausforderung. Das Projekt könnte dabei aber durchaus wegweisend für den Rest der Welt werden.

Und nicht zuletzt bestätigt diese Investition die These unseres Beitrags auf Seite 18: Der Digitaldruck hat Rückenwind und schafft mit seinen Möglichkeiten neue Produkte und Anwendungen. ■

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



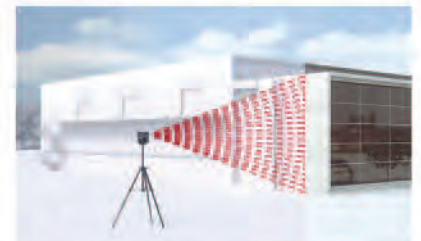
Grafische Systeme

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.

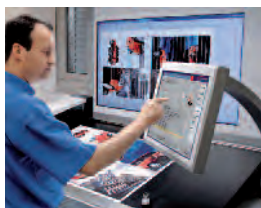


3D-Laserscan

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

ZEHN JAHRE HEIDELBERG REMOTE SERVICE

Das Remote Service Angebot von Heidelberg ist eine mittlerweile zehnjährige Erfolgsgeschichte. Vor zehn Jahren begann Heidelberg mit der Einführung der internet-gestützten Plattform. Die Funktion Remote Diagnose war das erste verfügbare Produkt. Seither hat Heidelberg das Portfolio Schritt für



Zehn Jahre Heidelberg Remote Service: Schritt für Schritt hat das Unternehmen das Angebot in Richtung Prävention ausgebaut und damit das Erkennen und Beheben von Fehlern in der Print-medien-Industrie revolutioniert.

Schritt in Richtung Prävention ausgebaut. Seit Beginn ist die Technologie für alle Produktsegmente, Druck, Vorstufe, Weiterverarbeitung und die Prinect Software, verfügbar. Für ihre Sicherheit und Funktionalität wurde die Remote Service Plattform von Heidelberg mehrfach einer externen Zertifizierung unterzogen. Zudem wurden mehrere Funktionen der Plattform weltweit patentiert, wie beispielsweise die Technologie der Maschinen-fernwartung, welche die Basis der eCall Funktion bildet. Heute sind weltweit in 50 Ländern bereits rund 10.000 Systeme an die Remote Service Plattform von Heidelberg angeschlossen. Im Monat werden mehr als 2.000 Kundenanfragen remote bearbeitet.

› www.heidelberg.com

TAKTFÖRDERER TF660 INSTALLIERT

Die Druckerei Prinovis am Standort Dresden war ursprünglich mit 6 Tiefdruckmaschinen ausgestattet. Im Mai 2013 zerstörte ein Brand eine dieser Maschinen, die im Jahre 2014 durch zwei gebrauchte, koppelbare 48-Seiten manroland Druckmaschinen ersetzt wurde. Die Verbindung der beiden Druckmaschinen zur Weiterverarbeitung erfolgte mit einem Einzelgreifer-Fördersystem TF660, das gleichfalls an den 48-Seiten-Maschinen bereits im Einsatz war und das den aktuellen Gegebenheiten bei Prinovis durch zusätzliche Komponenten angepasst wurde. Der Taktförderer transportiert die Produktströme aus acht Auslagen



produktgenau und zuverlässig zu den acht Abgabestationen. Der modulare Aufbau des TF660 mit kleinen Kurvenradien erwies sich bei der Aufstellung in den platzmäßig beschränkten Räumen des Kunden als großer Vorteil. Die Offset-Produktion in Dresden läuft jetzt erfolgreich im Vollbetrieb. Ab sofort ist Prinovis nun in der Lage, seinen Kunden sowohl Tiefdruck- als auch Offsetproduktion anzubieten. Seit Jahren ist das Haus Gämmerler mit zahlreichen Maschinen und Anlagen an den Prinovis-Standorten Ahrensburg, Dresden, Nürnberg und Liverpool vertreten.

› www.gaemmerler.com

ISO 12647-2 IN DER TÄGLICHEN PRAXIS EINHALTEN MIT KBA PSO-MATCH WIRD DAS DRUCKEN NACH PSO EINFACHER

Viele Druckereien möchten nach Prozessstandard Offsetdruck arbeiten, manche lassen sich auch zertifizieren. Die Kosteneinsparungen bleiben jedoch oft hinter den Erwartungen, weil der Druckprozess mit seinen vielen

analysiert in Sekundenschnelle in jeder Farbzone alle Parameter nach dem gewählten PSO-Standard und errechnet die Farbkorrektur in jeder Farbzone. Dabei wird ein optimaler Ausgleich zwischen Tonwertzunahme,



In Verbindung mit der Inline-Farbbregelung KBA QualiTronic ColorControl oder der Online-Farbbregelung KBA ErgoTronic ColorControl unterstützt PSO-Match den Drucker direkt am Leitstand bei der zuverlässigen Einhaltung des Prozessstandards Offset: Hier im Einsatz an einer neuen KBA Rapida 106 bei der Cinram GmbH in Alsdorf bei Aachen.

Einflussgrößen beim Abstimmen und im Fortdruck manuelles Eingreifen erfordert. KBA bietet für seine Rapidas diverse Automatisierungslösungen für schnelles In-Farbe-Kommen und stabile Vollton-Färbung im Druck. Darunter ist PSO-Match eine Option, die bei der Einhaltung des Prozessstandards Offset effizient unterstützt. Dieses Produkt wird seit 2012 angeboten und seither mit Erfolg in einer ganzen Reihe von Druckereien eingesetzt, unter anderem an einer neuen Rapida 106 bei der Cinram GmbH im nordrhein-westfälischen Alsdorf bei Aachen.

Die Messung am Kontrollstreifen erfolgt entweder inline über KBA QualiTronic ColorControl – mit vorheriger externer spektralfotometrischer Kalibrierung – oder online mit KBA ErgoTronic ColorControl. PSO-Match

Spreizung, Vollton-L*a*b*-Zielwert und der dazugehörenden Dichte vorgenommen. Diese wird über eine »Best Match«-Funktion automatisch innerhalb einer bestimmten Toleranz angepasst. Die Farbkorrektur wird mit QualiTronic ColorControl automatisch (closed loop) beziehungsweise bei ErgoTronic ColorControl und ErgoTronic ColorDrive per Tastendruck ausgeführt. PSO-Match zeigt am Bildschirm die errechneten Farbkorrekturen sowie die Messwerte grafisch an. Der Drucker wird zudem ständig informiert, wie das aktuelle Druckergebnis zum PSO steht. Acht von insgesamt zehn PSO-Kriterien müssen im grünen Bereich liegen, damit PSO-Match bei jeder Messung den stabilen Druck in den PSO-Toleranzen bestätigt.

› www.kba.com

OPTIMIERTE GESCHÄFTSAUSSTATTUNGEN

Geschäftsausstattungen setzen mit Gmund Color System unvergleichliche Akzente und sprechen gleich zweifach: optisch und haptisch. Das hochwertige Farbbeinstpapier erhöht mit seiner modernen, perfekt aufeinander abgestimmten Farbpalette sichtbar den Markenwert. Spürbar wird die Qualität durch seine

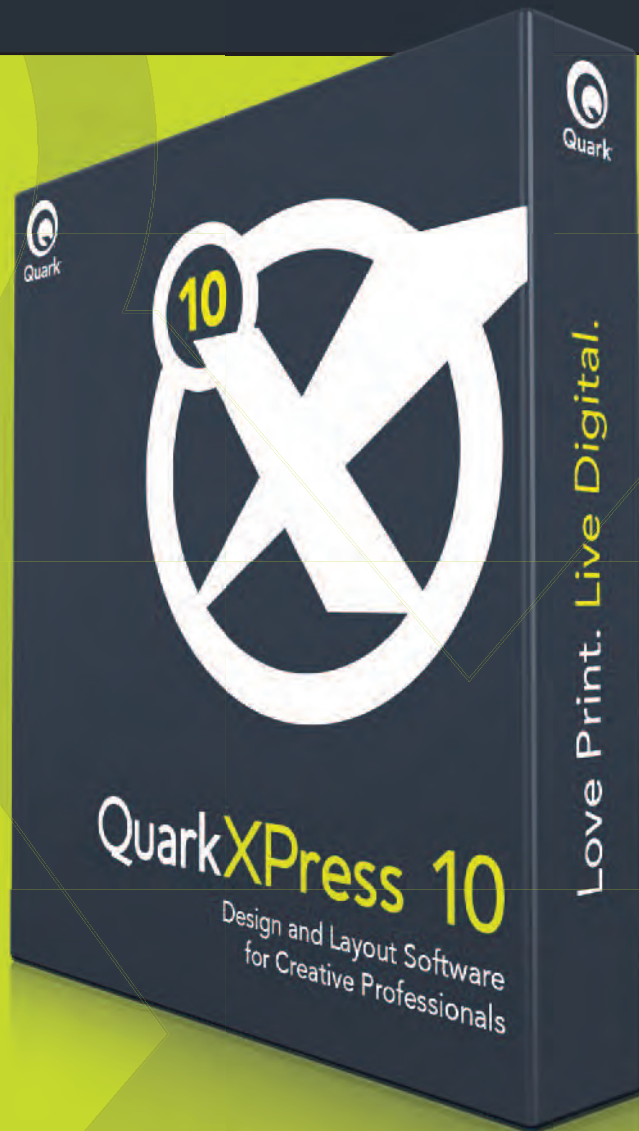


feinfühlig, edel anmutende Oberfläche. Mit 48 traditionellen und trendigen Farbvarianten bietet Gmund Color System die richtige Wahl für Geschäftsausstattungen. Ob dezent, klassisch oder auffällig, der exquisite Alleskönner im Exklusiv-Vertrieb von Papyrus Deutschland eröffnet ein nahezu grenzenloses Spektrum an Einsatzmöglichkeiten. Zur großen Vielfalt von Gmund Color System trägt auch sein breites Angebot an Grammaturen zwischen 100 g/m² und 400 g/m² bei. Hinzu kommen ausgezeichnete Eigenschaften für die technische Weiterverarbeitung und Veredelung. Im Zusammenspiel mit farbigen Briefumschlägen wird der Markenauftritt von Unternehmen und Organisationen mit dem edlen Farbbeinstpapier zur zielgruppensicheren Punktlandung.

› www.papyrus.com

XPress Yourself!

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



Über 50 neue und verbesserte Funktionen



Xenon Graphics Engine

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



Unterstützung von HiDPI- und Retina®-Displays

Schöpfen Sie die Displaytechnologie der neuen Generation voll aus



Designinhalte für Tablet- und Smartphone-Apps

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



Moderne und optimierte Benutzeroberfläche

Durch das weiterentwickelte Anwendererlebnis können Sie schneller und flüssiger arbeiten

www.quark.com/10

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

NP DRUCK SETZT AUF ROTOMAN DIRECTDRIVE

Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft (NP Druck) in St. Pölten investiert in eine 16-Seiten Rotoman von manroland web systems. Die Rotoman DirectDrive zeigt sich leistungsstark mit bis zu 65.000 Zylinderumdrehungen pro Stunde und einer Bahnbreite von 965 mm. Für die effiziente Produktion von Kleinauflagen ist sie in St. Pölten mit den kompletten autoprinf-Features ausgestattet. Die qualitätssichernden Inline Con-



Schnelle Auftragswechsel für zielgruppengerechte Werbung in kleinen und großen Auflagen: Die Differenzierungsstrategie bei der Niederösterreichischen Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H. setzt auf die Qualität der Rotoman DirectDrive.

rol Systeme für Schnittregister, Farbbregister und Farbdichtemessung gewährleisten Reproduzierbarkeit bei wenig Aufwand. Mit dem fünften Druckwerk ist die Anlage sowohl für vollautomatische Versionen- und Signaturwechsel mit Dynamic ausgestattet als auch für Veredelungsoptionen wie Lackieren oder Sonderfarbendruck. Weitere Produktionsmöglichkeiten eröffnen sich darüber hinaus durch die Ausstattung der Anlage mit einer Perforiereinrichtung, einem Stanzwerk und einem Pflugfalz. Die Rotoman DirectDrive wird im Herbst 2015 in Produktion gehen.

> www.manroland-web.com

VIELSEITIGES INFORMATIONSPROGRAMM INITIATIVE ONLINE PRINT TAGTE BEI KBA IN RADEBEUL

Am 5. und 6. Februar trafen sich die Mitglieder der Initiative Online Print e. V. (IOP), Geschäftsführer und Entscheider von marktführenden Online-Druckunternehmen, im Werk Radebeul von KBA. Gastgeber war die KBA



Die Online-Printer haben bei KBA den Maschinenbau mal von einer anderen Seite kennengelernt.

Deutschland GmbH, die selbst seit 2012 Mitglied im IOP ist. Geschäftsführer Reinhard Marschall: »KBA ist Teil der Online-Printindustrie und identifiziert sich mit Spitzentechnik und -technologie im Bereich der hoch automatisierten Produktionsverfahren, wie sie im Web-to-Print Business alltäglich sind.« Der erste Tag stand ganz im Zeichen von KBA: Reinhard Marschall und Rolf Possekel, Vertriebsleiter Norddeutschland, stellten das Unternehmen vor. Bei einem Werkstrundgang durch Fertigungs-

bereiche und Endmontage hatten die CEOs der Online-Druckunternehmen die Gelegenheit, einmal hinter die Kulissen des modernen Druckmaschinenbaus bei KBA zu sehen. Dabei ergab sich die Möglichkeit einer Druckdemonstration, bei der die IOP-Mitglieder das schnelle Rüsten inklusive Bedruckstoffwechsel und den Druck mehrerer typischer Online-Aufträge, also Broschüren und Sammelformen, live erleben konnten.

Am zweiten Tag wurden typische Herausforderungen der Internetdrucker diskutiert und zwei neue Mitglieder in die IOP aufgenommen. Diese repräsentiert bereits heute über drei Mrd. Euro Umsatz im Online-Druck. Sven Winterstein, Inhaber des Letterjazz Print-Studios in Essen, stellte visuell-haptische Druckprodukte vor. Diese werden im Hochdruckverfahren, mit Heißfolienprägung, im Siebdruck, mit Kaschierungen, Farbschnitten und anderen Veredelungsverfahren liebevoll per Hand gefertigt und können das Portfolio von Online-Druckbetrieben im Premium-Bereich erweitern. »Bei diesem Treffen haben wir den Maschinenbau von einer ganz anderen Seite kennengelernt«, freute sich IOP-Vorsitzender Bernd Zipper. »Ebenso wichtig ist die richtige Wahrnehmung des hoch agilen Feldes der Online-Drucker bei den Maschinenbauern. Wir sind froh, dass KBA bei uns Mitgliedsunternehmen ist und im engen Dialog mit uns steht.«

3 MRD. EURO UMSATZ (WAHRSCHEINLICH DEUTLICH MEHR) WERDEN HEUTE VON ONLINE-DRUCKEREIEN ERWIRTSCHAFTET.

> www.kba.com

XEIKON CAFÉ PACKAGING INNOVATIONS

Während der Xeikon Café Packaging Innovations vom 10. bis zum 12. März 2015 in Antwerpen, Belgien, haben die Fachbesucher Gelegenheit, alles über die neuesten Trends im Bereich »Digitale Produktion für Etiketten und Verpackung« zu erfahren. Neben Live-Demonstrationen wird es Präsentationen,



Digitale Weiterverarbeitungslinie von MBO und Herzog+Heymann zur Insert-Produktion.

Workshops und angeregte Diskussionen geben.

Unter den Xeikon-Partnern, die auf dem Event ihre Lösungen live vorführen, befindet sich dieses Jahr auch die MBO-Gruppe. Es wird ein Insert mit niedriger Grammaturlinje produziert, wie es zum Beispiel als Beipackzettel in Medikamentenschachteln zu finden ist. Hierzu wird die zuvor auf einer Xeikon 8500 bedruckte Papierbahn offline weiterverarbeitet. Der neueste MBO-Unwinder UW500 wickelt die Papierbahn ab. Anschließend wird die Bahn vom MBO-Querschneider SVC525C in Bogen geschnitten und auf der Kleinstfalzmaschine KL112.1 von Herzog+Heymann gefalzt. Durch das modulare Konzept können die meisten MBO- und Herzog+Heymann-Aggregate in nahezu jede bestehende Produktionslinie integriert werden – offline, nearline und inline.

> www.mbo-folder.com

> www.herzog-heyman.com

DIE NEUEN PROOF-STATIONS VON JUST

Just Normlicht ist seit Jahrzehnten für standardisierte Normlichtlösungen bekannt. Von Einstiegslösungen wie der proofStation 30 Large Format über den sogenannten Wall Illuminator mit Backlight, bis hin zur beliebig erweiterbaren Virtual proof Station Side-by-Side XT für Softproof-Anwendungen, hat Just Normlicht Modelle entwickelt, die höchsten Ansprüchen gerecht werden sollen. Eine normgerechte Ausleuchtung der Druckbogen ist nach Aussage des Herstellers



Die Softproof-Lösung Virtual proofStation Side-by-Side Basic mit Erweiterungsstation XT.

mit den neuen proofStations für die Formatklassen 6B (140 x 100 cm) und 7B (160 x 110 cm) gewährleistet. Standardmäßig sind diese mit den ISO 3664-konformen Leuchtstofflampen Just daylight 5000 proGraphic ausgestattet, die Spitzenwerte hinsichtlich Zielfarbart und Metamerie-Index erreichen. Die SPcontrol der Softproof-Varianten bietet darüber hinaus zahlreiche Funktionen wie stufenlose Dimmung, Betriebsstundenzähler oder die Abspeicherung von Helligkeitswerten. Daneben verfügen die Modelle über Farbprüfleuchten, die durch ihre asymmetrische Lichtführung eine blend- und spiegelreflektfreie Ausleuchtung sicherstellen.

> www.just-normlicht.de

Digitaldruck und Finishing ziehen an einem Strang

Vieles ist heute im Inkjet-Druck realisiert, woran man vor wenigen Jahren noch nicht dachte. Dabei sind es nicht nur in sich geschlossene Maschinensysteme, die für den Digitaldruck in Frage kommen, auch integrierte Nischen-Lösungen offenbaren interessante Aspekte. Wie etwa der PageMaster von bielomatti.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Inkjet-Druckköpfe werden von einer ganzen Reihe an Herstellern gebaut, die üblicherweise in Inkjet-Maschinen anderer Hersteller eingesetzt werden. Nur die wenigsten stellen sowohl Druckköpfe als auch komplette Maschinensysteme her und noch weniger bieten die Druckköpfe als Einzelaggregate an. Und bisher ist Kodak der einzige Anbieter solcher Eindruckköpfe für Schwarz-Weiß- und Farbanwendungen in ansprechender Qualität und Leistungen bis zu 15 m/s. Es haben sich zwar auch andere zu Wort gemeldet, deren Lösungen bei den Druckgeschwindigkeiten und Arbeitsbreiten jedoch hinter denen der Kodak-Prosper-Köpfe zurückliegen.

Hybride Lösungen

Solche Einzeldruckköpfe werden vor allem in Buchbindereien oder Mailing-Häusern sowie seit einiger Zeit in Zeitungsrotationen eingesetzt. 2007 bereits hatten Kodak und manroland eine Lösung angekündigt, mit der beim Axel Springer Verlag in Ahrensburg experimentiert wurde. Doch erst Anfang 2012 mit der Einführung der Prosper-30-Druckköpfe gelang der Durchbruch. Seither wird in einer der sechs Rotationen in Ahrensburg und an weiteren 13 Standorten, wo Springers »Bild« hergestellt wird, mit 13,7 m/s im Schwarz-Weiß-Eindruck produziert. Ein weiteres Projekt läuft bei einem italienischen Verlag, der seine Rotation von KBA mit Inkjet ausrüsten ließ.



Die vollintegrierte bielomatti Maschinenkonfiguration PageMaster druckt und fertigt individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichsten Formaten und Seitenzahlen.

Da Druckköpfe dieser Art das Individualisieren zu niedrigeren Druckkosten als im Laserdruck ermöglichen, dürfte dieser Markt noch eine große Zukunft zu haben. Und dabei sind der Fantasie der Maschinenbauer offenbar keine Grenzen gesetzt.

Bester Beweis sind Produktionsstraßen, bei denen Inkjet-Printköpfe in speziellen Konfigurationen ab Rolle oder Bogen beliebige Sujets On-Demand drucken und Inline produzieren. Solche Speziallösungen sind in der Verpackung noch zu erwarten, bei Book-on-Demand-Produktionen bereits realisiert (auch wenn das zur drupa 2012 präsentierte Projekt des Bücherdruck-Spezialisten Timsons gescheitert ist).

Integrierte Lösung

Als neuer Player auf dem Markt bietet bielomatti integrierte Lösungen aus Digitaldruck und Weiterverarbeitung an. Das 2013 als Joint Ven-

ture der Schweizer Matti Technology AG und der bielomatik Leuze GmbH in Neuffen gegründete Unternehmen konzipiert Maschinenkonfigurationen wie den PageMaster, mit dem individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichen Formaten und Seitenzahlen gedruckt und gefertigt werden.

Mit einer Leistung von 110 Produkten je Minute im Doppelnutzen und Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 300 m/Min. können Broschüren, Magazine, Bedienungsanleitungen oder personalisierte Schreibhefte – von der unbedruckten Rolle bis zum fertigen Produkt hergestellt werden.

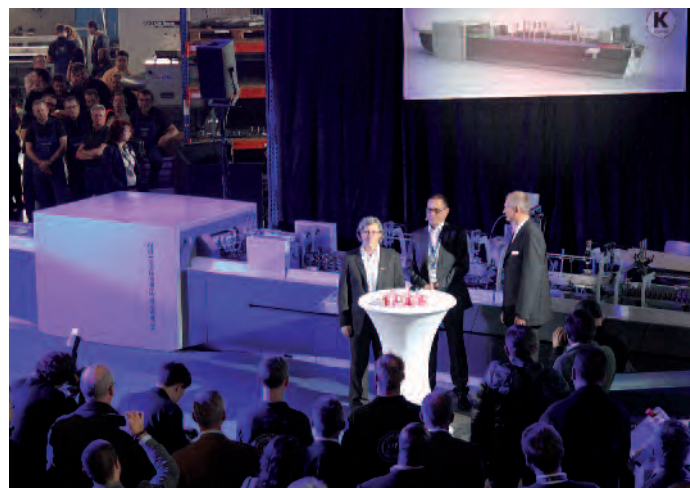
Für den Druck kommen Prosper-S10-Druckköpfe von Kodak für Schwarz-Weiß und Spot-Color zum Einsatz. Das eigentliche Herzstück ist jedoch die Finishing-Anlage. Durch die Integration der Digitaldrucktechnik in die Weiterverarbeitungsanlagen von bielomatik ergibt sich eine variable

Inline-Produktion. Die automatisierten Linien bieten einen wirtschaftlichen und variablen Produktionsprozess, bei dem Druckköpfe eingesetzt werden können, die auch nachträglich in bestehende bielomatik Converting-Anlagen eingebaut werden können. Dies ermöglicht beispielsweise in der Schreibheftproduktion den Eindruck der Logos von Bildungsstätten oder anderer personalisierter Informationen.

Die Anwender profitieren von einem kompakten Produktionsprozess sowie einer Linie, die deutlich weniger Platz in Anspruch nimmt als eine Offline-Produktion. Hinzu kommt hohe Produktionssicherheit, da manuelle Eingriffe auf ein Minimum reduziert werden. Insgesamt ergeben sich dadurch kürzere Durchlaufzeiten und damit mehr Aufträge pro Zeiteinheit als in herkömmlichen Produktionsabläufen.

Das Produktspektrum derart integrierter Linien reicht von Broschüren, Zeitungen und Zeitschriften über Kataloge und klassische Akzidenzen bis hin zu Bedienungsanleitungen, Geschäftsberichten, Notizblocks, Kalendern oder Büchern in kleinen und mittleren Auflagen. Damit adressiert bielomatti sowohl Offset- als auch Digitaldruckereien, Verlagshäuser sowie Schreibwarenhersteller, die alle hohe Auftragsvolumen mit häufigen Jobwechseln und unterschiedlichsten Anforderungen an die Verarbeitung haben.

► www.bielomatik.de



Auf den KAMA Finishing Days stellen der Dresdner Maschinenbauer und HP Indigo einen kompletten Workflow für die Faltschachtelproduktion vor. Die Premiere der Flex-Fold 52 war dabei nicht der einzige Grund zum Feiern. Die innovativen Dresdner begingen ihr 120-jähriges Jubiläum. Mit der Erfindung der Rilllinie zum Biegen ohne Brechen hatte Teodor Remus, Gründer des KAMA-Vorläufers SCAMAG (Sächsische Cartonnagen-Maschinen AG), 1894 die Kartonagenherstellung revolutioniert. Mit dem Workflow für die Herstellung kleiner Verpackungsaufgaben und der neuen Faltschachtelklebmaschine bekommt die Verpackung jetzt wieder neue Impulse aus Dresden.



Zum Falten und zum Kleben

Dazu waren die 450 Gäste nicht nach Dresden gekommen. Sie wollten im Gegenteil bei KAMA und von HP Indigo wissen, wie ein effizienter Workflow für digital gedruckte Faltschachteln aussehen kann. Dazu zeigten HP Indigo die Digitaldruckmaschine 30000 und KAMA die neue FlexFold 52 mit automatisiertem Set-up.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der Finishing-Spezialist KAMA und der Digitaldruckmaschinenhersteller HP Indigo zeigten im Rahmen der KAMA Finishing Days 2014 auf dem gemeinsamen Event ›Folding Car - tons on Demand‹ in Dresden Mitte November einen Arbeitsablauf für die Herstellung digital gedruckter Faltschachteln. Nein, nicht alles online, wie man vermuten könnte. Es waren eigenständige Workflows, die aber den kompletten Produktionsablauf vom unbedruckten Bogen bis zur fertigen Box zeigten. Faltschachteln in verschiedenen Formaten mit Personalisierung und Veredelung in Kleinauflagen, optimiert für höchste Qualität in Druck und Weiterverarbeitung, waren Gegenstand der Demonstrationen.

Faltschachtel-Workflow

Gedruckt und inline lackiert wurden Faltschachteln im Bogendruck auf der HP Indigo 30.000 im Format B2 (50 cm x 75 cm). Die Maschine war voll ausgestattet mit Inline-Primer und der Inline-Lackiereinheit Tresu iCoat 30000 für partiellen UV- oder Dispersionslack. Produziert wurde mit variablen Daten und Designs, mit sieben Farben einschließlich Weiß auf handelsüblichem Karton in einer dem Offset vergleichbaren Druckqualität.

Die Weiterverarbeitung der Digitaldrucke lief auf der für Kleinauflagen konzipierten Stanzmaschine KAMA DC 76 (76 cm x 60 cm) wahlweise mit oder ohne Heißfolienprägungen,

aber immer mit AutoRegister. Das sorgt per Kamera, mitgedruckter Marke und korrigierender Bogenführung bei jedem einzelnen Bogen für höchste Passergenauigkeit. Die Nutzen wurden inline mit der KAMA SBU ausgebrochen und getrennt. Im letzten Schritt faltete und klebte die neue Faltschachtelklebmaschine FlexFold 52 die Zuschnitte zu lieferfähigen Schachteln mit Längsnaht oder Automatikboden.

Neues zum Falten und Kleben

Die FlexFold 52 wurde von KAMA als Weltneuheit präsentiert. Die Neuentwicklung ist für häufige und schnelle Auftragswechsel konzipiert und lässt sich mit einem automatisierten Set-up schnell auf verschiedene Produkte und Schachtelformate einstellen. Umrüstungen, die bei konventionellen Anlagen nicht selten Stunden dauern, werden in Minuten vorgenommen. Denn beim Formatwechsel an der FlexFold 52 werden die Faltriemen nicht nur in Quer-, sondern auch in Längsrichtung motorisch in einem Schritt eingestellt. Das neu entwickelte ›APASystem‹ (Automated Plough length Adjustment) hat KAMA weltweit zum Patent angemeldet.

Netzwerkintegration

Alle Maschinen im Workflow können über ein Netzwerk verbunden werden – Voraussetzung, um viele kleine Aufträge (bis zu mehreren

Dutzend pro Tag) zu koordinieren. Die gesamte Produktionssteuerung, Voreinstellungen der Maschinen sowie die Auswertung der Leistungsdaten laufen via JDF (elektronisches Job-Ticket) und JMF. Zentraler Leitstand für die KAMA-Maschinen ist das sogenannte Cockpit. Es dient als Netzwerk-Client und Tisch zur Arbeitsvorbereitung mit Stauraum für Schließrahmen und Werkzeug. Auch das Klischeepositioniergerät KAMA CPX kann in das Cockpit integriert werden.

Kleinauflagen kein ›Störfaktor‹

›Die Komplettlösung für kleine Faltschachtelaufgaben trifft den Nerv der Zeit‹, ist KAMA-Geschäftsführer



Marcus Tralau überzeugt. Der Anstieg von Kleinauflagen bei Kosmetika, Pharma, Beauty & Care sowie Lebensmittel stelle Verpackungsmittelhersteller vor neue Herausforderungen. ›Die ›Short runs‹ rechnen sich nicht auf High-Volume-Anlagen, doch sie entwickeln sich gerade vom unliebsamen Störfaktor zu einem eigenen Wachstumsmarkt‹, erklärt Tralau. Gebraucht werde eine Lösung mit unkompliziertem Set-up und minimalen Rüstzeiten, die in kurzer Zeit viele Auftragswechsel meistert und bei deutlich verkürzten Durchlaufzeiten die im Verpackungsmarkt erforderliche Qualität liefert. ›Genau dafür haben wir die neue Komplettlösung konzipiert.‹

Damit begibt sich KAMA aus dem bisherigen Kerngeschäft Akzidenzdruck nicht nur in den Verpackungsmarkt, sondern auch in die Welt des digitalen Drucks. ›Wir gehen davon aus, dass etwa die Hälfte der Indigo-30000-Anwender das Finishing von KAMA installieren werden‹, zeigte sich Tralau optimistisch.

Von der Vision zum Workflow



Alon Bar-Shany, HP Indigo Vizepräsident und General Manager, spricht von einem enormen Sprung für den digitalen Verpackungsdruck. ›Wir haben unseren Kunden gut zugehört, das Potenzial für digital gedruckte Faltschachteln erkannt und zusammen mit KAMA den kompakten Workflow auf die Beine gestellt. Mit der Lösung für Digitaldruck und hochwertigem Finishing werden unsere Kunden den Faltschachtelmarkt neu aufrollen können.‹ KAMA in Dresden und HP Indigo mit Sitz in Rehovot, Israel, sind seit 2010 Partner. 2011 entstand die gemeinsame Vision, Digitaldruck und Weiterverarbeitung mit dem Ziel zu verbinden, die Vorteile des Digitaldrucks wie Kleinauflagen, Versionierung und Personalisierung zu nutzen und dem Verpackungsmarkt zugänglich zu machen.

› www.kama.info

› www.hp.com

HÖHERER QUALITÄT IM VERPACKUNGSDRUCK

Veranlasst durch eine wachsende Nachfrage am Markt, suchte die Rheinauer Druckvorlagen GmbH nach einer Lösung zur effizienten Herstellung von Flat-Top-Dot-Flexodruckplatten, mit denen sich auch bei höheren Rasterweiten ein großer Tonwertumfang zuverlässig drucken lässt. Der in Rheinau



Werner Frank, Gründer und Geschäftsführer (rechts), und Michael Schreiber, Betriebsleiter, mit einer fertig verarbeiteten Flexcel NXH Platte am Belichter des Kodak Flexcel NX Mid Systems.

angesiedelte Betrieb hat aus diesem Grund in ein Kodak Flexcel NX Mid System investiert.

Mit dem Flexcel NX Mid System, das die Herstellung von Platten bis zu einer Größe von 800 x 1.067 mm erlaubt, wurde einerseits die digitale Ausgabekapazität vergrößert, andererseits größerer Spielraum für hochqualitative Aufträge geschaffen. Geschäftsführer Werner Frank: »Das Flexcel NX System bildet die technologische Basis für unsere Strategie, im Folien- und Papiersegment in neue hochwertige Auftragsgruppen vorzustoßen, die feinere Raster erfordern. Bei Folien gehen wir jetzt bis zum 60er Raster und können selbst kleinste Punkte mit 0,4 Prozent Tonwert druckbar auf die Platte bringen.«

> www.kodak.com
> www.rheinauer.de

LANGE KBA RAPIDA 106-WENDEMASCHINE

Das im südfranzösischen Graulhet ansässige Familienunternehmen Escourbiac l'Imprimeur ist seit über 20 Jahren auf die Erstellung hochwertiger Bildbände spezialisiert. Im letzten Jahr wurde der renommierte Akzidenzdrucker zum dritten Mal mit dem angesehenen Branchenpreis »Cadrat d'Or« ausgezeichnet und investierte in eine neue Achtefarben Rapida 106 mit HR-UV Ausstattung. Mit der Investition möchte Geschäftsführer Philippe Escourbiac sein Unternehmen



Die neue Achtefarben-Rapida 106 mit HR-UV produziert hochwertige Bildbände und Akzidenzprodukte zu wettbewerbsfähigen Preisen in exzellenter Qualität.

fit für die Zukunft machen. Ausgestattet mit automatischem Plattenwechsel, der ziehmarkenfreien Anlage DriveTronic SIS und dem Inline-Farbmess- und -regelsystem QualiTronic ColorControl, druckt die Anlage bis zu 18.000 Bogen/h im Schöndruck und 15.000 Bogen/h im Wendebetrieb. Philippe Escourbiac: »Um unsere Produktivität zu steigern und unsere technischen Möglichkeiten bei konstant hoher Qualität zu erweitern, mussten wir unsere älteren Vier- und Fünffarbenmaschinen der Baureihe Rapida 105 ersetzen. Mit der neuen Achtefarben-HR-UV-Maschine können wir Bücher kostenoptimal und Jobs auf Offsetpapier mit hohem Farbauftrag ebenfalls in bester Qualität drucken.«

> www.kba.com

7.500 UV-GERÄTE IM INKJET-MARKT

Seit rund 15 Jahren setzen die Hersteller von Inkjet-Druckmaschinen auf UV-Technologie – so stark wie in keinem anderen Druckbereich.

Von Anfang an entwickelt und produziert der UV-Experte Hönle kundenspezifische Aushärtegeräte für Inkjet-Anwendungen. Ob konventionelles UV oder UV-LED-Technologie, Hönle stattet Druckmaschinen fast aller namhaften Hersteller mit UV-Geräten aus, die zur Härtung eingesetzt werden. Im großformatigen Inkjet-Druck ist Hönle seit Jahren Weltmarktführer. Seit Kurzem sind weltweit 7.500 Hönle UV-Trockner auf Inkjet-Druckmaschinen im Einsatz, Tendenz steigend. Denn aus den Pionieren von damals sind längst die Innovatoren von heute geworden. In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden entstehen wegweisende, individuelle UV-Trocknungslösungen, die zu jeder Zeit den Anforderungen des Marktes entsprechen und den Weg in die Zukunft weisen.

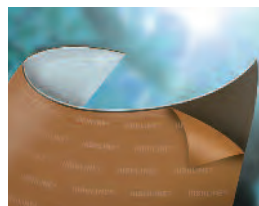
Über die Jahre ist so eine große Vielzahl an Produkten und Produktvarianten entstanden. Hönle UV-Geräte gibt es in Bogenlängen von 100 mm bis 1.300 mm, in UV- oder UV-LED-Technologie, mit integrierter oder externer Lüftung, sie sind robust, wartungs- und benutzerfreundlich.

> www.hoenle.de

ETWA 7.500 UV-TROCKNER VON HÖNLE SIND MITTLERWEILE AUF INKJET-SYSTEMEN IM EINSATZ.

MARKS-3ZET STELLT HIGHLINE VOR

marks-3zet, Spezialist für Unterlagematerialien und den wasserlosen Offsetdruck in Mülheim an der Ruhr, präsentiert mit Blick auf die zunehmenden Anforderungen im Bereich Prozessautomatisierung und -optimierung sein neues, im Markt einzigartiges kompressibles Unterlageprodukt Highline.



Highline besteht aus einer Trägerschicht aus kalibrierbarem Unterlagepapier und einer Deckschicht aus Polyurethan (PU), welche einen flexiblen, kompressiblen Unterlagebogen ermöglicht. Diese PU-Schicht garantiert ein optimales Rückstellverhalten, absorbiert und egalisiert die Kräfte und Vibrationen der Druckmaschine und bietet somit besten Schutz gegen Knautscher. Daneben ist Highline wasser- und lösemittelbeständig und verlängert die Lebensdauer des Gummidrucktuchs. Highline ist ein nicht-haftender Unterlagebogen, wodurch Anwender mehr Spielraum bei der Anpassung der gewünschten Unterlagebogenecke haben. Mittels schneller und einfacher Montage kann Highline auf fast alle Zylinder aufgebracht werden. Er wird insbesondere als Unterlagematerial für schnellaufende Akzidenz- und Rotationsdruckmaschinen empfohlen und ist in jedem gewünschten Format und zurzeit in den Stärken 0,4 und 0,5 mm erhältlich.

> www.marks-3zet.de

MIT POLAR BC 330 MEHR ERFOLG

Wie kann man sich im hart umkämpften deutschen Druckmarkt abheben? Die Volkhardt Caruna Medien GmbH & Co.KG in Amorbach macht dies, indem sie sich vor allem Projekte sucht, bei denen das Besondere und die kleine bis mittlere Auflage im Mittelpunkt stehen. Damit diese Print-Produkte am Ende auch akkurat und hochwertig hergestellt werden können, arbeitet bei dem 35 Mitarbeiter zählenden Offset- und Digitaldruckbetrieb seit Kurzem ein Drei-



seitenschneider BC 330 von Polar.

Zu den Produkten, die bei Volkhardt Caruna Medien eine große Rolle spielen, gehören Klebebindungen. Heute werden diese automatisch geschnitten, wobei im Gegensatz zu dem vorhandenen Dreimeßerautomaten der Dreiseitenschneider mit nur einem Messer und ohne formatabhängigen Pressstempel arbeitet. In Amorbach können damit Formate von DIN A6 bis zu DIN A4 ohne Umbau direkt hintereinander verarbeitet werden, selbst eine Dicke des Produktes von bis zu fünf Zentimetern bereitet keine Probleme. Insgesamt sind bis zu 220 einzelne oder sogar bis zu 520 übereinander gestapelte Produkte in der Stunde automatisch zu schneiden.

> www.vc-medien.de
> www.polar-mohr.com

Digitaldruck für Folientastaturen

Für das Bedrucken flexibler Folientastaturen hat der Druckspezialist Thieme gemeinsam mit Industriepartnern ein Digitaldrucksystem entwickelt, das für beliebige Foliendesigns und Druckformate geeignet ist und den hohen Ansprüchen an Design, Funktionalität und Lebensdauer der technisch anspruchsvollen Produkte gerecht wird.

Text und Bild: Thieme

Folientastaturen begegnen uns in vielen Bereichen des täglichen Lebens. Vor allem aber in industriellen und medizinischen Anwendungen sind sie weit verbreitet, denn im Unterschied zu üblichen PC-Tastaturen widerstehen sie Staub, Feuchtigkeit und Chemikalien. Dem jeweiligen Einsatzbereich angepasst gibt es Folientastaturen in zahlreichen Ausführungen, Größen und Farben. Die oberste Folienschicht der Tastatur – die sogenannte Dekorfolie – ist auf der einen Seite Designelement, wird aber zusätzlich durch Tastenhübe dynamischen Wechsellasten ausgesetzt.

Der Druckprozess ist ein wesentlicher Schlüssel zur Absicherung aller Qualitätskriterien und wird bisher im Siebdruck realisiert. Um auch kleine Losgrößen wirtschaftlich herstellen zu können, schnelle Lieferzeiten zu ermöglichen und außerdem die Vorteile der Individualisierung auszuschöpfen, können Folientastaturen zukünftig auch im Digitaldruck gefertigt werden.

Viele Möglichkeiten einer kreativen Gestaltung waren bisher nur sehr aufwändig industriell herstellbar. Durch den kombinierten Inkjet- und Siebdruckprozess, den Thieme zusammen mit Partnern entwickelt und standardisiert hat, lässt sich der komplette Schichtaufbau nun industriell produzieren.

Der Prozess besteht aus einer Kombination spezieller Folien, Digitaldrucktinten, Siebdruckfarben und einer eigens entwickelten Maschine.

Dies ermöglicht gute Druckergebnisse sowie mehr als eine Million Tastenhübe ohne sichtbaren Verschleiß der Druckschicht.

Langlebige Druckergebnisse

Der digitale Druckprozess eröffnet vielfältige Gestaltungsoptionen für anspruchsvolle, kundenspezifische Dekors, zum Beispiel mit Farbverläufen. Die Dekorfolie wird vor der Weiterverarbeitung von der Innenseite bedruckt, die aufgebrachte Farbschicht muss also die beim späteren Prägevorgang entstehenden Spannungen rissfrei überstehen. Die Dekorschicht wird zusätzlich mit Weiß sowie einer Sperrschicht auf UV- oder Lösemittelbasis hinterdruckt. Diese Schichten werden weiterhin im Siebdruckverfahren aufgebracht, das hohe Schichtdicken und eine gute Kontaktfähigkeit zum Kleber ermöglicht, mit dem schließlich die verschiedenen Folien der Tastatur in

einem Laminierprozess verbunden werden.

»Alle Komponenten des Druckprozesses sind optimal aufeinander abgestimmt und wurden ausgiebig getestet«, betont Harry Götz, Produktmanager Digitaldrucksysteme bei Thieme. Neben der Prüfung der mechanischen Wechselfestigkeit (Hubtest) wurden Präge- und Laminier-tests durchgeführt, außerdem Prüfungen von Wärme- und Kältebelastung, Temperaturwechsel, feuchter Wärme und UV-Belastung. Alle Prüfungen fanden in einem zertifizierten Labor statt. Visuelle Tests ergaben zudem eine hohe Farbtreue sowie einen sehr großen Farbraum (Fogra39) der Druckergebnisse.

Einheitliche Maschinenplattform, freie Formatwahl

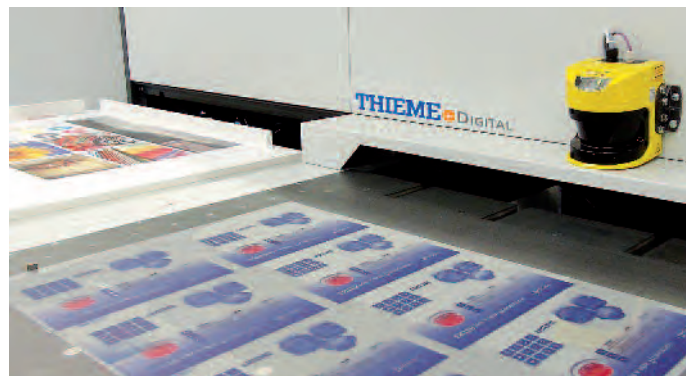
Da bei der Herstellung von Folientastaturen sowohl Digital- als auch Siebdruck zum Einsatz kommen, ist

es von Vorteil, dass Thieme für Digital- und Siebdruckprozesse dieselbe Maschinenplattform einsetzt. Das Materialhandling (zum Beispiel fahrbarer Drucktisch, Anlegepunkte, flexible Vakuumzonen) sowie Zusatzausrüstungen zur Druckoptimierung (Reinigungs- und Ionisationsanlagen) sind bei beiden Druckverfahren identisch.

Zum Einsatz kommt die Thieme 3020 im Druckformat 750 x 1.050 mm, die als Siebdruck- und Digitalstation erhältlich ist. Als kostengünstige Alternative für den Einstieg in die digitale Folientastaturherstellung steht die Thieme 500 D mit dem Druckformat 600 x 400 mm zur Verfügung, womit die meisten Folienformate im Einfaßnutzen abgedeckt werden.

Darüber hinaus lassen sich auf der Maschinenplattform kundenspezifische Formate realisieren. Auch eine optische Ausrichtung mit Kamerasystem in Sieb- und Digitaldruckmaschinen ist möglich, sodass Drucke automatisch zueinander ausgerichtet werden können. Für die Hersteller von Folientastaturen eröffnen sich so gänzlich neue Gestaltungsspielräume.

› www.thieme.eu



Vielfältiges Design, einheitliche Technologie: Der zertifizierte Digitaldruckprozess für Folientastaturen ist optimal auf die Thieme-Maschinentechnologie abgestimmt, sodass gleichbleibend gute Druckergebnisse erzielt werden.

**RECYCLINGPAPIER
RECYSTAR COLOR**

Recyclingpapiere machen in reinem Weiß längst eine ausgezeichnete Figur. Höchste Zeit, dass sie auch zeigen, wie gut sie in Farbe aussehen. Mit der Neueinführung von RecyStar Color schlägt Papyrus jetzt die bunten Seiten auf. Die attraktive Palette umweltfreundlicher Farbvielfalt reicht von Canariengelb und Chamois über Mandarin, Hellgrün und Arctidblau bis hin zu Hellrosa und Rot. Auf dem matten, ungestrichenen und oberflächengeleiteten Recyclingpapier entfalten



Druckergebnisse ihre ganze Wirkung mit großer Brillanz und hohem Kontrast. RecyStar Color ist aber nicht nur etwas für das Auge. Mit seinem 1,25-fachen Volumen fühlt es sich gut an und legt so die Grundlage greifbarer Botschaften. Hergestellt aus 100% Altpapier und unter Verwendung umweltfreundlicher Farben, verfügt das Recyclingpapier über eine ausgezeichnete beidseitige Bedruckbarkeit und gute Falzeigenschaften. RecyStar Color gibt es in den Formaten 43 x 61 cm, 65 x 92 cm, 86 x 61 cm und in den Grammaturen 65, 80 und 160 g/m². Das hochwertige Recyclingpapier ist ausgezeichnet mit dem Blauen Engel, dem EU-Ecolabel, FSC zertifiziert und alterungsbeständig nach DIN ISO 6738.

› www.papyrus.com

**FLACHBETTDRUCKER
INCA ONSET R40LT**

Inca Digital gibt die Markteinführung seines UV-Flachbettdruckers Inca Onset R40LT für das Großformat bekannt. Seit ihrer Markteinführung im Jahr 2007 setzen die High-End-Druckmaschinen der Serie Onset mit ihrer hohen Produktivität und ihren Druckköpfen, die zur Vermeidung des sogenannten »Banding«-Effekts über die gesamte Bettbreite angeordnet sind, Maßstäbe in puncto Druckqualität. Das Modell Onset R40LT ist als manuelle Version mit einer Druckbreite von 3,14 m x 1,6 m, wahlweise mit vier, fünf oder sechs Farben erhältlich, hat eine Druckgeschwindigkeit von 265 m²/h und unterstützt Substrate mit



einer Stärke von bis zu 50 mm, was 40 Bogen pro Stunde bei Nutzung des gesamten Formats entspricht. Die neue Onset R40LT bietet die gleichen intelligenten Designfunktionen wie die bisherige Onset R40i, wie unter anderem die Fujifilm Dimatix Spectra-Druckköpfe mit einer Tröpfchengröße von 14 Picolitern, einen Vakuumsystem mit 15 Zonen, ein UV-Sensorsystem und mechanische Detektoren zur Erkennung der Substrathöhe – Garantien für hohe Produktivität, Qualität und Zuverlässigkeit.

› www.incadigital.com

**ERSTE WS6800-7C
IN DER SCHWEIZ**

Das Rorschacher Unternehmen Permapack hat Ende 2014 in die erste HP Indigo WS6800-7C der Schweiz investiert. Mit fortschrittlichem Farbmanagement, vielseitigem Anwendungsbereich und hoher Produktivität der HP Indigo WS6800, überzeugt die Druckmaschine als ideale Schmalbahndrucklösung für den auflagenstarken Etiketten- und Verpackungsdruck.

Das Projekt wurde unter der Führung von Markus Wirth, COO von Permapack, mit



Von links: Markus Wirth (COO, Permapack AG) und Adrian Meyer (Mitglied der Geschäftsleitung, Chromos AG).

einem Core-Team evaluiert und umgesetzt. »Um die hohen Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen, haben wir unser Dienstleistungsangebot weiter ausgebaut. Wir bieten unseren Kunden auch bei kleineren Aufträgen die qualitativ und wirtschaftlich beste Technologie an«, begründet Wirth die Systementscheidung sowie die Positionierung im Unternehmen. »Das hohe Qualitätsniveau der HP Indigo mit der großen Farbraumabdeckung, dem automatisierten Workflow und der Verarbeitung von nahezu allen Materialien kommen dabei voll zum Tragen«, erklärt Markus Wirth weiter.

› www.permapack.ch

› www.chromos.ch

**MEHR UMSATZ, WENIGER
KOSTEN**

Sinkende Druckaufträge und steigende Kosten machten der US-amerikanischen Werbendruckerei Cohber Press das Leben schwer. Daher entschloss sich die Geschäftsführung vor rund einem Jahr für das partnerschaftliche Beratungskonzept Performance Plus von Heidelberg, das mit Hilfe von Lean-Management-



Das hochmotivierte Team von Cohber Press hat allen Grund, stolz zu sein: So gelang es ihm, im Rahmen von Performance Plus und in Zusammenarbeit mit den Beratungsexperten von Heidelberg, die Gesamtproduktivität innerhalb eines Jahres um über 40% zu steigern.

Methoden auf eine verbesserte Wirtschaftlichkeit von Druckereien zielt. Nun zog das Unternehmen eine erste Bilanz: »Mit Performance Plus konnten wir unsere Kapazitäten mit demselben Equipment deutlich erhöhen und 25 Prozent mehr Umsatz erzielen«, sagt Eric Webber, CEO und Eigentümer von Cohber. Cohber ist es gelungen, die Gesamtproduktivität innerhalb eines Jahres um durchschnittlich 42% zu steigern und rund 1.800 Stunden zusätzliche Maschinenkapazität zu gewinnen. Dabei wurden Einsparungen in Höhe von 115.000 Dollar erzielt. Aufgrund des Erfolgs hat sich Cohber für eine Verlängerung des Programms um ein weiteres Jahr entschieden, um Verbesserungspotenziale nun hauptsächlich in der Vorstufe der Druckerei zu erschließen.

› www.heidelberg.com

**CANON IMAGEPRESS
C600I**

Canon ergänzt sein imagePress Portfolio mit der Einführung der neuen imagePress C600i. Sie erfüllt die steigende Nachfrage an hochwertigen Kleinauflagen, die auf einer Vielzahl von Medien produziert werden müssen. Für Agenturen, Marketing- und Designabteilungen sowie kleinen Dienstleis-



tungsbetrieben bietet die imagePress C600i die ideale Lösung. Es handelt sich zudem um das erste Drucksystem mit Premiumqualität, welches sich nahtlos in bestehende Büroumgebungen integrieren lässt.

Für Unternehmen bietet die imagePress C600i insbesondere durch die zahlreichen Management-Werkzeuge, die auf Effizienz und eine Verringerung der Kosten ausgerichtet sind, eine Vielzahl von Möglichkeiten. Zu ihnen zählen die Optimierung der Druckerflotte, Lösungen für das Output-Management und die Druckkostenkontrolle sowie die Gestaltung optimaler Dokumenten-Workflows, um vollständig integrierte Managed-Print-Services bereit zu stellen.

Die imagePress C600i erreicht Geschwindigkeiten von bis zu 60 Seiten/Min. und verarbeitet eine Vielzahl von Medien. Diese werden mit Grammaturen von bis zu 300 g/m² und einem Format bis SRA3 im automatischen Duplexdruck verarbeitet.

› www.canon.de

ICH

BIN

EIN

SCHUB

FÜR

IHREN

ROI





















I am the power of print. Wird bei Werbekampagnen für Konsumgüter ein optimaler Medienmix unter erhöhter Beteiligung von Magazinanzeigen eingesetzt, steigt der Return on Investment von 1,64 auf 1,75. Wenn Sie Ihre Ausgaben für gedruckte Werbung optimieren, können Sie Ihren ROI um 17 Prozent steigern. Lesen Sie mehr auf: www.printpower.eu



**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
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
26. 03. - 27. 03. 2015	Online Print Symposium	München	 www.online-print-symposium.de
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
2016			
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 www.fespa.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.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

3. ONLINE PRINT SYMPOSIUM

Vom 26. bis 27. März 2015 trifft sich die Online Print-Branche auf dem OPS in München/Unterschleißheim. Die Veranstaltergemeinschaft von zipcon consulting, dem Bundesverband Druck und Medien und der Fogra freut sich über die Entwicklung: »Mit Teilnehmern und Sprechern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Belgien, Irland, England, Frankreich, USA und Nigeria wächst das Online Print Symposium stetig weiter. Mit praxisnahem Entscheidewissen, spannenden und richtungsweisenden Vorträgen und einer einmaligen Network-Plattform bietet das OPS die ideale Grundlage für die Entwicklung, den Auf- und Ausbau von Geschäftsmodellen im Online Print«, sagt Bernd Zipper von der zipcon consulting. Das Motto der 3. Veranstaltung, »Online-Druck-Manufaktur oder Druckfabrik?«, spiegelt einen Trend im Online Print wider. Ralf Schlözer, Experte der InfoTrends, wird diese Entwicklung beleuchten und gemeinsam mit Dr.-Ing. Markus Lorenz, Partner und Managing Director The Boston Consulting Group, diskutieren. Das Symposium, das erstmals in diesem Jahr im Dolce Kongresshotel stattfindet, bietet Vorträge und Diskussionen zu den Themen: Internationalisierung, Gender-Commerce im Online Print, Trends und Entwicklungen, Online-Produktpräsentationen, Analog-Print im Onlineshop und vielen weiteren.

› online-print-symposium.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 Härtungstechnologien 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, Medizin-technik und Optik gibt. Dabei wird sowohl die Klebetechnologie 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

XEIKON CAFÉ VOM 10. BIS 12. MÄRZ

Strengere gesetzliche Anforderungen, ein Anstieg der unterschiedlichen Versionen, Mehrsprachigkeit, mehr haptische und ins Auge fallende Veredelungen – der moderne Etikettenmarkt erfordert spezifische Produktionslösungen von spezialisierten Zulieferern, um rentabel zu bleiben. Aus diesem Grund richtet Xeikon gemeinsam mit seinen Aura-Partnern vom 10. bis 12. März 2015 an seinem Firmensitz in Belgien das Xeikon Café für Verpackungsinnovationen aus. Während der dreitägigen Veranstaltung können sich die Besucher über die neuen Trends und Innovationen in der digitalen Etikettenproduktion informieren. Zudem haben sie die Möglichkeit, sich mit anderen Teilnehmern und Vertretern der Branche auszutauschen, über eigene Erfolge zu berichten sowie sich mit technischen Entwicklungen vertraut zu machen.

Xeikon gibt außerdem bekannt, dass mit dem Finat ein wichtiger internationaler Verband der Selbstklebeetiketten-Industrie am Business Conference Programm des Xeikon Café teilnehmen wird.

› www.xeikoncafe.com

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



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

DIGITALDRUCK – NEUESTER STAND Unter dem Logo der Brancheninitiative Print digital! stellt der Fachverband Medienproduktion e. V. (f.mp.) Konzepte vor, um die Potenziale von Digitaldruck in Kombination mit intelligenten IT- und Logistiklösungen richtig zu nutzen. Print digital! setzt die Roadshow fort. Verbliebene Termine sind am 17. März in Berlin und 18. März in Hamburg. › www.f-m-p.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

›WELT DER VERPACKUNG 2015‹ Zwei kompakte Messtage 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 München (12. März) und in Basel (17. März). › www.adobe.de

WETTBEWERB UM STIPENDIUM

Die Achilles Gruppe startet unter dem Motto ›crazy und cool‹ jetzt zum zweiten Mal einen Gestaltungswettbewerb für junge Grafiker, Designer, Medienproduktoren und Auszubildende der Medienbranche. Gesucht wird der aufregendste Gestaltungsvorschlag für einen Präsentationsordner. Für Ideen, die den Rahmen sprengen, winkt auch in diesem Jahr eine besondere Belohnung. Drei Teilnehmer mit den innovativsten Gestaltungsvorschlägen erhalten jeweils ein Stipendium für die Weiterbildung ›Geprüfter Medienproduktoren/f:mp‹ – Schwerpunkt Druckveredelung.

Die Teilnahme am Gestaltungswettbewerb ist denkbar unkompliziert. Unter www.achilles.de/crazy-cool kann eine Layoutvorlage für den zu gestaltenden Ordner heruntergeladen werden. Jeder Interessent kann damit seinen kreativ-verrückten Ideen freien Lauf lassen und seinen Entwurf unter dem Stichwort ›crazy und cool‹ bis zum 17. März an die E-Mail-Adresse mlh@achilles.de senden. Alle eingegangenen Layoutvorschläge werden geprüft und anschließend jeweils ein Originalordner mit den Motiven produziert. Diese werden ab dem 21. März auf Facebook bei easysordner.de vorgestellt und können von Usern ›geliked‹ werden. Die drei Ordner, die bis zum 5. April 2015 die meisten ›Likes‹ auf sich vereinen, haben gewonnen.

› www.f-m-p.de

› www.achilles.de/crazy-cool

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, Leit-systemen 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.typhotage.de

EIN BLICK IN DIE VERLAGSWELT

Rund 30 Deutschschweizer Verlage präsentieren bis April 2015 im Literaturmuseum Strauhof ein vielfältiges Ausstellungs- und Veranstaltungsprogramm und bieten einen Blick hinter die Kulissen des Büchermachens. 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 beantworteten 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 Buchmacher über die aktuellen Herausforderungen der Verlagswelt.

› publishersinresidence.ch

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
09. 03.	VDM NW, Erfolgreiche Kundengespräche – effektiv und zeitgemäß	Hamburg	› www.vdmnw.de
09. 03. – 10. 03.	VDM NW, Adobe InDesign – Workflows durch XML automatisieren	Hamburg	› www.vdmnw.de
09. 03. – 10. 03.	VDMB, Marketing-Experte – Modul 1	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 03.	SVI, Lebensmittelverpackung – die ökonomische Zeitbombe?	CH-Zürich	› www.svi-verpackung.ch
10. 03.	VDMB, Schwerpunkt Mobile Design: Response Layout	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 03. – 11. 03.	VDMB, Web-Technologien: Einführung in HTML5 und CSS3	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 03. – 11. 03.	tgm, Farbmanagement & PDF-X – DTP-Basistechnologien sicher beherrschen	München	› www.tgm-online.de
10. 03. – 11. 03.	VDM NW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
10. 03. – 13. 03.	VDM NW, Maxon Cinema 4D – Basiswissen Animation	Lünen	› www.vdmnw.de
11. 03.	VDM NW, Adobe InDesign – Personalisierung und variable Daten	Hamburg	› www.vdmnw.de
12. 03.	SVI, Checkliste für DoC – eine praktische Einführung	CH-Pratteln	› www.svi-verpackung.ch
12. 03.	VDM NW, Azubi-Kompetenztraining – Kommunikation und professionelles Verhalten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 03.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 03. – 13. 03.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 1	Ismaning	› www.vdmb.de
16. 03.	VDMB, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement in DTP-Anwendungen	Ismaning	› www.vdmb.de
16. 03. – 17. 03.	VDM NW, Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Hamburg	› www.vdmnw.de
17. 03.	VDMB, Augmented-Reality-Ergänzungen für Printprodukte	Ismaning	› www.vdmb.de
18. 03.	VDMB, Effizienter und sicherer Einsatz von PDF in der Druckproduktion	Ismaning	› www.vdmb.de
18. 03.	sbvv, Einstieg in InDesign	CH-Aarau	› www.sbv.ch
18. 03.	VDM NW, Adobe Illustrator – Aufgaben durch GREP automatisieren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
19. 03.	sbvv, Einstieg in das eBook-Geschäft für Verlage	CH-Zürich	› www.sbv.ch
19. 03.	VDM NW, Azubi-Kompetenztraining – Kommunikation und professionelles Verhalten	Lünen	› www.vdmnw.de
20. 03.	VDMB, Layouts mit Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Ismaning	› www.vdmb.de
21. 03.	tgm, XML im Publishing-Workflow	München	› www.tgm-online.de
22. 03.	tgm, Von InDesign zum E-Pub – Gedruckte und elektronische Bücher aus ›einem‹ Layout	München	› www.tgm-online.de
23. 03. – 24. 03.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	Hamburg	› www.cleverprinting.de
23. 03. – 24. 03.	VDM NW, Fotografie – Kameratechnik und Beleuchtung	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 03. – 25. 03.	VDMB, Einstieg in die Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 03. – 25. 03.	VDM NW, Adobe InDesign & DPS – Digitale Publikationen für Tablets	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
24. 03. – 25. 03.	VDMB, Tablet-Publishing mit der DPS	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 03. – 25. 03.	VDM NW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Hamburg	› www.vdmnw.de
25. 03.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
25. 03.	tgm, Typografie und die Frage der Disziplin – wie aus Künstlern Designer werden	München	› www.tgm-online.de
25. 03.	sbvv, Einstieg in InDesign	CH-Aarau	› www.sbv.ch
25. 03.	VDM NW, Formulare – Mit InDesign, Acrobat & Formscentral gestalten und verarbeiten	Lünen	› www.vdmnw.de
25. 03.	VDM NW, Best Practice: Datenschutz und Datensicherheit in der Druckindustrie	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
26. 03.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Hamburg	› www.vdmnw.de
26. 03.	sbvv, Workshop Typografie und visuelle Kommunikation	CH-Zürich	› www.sbv.ch
26. 03.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Hamburg	› www.cleverprinting.de
26. 03. – 27. 03.	VDMB, Web-Technologien: Einführung in JavaScript	Ismaning	› www.vdmb.de
26. 03. – 28. 03.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 2	Ismaning	› www.vdmb.de
27. 03.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Hamburg	› www.cleverprinting.de
28. 03.	tgm, Lightroom – Fotos schnell organisieren und einfach bearbeiten	München	› www.tgm-online.de
30. 03. – 31. 03.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
01. 04. – 02. 04.	Polar, Bedienerkurs für Polar Compucut V 4.10.2 und V 5.0.4	Hofheim	› www.polar-mohr.com
08. 04. – 09. 04.	VDM NW, Adobe Illustrator – Infografiken analysieren und realisieren	Lünen	› www.vdmnw.de
09. 04.	VDM NW, Professionell im Kundenkontakt	Hamburg	› www.vdmnw.de
11. 04. – 12. 04.	tgm, AppStudio für Fortgeschrittene	München	› www.tgm-online.de

STARTSCHUSS FÜR NEUEN MASTERSTUDIENGANG

Der berufsbegleitende Masterstudiengang »Management Digitales Publizieren« wird ab dem Wintersemester 2015 neu an der Hochschule München angeboten. Die Hochschule setzt hierzu auf eine Weiterbildungspartnerschaft mit der Akademie der Deutschen Medien. Der Master soll Projektleiter und Nachwuchs-Führungskräfte auf die wesentlichen Herausforderungen der zunehmend technikgetriebenen Branche vorbereiten und sie für leitende Positionen qualifizieren. Unternehmen und Agenturen, die mittelfristig eine führende Marktposition besetzen oder behalten wollen, müssen strategisch und technologisch auf dem neuesten Stand sein. Die entsprechende Weiterbildung im Rahmen des neuen Masterstudiengangs in den Bereichen »Management und Innovation«, »Prozesse und Technologie« sowie »Projekte und Führung« ist hierfür eine wichtige Voraussetzung. Die Weiterbildungspartnerschaft erlaubt den Teilnehmern zudem einen flexiblen Einstieg ins Studium und eine individuelle Einteilung. Es lassen sich bis zu 50% der Module über den Besuch von ausgewählten Zertifikatskursen der Akademie anrechnen. Der jeweilige Fokus liegt dabei auf Themen wie Führung, Business Development, E-Commerce oder Corporate Publishing und Content Management bis hin zu Online- und Content-Marketing, PR, Kommunikation oder digitale Herstellung.

› www.medien-akademie.de
› www.dp.hm.edu

›GEPRÜFTER DIGITAL-DRUCK-PROFESSIONAL«

Nach der erfolgreichen ersten Auflage des Qualifizierungsangebots »Geprüfter Digitaldruck-Professional nach vdm« wird der Lehrgang ab dem 16. April 2015 erneut durchgeführt. Mit dem bundesweit einmaligen Schulungskonzept unterstützen die Druck- und Medienverbände Unternehmen bei der Integration von Digitaldruckanwendungen in den eigenen Maschinenpark sowie in bestehende Prozesse. »Mit dem Lehrgang Geprüfter Digitaldruck Professional stellen die Verbände Druck und Medien erneut ihre wichtige Funktion für die Branche unter Beweis: Sie vernetzen die Unternehmer, greifen deren Anliegen auf und verfügen über das Wissen und die Ressourcen, um den Unternehmen wichtige Hilfestellungen für die Zukunftsfähigkeit zu geben. Denn nur im Netzwerk der Unternehmen und in Zusammenarbeit mit den Akademien und Weiterbildungszentren der Landesverbände konnte eine solche praxisnahe und hilfreiche Qualifizierung entwickelt werden«, erklärt Theo Zintel, bildungspolitischer Referent des Bundesverbands Druck und Medien. »Wir haben damit den Grundstein für eine Erfolgsgeschichte gelegt.« Der Lehrgang beinhaltet drei Module zu je drei Tagen an den Standorten Ostfildern, Lünen und Ismaning. Durchgeführt wird er vom Verband Druck, Papierverarbeitung und Medien in Baden-Württemberg, dem Zentrum für Druck und Medien des Verbands Druck und Medien Bayern und der Akademie Druck + Medien Nord-West.

› www.bvdm-online.de

ENFOCUS SWITCH-ANWENDERTREFFEN

Von November 2014 bis Februar 2015 gab es für die deutschsprachigen Anwender der weltweit etablierten Automatisierungslösung Enfocus Switch drei Anwendertreffen. In Hamburg, Stuttgart und Köln standen aktuelle und künftige Neuerungen sowie weitere Möglichkeiten zur Automatisierung von Produktionsabläufen im Mittelpunkt der zweitägigen Veranstaltung von Impressed. Hier konnten sich Workflowspezialisten mit anderen Switch-Anwendern austauschen, um Switch noch effizienter und für neue Aufgaben zu nutzen. Es fand ein reger Gedanken- und Erfahrungsaustausch statt, der allen zugute kam. Anhand typischer Aufgabenstellungen in einem Produktionsbetrieb hat Impressed gezeigt, was Switch bei der Automatisierung und Standardisierung von Produktionsabläufen leisten kann. Am zweiten Tag der Veranstaltung fanden parallele Workshops zu unterschiedlichen Themen statt, sodass das Programm für Techniker und Produktionsverantwortliche gleichermaßen spannend und abwechslungsreich gestaltet war. Impressed plant aufgrund des positiven Feedbacks weitere Anwendertreffen, denn Switch wird kontinuierlich verbessert und weiterentwickelt. Bei künftigen Treffen werden die Themenwünsche und Anregungen der Anwender gleichermaßen einfließen wie bei den vergangenen Veranstaltungen. Wer dieses Mal nicht teilnehmen konnte, sollte sich die Chance beim nächsten Mal nicht entgehen lassen.

› www.impressed.de

17. DOXNET FACHKONFERENZ & AUSSTELLUNG

Doxnet – The Document Experts Network e. V. – will auf der Jahreskonferenz am 22. bis 24. Juni 2015 in Baden-Baden den Mitgliedern und Konferenzbesuchern einen zusätzlichen Mehrwert bieten. Dies hat der Vorstand während seiner jüngsten Kick Off Sitzung in Frankfurt bekanntgegeben. Die Organisatoren der Veranstaltung wissen, dass die Fach- und Anwendervorträge teilweise ein großes Fachwissen voraussetzen. Aus diesem Grund hat man sich in diesem Jahr dazu entschlossen, am 23. Juni 2015 einen zusätzlichen »Education« Teil anzubieten. Dort werden Fachvorträge rund um das Thema Dokument angeboten. Dabei stehen Themen wie »Drucken – was ist das?«, »Papier Vor- und Nachverarbeitung«, »Software und Workflow«, »Farbe im Digitaldruck« sowie »Papier« als Grundlageninformationen im Vordergrund. Angesprochen werden zum einen Teilnehmer, die neu in der Dokumentenbranche sind und zum anderen Auszubildende, Studenten und Trainees der Konferenzbesucher. Auch in diesem Jahr arbeitet der Vorstand des Verbandes bereits frühzeitig am Vortragsprogramm, damit wie immer ein ausgewogenes Verhältnis von Vorträgen und begleitender Fachmesse angeboten werden kann. Neben hochkarätigen Keynote-Speakern und zahlreichen Fachthemen aus dem Bereich des Dokumentenmanagements berichten Anwender von interessanten Installationen und Projekten.

› www.doxnet.eu

BERUFSBILDUNGSZENTRUM ALOIS SENEFELDER

An der Technikerschule für Druck und Papierverarbeitung des Städtischen Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder in München beginnen im September 2015 wieder die Lehrgänge »Ausbildung zum staatlich geprüften Druck- und Medientechniker« und »Ausbildung zum staatlich geprüften Papiertechniker«. Die Lehrgänge dauern zwei Jahre und schließen mit dem Zertifikat »Staatlich geprüfter Druck- und Medientechniker« beziehungsweise »Staatlich geprüfter Papiertechniker« ab. Die Ausbildung erfolgt in modularer Form. Durch zum Teil frei wählbare Module hat der Studierende die Möglichkeit, Defizite abzubauen beziehungsweise spezielle Qualifikationen hinsichtlich seiner späteren Tätigkeit zu erwerben. Die Bewerber müssen eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Ausbildungsberuf der Druckindustrie (zum Beispiel Setzer, Reprohersteller, Drucker, Werbe- und Medienvorlagenhersteller, Medientgestalter) oder der Papier, Pappe und Kunststoffe erzeugenden oder verarbeitenden Industrie (zum Beispiel Papiermacher, Verpackungsmittelmechaniker, Buchbinder) und das Abschlusszeugnis der Berufsschule besitzen. Die Dauer der Berufsausbildung und der beruflichen Tätigkeit muss insgesamt mindestens vier Jahre umfassen. Anmeldungen für die genannten Lehrgänge sind bis 20. Juni 2015 an die Schule zu richten.

› www.senefelder.musin.de


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

Heftmechaniken
selbstklebend, mit Abheftvorrichtung

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

Komplettangebot Konfektionierungsartikel

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

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

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



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

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar!



www.techkon.com

WEITERVERARBEITUNG

FKS Grafische Maschinen
ALLES NACH DEM DRUCK

Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG
T: +49 (0)40 736077-0
E: info@fks-hamburg.de

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

- Broschürenfertigen
- Sammelheften
- Zusammentragen
- Klebebinden
- Rillen
- Schneiden
- Perforieren
- Falzen
- Laminieren
- UV-Lackieren

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Laminieren / Cellophanieren:
Laminiermaschinen bis 106 x 145 cm, ein- oder zweiseitig, bis 170 m/min.

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstr. 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711/3584545 · Fax 0711/3584546
E-Mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

Printfinder SIA

Ihr Spezialist für
Hardcover & Softcover
Buchproduktion in Lettland

Ganu 6-21, Riga LV-1010, Lettland
Tel.: +371 - 29 606 232
E-Mail: printfinder@printfinder.lv
www.printfinder.lv/de

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

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

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer

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

VERSCHIEDENES



Stiften Sie zu – jetzt online!

SOS KINDERDORF STIFTUNG

Danke! Ich habe meinen Weg gefunden.

Ermöglichen Sie benachteiligten Jugendlichen eine solide Ausbildung und gestalten Sie Zukunft – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109, petra.traeg@sos-kinderdorf.de sos-kinderdorf-stiftung.de

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 19. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheint »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin etwa alle 14 Tage im Internet. In den Heften der Reihe »Druckmarkt Collection« werden spezielle Themen aufbereitet und erscheinen als Dossier oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten.

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

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 Euro (Inland) und 76,00 Euro (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.

Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur und Herausgeber)
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2015



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



Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.
www.druckmarkt.ch

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

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