

DRUCKMARKT 4. August 2015 impressions 94

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

MARKT & ZAHLEN

**Weniger Hürden, mehr
Unternehmertum. Seite 10.**

PRINT & FINISHING

**UV – traditionell, LED und
andere Finessen. Seite 20.**

BILDUNG & EVENTS

**Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. Seite 36.**



**Sommerloch
oder
Inhaltskrise?**

Seite 3.

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauf- lizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preis- vergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther

Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Test- version herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

Sommerloch oder Inhaltskrise?

Inhaltsverzeichnis

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

	Markt & Zahlen
04	Portal
06	Nachrichten
06	Heidelberg: Neuausrichtung scheint zu greifen
08	Canon-Studie zum Urlaubsbeginn
10	Weniger Hürden, mehr Unternehmertum
13	Diversifikation und Investitionen ins Kerngeschäft
14	Promotion für die Faltschachtel
	Technik & Praxis
17	Nachrichten
17	Ein Bekenntnis zu Print und zur Umwelt
19	Einstieg in den digitalen Bücherdruck
20	UV – traditionell, mit LED und andere Feinheiten
22	Automatisierte Lösung für Direktverteiler
24	Integration Hand in Hand
26	Kleinauflagen-Buchproduktion
28	Interprint startet industriellen Digitaldruck
30	Fünfte Farbe bringt mehr für den Digitaldruck
32	MB Bäuerle mit neuen Falzmodulen
34	High Quality statt Billigtarif
	Termine, Bildung & Events
36	Terminkalender
37	Nachrichten
38	Typografie und Tempo bei der Typo St.Gallen
40	Seminare & Veranstaltungen
41	Business to Business
41	Impressum

Es wird ja von manchen Zeitgenossen behauptet, es gäbe kein Sommerloch. Wir behaupten das Gegenteil und stellen fest, dass das diesjährige Sommerloch schon seit Monaten anhält. Nicht etwa, dass wir unsere Publikationen nicht mehr füllen könnten, aber der Nachrichteneingang ist so schleppend wie selten zuvor.

Sollte das etwa seine Ursache darin haben, dass wirklich nichts passiert in der Branche? Das würden wir nicht untersteichen. Konzentrieren sich dann etwa alle jetzt schon auf die drupa und üben sich in Geheimniskrämerei? Das können wir uns auch nicht vorstellen. Vielleicht sind aber die Pressestellen bei vielen Unternehmen inzwischen so unterbesetzt, dass nur noch Meldungen versendet werden, wenn ein Event angekündigt werden soll oder eine neue Internetseite online ist? Diesen Eindruck könnte man tatsächlich gewinnen, auch wenn es unwahrscheinlich ist. Bleibt also nur noch die Vermutung, dass die Hersteller und Verbände nichts mehr zu sagen haben.

Nein, nein – ganz so schlimm ist es ja auch nicht. Wir machen ja keine Live-Berichterstattung und müssen auch nicht jeden Tag eine Zeitung füllen. Immerhin haben Hersteller mit Veranstaltungen und auch die Verbände mit ihren Jahrespressekonferenzen in den letzten Wochen für Nachrichten gesorgt. Nichts Unerwartetes, aber immerhin frisches Material.

Dennoch ist seit einiger Zeit unverkennbar, dass der Informationsgehalt vieler Meldungen, die uns erreichen, nicht besonders üppig ist. Und das hat mit einem Sommerloch überhaupt nichts zu tun. Natürlich gehört Klappern zum Handwerk. Das ist auch so lange in Ordnung und tolerierbar, bis es an die Schmerzgrenze geht. Und die ist für uns dann erreicht, wenn nur noch im Marketing-Jargon kommuniziert wird und wirkliche Substanz in den Meldungen nicht mehr auszumachen ist. Intelligente Texte sind sinnlosem Gelaber, Worthülsen oder unsinnigen Floskeln gewichen, was via Fachpresse an die Leser weitergegeben werden soll. Vielleicht hat man vergessen, dass die Meldungen ja nicht für die Redaktionen, sondern für die Leser der Fachpublikationen bestimmt sind. Und das sind im Zweifelsfall auch Kunden. Die aber merken sehr schnell, wenn die Inhalte fehlen.

Doch genug damit. Seit letztem Wochenende sind ja nun alle Bundesländer in den Ferien. Der Nachrichteneingang wird also noch schleppender sein. Da bleibt dann genügend Zeit, eigene Stories aufzusetzen und Fachthemen nachzugehen, die bisher eher oberflächlich behandelt wurden.

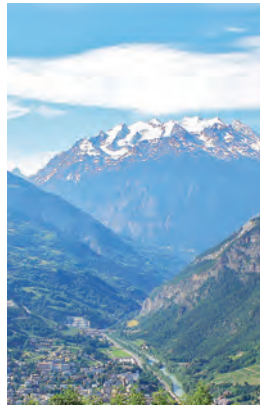
Doch jetzt wünschen wir Ihnen eine schöne Sommerzeit, vielleicht auch noch einen schönen Urlaub.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again



Wer Auto fährt, kennt auch Staus. Offenbar unvermeidbar. 475.000 Staus hat der ADAC im letzten Jahr auf Deutschlands Autobahnen gezählt – eine Gesamtlänge von 960.000 km. Unvorstellbar. Und noch weniger vorstellbar: Die Wartezeiten summieren sich auf 285.000 Stunden: etwas mehr als 32 Jahre.

RADEBEUL Wissenstransfer rund um den UV-Bogenoffset in Radebeul: Mit der ›LED-UV & Traditional UV Conference‹ bot KBA bei einer Kundenveranstaltung mit rund 1.000 Teilnehmern aus über 30 Ländern Fachwissen und Praxisbezug. Und am Abend? Relaxen am Purobeach in Dresden. Unser Bericht über die Konferenz auf **Seite 20**.

VISP Von Revolution ist die Rede, von einem Meilenstein in der Zeitungstechnik und anderen Superlativen. In der Tat wird im Schweizer Wallis bei Mengis Druck seit einigen Wochen der ›Walliser Bot« digital gedruckt. Wir haben uns vor Ort umgesehen und sind beeindruckt. Wir werden in der ›Druckmarkt‹-Ausgabe **Heft 99** berichten.



Zugegeben, so lange haben wir bei unseren Touren nicht gestanden. Aber etliche zähe Minuten gehen schon bei fast jeder Reise drauf. Und nicht nur bei sommerlichen Temperaturen kann es ordentlich heiß werden (wie oben auf dem Weg nach Radebeul). Trotzdem bleiben wir dabei: Für interessante Veranstaltungen und Gespräche ist Reisen – auch mit dem Auto – unentbehrlich.

FRANKFURT Auch wenn der FFI, Fachverband Faltschachtel-Industrie, zum Jahresgespräch in den Airport-Club im Frankfurter Flughafen eingeladen hatte, machen die Faltschachteldrucker alles andere als Höhenflüge. Auch die Zahlen des Jahres 2014 sind eher am Boden geblieben. Stabil mit kleinen Schwankungen. Dennoch bilanzierte der FFI ein zufriedenstellendes Jahr 2014. Und macht ordentlich auf die Faltschachtel aufmerksam. Lesen Sie mehr auf **Seite 14**.

BERLIN Der Bundesverband Druck und Medien ist der Interessenverband für die Unternehmen der Druckindustrie, kann und soll in dieser Funktion auch Lobby-Arbeit betreiben. Deshalb erstaunt es nicht, dass sich der Verband auf dem diesjährigen Druck- und Medientag am 18. und 19. Juni 2015 in Berlin bewusst politisch gab. Ach ja, und dann gab es auch noch aktuelle Zahlen zur Situation der Branche. Mehr dazu ab **Seite 10**.



DER DRUCKMARKT IN ›ECHT‹ UND DER FÜR ZWISCHENDURCH

Nachrichten, die es nicht in unsere gedruckte Ausgabe geschafft haben, insbesondere solche mit einem nur zeitlich begrenzten Charakter wie etwa Terminankündigungen, finden Sie regelmäßig in unseren ›Druckmarkt impressions‹. Und auch eine Fülle an weiteren Nachrichten, die wir in unseren Print-Ausgaben einfach nicht unterbringen können.

In dieser Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ erfahren Sie zum Beispiel schon vorab einiges zu den Zahlen der Branche, was in der gedruckten Ausgabe des ›Druckmarkt‹ noch ausführlicher behandelt wird.

Denn neben den ›Druckmarkt impressions‹ gibt es den ›Druckmarkt‹ auch in ›echt‹ – richtig gedruckt auf haptischem Papier. Die aktuelle Ausgabe erscheint nächste Woche und beinhaltet einen Schwerpunkt zum viel diskutierten Thema ›Crossmedia‹. Dazu gibt es einiges mehr an Berichten, Interviews, Analysen und News.

Und wenn Sie gerade auf der Suche nach aktuellen Marktübersichten zum Digitaldruck sind, können wir Ihnen die Ausgabe ›Druckmarkt COLLECTION 15‹ empfehlen, in der Sie alles wichtige über den Digitaldruck auf 48 Seiten finden.

www.druckmarkt.com

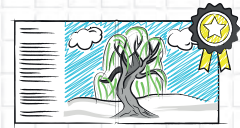
Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

Neue B2-Digitaldruckmaschine: Neues Geschäftsmodell



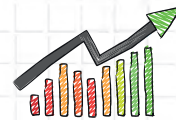
Schnelle Durchlaufzeiten dank
kurzer Rüstzeiten



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

PREISANPASSUNGEN AUCH BEI PAPYRUS Nahezu alle Hersteller für grafische Papiere hatten bereits Anfang Juni pauschal Preiserhöhungen angekündigt. Nun erhöht auch Papyrus in Deutschland seine Verkaufspreise um 50 €/t für Format- und Rollenpapiere in mehreren Produktkategorien. Dazu gehören gestrichene holzfreie Papiere, ungestrichene holzfreie Papiere sowie verschiedene Papierspezialitäten. Die Anpassungen sollen ab August 2015 greifen. > www.papyrus.com

ZUSAMMENARBEIT MIMAKI UND IGEPA Mimaki, Hersteller von Großformat-Inkjet-Druckern, und die Igepa Group werden ab August 2015 ihre Zusammenarbeit ausweiten. Bisher war Igepa für den Vertrieb der Mimaki Sublimationsdrucker und der großformatigen UV-Flachbettdrucker zuständig. Nun erhält Igepa von Mimaki auch die Vertriebsautorisierung für die kleinerformatigen UV-Drucker UJF-6042 für den Druck bis DIN A2 sowie den UJF-3042FX/ HG mit max. 300 x 420 mm Druckfläche für das Bedrucken von verschiedenen Materialien aus dem werbetechnischen und industriellen Umfeld. Auch das Bedrucken von zylinderförmigen Gegenständen wie Flaschen ist mit dem System möglich.

LASERLINE SPENDET 2.000 BÄUME Von April bis Juni hatte das Berliner Druckzentrum Laserline erneut seine Recycling-Wochen. Neben Rabatten auf ausgewählte Umweltpapiere verspricht das Unternehmen für jeden Druckauftrag auf Recycling-Papier einen Baum pflanzen zu lassen. Das Ergebnis: 2.000 Setzlinge werden nun in Berlin Mittelheide gepflanzt. Verbunden mit dieser Aktion können Kunden bei jedem Bestellprozess im Online-Shop der Druckerei auch direkt für die Pflanzung eines Baumes zahlen. > www.laser-line.de

ANTALIS ERHÖHT PREISE Eine weiterhin angespannte Kostensituation durch einen starken Dollarkurs und daraus resultierende Preiserhöhungen von Antalis-Lieferanten zwingen den Papiergroßhändler nach eigenen Angaben zu weiteren Preisanpassungen. Antalis hebt die Papierpreise bei ungestrichenen Qualitäten wie Büropapieren, grafischen Papieren in Format und Rolle ab dem 1. September 2015 um 7% bis 9% an.

SPRINTIS SETZT AUF ERNEUERBARE ENERGIEN Bereits vor drei Jahren hat sich Sprintis mit erneuerbarer Energie auseinandergesetzt und eine seiner Lagerhallen mit einer Photovoltaik-Anlage ausgestattet, die 137 kW Strom erzeugt. Dies war den Geschäftsführern Christian und Matthias Schenk allerdings noch nicht genug. Im Frühjahr dieses Jahres haben sie eines ihrer Bürogebäude für rund 100.000 € ebenfalls mit einer 100-kW-Solaranlage ausgestattet. Durch den Betrieb sollen die Energiekosten reduziert und bald der komplette Eigenbedarf der Firma gedeckt werden. > www.sprintis.de

HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN NEUAUSRICHTUNG SCHEINT ZU GREIFEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist nach eigener Einschätzung gut ins neue Geschäftsjahr 2015/2016 gestartet. Vorläufige Berechnungen zum 1. Quartal (vom 1. April bis 30. Juni 2015) zeigten, dass die strategische

Ob der operative Gewinn in den endgültigen Zahlen des Quartals für ein positives Gesamtergebnis reicht, wird Heidelberg am 12. August kommunizieren. Die Börse reagierte jedenfalls positiv: Nach Bekanntgabe der Zah-



Neuausrichtung des Unternehmens greife und der Umsatz als auch das Ergebnis verbessert wurden.

Der Auftragseingang sei aufgrund eines guten Messeverlaufs in China und zusätzliches Servicegeschäft durch die PSG-Übernahme auf rund 700 Mio. € (Vorjahr: 588 Mio. €) gestiegen. Der Umsatz habe sich dank eines guten Auftragsbestands zu Beginn des Quartals, höherer Serviceumsätze sowie durch Währungseffekte auf rund 560 Mio. € (Vorjahr: 435 Mio. €) erhöht. Das operative Ergebnis habe sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserte. So lag das EBITDA bei 46 Mio. € (Vorjahr: 6 Mio. €) und das EBIT bei 28 Mio. € (Vorjahr: -11 Mio. €). Beide Kennziffern hätten von einem Ertrag aus der Übernahme der PSG-Gruppe in Höhe von rund 19 Mio. € profitiert. Ohne den Ertrag aus der PSG-Transaktion stieg die operative EBITDA-Marge auf rund 5% (Vorjahr: 1,4%).

len stieg der Kurs je Aktie im S-Dax von 2,19 auf 2,41 €. Auch der stellvertretende

Vorstandsvorsitzende und Finanzvorstand **Dirk Kaliebe** äußerte sich optimistisch:

»Mit dem Start ins neue Geschäftsjahr ist Heidelberg auf gutem Weg, die angestrebten Jahresziele zu erreichen.«

Der Aufsichtsrat der Heidelberger Druckmaschinen AG hatte Finanzvorstand Dirk Kaliebe als stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden des Unternehmens berufen, da sich der Genesungsverlauf von Dr. Gerold Linzbach voraussichtlich länger als erwartet verzögert. In seiner neuen Funktion übernimmt Dirk Kaliebe bis zur Rückkehr von Dr. Linzbach den Vorsitz im Vorstand von Heidelberg sowie die Aufgaben des Arbeitsdirektors.

> www.heidelberg.com

STIMMUNG HOCH, ERWARTUNGEN TIEF

Die Stimmung in der deutschen Druckindustrie hat sich nach dem aktuellen Konjunktur-Telegramm des Bundesverbandes Druck und Medien gegenüber dem Vormonat erneut verbessert. Der saisonbereinigte Index der Geschäftslagebeurteilung habe im Juli erneut um 3,3% zugelegt. Das erreichte Stimmungsniveau markiere das bisherige Jahreshoch und den höchsten Stand seit 1991.

Gründe für das Stimmungshoch dürften in der für die Saison unüblich positiven Bewertung der Geschäftslage liegen. Diese fiel gegenüber dem Vorjahresmonat günstiger aus. Ebenfalls bessere Werte als im Vormonat wiesen auch die Indikatoren Entwicklung der Produktion, die Nachfrage und die Auftragsbestände auf.

Über die Auslastung der Betriebe gibt das Konjunkturtelegramm im Juli keine Auskünfte. Im Juni noch meldeten 35% der Druckereien, dass mit Überstunden produziert wird.

Allerdings verschlechterten sich im Juli die Geschäftserwartungen der Druckindustrie für die nächsten sechs Monate. Die Skepsis wird neben den eingetrübten Exportaussichten von der negativen Entwicklung der Verkaufspreise in den kommenden drei Monaten genährt. Der Geschäftsklimaindex der Druckindustrie, ein Mittel der Geschäftslagebeurteilung und der Geschäftserwartungen, stieg im Juli 2015 ebenfalls an.

EFI ÜBERNIMMT ZWEI DRUCKERHERSTELLER

Der Textildruckspezialist Reggiani Macchine aus Bergamo gehört künftig zu Efl. Das italienische Unternehmen, das seit mehr als 60 Jahren besteht, ist unter anderem auf den wasserbasierten Inkjet-Druck auf Textilien spezialisiert. Efl übernimmt die Inkjet-Drucker, die mit wasserbasierten Tinten, Sublimations-, Pigment- und Reaktivtinten arbeiten. Efl zahlt rund 20 Mio. €. Die rund 190 Mitarbeiter von Reggiani sind ab sofort Teil des Efl-Teams.

Die israelische Matan Digital Printers mit 70 Mitarbeitern gehört ebenfalls ab sofort zu Efl. Eckpfeiler des Portfolios sind Rolle-zu-Rolle-Drucker. Efl zahlte den Gesellschaftern von Matan rund 29 Mio. US-\$ zum Erwerb aller ausstehenden Aktien und übernahm Verbindlichkeiten des Unternehmens in Höhe von rund 5 Mio. \$.

› www.efi.com

PAPIERVERBRAUCH STEIGT WIEDER

Der Papierverbrauch in Europa steigt wieder, die Papierproduktion fällt dagegen nach wie vor, jedoch viel weniger als in den Vorjahren. Diese Tendenz nennt der europäische Verband der Papierindustrie CEPI in seinem Jahresbericht 2014. Die Zahlen zeigen dabei ein leicht aufgehelltes Gesamtbild der Branche. Zwar sank die Produktion von Papier und Karton um 0,2% gegenüber 2013 auf 91,1 Mio. t, in den Jahren 2010 bis 2013 war der Rückgang um 3,4% jedoch wesentlich größer. Bemerkenswert ist allerdings, dass der Verbrauch von Papier und Karton in Europa 2014 erstmals seit drei Jahren um 0,9% auf nunmehr 77,1 Mio. Tonnen gestiegen ist. 40,5% der erzeugten Menge sind grafische Papiere, 47,5% Verpackungspapiere und Karton, 7,7% Haushalts- und Sanitärpapiere und 4,3% Spezialpapiere.

BOBST KAUFT NUOVA GIDUE

Der Verpackungsmaschinenhersteller Bobst hat Mitte Mai eine Mehrheitsbeteiligung an Nuova Gidue übernommen, dem italienischen Hersteller von Druckmaschinen im Narrow- und Schmalbahn-Markt für Etiketten. Bobst übernimmt 65% der Anteile an Nuova Gidue mit der Option zum Erwerb der verbleibenden Aktien, heißt es in einer Mitteilung. Federico d'Annunzio, Eigentümer von Nuova Gidue, soll als CEO und Aktionär beim Unternehmen bleiben. Nuova Gidue baut Druckmaschinen mit hohem Automatisierungsgrad für die Herstellung von Selbstklebe-Etiketten und Verpackungen. Mit diesen Technologien will Bobst seine Drucklösungen erweitern und unterstreicht seine Expansionsstrategie. Bobst geht von einem starken Wachstum im Etikettenmarkt aus und setzt auf das Know-how der 60 Mitarbeiter von Nuova Gidue am Standort in Capalle nahe Florenz.

› www.bobst.com

OKI KAUFT LFP-GESCHÄFT VON SII

OKI Data Corporation, das auf Drucker spezialisierte Unternehmen der OKI Gruppe, übernimmt das Großformatgeschäft von Seiko I Infotech Inc. (SIIT), eine Tochter von SII. Die Unternehmen unterzeichneten eine Pressemitteilung zufolge am 8. Juli 2015 einen Kaufvertrag über den Erwerb aller im Besitz der SII befindlichen SIIT-Aktien und der Vermögenswerte der ausländischen Töchter in Europa und den USA. Die Transaktion beinhaltet den Erwerb der LFP-Inkjet-Drucker, LED-Grafikplotter, Entwicklungsressourcen sowie die Verkaufskanäle und soll vertragsgemäß am 1. Oktober 2015 abgeschlossen sein.

OKI sieht im Geschäft mit professionellen Druckern einen wichtigen Wachstumsmarkt und rechnet mit einer steigenden Nachfrage nach LFP-Druckern mit einer jährlichen Wachstumsrate von 6%, angetrieben durch den steigenden Bedarf an On-Demand-Lösungen.

› www.oki.de

FOELLMER MIT GUTEM ERSTEN HALBJAHR

Für den Maschinenbauer Josef Foellmer setzt 2015 die Erfolgsgeschichte des Streifenfineschussgerätes DigiTab 2010 Plus fort. Das auf der drupa 2012 vorgestellte Modell wurde nach Angaben des Unternehmens seitdem in hohen Stückzahlen verkauft. Zu Jahresbeginn sei die Produktion erheblich angekurbelt worden. Trotz zurückhaltender Investitionsneigung im Markt der europäischen Druckindustrie hätten mehr Geräte das Band verlassen als im Jahr zuvor. Auch die Doppelecken- und stoßmaschine ZE42 habe aufgrund ihres Erfolgs auf dem internationalen Markt zu der guten Auslastung beigetragen.

Michael Foellmer, führender Geschäftsführer in der 3. Generation des Familienunternehmens, blickt zufrieden auf das erste Halbjahr und sieht auch der zweiten Jahreshälfte positiv entgegen.

› www.foellmer.com

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

ANTALIS KAUFT KRÄFTIG ZU

Mit dem Kauf von mehreren Firmen setzt Antalis International seine Strategie fort, in den wachsenden Märkten Verpackung und Visual Communication zu expandieren. Der Gesamtumsatz der Zukäufe liegt bei 130 Mio. €. Die Zukäufe beinhalten die UK-Verpackungssparten von PaperlinX mit einem Umsatzvolumen von 30 Mio. €, das estnische Unternehmen Hansapackend mit einem Umsatz von 7 Mio. €, PaperlinX A/S aus Dänemark und das schwedische Unternehmen Cadorit i Boras. PaperlinX A/S und Cadorit i Boras haben zusammen ein aktuelles Umsatzvolumen von 92 Mio. €. Mit den Zukäufen wird der Umsatz von Antalis International in der Distribution von Verpackungen, Visual Communication und Serviceleistungen auf 450 Mio. € steigen.

Antalis hat außerdem die Büropapiermarke Data Copy und alle damit verbundenen Rechte von der finnischen Metsä Board erworben. Der französische Konzern Antalis übernahm die Marke im Juli 2015. Der Erwerb von Data Copy unterstreicht Antalis' Zielsetzung, im Büro-Bereich strategische Schlüsselmarken ins Sortiment einzubeziehen – entweder die Antalis Dachmarken Image und Data Copy oder exklusiv lizenzierte Marken wie Xerox. Strategische Bedeutung haben darüber hinaus Hersteller- und OEM-Marken mit eingeschränkten Exklusivrechten bei Antalis wie Pioneer und HP.

› www.antalis.de

CANON-STUDIE ZUM URLAUBSBEGINN REISENDE VERLASSEN SICH AUF GEDRUCKTE UNTERLAGEN

Einer aktuellen Canon-Studie zufolge drucken sich 93% der europäischen Urlauber ihre Reiseunterlagen aus. Und das, obwohl 92% ihre Ferienreisen im Internet recherchieren, 82% im Internet buchen und 77% ihre Reise-

»Damit wird deutlich, dass Urlauber gedruckte Reiseunterlagen wünschen. Unabhängig davon, ob dieses Verhalten am mangelnden Vertrauen in die von den Reiseveranstaltern genutzten elektronischen Systeme oder in

Buchung, Internetadresse oder Banner, die häufig ignoriert werden, könnten gedruckte Reiseunterlagen mit Zusatzinformationen versehen werden und das Erlebnis für den Kunden zu verbessern. Sie könnten nicht nur die Informationen enthalten, die Urlauber ohnehin benötigen, sondern auch Informationen, die sie in der Hand haben wollen, sodass sich die Reisenden unterwegs weniger auf das Internet verlassen müssen«, sagt van Hoesee.

Darüber hinaus bestünde ja auch die Möglichkeit, die Zuverlässigkeit gedruckter Dokumente mit den Vorteilen des Internets zu verbinden. So ließen sich individuell anpassbare Unterlagen erstellen. Damit würde eine Stufe der Personalisierung geboten, die zeigt, dass die Bedürfnisse der Kunden verstanden wurden, glaubt van Hoesee.

Anmerkung: Hier wären die so viel beschworenen crossmedialen Anwendungen durchaus denkbar. QR- oder andere Codes auf den Reisedokumenten, die Zusatzinformationen zu Anreise oder Reiseziel bieten. Das aber wäre mit einem gewissen Mehraufwand verbunden, der im Tourismus-Geschäft wohl nicht mehr realisierbar ist. Wenn die Reise schon ›All inclusive‹ ist, können doch nicht noch sinnvolle Informationen dazugepackt werden. Billig ist scheinbar doch noch immer wichtiger als Qualität.



Bildquelle: 123rf.com

buchungen selbst online vornehmen.

In Deutschland sagten 90% der 1.000 Befragten, dass sie ihre Reisedokumente ausdrucken. 75% davon tun dies aus Vorsicht, um im Fall von technischen Problemen oder Unklarheiten über einen physischen Beleg zu verfügen. Damit neigen deutsche Urlauber im europäischen Vergleich am ehesten dazu, sicherheitshalber einen Ausdruck anzufertigen. 43% drucken Reisedokumente aus Gewohnheit aus.

Von den Urlaubern, die ihre Dokumente ausdrucken, greifen 85% während ihrer Reise darauf zurück. 49% nutzen soziale Medien und das Internet, um sich unterwegs zu informieren. Nur 13% nutzen die Informationen, die ihnen von Reisebüros, Veranstalter etc. bereitgestellt werden.

die von den Reisenden selbst genutzten Technologien liegt, gibt es die Nachfrage nach gedruckten Dokumenten als

handfeste und zuverlässige Belege«, sagt Fabian van Hoesee, Marketing

Director bei Canon Deutschland.

Während der Reise wollen 67% der Urlauber die Adresse des Reiseziels griffbereit haben, 51% eine Karte des Zielorts, 42% eine Wegbeschreibung zur Unterkunft, 31% die Wegbeschreibung mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 28% wichtige örtliche Adressen und Telefonnummern.

»Die Botschaft an die Reisebüros und -veranstalter ist eindeutig: Gedruckte Reiseunterlagen sind für Urlauber immer noch unglaublich wichtig. Die Informationen, die sie erhalten, könnten jedoch weitaus nützlicher sein. Statt nur Einzelheiten zur



BIELOMATIK PAPIERVERARBEITUNG VERKAUFT

Das US-amerikanische Unternehmen BW Papersystems plant, die Sparte Papierverarbeitung von bielomatik zu übernehmen. »Wir sind in den Gesprächen sehr weit gekommen und warten nur noch auf die übliche behördliche Genehmigung«, sagt Alexander Wassermann, Vorsitzender der Geschäftsführung von bielomatik. BW Papersystems werde weiterhin an den Standorten Neuffen, Neuss und Bologna produzieren und die Mitarbeiter der Sparte übernehmen.

»Die Zukunft für den abgespaltenen Teil Papierverarbeitung ist damit gesichert«, sagt Wassermann. Auch mit Blick auf die anderen Bereiche des Unternehmens zeigt er sich optimistisch.

Der Geschäftsbetrieb von bielomatik wurde während des Insolvenz-Verfahrens uneingeschränkt fortgeführt. Seitens der Lieferanten seien keine relevanten Ausfälle verzeichnet und Kundenaufträge planmäßig erfüllt worden. Die Auftragslage blieb stabil.

BW Papersystems, das zu Barry-Wehmiller gehört, wird einschließlich des bielomatik-Bereichs Papierverarbeitung über 1.600 Mitarbeiter weltweit beschäftigen und erwartet einen Umsatz von über 400 Mio. US-\$ pro Jahr.

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

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

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

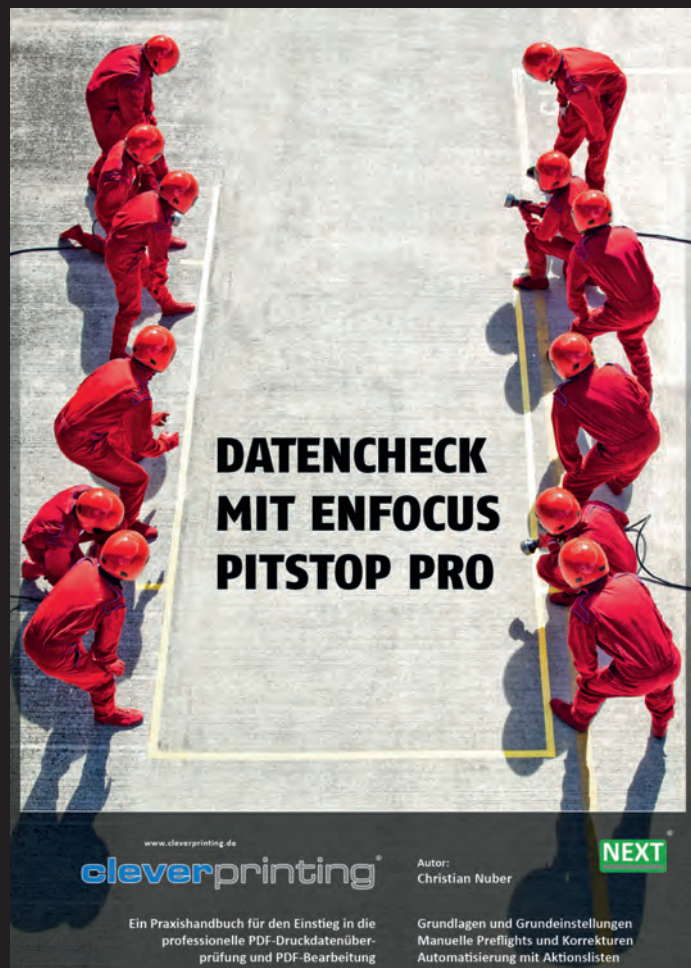


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

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.



www.cleverprinting.de
cleverprinting®

Autor:
Christian Nuber

NEXT

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

Grundlagen und Grundeinstellungen
Manuelle Preflights und Korrekturen
Automatisierung mit Aktionslisten

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

EU-HOLZHANDELS- VERORDNUNG

Trotz scharfer gesetzlicher Bestimmungen ist es nach wie vor möglich, über fertige Druck-Erzeugnisse Papier aus illegalem Holzeinschlag in die EU zu importieren. Der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) fordert deshalb, eine entsprechende Lücke in der EU-Holzhandelsverordnung (EUTR) zu schließen. »Es ist weder ökologisch noch wirtschaftlich sinnvoll, dass deutsche Zellstoff- und Papierhersteller konsequent nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit und gesetzestreu arbeiten, auf dem Markt aber mit Importprodukten konkurrieren müssen, für die illegal Wald eingeschlagen wird«, sagt VDP-Hauptgeschäftsführer Klaus Windhagen.

Zellstoff- und Papierhersteller in Europa unterliegen durch die EUTR beim Import von Holz, Holzfasern und Zellstoff einer ›Sorgfaltspflichtregelung‹, die die legale Herkunft der Rohstoffe sicherstellt. Der Import fertiger Druck-Erzeugnisse von außerhalb der EU ist jedoch von den Regelungen ausgenommen. Die deutsche Zellstoff- und Papierindustrie kritisiert außerdem den ungleichen Stand der Umsetzung der EUTR innerhalb Europas. Bis heute haben noch nicht alle EU-Mitgliedsländer die Verordnung implementiert. Zudem wird die Einhaltung der EUTR europaweit nicht einheitlich überprüft.

› www.vdp-online.de

**517.000 TONNEN
DRUCK-ERZEUGNISSE
WURDEN 2014 IN DIE EU
EINGEFÜHRT.**

Quelle: VDP Verband Deutscher
Papierhersteller.

VDMB-KOOPERATIONSTAG KOOPERATIONEN GEWINNEN AN BEDEUTUNG

Laut aktueller Umfrage der Druck- und Medienverbände sehen 95% der befragten Unternehmen Einsparpotenziale durch eine Verbesserung im Einkauf. »Wie in anderen Branchen rückt der Einkauf in den unternehmerischen Fokus«, fasst **Holger Busch**, Hauptgeschäftsführer des VDMB die Ergebnisse des Kooperationstags zusammen. »Unsere Branche ist traditionell durch den hohen Materialeinsatz von Papier, Platten und Farben von einem Fremdkostenanteil von rund 50 Prozent und mehr geprägt. In Verbindung mit vergleichsweise niedrigen Umsatzrenditen schlagen sich Kostenreduzierungen im Einkauf daher direkt in Ergebnisverbesserungen nieder.«



Die Referenten der Fachtagung unterstrichen, dass es keineswegs nur um den letzten Prozentpunkt Preisermäßigung ginge, sondern, dass sich die Druckereien in Zukunft viel intensiver mit der Optimierung ihrer Einkaufsprozesse auseinandersetzen müssen.

»Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Einkaufsprozesse in vielen Betrieben an unterschiedlichen Stellen mit sehr unterschiedlich ausgebildeten Mitarbeitern verantwortet werden. Zudem werden die Preise und Vereinbarungen zu vielen Produktionsmitteln nur jährlich oder noch seltener überprüft. Hier schlummern Potenziale«, erklärt Jens Meyer, Geschäftsführer der printXmedia Süd GmbH, der die Umfrage im Auftrag des bvdM verantwortet hat.

Unternehmer wie Vertreter von Einkaufsgemeinschaften, die von Druckereien zunehmend mehr genutzt werden, unterstrichen die Bedeutung von funktionierenden, zuverlässigen und vertrauensvollen Kunden-Lieferantenverhältnissen für die Druckindustrie. So könnten auch die Druckereien ihrerseits durch Optimierungen ihres Einkaufsverhaltens für Kostenentlastungen auf der Lieferantenseite sorgen, sodass sich daraus Win-win-Lösungen für beide Partner entwickelten.

Die Veranstaltung wurde in Kooperation mit Graphic Consult und mit Unterstützung von paperconnect, dem Einkaufsverbund Druck, dem Einkaufskontor Deutsche Druckereien und Hilpert Maschinen- und Industrieanlagen-

› www.vdmb.de

Weniger Hürden, mehr Unternehmertum

Der Bundesverband Druck und Medien ist der Interessenverband für die Unternehmen der Druckindustrie. In dieser Funktion kann und soll er Lobby-Arbeit betreiben. Deshalb erstaunt es auch nicht, dass sich der Verband auf dem diesjährigen Druck- und Medientag am 18. und 19. Juni 2015 in Berlin bewusst politisch gab.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Dies wurde nicht nur auf der Abendveranstaltung im Haus der Kulturen der Welt deutlich, als der FDP-Bundesvorsitzende Christian Lindner in seiner »Dinner-Speech« einige Seitenhiebe auf die derzeitige Regierung platzierte. Das muss er als Berufs-Politiker ja schließlich auch. Doch mit seinem Plädoyer für die Bedeutung freien Unternehmertums in der Sozialen Marktwirtschaft und seiner Forderung für »Mehr Freiheit und Flexibilität« traf er offenbar die Grundstimmung der über 200 anwesenden Druckunternehmer, Zulieferer, Agenturen und Branchen-Repräsentanten aus dem In- und Ausland.

Auf die Politik einwirken

Ohnehin hatte der bvdM bereits im Vorfeld des Druck- und Medientags mit dem Motto »Neue Regeln, neue Wege – neue Hürden?« die Latte relativ hochgelegt. »In Zeiten, in denen immerzu irgendetwas geschützt wird – die Umwelt, die Daten, das Klima oder der Verbraucher – stellt sich irgendwann die Frage: Was schützt, was nützt – und vor allem wem?«, hieß es in der Einladung. Und so stellte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, gleich in seiner Begrüßung fest: »Es wird in die unternehmerische Freiheit eingegriffen.« Die politischen Entwicklungen ließen keinen anderen Schluss zu. Dabei warnten er und Manfred Parteina, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft, ein-



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, der FDP-Bundesvorsitzende Christian Lindner und bvdM-Präsident Wolfgang Poppen (von links) bei der Abendveranstaltung des Druck- und Medientags 2015.

dringlich vor den negativen Folgen des Dauerthemas Werbeverbote und vor Einschränkungen durch die EU-Datenschutzverordnung. »Im Umfeld der Werbung stehen immerhin etwa eine Million Arbeitsplätze auf dem Spiel«, sagte Parteina.

Und auch Hans-Peter Wollseifer, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks, betonte in seinem Vortrag »Digitalisierung ist mehr als Industrie 4.0« dass die Bundesregierung in ihrer ersten Halbzeit »aufs falsche Tor gespielt« habe und forderte sie auf, die Weichen für eine mittelstandsfreundlichere Politik zu stellen. Statt Unternehmen zu belasten, sollten sie auf dem Weg in die Industrie 4.0 unterstützt werden. Wie sehr mittelständische Unternehmen durch staatliche Auflagen belastet sind, demonstrierte Dr. Ralph Dittmann, Geschäftsführer der WKS Druckholding GmbH, in seinem Vortrag. Die Verbände dürften nicht

nachlassen, auf die Politik einzuwirken, damit die Wettbewerbsfähigkeit nicht weiter eingeschränkt werde. Vielmehr wünsche sich der Mittelstand einen spürbaren Bürokratieabbau.

Leichte Steigerung bei Umsatz und Produktion

Zuvor hatte der bvdM auf seiner Jahrespressekonferenz in aller Eile die Zahlen 2014 der deutschen Druckindustrie präsentiert. Zwar hatte man es nicht zum ersten Mal gehört, doch der bvdM-Präsident Wolfgang Poppen hielt es für notwendig, noch einmal darauf hinzuweisen: »Der Wettbewerb wird härter«, sagte er, weshalb sich die Druck- und Medienbranche weiterhin in einer Phase der Umstrukturierungen befinde. Verschiebungen von Werbebudgets und sinkende Auflagen bei Zeitungen führten immer noch zu herben

Einschnitten. Dennoch sei in der Industrie aber auch wieder Optimismus spürbar.

Immerhin konnte die Druckindustrie in Deutschland 2014 das Umsatz- und Produktionsniveau des Vorjahres leicht übertreffen. Basierend auf verschiedenen Indikatoren wie dem Umsatzindex von Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten, der nominal um 0,3% und real um 0,8% stieg, oder dem Produktionsindex von Druckbetrieben mit 20 und mehr Beschäftigten, der 2014 um 0,7% stieg, schätzt der bvdM den Branchenumsatz für 2014 auf nominal 20,8 Mrd. € und preisbereinigt auf 20,6 Mrd. €. Dies entspräche einer Steigerung um 0,6% beziehungsweise 1,4% gegenüber dem Vorjahr. Zugrunde liegt dieser Prognose sowohl die positivere Beurteilung der Geschäftslage durch die Druckereien als auch die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes.

Verbesserte Produktionswerte

Die Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten erzielten 2014 insgesamt einen Produktionswert von 15,2 Mrd. € und blieben damit auf dem Niveau des Vorjahres. Rege gefragt war auch der Dienstleistungssektor innerhalb der Druckindustrie, dessen Produktionswert sich um 1,2% verbesserte.

Die Herstellung von Druckprodukten ging dagegen um 0,1% zurück. Diese Verringerung ist nach Angaben des bvdM auf die negative Entwick-

Dass sich die Produktionswerte der Druckindustrie quasi im Parallelauf mit den Werbeausgaben bewegten, ist seit Jahren bekannt. Diese Abhängigkeit gibt es noch immer, doch ist die Parallelität verloren gegangen. Die Schere zwischen Netto-Werbeausgaben und Produktionswerte der Druckindustrie scheint sich immer mehr zu öffnen, weil Werbebudgets umgeschichtet werden.

lung bei Zeitschriften und Büchern zurückzuführen, aber auch durch das geschrumpfte Segment »sonstiger Erzeugnisse« (beispielsweise der Druck von Kundenkarten oder Produkte auf andere Materialien als Papier).

Positiv entwickelte sich nach den Zahlen des Verbandes indes die wertgrößte Produktgruppe der Werbedrucke und Kataloge um 0,7%. Bedruckte Etiketten verzeichneten ein Wachstum von 3,5%. Vom starken Anstieg des Produktionswertes der Tageszeitungen (8,0%) angestoßen, legte auch die Kategorie Zeitungen/Anzeigenblätter zu.

Betriebe und Beschäftigte

Während sich die Umsätze und Produktionszahlen der Druckereien stabilisierten, verringerte sich die Anzahl der Betriebe und Beschäftigten jedoch weiter.

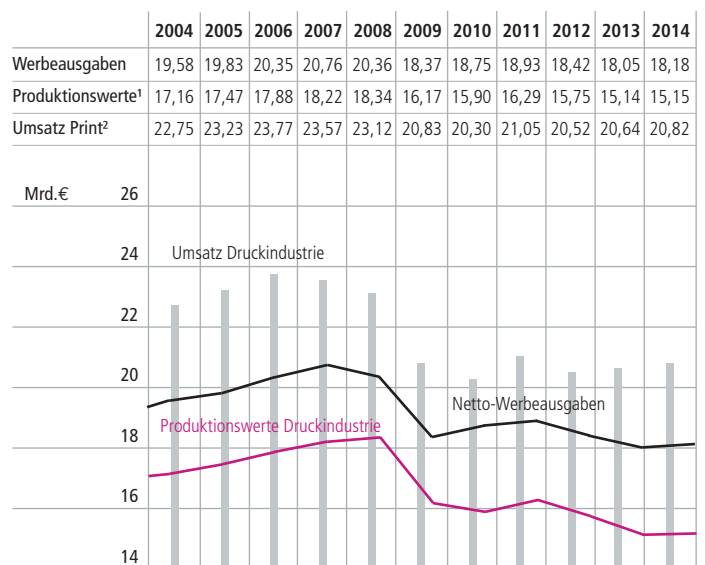
Am 30. Juni 2014 gab es in Deutschland nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit und Berechnungen des bvdM 8.842 Druckbetriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Im Jahr davor lag die Anzahl der Unternehmen noch um 3,3% höher. Zusammen beschäftigten diese Druckhäuser 142.599 Mitarbeiter. Dabei handelt es sich zu 55% um technische Fachkräfte, zu 14% um Führungspersonal sowie zu 31% um Mitarbeiter kaufmännischer, logistischer, informationstechnologischer und weiterer Berufsbereiche.

Probleme bestehen weiter ...

»2014 agierte die Branche in einem aggressiver werdenden Geschäftsumfeld und senkte als Reaktion in der ersten Jahreshälfte erneut die Preise für ihre Leistungen«, sagte Dr. Deimel. Einige hätten dem Konkurrenzdruck nicht standhalten können und seien aus dem Markt ausgeschieden oder in Konkurs gegangen. Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich die Zahl der Insolvenzen dennoch um bemerkenswerte 40%. Insgesamt wurden 107 Insolvenzverfahren mit einer Forderungssumme von 141,4 Mio. € eröffnet, wovon 2.137 Beschäftigte betroffen waren. In seinem Jahresbericht 2014/2015 stellt der bvdM fest, dass die Konsolidierung und Umstrukturierung der Druckindustrie durch die Entwicklungen in der Werbeindustrie beeinflusst wird. Das ist keine neue Erkenntnis, macht aber deutlich, wie stark die Abhängigkeit ist. 41% der Druck-Erzeugnisse (Werbedruck) sind direkt und 20% (Zeitschriften, Zeitungen, Anzeigenblätter, Kalender und Karten) indirekt werbeabhängig. Gehen die Werbeausgaben zurück, sinkt auch die Produktionstätigkeit der Branche.

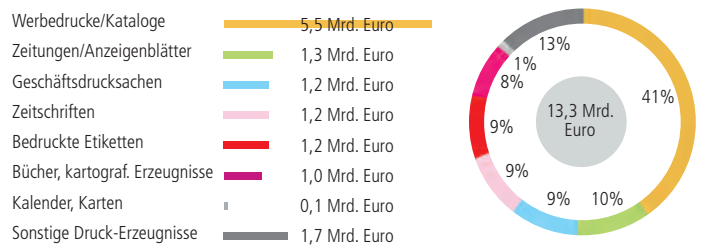
Das ist ja richtig und zeigt sich in den letzten Jahren noch deutlicher als in früheren Zeiten. Deshalb beklagt der bvdM auch, dass Druckprodukte 2014 von der positiven Entwicklung des Bruttowerbemarktes abermals nicht profitieren konnten.

WERBEAUSGABEN, PRODUKTIONSWERTE UND UMSÄTZE IN MRD. EURO



¹Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. ²Umsatz Druckindustrie auf Basis der Umsatzsteuerstatistik. Quellen: ZAW; Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik 7/2015.

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2014



PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2014

	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber 2013
Werbedrucke/Kataloge	5.500	41,3	+0,7%
Kataloge	1.184	21,5	+6,1%
Plakate	457	8,3	+7,3%
Geschäftsberichte	48	0,9	-15,2%
Andere Werbeschriften	3.811	69,3	-1,4%
Geschäftsdrucksachen	1.225	9,2	-0,2%
Zeitschriften	1.231	9,2	-3,2%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.333	10,0	+4,2%
Tageszeitungen	917	68,8	+8,0%
Wochenzeitungen	219	16,4	-1,3%
Anzeigenblätter	197	14,8	-5,8%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	1.048	7,9	-2,2%
Bedruckte Etiketten	1.183	8,9	+3,5%
Kalender/Karten	127	1,0	+3,7%
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.672	12,6	-4,7%
Summe Druck-Erzeugnisse	13.318	100,0	-0,1%
Druck- und Medienstufe	1.027	56,0	+1,4%
Druckweiterverarbeitung	808	44,0	+1,1%
Summe Prepress, PostPress	1.834	100,0	+1,3%
Gesamt	15.153		±0,0%

Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM. Druckmarkt-Grafik: 7/2015.

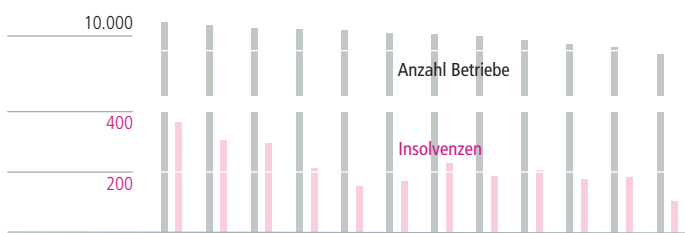
BETRIEBE & BESCHÄFTIGTE IN DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE 2014

Betriebsgröße	Betriebe			Beschäftigte*		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber 2013	Anzahl	Anteil in %	gegenüber 2013
1 bis 9	6.230	70,4	- 3,3	19.418	13,6	- 3,1
10 bis 19	1.116	12,6	- 5,3	15.254	10,7	- 5,2
20 bis 49	895	10,1	- 2,4	27.236	19,1	- 2,2
50 bis 99	337	3,8	- 2,9	23.337	16,4	- 3,5
100 bis 499	254	2,9	+ 2,0	47.200	33,1	+ 0,4
500 und mehr	10	0,1	- 16,7	10.154	7,1	- 10,4
Gesamt	8.842	100,0	- 3,3	142.599	100,0	- 2,7

*Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdM, Druckmarkt-Grafik 7/2015.

INSOLVENZEN IN DER DRUCKINDUSTRIE

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Betriebe (Tsd.)	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0	9,7	9,4	9,1	8,8
Insolvenzen	366	306	293	216	156	163	228	190	202	181	187	107



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM, Druckmarkt. Druckmarkt-Grafik 7/2014.

Nun weiß ja jeder, dass der Bruttowerbemarkt nichts anderes als ein Gespenst ist (höchstens ein Indikator für den Werbemarkt), das nur die Medien-Preise ohne Nachlässe etc. aufaddiert. Eine weit interessantere Darstellung des Werbemarktes finden Sie übrigens in unserem Beitrag »Das Phänomen Crossmedia« ab Seite 16 dieser Ausgabe. Doch das eigentliche Problem ist, dass diese gefährliche Abhängigkeit von der Werbung seit Jahren bekannt ist und nichts dagegen getan wird. Als wolle man sich weiterhin

tatenlos dem Schicksal ausliefern (siehe auch das Editorial dieser Ausgabe). Denn die sogenannte Printkrise ist eigentlich eine Werbekrise.

Aussichten für 2015

So wird auch die Entwicklung des Jahres 2015 wieder größtenteils vom Fluss der Werbebudgets abhängen. Und einiges deutet darauf hin, dass sich deren Umschichtung von Print zu alternativen Medien beschleunigen wird, glaubt Verbands-Geschäftsführer Dr. Deimel.

So seien auch die Geschäftserwartungen der Druckbetriebe im ersten Quartal 2015 etwas pessimistischer gewesen als in vergleichbaren Perioden der letzten fünf Jahre. Die Betriebe gingen außerdem von weiterem Personalabbau sowie nicht ansteigenden Preisen aus.

Vielleicht könnte die Druckindustrie aber vom allgemeinen wirtschaftlichen Wachstum profitieren. Die Bundesregierung erwartet für das laufende Jahr einen Anstieg des Brutto-Inlands-Produktes von 1,5%, der von einer steigenden Inlandsnachfrage getragen werden soll. Wegen des starken Jahresauftakts prognostizieren Wirtschaftsforschungsinstitute in ihren Frühjahrsprognosen sogar ein Wachstum von 2,1%. Und durch den unmittelbaren Zusammenhang des privaten Konsums mit Verpackungen sowie Werbedrucksachen aller Art könnte die Produktion 2015 an Bedeutung und Wert zunehmen, glaubt der Verband.

So schöpften Drucker neuen Mut, ist im Jahresbericht zu lesen, und planen, mehr in Maschinen und Umstrukturierungsmaßnahmen zu in-

vestieren. Doch was geplant und schließlich umgesetzt wird, sind bekanntermaßen zwei Paar Schuhe.

Pfeifen im Wald?

Das alles erinnert schon ein wenig an das Pfeifen im Wald. Von unternehmerischer Eigeninitiative ist da wenig zu spüren. Da hilft es auch nicht, wenn sich der Verband gegen zu viel Bürokratie beim Mindestlohn stellt, die »Überregulierungen von Zeitarbeit und Werkverträgen« anprangert oder mit anderen Verbänden für eine Verbesserung der Datenschutz-Verordnung kämpft.

Denn der bvdM scheint mit seinen Vorstößen alleine auf weiter Flur. Geradezu resignierend stellt Dr. Deimel fest, dass von den Betrieben der Branche nicht viel Unterstützung zu erwarten sei, weil sich »die Unternehmer nicht aus der Deckung trauen«. Dann aber verhält auch die Forderung Christian Lindners nach »mehr Freiheit und Flexibilität« im Wald.



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

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

ZEITSCHRIFTENVERLAGE

DIVERSIFIKATION UND INVESTITIONEN INS KERNGESCHÄFT

Deutschlands Zeitschriftenverleger setzen auf Diversifikation, den Ausbau ihrer Digitalformate und investieren gleichzeitig ins Kerngeschäft. 78% der Verlage bezeichnen neue Geschäftsfelder als wichtige Bausteine ihrer Unternehmensstrategie, 65% kündigen für die kommenden zwei Jahre steigende Investitionen in Diversifikationsprodukte an. Gleichzeitig plant über die Hälfte der Verlage, 2015 neue Titel auf den Markt zu bringen. Dies geht aus der Trend-Umfrage 2015 hervor, die der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ durchgeführt hat. Die in dieser Studie befragten Verlage repräsentieren mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes.

2014 beschäftigten die Zeitschriften-Verlage mehr als 60.000 Mitarbeiter und erzielten einen Umsatz von 15,1 Mrd. € und damit gegenüber dem Vorjahr eine leichte Steigerung von 1,7% auf 14,85 Mrd. €. Der VDZ-Trend-Umfrage zufolge rechnet die Branche 2015 im Digital-Geschäft mit einem Umsatz-Plus von 9%. Im sonstigen Geschäft erwarten die Verleger ein Wachstum von 12%. Hier werde vor allem der Bereich Corporate Publishing mit 23,7% deutlich zulegen. Bei Anzeigen und Vertrieb prognostizieren die Befragten für 2015 einen moderaten Rückgang von 2,4% beziehungsweise 1,9%. Die Frage nach den für das laufende Jahr kalkulierten Umsatz-Anteilen zeigt, dass das Print-Geschäft mit 64% nach wie vor die tragende Säule bildet. Die Branche erwirtschaftet mit dem Digital-Geschäft 16% des Gesamtumsatzes, mit dem sonstigen Geschäft 20%.

Die Verlagshäuser investieren nicht nur in Diversifikationsprodukte, sondern bauen zugleich ihr Print-Portfolio durch eine Vielzahl neu gegründeter Titel

aus. 2014 brachten die Verleger 133 Print-Magazine neu auf den Markt. In den ersten beiden Monaten dieses Jahres wurden bereits 16 Titel gelauncht. Ende Februar 2015 erreichte die Anzahl der mindestens quartalsweise erscheinenden Publikumszeit-schriften mit 1.595 ein Allzeit-Hoch. Gegenüber dem Vorjahr hat darüber hinaus auch die Bedeutung der Zeit-schriften in der Wirtschaftskommunikation weiter zugenommen. Wie die B2B-Entscheideranalyse 2014/15 der Deutschen Fachpresse ergab, investieren 38% der befragten Manager aktuell sogar mehr Zeit in die Fach-medien-Lektüre als noch vor zwei Jahren. Dabei wird fast eine flächen-deckende Nutzungsquote erreicht. So sind Fachmedien (Print und Digital) für 94% der Entscheider wichtige Informationsquellen. Diese Relevanz spiegelt sich auch in der Umsatz-entwicklung der Fachmedien wieder. Mit einem Gesamtumsatz von rund 3,3 Mrd. € und rund 1,5% Wachstum im Jahr 2014 setzt sich der Wachstumstrend nunmehr seit 2009 fort.

15,1 MRD. EURO
ERWIRTSCHAFTETEN DEUTSCHE
ZEITSCHRIFTEN-VERLAGE 2014.

65,4% ENTSPRECHEND
9,88 MRD. EURO WURDEN MIT
PRINT ERZIELT, 5,22 MRD. EURO
MIT DIGITALEN ANGEBOTEN
UND SONSTIGEM.

60.000 MITARBEITER
BESCHÄFTIGTEN DIE ZEIT-
SCHRIFTEN-VERLAGE 2014.

RUND **264 MIO. EURO**
GEBEN DIE DEUTSCHEN MONAT-
LICH FÜR ZEITSCHRIFTEN AUS.

MIT **1.595 TITELN** WURDE
EIN ALLZEITHOCH BEI DEN
MINDESTENS QUARTALWEISE
ERSCHEINENDEN PUBLIKUMS-
ZEITSCHRIFTEN ERREICHT.

Quelle: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ,
März 2015.

INPRINT

INDUSTRIAL PRINT SHOW

DIE FACHMESSE FÜR INDUSTRIELLE
DRUCKTECHNOLOGIE

WWW.INPRINTSHOW.COM



SPEZIALDRUCK • SIEBDRUCK • DIGITALDRUCK
INKJET-DRUCK • 3D-DRUCK

FUNKTIONALER UND DEKORATIVER
DRUCK AUF METALL, KUNSTSTOFF,
FOLIE, TEXTIL, GLAS, KERAMIK,
HOLZ UND VERPACKUNGEN

10.-12. NOV. 2015
MESSE MÜNCHEN

HALLE A6, EINGANG OST
PARALLEL ZUR ELECTRONICA



PARTNER/SPONSOREN



VERANSTALTER: FM BROOKS, TEIL DER MACK BROOKS EXHIBITIONS GROUP

Promotion für die Faltschachtel

Mit einem Produktionswert von erneut 1,88 Mrd. Euro und einem Produktionsvolumen von 839.368 t behauptete die deutsche Faltschachtelindustrie auch im Geschäftsjahr 2014 die Spitzenposition im europäischen Vergleich. Und damit das so bleibt, legt sich der Fachverband Faltschachtel-Industrie mächtig ins Zeug.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Dass der deutsche Markt für Faltschachteln nur noch einen Anteil von 20,9% am gesamteuropäischen Markt belegt, hat statistische Gründe. Durch die erstmalige Einbeziehung osteuropäischer Faltschachtelmärkte in die Auswertung ist der Anteil Deutschlands im Vergleich zum Vorjahr um knapp 4% gesunken. Dass das Produktionsvolumen um 1,3% oder 11.000 t geringer ausfiel als 2013, liegt indes im Bereich normaler Schwankungen dieses Marktes.

»Die deutsche Faltschachtelindustrie bewegt sich nach wie vor auf einem stabilen Niveau und an der europäischen Spitze«, stellt **Steffen Schnizer**, Sprecher des Vorstands des Fachverbands Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI) fest. Immerhin lag das Verhältnis der Mengen- zur Produktionswertentwicklung 2014 bei 2,24 € pro Kilogramm produzierte Faltschachtel und damit 3 Cent oder 1,4% über dem Vorjahreswert.



einem stabilen Niveau und an der europäischen Spitze«, stellt **Steffen Schnizer**, Sprecher des

Vorstands des Fachverbands Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI) fest. Immerhin lag das Verhältnis der Mengen- zur Produktionswertentwicklung 2014 bei 2,24 € pro Kilogramm produzierte Faltschachtel und damit 3 Cent oder 1,4% über dem Vorjahreswert.

Konsolidierung setzt sich fort

Damit konnten die Faltschachtelhersteller im Gegensatz zur übrigen Druckindustrie höhere Preise durchsetzen. Allerdings ging auch die Anzahl der Faltschachtelunternehmen in Deutschland zurück – vorwiegend bedingt durch Unternehmenszusammenschlüsse.

Die Anzahl der Mitglieder im FFI ist dagegen gestiegen. Damit repräsentiert der FFI nach wie vor drei Viertel des Produktionswertes (74,9%) und rund zwei Drittel des Produktionsvolumens (67,3%) der Gesamtbranche. Dabei haben die FFI Mitgliedsunternehmen im Jahr 2014 einen Produktionswert von 1,407 Mrd. € (-1,3% gegenüber 2013) und eine Produktionsmenge von 564.855 t (-2,0% gegenüber 2013) erzielt. »Der starke Anteil der FFI Mitgliedsunternehmen innerhalb der Gesamtbranche belegt, wie wir als Verband zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder beitragen. Wir nehmen dies als Verpflichtung, die Bedeutung der Faltschachtel als Verpackungs- und Verkaufsmittel weiter zu fördern«, erklärt Steffen Schnizer.

tiert der FFI nach wie vor drei Viertel des Produktionswertes (74,9%) und rund zwei Drittel des Produktionsvolumens (67,3%) der Gesamtbranche. Dabei haben die FFI Mitgliedsunternehmen im Jahr 2014 einen Produktionswert von 1,407 Mrd. € (-1,3% gegenüber 2013) und eine Produktionsmenge von 564.855 t (-2,0% gegenüber 2013) erzielt. »Der starke Anteil der FFI Mitgliedsunternehmen innerhalb der Gesamtbranche belegt, wie wir als Verband zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder beitragen. Wir nehmen dies als Verpflichtung, die Bedeutung der Faltschachtel als Verpackungs- und Verkaufsmittel weiter zu fördern«, erklärt Steffen Schnizer.

Bogen statt Gewicht

Dazu unterstützt der FFI seine Mitglieder mit vielfältigen Dienstleistungen und trägt so zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit bei. Hierzu zählen Know-how-Transfer und Kompetenzsteigerung über Veranstaltungen und Seminare, aber auch Leitfäden, Muster und Checklisten zur Standardisierung von Geschäftsprozessen.

Eines der bedeutendsten Projekte ist die zusammen mit der Vereinigung Maschinenkarton 2012 gestartete Überarbeitung der zuletzt 1998 herausgegebenen »FFI/VMK Qualitätsmerkmale für Faltschachtelkarton«, die den Mitgliedern Anfang 2014 zur Verfügung gestellt wurde.

Zentraler Aspekt ist darin die Umstellung der Kartonbestellung und -lieferung nach Gewicht auf Bogenzählung. Laut einer Umfrage des FFI wird knapp die Hälfte des von seinen Mitgliedsunternehmen eingekauften Faltschachtelkartons bereits auf Basis des neuen Systems bezogen. Die FFI-Mitgliedsunternehmen decken rund zwei Drittel (565.000 t) des Produktionsvolumens der deutschen Faltschachtelindustrie ab.

46% des Produktionsvolumens werden nach Bogen bestellt und abgezählt geliefert sowie nach nominellem Gewicht fakturiert. Bislang wurde das Rohmaterial fast ausschließlich nach Gewicht bestellt.

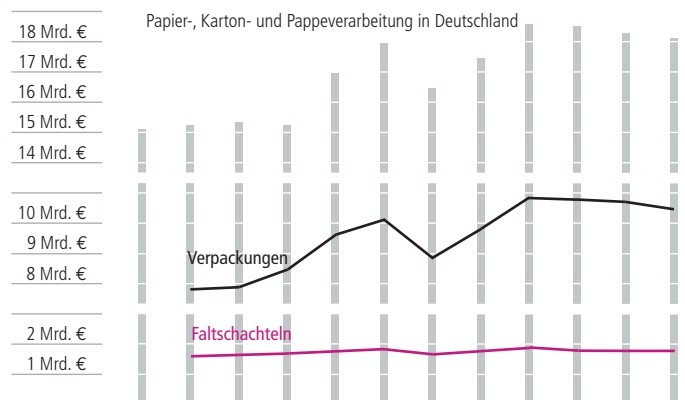
»Dass nach nur einem Jahr seit der Umstellung auf das Bogensystem über solche Mengen berichtet wird, überrascht uns nicht, da wir aus zahlreichen Diskussionen im FFI seit längerem wissen, dass die Umstellung auf Bogenzählung ein wichtiges Element bei der Optimierung der Supply Chain zwischen Kartonindustrie und Faltschachtelhersteller ist«,

betont FFI-Geschäftsführer **Christian Schiffers**. Diese Notwendigkeit nach Supply-Chain-Optimierung und Reduzierung des Working Capital ergebe sich aus dem Markt. So seien es die Kunden der Faltschachtelindustrie, die die stückgenaue Belieferung mit Faltschachteln wünschten. Entsprechend habe man im März 2015 die Bogenanzahltoleranz definiert und verabschiedet.



PAPIER-, KARTON- UND PAPPEVERARBEITUNG IN MRD. EURO

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PPV	15,10	15,27	15,41	15,34	16,87	17,97	16,47	17,55	18,68	18,54	18,30	18,06
Verpackungen		7,88	7,95	8,57	9,66	10,19	8,89	9,80	10,80	10,75	10,65	10,47
Faltschachteln		1,60	1,63	1,69	1,85	1,89	1,76	1,82	1,91	1,89	1,88	1,88



Quelle: Statistisches Bundesamt, WPV (Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung), FFI, Druckmarkt-Archiv. Druckmarkt-Grafik 7/2015.



Aus haptischen und Sicht-Kontakten im Geschäft und bei der späteren Verwendung im Haushalt lassen sich die Touchpoints einer Verpackung ermitteln.

Die sind sehr unterschiedlich. So ergeben sich beispielsweise für eine Pralinenpackung im Geschäft 1,6 Sichtkontakte und 3,2 haptische Kontakte. Zu Hause wurden dagegen 10,6 haptische Kontakte und 38,4 Sichtkontakte ermittelt. In der Summe sind das 53,8 Touchpoints.

Da im Laufe von drei Monaten 1,6 Schachteln Pralinen gekauft werden, ergeben sich 33,6 Touchpoints (25,0 Sichtkontakte und 8,6 haptische Kontakte). Auf dieser Basis werden die Reichweite und der Media-Äquivalenzwert ermittelt (siehe Rechenbeispiel in der Tabelle).

Für alle im Jahr 2014 in Faltschachteln verkauften 484 Mio. Pralinen-schachteln ergeben sich insgesamt 16,3 Mrd. Touchpoints: knapp 12,1 Mrd. reine Sichtkontakte und 4,2 Mrd. haptische Kontakte. Legt man für die Sichtkontakte den durchschnittlichen Plakat-TKP von 6,52 Euro zugrunde, ergibt sich hier ein Media-Äquivalenzwert von 78,9 Mio. Euro. Der durchschnittliche Print-TKP von 20,85 Euro ergibt für die haptischen Kontakte einen Media-Äquivalenzwert von 87,1 Mio. Euro. Alle Touchpoints zusammen entsprechen einem Media-Äquivalenzwert von 166,0 Mio. Euro, den alle in Faltschachteln verkauften Pralinen in zwölf Monaten erzielt haben.

Als kompetenter Interessenvertreter der Faltschachtelbranche wird sich der FFI in Gesprächen mit Politik und Verwaltung auch weiterhin aktiv an Diskussionen beteiligen, aktuell beispielsweise mit Stellungnahmen zur geplanten Mineralöl- und Druckfarbenverordnung.

BERECHNUNG MEDIA-ÄQUIVALENZWERT

	Kontakte pro Schachtel	Anzahl Touchpoints aller Schachteln	TKP Plakat/Print	Media-Äquivalenzwert aller Schachteln
Sicht-Kontakte	25,0	12,1 Mrd.	6,52 Euro (Plakat)	78,9 Mio. Euro
haptische Kontakte	8,6	4,2 Mrd.	20,85 Euro (Print)	87,1 Mio. Euro
Gesamt	33,6	16,3 Mrd.		166,0 Mio. Euro

Quelle: FFI ›Touchpoint-Studie 2015‹. Druckmarkt-Grafik 7/2015.

›Touchpoint Studie 2015‹

Der FFI hat es schon seit Jahren immer wieder verstanden, mit intelligenten Marketingaktivitäten die Markenartikelindustrie, Handel und Agenturen über die Vorteile von Verkaufsverpackungen aus Karton zu informieren. So auch jetzt wieder mit der ›Touchpoint Studie 2015‹.

»Die Studie zeigt, dass Verpackungen nicht nur viele Berührungspunkte mit den Konsumenten erzielen, sondern dass damit auch ein enormer Werbewert für die Unternehmen und ihre Marken verbunden ist, der einen Vergleich mit anderen Werbeträgern ermöglicht«, sagt Steffen Schnizer.

Die ›Touchpoint-Studie‹ des FFI liefert erstmals Zahlen zur Reichweite von Faltschachteln und Kennziffern für den Beitrag von Verpackungen zum Marketing-erfolg. Mit Hilfe des im Rahmen der Studie entwickelten Media-Äquivalenzwertes lassen sich auf Basis der Bruttoreichweite einer Verpackung die Konsumentenkontakte mit einem konkreten Wert hinterlegen. Markenartikler und Marketingverantwortliche können somit die Investition in die Verpackung ins

Verhältnis zu ihrer kommunikativen Leistung setzen.

»Im Jahr 2013 haben wir mit der Studie ›Mediakanäle im Vergleich‹ zeigen können, dass Verpackungen und Faltschachteln am Point of Sale die Auswahlentscheidung unterstützen und zu Hause die Markenbindung fördern«, sagt Steffen Schnizer. »Darauf aufbauend misst die ›Touchpoint-Studie 2015‹ die Anzahl der visuellen und haptischen Kontakte und ergänzt die erste Studie mit dem Media-Äquivalenzwert um einen quantitativen Aspekt«, erläutert Schnizer weiter.

Zwei Arten von Touchpoints

Für die repräsentative ›Touchpoint-Studie 2015‹ wurden 16 Produktgruppen des täglichen Bedarfs wie Nudeln, Tee, Pralinen, Glühbirnen etc. ausgewählt, die in Faltschachteln verkauft werden.

In einem Zeitraum von drei Monaten wurden 2.016 Studienteilnehmer zwischen 18 und 64 Jahren zur Anzahl der von ihnen gekauften Produktpackungen der jeweiligen Kate-

gorie befragt. Auf dieser Basis und aus Faktoren wie Produktwahl, Aufbewahrung sowie Verwendung resultiert eine bestimmte Anzahl an Touchpoints im Geschäft und zu Hause.

Reichweite einer Schachtel

Die Bruttoreichweite einer einzelnen Packung bildet die Basis für den Media-Äquivalenzwert. Zur Berechnung werden die Kontakte mit einem Produkt im Geschäft sowie zu Hause zusammengefasst und durch die Anzahl der im gleichen Zeitraum gekauften Schachteln dividiert.

Bei Pralinen-Schachteln liegt die Bruttoreichweite bei 33,6 Kontakten. Daraus kann die Gesamtzahl aller Sicht- und haptischen Kontakte errechnet werden, die alle verkauften Produkte mit der Faltschachtel-Verpackung erzielen.

Dazu wurde auf Basis eines Media-kontaktpreis (TKP) zweier vergleichbarer Werbeträger herangezogen: Plakat (6,52 € TKP) für die reinen Sicht-Kontakte und Print (20,85 €

TKP) für die haptischen Kontakte. Geht man bei Pralinen pro Jahr von 484 Mio. Packungen aus, ergibt sich daraus eine Bruttoreichweite von 16,3 Mrd. Kontakten. Den haptischen und Sicht-Kontakten wird nun der TKP von Plakat und Print zugeordnet. Das ergibt einen Media-Äquivalenzwert von 166,0 Mio. €. Oder anders ausgedrückt: Um diese Anzahl an Touchpoints zu erreichen, hätte man 78,9 Mio. € für Plakatwerbung und 87,1 Mio. € für Printwerbung ausgeben müssen.

»Bei der Betrachtung aller in einem Bereich verkauften Produkte wird deutlich, welcher Wert für die Werbung in der Berechnung des Media-Äquivalenzwertes der Verpackung schlummert«, erklärt Steffen Schnizer. Gerade bei Produkten, die länger im Haushalt aufbewahrt werden, steigt der Media-Äquivalenzwert entsprechend. Faltschachteln sind im Kommunikationsmix also echte Werbeträger.

- › www.inspiration-verpackung.de
- › www.ffi.de

SOFTWARE *Best special application solution:* TROTEC JOBCONTROL VISION • *Best color management solution:* AGEA ASANTI COLOR MANAGEMENT **PRINT SUPPORT TOOLS AND TECHNOLOGIES** *Best print support tool:* GEW LW1 **WIDE FORMAT PRINTERS** *Best super wide format roll to roll printer up to 1,7 meter:* HP LATEX 360 • *Best print and cut solution:* MIMAKI CJV150/300 SERIES • *Best wide format roll to roll up to 3,3 meter:* AGEA ANAPURNA M3200I RTR • *Best wide format hybrid/flatbed UV printer:* CANON OCÉ ARIZONA 6100-SERIES • *Best wide format textile printer light production:* ROLAND DG TEXART RT-640 • *Best wide format textile printer high production:* DURST RHOTEX HS • **COMMERCIAL PRINT SYSTEMS** *Best production cut-sheet printer light production:* RICOH PRO C7100X • *Best production cut-sheet printer high production:* CANON OCÉ VARIOPRINT 1300 • *Best production printer web-fed:* RICOH PRO VC60000 **INDUSTRIAL AND SPECIAL PRINTING** *Best special solutions printer:* LEONHARD KURZ DM-LINER • *Best labeling solution:* XEIKON CHEETAH • *Best packaging solution:* HP INDIGO 20000 DIGITAL PRESS • *Best multipurpose object printer:* MUTOH VALUEJET 426UF **FINISHING** *Best sheet-fed offline finishing system:* HIGHCON EUCLID II+ **SUBSTRATES** *Best textile substrate:* DHJ DECOPRINT ACQUALIGHT • *Best environmental substrate:* 3A COMPOSITES SMART-X NATURA • *Best special application substrate:* KHORA BY JAMES CROPPER PAPER

GLÜCKWUNSCH!

Während der Fespa 2015 in Köln feierte die European Digital Press Association (EDP), der Zusammenschluss von 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, die Gewinner des neunten EDP-Awards. Mehr als 120 neue Entwicklungen und Produkte wurden eingereicht. Schließlich wurden 20 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet. Herzlichen Glückwunsch!

Mit den EDP Awards werden jährlich die hervorstechenden Lösungen und Produkte aus den Bereichen Software, Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Finishing, Veredelung, Tinten und Druckmaterialien ausgezeichnet. Die begehrten EDP Awards unterstützen die Anwender bei ihren Kaufentscheidungen und vermitteln den Herstellern eine Wertsteigerung ihrer Produkte.

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

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

DER STRAHLENDE SCHEIN TRÜGT

Weil die härtende Strahlung mit Strom sparenden LEDs statt mit energiefressenden Quecksilberdampflampen erzeugt wird, werden UV-Druckverfahren gerne als umweltfreundlich dargestellt. Doch Drucke mit UV-Farben beeinträchtigen nach Aussagen der Ingede das Papierrecycling generell, weil sie sich kaum de-inken lassen. Die Ingede, die 1989 als Zusammenschluss europäischer Papierhersteller gegründete Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik, stellt in einer Pressemitteilung fest, dass »UV-härtende Druckfarben die Kriterien für gute Recyclingfähigkeit selten erfüllen. Allen bisher untersuchten Farben ist eine zu hohe Belastung des aufbereiteten Altpapiers mit Druckfarbepartikeln gemeinsam, die sich beim Recycling nur ungenügend entfernen lassen«. Diese Aussage gelte auch für UV-härtende Farben, die in Tintenstrahldruckern eingesetzt werden, und auch für die Varianten des UV-Drucks einschließlich LE-UV und LED-UV, da beim UV-Druck ein Plastikfilm auf das Papier gelegt werde, argumentiert die Ingede. Mit UV-härtenden Farben bedruckte Papiere müssten dort, wo sie gehäuft auftreten (zum Beispiel in Druckereiabfällen), schon an der Anfallstelle getrennt entsorgt werden. Denn was die Druckerei erst einmal verlassen habe, könne bei Sammlung und Recycling praktisch nicht mehr erkannt und getrennt werden.

DURST SURFACES

EIN BEKENNTNIS ZU PRINT UND ZUR UMWELT – ALLES ANDERE ALS OBERFLÄCHLICH

Wie kann man eine Überzeugung besser zum Ausdruck bringen, als mit einer Idee, die man in die Tat umsetzt? Durst hat es getan und ein neues Kundenmagazin als Nachfolger des bisherigen Newsletters etabliert. »Surfaces« heißt es und soll künftig vierteljährlich erscheinen.

Nun gibt es ja auch Kundenmagazine, die diesen Namen nicht verdient haben – auch in der druckenden Branche. Bei »Surfaces« liegt die Sache jedoch anders. »Die Freude am Gedruckten, am Haptischen, und die Passion für Bilder haben mich dazu bewegt, das Kundenmagazin gegen den allgemeinen Trend in gedruckter Form zu bringen«, sagt Durst-CEO **Christoph Gamper**.



Nicht etwa, dass er die Vorzüge des Internets nicht zu schätzen wisse, räumt er ein, doch will er anspruchsvolle Inhalte zur Inspiration und Vertiefung anfassbar machen. »Print-Magazine bieten über die Wahl von Papier, Farben, Grafiken, Bildern, Typografie und Layouts enorme Möglichkeiten, Inhalten zum Teil unterschwellig Nuancen mitzugeben und mit bestimmten Assoziationen zu verknüpfen.« Diesen Anspruch erfüllt das neue Kundenmagazin und ist so liebevoll wie professionell hergestellt, dass es sicherlich nicht im Papierkorb landet.



Die Erstausgabe ist dem Thema »Wasser« gewidmet, der lebenswichtigen Ressource, die in Teilen

der Welt immer knapper wird, weil mit ihr zu verschwenderisch umgegangen wird. Beim Südtiroler Unternehmen Durst ist die Verantwortung für diese Ressource und den Lebensraum seit jeher tief verankert und spiegelt sich auch im Bestreben wider, Prozesse mit Hilfe digitaler Technologien effizienter und verträglicher für Mensch und Umwelt zu gestalten.

So ist es auch kein Zufall, dass das Magazin im Mai auf den Markt kam. Zur Fespa 2015 in Köln kündigte Durst seine »Water Technology« an, mit der die langfristige Strategie verfolgt wird, migrations-, schadstoff- und geruchsfreie Drucksysteme zu entwickeln und wirklich grüne Druckergebnisse zu liefern. Kern der Entwicklung ist eine wasserbasierte Tinte, die eine umweltverträgliche Alternative zu den heutigen UV-Tinten werden soll.

Natürlich geht das 76-seitige Magazin auch auf diese neue Technologie ein, bestimmend aber sind Themen, die zum Nachdenken anregen können und werden, die Durst als bodenständiges und modernes Unternehmen darstellen, die den ökologischen Overshoot der Menschheit dokumentieren, aber auch Druckereien portraituren, die sich dem Thema Nachhaltigkeit bereits angenommen haben.

Und auch wenn »Surface« in der Übersetzung Oberfläche bedeutet, bleibt das Magazin alles andere als oberflächlich. Die Beiträge in Deutsch und Englisch sind fundiert und lesenswert, die Gestaltung samt Bildauswahl sowie die drucktechnische Umsetzung auf schwerem, haptischem Naturpapier sind ein Genuss und die buchbinderische Weiterverarbeitung mit Fadenheftung oder die Veredelung durch Stanzen auf dem Titel ist aller Ehren wert.

Den Machern von »Surfaces« muss einfach ein Kompliment gemacht werden. Und wenn die nächste Ausgabe genauso anspruchsvoll wird, ist es eigentlich schade, dass das Magazin nur vier Mal jährlich erscheint.

Klaus-Peter Nicolay



INPRINT 2015

BESUCHERBROSCHÜRE

Die InPrint 2015 beleuchtet den funktionalen, dekorativen und Verpackungs-Druck innerhalb der industriellen Produktion inklusive Sieb-, Digital-, Inkjet- und 3D-Druck. Ein Ticket zur InPrint vom 10. bis 12. November 2015 auf dem Münchner Messegelände beinhaltet den Besuch der Fachmesse, den kostenfreien Zugang zur »Great Innovations Session« und zur parallel stattfindenden »productronica«.

Jetzt ist auch die Besucherbroschüre zu bestellen, die einen Eindruck vom vielgestaltigen Messeprofil vermittelt, über den industriellen Druck, seine Anwendungsbereiche, Aussteller, Öffnungszeiten, Anreise- und Hoteltipps informiert.

› www.inprintshow.com

DRUPA CUBE

KONFERENZPROGRAMM

Mit einem neuen Ansatz geht das Konferenz- und Eventprogramm drupa cube 2016 an den Start. Im Fokus stehen die Innovationskraft von Print und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten gedruckter Produkte quer durch die unterschiedlichsten Industrien und Lebensbereiche. Das elftägige Programm orientiert sich an den sechs drupa Highlight-Themen multichannel, print, functional printing, 3D-Printing, packaging production und green printing. Dabei werden in jedem Vortragsslot mehrere dieser Themen anhand konkreter Fallbeispiele miteinander kombiniert. Das Denken außerhalb vermeintlich festgesteckter Grenzen soll einen Ausblick auf die Zukunft von Print bieten.

› www.drupa.de

5.000 XMF-SYSTEME Der amerikanische Druckdienstleister Christmas City Printing im US-Bundesstaat Pennsylvania ist der weltweit 5.000 Anwender des XMF-Workflows von Fujifilm, der effizienten und individuell skalierbaren Lösung auf Basis von JDF-Spezifikationen und der Technologie der Adobe PDF Print Engine (APPE). Es können vielschichtige Aufgaben von der PDF-Erstellung über das Ausschließen und Trapping bis zur Ausgabe durch Belichtung oder Druck durchgeführt werden, wobei das PDF-Dateiformat bis hin zum endgültigen Rendern stets beibehalten wird. > www.fujifilm.eu

PAPYRUS MIT CRESCENDO Den holzfreien weißen Chromo-Sulfatkarton gibt es als einseitig doppelt gestrichen in den Flächengewichten von 200 bis 410 g/m² oder als zweiseitig doppelt gestrichen von 190 bis 440 g/m². Die glatte Oberfläche bietet hohe Druckqualität und eignet sich bestens für Prägen, Rillen sowie Veredelungstechniken wie Heißfolienprägung oder Folienkaschierung. Crescendo ist lebensmittelunbedenklich und PEFC-zertifiziert. > www.papyrus.com

NEUES RELEASE FÜR FRONTEND Die jüngste Version des digitalen Frontends X-800 von Xeikon beinhaltet die neueste RIP-Technologie von Adobe und unterstützt die Adobe Mercury RIP-Architektur. Damit sind Digitaldruckereien in der Lage, ihre Aufträge unabhängig von der Anwendung und Komplexität so flexibel wie möglich zu verarbeiten. > www.xeikon.com

70 MIO. BOGEN IN KNAPP EINEM JAHR Nach knapp einem Jahr hat die KBA Rapida 106 bei Packages Ltd. in Lahore, der zweitgrößten Stadt Pakistans, 70 Mio. Bogen produziert. Ziel waren monatlich 90 Jobs mit 6 Mio. Bogen zu bedrucken. Dies wurde mit 150 Jobwechseln überboten. Grundlage für das Spitzenergebnis ist die regelmäßig erreichte Produktionsleistung von 18.000 Bogen/h. > www.kba.com

WIRELESS-PRINT-SOLUTIONS Sich wandelnde Arbeitsbedingungen verändern auch die Arbeitsweisen der Mitarbeiter. Mobiles Arbeiten erfordert jedoch hohe Flexibilität. Dies geht einher mit hohen Sicherheitsstandards. Dazu hat Konica Minolta das Angebot an kabellosen Druck- und Scan-Lösungen um erweitert: AirPrint, Google Cloud Print und Android Printing Framework beziehungsweise Mopria Print Service. Zudem bietet Konica Minolta auch einfache Lösungen wie durch WLAN Access Point Mode oder WiFi Direct. > www.konicaminolta.de

ZWEI WEITERE GALLUS ECS 340 Mit über 1.400 Mitarbeitern, rund 700 davon am Stammsitz in Witzhave, zählt die Rako-Gruppe zu den größten und modernsten Haftetiketten-Herstellern in Europa. In Witzhave sind bereits acht Gallus Maschinen in Betrieb. Das Vertrauen in die Marke Gallus ist offensichtlich, denn knapp ein Jahr nach dem letzten Kauf entschied man sich erneut für zwei Druckmaschinen des Typs Gallus ECS 340. Diese sind baugleich konfiguriert und unter anderem mit zwölf Flexdruckwerken ausgestattet. > www.gallus-group.com

PUR-KLEBSTOFFE ÄNDERUNGEN BEI VERFÜGBARKEIT VON PUR-HOTMELTS

PUR-Klebstoffe haben ihren festen Platz in der Welt des Buchbindens. Aufgrund ihrer hohen Bindekraft sind sie vor allem bei schwierigen Verklebungen gefragt. Nachteil der Kleber ist das Ausdünsten von Isocyanat, einem Stoff, der im Verdacht steht, Krebs zu erregen. Deshalb sind Klebender mit Absaugeinrichtungen versehen, die sicherstellen sollen, dass Mitarbeiter nicht mit PUR-Emissionen in Kontakt kommen.

Eine Alternative sind nach Angaben von Planatol Wetzels PUR-Klebstoffe, die unter 100°C verarbeitet werden wie etwa der PUR 1265. Da Isocyanat erst ab 100°C ausdampft, würden Isocyanatdämpfe vermieden.

Als dritte mögliche Lösung nennt Planatol den Einsatz kennzeichnungsfreier PURs, bei denen kein freies Isocya-

nat enthalten ist. S-Pur, wie das Produkt von Planatol heißt, ist in der Herstellung jedoch teurer und auch die Klebekraft ist geringer als bei den normalen PURs, räumt der Hersteller ein.

Ab 2016 ist der Hauptrohstoff dieser Klebstoffe nicht mehr frei verfügbar. Planatol hat nach eigenen Angaben reagiert und bereits 2013 den PUR 1265 eingeführt, der Isocyanat-Emissionen vermeidet. Mit Planamelt kam 2014 die neue Technologie auf den Markt, mit der sich PUR-nahe Qualitäten auf Hotmeltklebendern bei geringeren Kosten darstellen lassen. Darüber hinaus hat Planatol Wetzels nach eigenen Ausführungen sichergestellt, auch in Zukunft kennzeichnungsfreie PURs anbieten zu können.

> www.planatol.de

XEROX-MODELLE 800i UND 1000i MIT GOLD- UND SILBERTONER

Die jüngsten Systeme Xerox 800i/1000i Colour Press ermöglichen jetzt den Einsatz einer optionalen »Specialty Dry Ink Station«. Diese erlaubt die Veredlung von Dokumenten mit den Metallic-Farben Silber oder Gold beziehungsweise Clear Dry Ink, um punktuell oder vollflächig lackähnliche Effekte zu erzeugen. Nach Angaben von Xerox wird die Metallic Dry Ink in Silber bei voller Nenngeschwindigkeit aufgetragen und er-



möglicht Veredelungen wie sie für Einladungen, Zertifikate und Visitenkarten gefragt sind. Mehrschichtiges Drucken mit Clear Dry Ink gebe den Druck-Erzeugnissen eine texturierte Haptik. Die Basismodelle Xerox 800/1000 Colour Press sind seit fünf Jahren im Markt.

> www.xerox.de

POLAR LABELSYSTEM FÜR WALCHER & REES

Die Walcher & Rees GmbH in Heidenheim zählt zu den wichtigsten Anbietern für Etiketten im deutschsprachigen Raum. Nahezu 16 Mrd. Stück stellt das knapp 200 Mitarbeiter zählende Familienunternehmen nach eigenen Angaben jährlich her.

Um der wachsenden Nachfrage nachzukommen, wurde



Trennen der Nutzenpakete im Polar LabelSystem DC-11plus.

jetzt das zweite Polar Label System DC-11plus in Betrieb genommen. Dabei wird das Etikettenmaterial mit einem Schnellschneider in Streifen vorgeschritten, aus zwei nebeneinander liegenden Streifen werden einzelne Nutzenpakete geschnitten, anschließend getrennt und zur Systemstanze DCplus gebracht. Nach dem Stanzen werden die Nutzenpakete automatisch in den Einnutzenbündler BDplus geschoben und gebündelt.

Aufgrund der überarbeiteten Abläufe schafft die DC-11plus bis zu 24 Pakete in der Minute, während das Vorgängermodell seinen Spitzenwert bei 16 Paketen in der Minute hatte.

> www.polar-mohr.com

> www.walcher-etiketten.de

FARB-ERFASSUNG MIT DATENBRILLE

Techkon hat ein System entwickelt, das die Farberfassung mit Hilfe der Datenbrille von Google ermöglicht. Die Techkon Color Catcher Glassware macht aus der Datenbrille ein Farberfassungsgerät. Absolute Lab- und sRGB-Farbwerte sowie die nächstliegenden Farbtöne des RAL-Farbfächers



werden im Display der Brille eingeblendet.

Im Rahmen der Google Explorer Technologiepartnerschaft hat das Techkon Innovation Lab die Technologie erfolgreich auf die Google Glass Plattform portiert. Der Anwender setzt die Datenbrille auf und startet Color Catcher for Glass mit dem Sprachbefehl. Danach hält er das Techkon Glass Color Chart auf die zu messende Farbe. Anschließend wird Color Chart durch die Brille fixiert, die Farbe automatisch erfasst und im Display angezeigt.

› www.techkon.com

EINSTIEG IN DEN DIGITALEN BÜCHERDRUCK BÜCHERPRODUZENT KÖSEL INVESTIERT IN KBA ROTAJET 76

Die Kösel GmbH & Co. KG im bayerischen Altusried-Krugzell ist in Fachkreisen für Innovationsgeist und hochwertige Bücher bekannt. Etwa 13 Mio. Exemplare stellt das 1593 gegründete Unternehmen mit 190 Beschäftigten im Jahr her und erwirtschaftet damit einen Jahresumsatz von etwa 22 Mio. €.

Bisher druckte und veredelte Kösel seine Bücher auf Bogenoffsetmaschinen und einer Offsetrotation. Zusätzlich trägt das Unternehmen aber den Trends im Buchsegment zu kleineren Auflagen in immer kürzeren Zyklen bis hin zu Print on Demand Rechnung und bestellte kürzlich bei KBA eine Inkjet-Rotationsanlage RotaJet 76 mit angeschlossener Inline-Weiterverarbeitung

von GEP Germany (Global Ehret Processing Technology). Diese Anlage soll die bestehende Offsetrotation ersetzen.

Den Ausschlag für die RotaJet gaben der robuste Maschinenbau, die aus der intelligenten Papierbahnführung über zwei große Zylinder ohne Wendestangen re-



Kösels Geschäftsführender Gesellschafter Erik Kurtz und Christoph Müller, Mitglied der KBA-Konzernleitung und verantwortlich für die Geschäftseinheit KBA-Digital & Web Solutions (links).

sultierende präzise Bahnspannung und die hohe Druck- und Registerqualität auch auf dünnen Papieren. Im ein- und mehrfarbigen Schön- und Widerdruck gibt nach Angaben von KBA bei der RotaJet weniger Regis-



Die Inkjet-Rotationsanlage KBA RotaJet 76 mit angeschlossener Inline-Weiterverarbeitung von GEP Germany für den Buchhersteller Kösel im bayerischen Altusried-Krugzell.

terprobleme als bei anderen Anlagen. Auf der RotaJet in Altusried sollen vorwiegend Papiere mit Grammaturen unter 40 g/m² eingesetzt werden.

Die Maschine wurde im Juli 2015 nach Altusried geliefert und soll im August in Betrieb gehen. Produziert werden sollen auf der Digitaldruck-

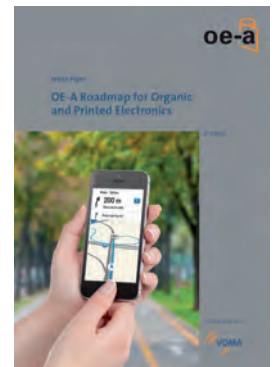
maschine vor allem literarische und wissenschaftliche Werke, Rechtsliteratur sowie Fach- und Schulbücher. Bei einer Bahngeschwindigkeit von maximal 150 m/Min. und einer Bahnbreite von 780 mm (entsprechend etwa 3.000 Seiten DIN A4/Min. oder rund 85 Mio. Seiten DIN A4/Monat) produziert die RotaJet mit wasserbasierenden KBA RotaColor Pigment-Tinten. Die Piezo-Inkjet-Köpfe sind für eine hohe Auslastung konzipiert, zuverlässig und wartungsarm. Die Druckkopfreinigung erfolgt automatisiert. Die Druckköpfe werden automatisch ausgerichtet (Stitching) und je-

der Druckkopf individuell angesteuert. Die Druckauflösung liegt bei 600 dpi nativ. Variable Tröpfchengrößen bringen ein zusätzliches Qualitätsplus.

› www.kba.com

OE-A ROADMAP IN DER 6. EDITION

›OE-A Roadmap for Organic and Printed Electronics‹ ist die 6. Edition, die in die Zukunft blickt und die Trends der organischen und gedruckten Elektronik beleuchtet. Das über 120 Seiten umfassende White Paper der OE-A (Organic and Printed Electronics Association) zeigt Ergebnisse aus den Anwen-



dungsfeldern Organische LED (OLED) Beleuchtung, Photovoltaik, Displays, Elektronik und Integrated Smart Systems. Zudem gibt es einen Überblick über Druckverfahren, Materialien, Substrate und Produktionstechnologien.

Die Roadmap der OE-A stellt die gemeinsame Perspektive der über 230 Mitgliedsfirmen und -institute für die weitere Entwicklung dieser jungen Branche dar. Die Ausgabe ist ab sofort online erhältlich.

› www.oe-a.org/roadmap

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.

UV – traditionell, mit LED und andere Finessen

Wissenstransfer rund um den modernen UV-Bogenoffset vom 24. bis 26. Juni bei KBA-Sheetfed Solutions in Radebeul bei Dresden: Mit der ›LED-UV & Traditional-UV-Conference‹ bot KBA bei einer internationalen Kundenveranstaltung mit rund 1.000 Druckfachleuten aus mehr als 30 Ländern Fachwissen und den dazugehörigen Praxisbezug.

UV in diversen Varianten hat mittlerweile große Bedeutung in der Druckbranche. Um so notwendiger ist der Informationstransfer. Im noch relativ jungen HR- und besonders im LED-UV-Druck sieht sich KBA einmal mehr als Vorreiter und Wegbereiter in der Branche.

Die Veranstaltung beschränkte sich aber nicht allein auf dieses verfahrenstechnische Thema. Mit der Erstpräsentation der im April auf der Print China gelaunchten Rapida 105 Pro und der Inline-Rotationsstanze Rapida RDC (Rotary Die Cutter) erlebten die Fachbesucher gleichzeitig zwei Produktneuheiten in praxisnahen Shows live in Produktion.

In seiner Begrüßung verwies Ralf Sammeck, Mitglied der Konzernleitung von KBA und verantwortlich für die neue Geschäftseinheit KBA-Sheetfed Solutions, auf den ganzheitlichen Ansatz des Unternehmens im Segment Bogenoffset. Dazu ge-



Ralf Sammeck, Mitglied der Konzernleitung von KBA und verantwortlich für die neue Geschäftseinheit KBA-Sheetfed Solutions, erläuterte den Wandel zu einem noch stärker kundenorientierten Unternehmen.

hörten technische und verfahrenstechnische Innovationen, eine intensive Kundenberatung, ein kompetenter, schnell reagierender After-Sales-Service, anwenderspezifische Lösungen als langjährige Stärke der

sächsischen Druckmaschinenbauer und das Benchmarking mit anderen bei Best-Performern eingesetzten Rapida-Maschinen. Es gehe darum, mit den Anwendern am Markt erfolgreich zu sein, sagte Sammeck.

Praktiker beleuchten UV

Der ganzheitliche Ansatz kam auch in der von Key Account Manager Jürgen Veil moderierten Podiumsdiskussion zu modernen Veredelungs- und Trocknungstechnologien zum Ausdruck. Technologiepartner aus den Bereichen Druckfarbe (Flint, Epple, Inx), Lack (Actega, Weilburger) und Trockner (AMS) beantworteten zahlreiche Anwenderfragen. Bei den Farben und Lacken standen die Verfügbarkeit spezieller Serien bis hin zu Deckweiß, Metallic oder Iridin im Mittelpunkt, ebenso die Eignung für Food- und Non-Food-Verpackungen, die Spielzeug- oder die

Tabakindustrie. Hinzu kamen Fragen zu den erreichbaren Druckleistungen, geeigneten Waschmitteln und verfahrenstechnischen Besonderheiten. Auch bei den Trocknern ging es um Praxisthemen: Wie erkennt man den Ausfall von Dioden, wer kann sie tauschen, wie werden LED-Trockner gewartet, wie lässt sich die Aushärtung der LED-Farben messtechnisch bestimmen und vieles mehr.

Neue Rapida 105 Pro

Die neue Mittelformatmaschine KBA Rapida 105 Pro wurde in Theorie und Praxis als höher gesetzte Sechsfarbenmaschine mit Doppellack-Ausstattung für konventionelle Farben, Primer und UV-Lack präsentiert. Die Neue punktet bei der Ausstattung mit hoher Variantenvielfalt (auch Bogenwendung) und erfüllt die wesentlichen Anforderungen der Akzidenz- und Verpackungsdrucker.



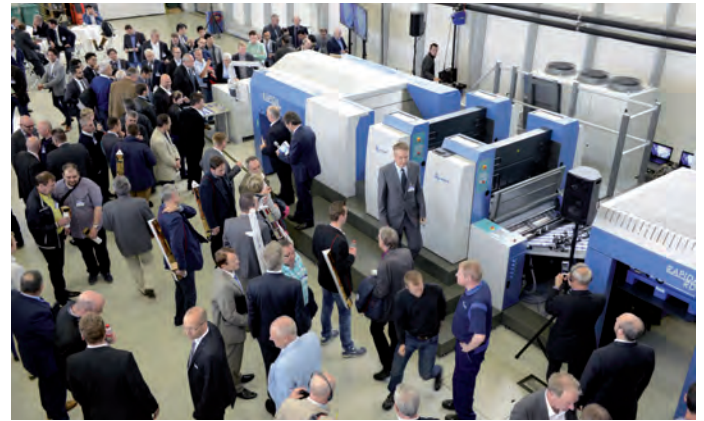
Zusammen mit Fachleuten von Farb-, Lack- und Trocknerherstellern sowie Vertretern von Fogra und Berufsgenossenschaft diskutierte Key Account Manager Jürgen Veil Publikumsfragen rund um die Druckproduktion mit



LED-UV. Anschließend präsentierte Jürgen Veil mit einer beeindruckenden Show mitten in der Montagehalle in Radebeul vor einigen Hundert Gästen die neue KBA Rapida 105 Pro.



Neben LED-UV wurde an einer Sechsfarben-Rapida 106 auch HR-UV gezeigt: Anne-Kathrin Gerlach, Produktmarketing, erläuterte zudem die Kaltfolien -



veredelung mit ColdFoil Micro. Zum Abschluss eine weitere Weltneuheit: die Rotationsstanze Rapida RDC.

Demnächst ist sie im Radebeuler Demozentrum mit ColdFoiler zur hochwertigen Kaltfolienveredelung vorführbereit. Mit bis zu 17.000 Bogen/h und höherer Preset-Fähigkeit bietet sie im Vergleich zur weiter verfügbaren Rapida 105 etwas mehr Komfort und Leistung. Bei Preis und Leistung ist die Rapida 105 Pro quasi die Brücke zwischen der Rapida 105 und der Rapida 106, die mit bis zu 20.000 Bogen/h und den kürzesten Rüstzeiten in dieser Formatklasse Weltspitze ist.

Beim Jobwechsel wurde ein schneller Lackplatten- und Lacksortenwechsel sowie ein Bedruckstoffwechsel von 250 g/m² auf 1,1 mm Stärke gezeigt. Daneben stand die neue TouchTronic-Bedienung über einen 16:9-Touchscreen im Mittelpunkt. Alle relevanten Informationen sind mit maximal zweimal Tippen auf den Touchscreen abrufbar. Neu sind unter anderem der Auftragswechsel mit nur einem Knopfdruck (One Button Job Change) und die übersichtlich dargestellte Auftragsliste. Bis Anfang 2016 soll die TouchTronic schrittweise für alle neuen Rapidas und in allen Formatklassen eingeführt werden.

LED-UV in allen Formatklassen

Der Demo-Block widmete sich den Themen UV-Trocknung und Veredelung: An einer Sechsfarben-Rapida 106 mit Lackturm und ColdFoil Micro wurde die Kaltfolienanwendung in Verbindung mit der HR-UV-

Technologie auf nicht saugenden Bedruckstoffen demonstriert. Beim Auftragswechsel erfolgte die Umstellung von Selbstklebeetiketten auf PP-Folie. Zudem wurde der automatisierte Rasterwalzenwechsel mit dem AniloxLoader und der automatische Lackplattenwechsel mit DriveTronic SFC gezeigt.

Auf einer Fünffarben-Rapida 75 der neuesten Generation mit Lackturm und LED-Trockner liefen diverse Druckjobs für das schnelle Umschlagen. Zu den Schwerpunkten der Präsentation gehörte die mit LED-UV mögliche brillantere Druckqualität auf Offsetpapier.

Auf einer Rapida 145 (Sechsfarben mit Lack) zeigte KBA einen Job mit Inmould-Folien und migrationsarmen LED-UV-Farben. Darauf folgten Aufträge zum schnellen Umschlagen mit drei verschiedenen Papieren (matt, glänzend, Offset). Bei den Jobwechseln standen Automatisierungsbausteine für schnelle Rüstprozesse im Mittelpunkt, darunter DriveTronic SRW (simultanes Walzenwaschen) und der DriveTronic SFC-Lackturm mit AniSleeve-Sleevewechsel.

Das Nachmittagsprogramm begann mit einer Keynote von David Bland, Blackmore Ltd. aus Longmead in Großbritannien. Er gehört zu den Anwendern, bei denen LED-UV-Trockner bereits im Einsatz sind und berichteten über seine Erfahrungen mit der neuen Technologie.

Im Anschluss zeigte eine Achtfarben-Rapida 106 mit Lackturm und

Bogenwendung für die 4-über-4-Produktion, was in ihr steckt: Beeindruckend waren die sofort trockenen Bogen beim Einsatz der LED-Trocknung trotz hoher Farbbelegung, die herausragende Druckqualität auf Offsetpapieren im LED-UV-Druck sowie die Produktion von zehn unterschiedlichen Jobs in kürzester Zeit, unter anderem Poster mit Flying Job-Change. Auch mit LED-Technologie bleibt die Rapida 106 nach Ansicht von KBA der Rüstzeitweltmeister. Zu den technologischen Schmankerln gehörten das Reinigen und die Zuschaltung des Lackwerks mit UV-Lack während des Fortdrucks.

KBA Rapida RDC

Ihre Premiere beim Open House hatte auch die Rapida RDC, eine Rotationsstanze auf Basis von Rapida-Aggregaten. Sie arbeitet mit Stanzgeschwindigkeiten bis 14.000 Bogen/h und verfügt über unterschiedliche Automatisierungsbausteine für das Reduzieren von Rüstzeiten wie automatisiertem Stanzformwechsel. Das intuitive Bedienkonzept basiert auf dem der Rapida-Maschinen. Die Job-Profilen sind abspeicherbar, was zu kurzen Einrichtezeiten bei Wiederholaufträgen beiträgt. Daneben ist die flexible Einbindung in Management-Informationssysteme möglich, die dem Anwender vollständige Transparenz in seinem Unternehmen bieten. Auch vorhandene Systeme (zum Beispiel KBA LogoTronic) lassen sich nutzen.

Im ersten Werk der Rapida RDC erfolgte das Rillen und Prägen und im zweiten Werk das Stanzen. Nach einem schnellen Formenwechsel im zweiten Werk sahen die Fachbesucher das Stanzen von Selbstklebeetiketten.

Gemeinsam erfolgreich sein

KBA hatte auch dieses Open House wieder einmal perfekt organisiert und durchgeführt. Dass es dabei in erster Linie um Technik, Maschinen und Anwendungen ging, unterstrich den fachlichen Charakter der Veranstaltung. Das ändert jedoch nichts an der Aussage von Ralf Sammeck: »Wir müssen unsere Kunden besser verstehen. Wir dürfen nicht nur Druckmaschinen liefern, wir müssen unsere Kunden dabei unterstützen, mit unseren Maschinen und Anlagen am Markt erfolgreich zu sein.« Dazu dürften Veranstaltungen dieser Art durchaus beitragen und bei den Besuchern ein Gefühl der Sicherheit und vielleicht auch Geborgenheit hinterlassen. So hatte KBA die Fachbesucher am Abend in eine kultige Strand-Location direkt an der Elbe eingeladen. Hier bestand die Möglichkeit, ungezwungen miteinander ins Gespräch zu kommen, zu »netzwerken« oder den Sommerabend einfach nur mit einem Blick auf die historische Dresdner Altstadt zu genießen.

➤ www.kba.com

VIER NEUE MASCHINEN IN FÜNF JAHREN

Im Oktober 2015 wird das Druckunternehmen Meredith-Webb in Burlington in North Carolina (USA) eine Sechsfarbenanlage KBA Rapida 205 mit Lack- und Trockenturm im Bogenformat 151 x 205 cm installieren. Es ist bereits die vierte KBA-Maschine für diesen Druckbetrieb in den letzten fünf

ZUSAMMENTRAGEN VON MAILINGS

AUTOMATISIERTE LÖSUNG FÜR DIREKTVERTEILER: EINE BEILAGE DIENT ALS UMSCHLAG

Wenn der seit 1. Januar in Deutschland geltende Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde eine Branche besonders getroffen hat, dann sind es nach einer Pressemitteilung von Müller Martini die Direktverteiler unadressierter

Um wieder in die Gewinnzone zurückzukehren, müssten sie von manuellem auf automatisches Zusammentragen umsteigen, rät Müller Martini und hat mit dem MailLiner und seinem neuartigen Zusammentragungssystem auch gleich eine Antwort auf diese Herausforderung.

Zwar könnten die Direktverteiler ihre Beilagensets in einen Umschlag stecken oder folieren – doch beide Alternativen sind kostspielig und auch nicht unumstritten.

Basierend auf dem Zeitungseinstecksystem FlexLiner entwickelte der Schweizer Maschinenhersteller für das Direct Marketing den MailLiner. Das mit dem Paketbild der FlexPack gekoppelte und von Connex.Mailroom gesteuerte Zusammentragungssystem ermöglicht dank eines leistungsstarken Falzprozesses neue Möglichkeiten in der automatisierten Prospekt-Verteilung.

Auf der Sammelstrecke des MailLiner wird eine der Beilagen als Umschlag verwendet und mittels eines neuartigen Luftschwerts gefalzt, nachdem alle anderen Beilagen aufgelegt worden sind. Danach gelangen die gesamten Beilagensets in den

FlexPack. Weil der integrierte Paketbildner im Gegensatz zu anderen Kreuzlegern die Lagen nicht verschränkt, spielt er seine Vorteile für diesen neuartigen Beilagensammelvorgang in Sachen Flexibilität und Produktqualität gleich doppelt aus. Zum einen können die einzelnen Beilagen unterschiedliche Formate haben und zum anderen können auch die verschiedenen Pakete unterschiedlich groß sein, ohne dass sie ihre Stabilität verlieren.

»Der MailLiner ist die Antwort auf den Mindestlohn – nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Industrienationen«, sagt Volker Leonhardt, Direktor Verkauf & Marketing bei der Müller Martini Druckverarbeitungs-Systeme AG. »Mit dem leistungsstarken Falzsystem auf dem MailLiner haben Direktverteiler eine Lösung für das fehlerfreie automatische Sortieren ihrer Beilagen und können so die wegen des Mindestlohns verlorenen Margen wieder hereinholen. Und weil kein zusätzliches Trägermaterial benötigt wird, ist unser neues System nicht nur kostenneutral, sondern auch umweltfreundlich.«
 › www.mullermartini.com

WEISS-DRUCK IN MONSCHAU INVESTIERT

Weiss-Druck hat sich sowohl im Zeitungsbereich als auch im Illustrationsrollenoffset zu einer der modernsten Druckereien Deutschlands entwickelt – und expandiert. Nachdem die weltweit erste 96-Seiten Lithoman in Monschau bereits im Jahr 2011 installiert wurde, legt das Unternehmen nun mit einer



Noch steht die die Sechsfarben-Rapida 205 bei KBA-Sheetfed Solutions in der Montagehalle, aber schon im Oktober soll sie in den USA im Einsatz sein.

Jahren. Zudem zeigt die Installation, dass es für die leistungsstarken Bogenoffset-Jumbos im Zeitalter des Wide-Format-Digitaldrucks noch immer einen Markt für den Display- und Posterdruck gibt.

Aufgrund des starken Wachstums hat Meredith-Webb in den letzten Jahren 20 Mio. \$ in seine Ausrüstung investiert. Mit der neuen Rapida 205 hat Meredith-Webb eine Alleinstellung im Superbogenformat. Mit der größten Bogenoffsetmaschine auf dem Weltmarkt lassen sich Druckprodukte in übergroßen Formaten hochwertig und effizient herstellen. Die hohe Automatisierung ermöglicht kurze Rüstzeiten und die wirtschaftliche Produktion kleinerer Auflagen.

› www.kba.com

gedruckter Werbung. Denen seien die Margen drastisch zusammengebrochen. Denn bisher wurden die Austräger fürs Sortieren und Verteilen im Stücklohn abgegolten. Doch nun gilt auch für sie der Mindeststundenlohn. Das manuelle Kommissionieren verursacht den Direktverteilern nach Angaben von Müller Martini bis zu 250% höhere Personalkosten und sei nicht mehr wirtschaftlich. Die Margen sinken rapide nahe an die Verlustzone.



Auf der Sammelstrecke des MailLiner wird eine der Beilagen als Umschlag verwendet und mittels eines Luftschwerts – eine patentierte Neuheit von Müller Martini – gefalzt.



Die zweite Lithoman 96-Seiten Anlage bei Weiss-Druck am Standort Monschau setzt die erfolgreiche Partnerschaft fort.

zweiten 96-Seiten-Anlage nach und modernisiert zudem die Coldset-Produktion. Die neue Anlage wird Mitte 2016 installiert und in Betrieb genommen und ermöglicht es dem Unternehmen noch schneller, wirtschaftlicher und flexibler auf Kundenwünsche zu reagieren. Aber auch die Geoman Zeitungsanlage, die bereits seit den 90er Jahren in Monschau produziert, wird auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Weiss-Druck erteilte den Auftrag für das umfassende E-Retrofit im April 2015, die Umsetzung soll bis September 2015 erfolgen. Das umfangreiche Paket macht die Geoman fit für die Zukunft und stellt ihre Verfügbarkeit und Druckqualität sicher.

› www.manroland-web.com

DIGITALDRUCKMASCHINE HP INDIGO 7R

Auf der Kundenkonferenz DScoop EMEA 2015 stellte HP Anfang Juni die Digitaldruckmaschine HP Indigo 7r vor. Sie bietet Druckdienstleistungen, die in den Markt für Digitaldruck einsteigen wollen, bewährte HP-Indigo-Technologie zu einem vergünstigten Einstiegspreis. Außerdem kann sie mit weiteren Funktionen aufgerüstet werden, die denen einer HP Indigo 7800 Digital Press entsprechen; darunter One Shot Color und Smart Scheduling. Mit dem HP SmartStream Production Pro v.5.1 Print Server sind die Maschinen



Auf der Kundenkonferenz DScoop EMEA 2015 stellte HP Anfang Juni die Digitaldruckmaschine HP Indigo 7r vor.

für zuverlässigen Druck und hohe Produktionskapazitäten konzipiert. Sie drucken mit Geschwindigkeiten von bis zu 160 Farbseiten pro Minute beziehungsweise 4 Mio. Seiten pro Monat. Die Digitaldruckmaschine HP Indigo 7r ermöglicht zudem den Zugriff auf HP Indigo Print Care für automatisierte Fehlerdiagnose und -behebung.
› www.hp.com

ERSTE IMAGESTREAM 3500 IN BETRIEB

Planmäßig hat die Bosch-Druck GmbH in Ergolding bei Landshut die weltweit erste Océ ImageStream 3500 in Betrieb genommen. Bei dem System handelt es sich um die erste Inkjet-Farbdruckmaschine von Canon, die ohne Vorbehandlung auf gestrichenen Offset-Papieren druckt. Die Océ ImageStream



Im Bild (von links): Michael Krebs, Director Commercial Printing bei Canon Deutschland, Dr. Rüdiger Schmidt, Geschäftsführer Bosch-Druck, und Peter Wolf, European Director, Commercial Printing Business Group bei Canon Europe.

3500 druckt mit 160 m/Min. und einer Auflösung von 1.200 dpi.

»Erstmals können wir die gleiche Druckqualität in der Digitalproduktion wie im Offset liefern«, sagt Dr. Rüdiger Schmidt, Geschäftsführer von Bosch-Druck. Die Inkjet-Technologie ermögliche es, bedarfsgerechte Auflagen bis zu 3.000 Exemplaren abzuwickeln und wirtschaftlich zu produzieren. Die ImageStream 3500 wurde vor knapp einem Jahr angekündigt und erstmals im September 2014 vorgestellt. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich Bosch-Druck bereits für die Installation des Systems entschieden.

› www.canon.de

DREISEITENSCHNEIDER BC 330 IM MOHR-VERTRIEB

Kleinauflagen von klebegebundenen Büchern haben in den letzten Jahren stark zugenommen. Die Schneidaufgaben werden dabei häufig mittels Planschneidern durchgeführt, ein Prozess, der oftmals sehr zeitaufwändig und alles andere als ideal für die Anforderungen an eine moderne Druckerei ist. Seit April 2015 gibt es den Dreiseitenschneider BC 330 von Polar Mohr auch im Mohr Vertriebskanal.

Der BC 330 eignet sich vor allem zur Verarbeitung kleiner Auflagen im Digital- und Akzidenzdruck und schneidet automatisch klebegebundene oder sammelgeheftete Produkte. Im Gegensatz zu einem Dreimesserautomat arbeitet der Dreiseitenschneider mit nur einem Messer und ohne formatabhängigen Pressstempel. Damit lassen sich Formate von DIN A6 bis zu DIN A4 ohne Umbauarbeiten hintereinander verarbeiten. Das Produkt wird von einem Greifer in die jeweilige Schneidposition gebracht. Die Leistung liegt bei 220 einzelnen oder maximal 520 übereinandergestapelten Produkten in der Stunde. Der Schnitt erfolgt hydraulisch und ermöglicht damit, die Verweildauer des Messers im unteren Totpunkt auf das jeweilige Material anzupassen.
› www.fks-hamburg.de

DRUCKMARKT impressions

Für zwischendurch

»Druckmarkt impressions« ist eine Ergänzung zu den gedruckten Ausgaben. Was nicht bis zum nächsten Erscheinungstermin warten kann oder soll, wird in diesem Zeitschriftenformat als PDF im Internet veröffentlicht.

*Also: schnell **kostenlos** bestellen!*
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

arcus design 2015 | www.arcusdesign.de | Quelle: www.inkjet.com, www.123rf.com/de

Integration Hand in Hand

Die Hepack druck+verpackung GmbH mit Sitz im hohenlohischen Neuenstein hat ihre gesamte Produktion und Logistik mit Investitionen von rund zwölf Millionen Euro neu konzipiert: Mit dem Neubau entstanden rund 5.000 m² zusätzliche Fläche, der Warenfluss wurde nach dem Lean-Prinzip komplett neu aufgesetzt.

Text und Bilder: Heidelberg

Die Produktion ist nun mit zwei neuen Großformat-Druckmaschinen von Heidelberg im Format 6 und einer weiteren Faltschachtelklebmaschine sowie drei Stanzen in einem komplett integrierten Prinect-Workflow organisiert – eine branchenweit einzigartige Lösung. Das Ergebnis: plus zehn Prozent Durchsatz trotz laufender Bau- und Installationsarbeiten in den ersten fünf Monaten des Jahres.

Hepack produziert zu rund 80% für Lebensmittel- und Süßwarenhersteller mit Produktionsstandorten in Deutschland und im angrenzenden Ausland, etwa ein Fünftel der Aufträge fällt in das Segment »General Packaging«. Zu den Kunden gehören unter anderem Unternehmen wie Unilever, Dr. Oetker und Südsalz. Über die lebensmittelkonforme Produktion hinaus stellen die Kunden wachsende Anforderungen an die Veredelung der Produkte. Dazu gehört eine wachsende Zahl an Folienveredelungen. Goldfolie ist vorwiegend bei Süßwarenverpackungen gefragt, aber auch der Anteil von Spotlackierungen nimmt zu.

Integration war entscheidend

»Wir haben uns für die Lösungen von Heidelberg entschieden, da wir die komplette Integration unserer neu aufgestellten Produktion mit dem Prinect-Workflow und dessen Anbindung an unser ERP-System auf ein neues Leistungsniveau bringen konnten«, erläutert der Hepack-Ge-



schäftsführer und Inhaber **Peter Heim**. Mit der Anbindung des ERP-Systems sind nun alle relevanten Daten jederzeit zentral verfügbar und können für weitere Optimierungsschritte der Prozesse im Unternehmen genutzt werden.

Die Kriterien für die Entscheidung zugunsten der beiden Druckmaschinen Heidelberg Speedmaster XL 145-6+L waren laut Peter Heim vor allem der hohe Automationsgrad und der Durchsatz von bis zu 18.000 Bogen pro Stunde. Darüber hinaus gaben die mechanische Stabilität und Laufruhe der beiden Speedmaster XL 145-6+L den Ausschlag. Zudem ist eine der beiden Maschinen mit einem Hybridlackwerk ausgestattet, sodass auch UV-Veredelungen möglich sind.

»Die Geschwindigkeit, Verfügbarkeit und Qualität auf konstant hohem Niveau sind beim Volumendruck die wichtigsten Faktoren. Mit dem Inline-Mess- und Regelsystem Prinect Inpress Control können wir zudem bei jeder Maschinengeschwindigkeit die Druckqualität steuern – das spart zusätzlich Zeit und erhöht die Produktivität«, stellt Heim fest.

Auch die logistischen Prozesse im Unternehmen hat Peter Heim gemeinsam mit Heidelberg in Angriff genommen: Beide Druckmaschinen wurden in eine automatisierte Palettenversorgung eingebunden – das steigert die Effizienz, sorgt für reibungslose Abläufe und entlastet die Mitarbeiter. Abgerundet wurde das Investitionspaket durch eine Faltschachtelklebmaschine Heidelberg Diana X115 sowie drei Dymatrix 145-Stanzen.

Nachhaltig gute Ideen

Mit dem Umbau und der Neugestaltung der Produktion hat Hepack zusammen mit Heidelberg auch die Energiebilanz der Faltschachtelproduktion deutlich optimiert. Die Idee, die Prozessluft zum Trocknen der Druckbögen mit der Abwärme der Druckmaschinen und zusätzlicher Warmluft aus einer Hackschnitzelheizanlage und einem Blockheizkraftwerk vorzuheizen, wurde dank eines Lösungsvorschlages von Heidelberg umgesetzt. Die Einweg-Paletten aus Holz, auf denen der Karton angeliefert wird – Hepack hat einen Durchsatz von rund 28.000 Tonnen pro Jahr– werden zu Hackschnitzeln verarbeitet und verheizt. Hepack reduzierte den Energieeinsatz im Druckbereich so um rund 30%. Mit dem zusätzlichen Gas-Blockheizkraftwerk wird im Winter auch die Produktionshalle geheizt. Der technische Aufwand und die Installation der Hackschnitzelanlage lohnen sich für die Umwelt täglich: Pro Betriebsstunde und Druckmaschine spart das Unternehmen damit rund 100 kW ein.

» www.heidelberg.com



In der neuen Halle ist viel Platz für die beiden neuen Großformat-Druckmaschinen von Heidelberg.

FÄLSCHUNGSSICHERHEIT IM SICHERHEITSDRUCK

Agfa Graphics stellt als neues Tool ihres Software-Portfolios ein Plug-In für Adobe Illustrator vor. Dieses Plug-In ist eine Design-Lösung für Fälschungssicherheit im allgemeinen Sicherheitsdruck und für Personalisierung. Inspiriert von Fortuna, Agfa Graphics' Design-Software für den Hochsicherheits-Druck, kann Arziro Design in Sekunden sehr komplexe Sicherheitsmuster für Anwendungen im allgemeinen Sicherheitsdruck erstellen. Arziro Design ist einfach zu



Es gibt eine wachsende Nachfrage nach Sicherheitsmerkmalen auf Verpackungen für hochwertige Produkte.

bedienen und läuft mit einem Standard-Adobe Illustrator CC 2014-System für Mac und Windows. Es eignet sich für Unternehmen aus der Entwicklung und Herstellung von Verpackungen und Etiketten, Tickets und Coupons, Steuer- und Briefmarken. Dank der nahtlosen Integration mit Illustrator erhalten Designer in ihrer vertrauten Umgebung Zugang zu einer breiten Auswahl von Design-Modulen und Werkzeugen.
› www.agfagraphics.com

HEENEMANN DRUCK INVESTIERT IN HP

Die H. Heenemann und Co. KG erweitert ihren Maschinenpark um eine neue HP Indigo 7800. Die digitale A3-Bogendruckmaschine ermöglicht das direkte Bedrucken synthetischer Substrate. Ausschlaggebend für die Entscheidung waren die guten Erfahrungen, die Heenemann bereits mit einer HP Indigo 10000 machte. Mit Funktionen wie Raised Print, variabler Lackierung, digitalen Prägeeffekten oder auch der Herstellung digitaler Wasserzeichen und Weiß-Druck schafft die HP Indigo 7800 neue Möglichkeiten für die Produktion. Die Digitaldruckmaschine verfügt zudem über einen HP-Smartstream-Production-Pro-Print-Server, der die Produktion beschleunigt. Die HP Indigo 7800 bedruckt Papierformate



bis zu 330 x 482 mm und Grammaturen von 80 g/m² bis 350 g/m² in einer Geschwindigkeit von bis zu 14.400 Seiten in Schwarz-Weiß und 1.200 Seiten vierfarbig pro Stunde.

› www.hp.com

› www.heenemann-druck.de

RICOH ERHÄLT ZWEI EDP-AWARDS

Ricohs Leistungen im Bereich Forschung und Entwicklung haben von der European Digital Press Association (EDP) gleich doppelte Anerkennung erhalten. Zwei der neuesten Produktionsdrucklösungen, der Pro VC60000 und der Pro C7100X, haben jeweils den ersten Platz in den Kategorien ›Best production printer web-fed‹ und ›Best production cut-sheet printer light production‹ belegt. Graham Moore, Director of Business Development bei Ricoh Europe, sagt: ›In den Monaten seit dem Launch des Pro VC60000 haben wir einen deutlichen Eindruck davon bekommen, wie sich der Markt den Möglichkeiten öffnet, die dieses System bietet. Bei jedem Gespräch lernen wir mehr über die Potenziale, die dieses Modell hat.

Inkjet-Systeme ersetzen Rollenoffsetmaschinen in Applikationen wie Direct Mailing, Büchern, Broschüren und Magazinen. Darüber hinaus wächst das Volumen an Akzidenzen. Die Ursache für diesen Wandel liegt in der gesteigerten Qualität, Flexibilität und Produktivität der Inkjet-Produktionsdrucktechnologie. Auch die Jury findet die möglichen Auswirkungen offensichtlich sehr spannend. Wir freuen uns, dass sie den Pro VC60000 von Ricoh für diesen prestigeträchtigen Award ausgewählt hat.
› www.ricoh.de

CANON TECNAU ZERO SPEED SPLICERS U40

Canon und Tecnaul arbeiten seit einiger Zeit zusammen, um Bedieneringriffe, Makulatur und Ausfallzeiten der Drucksysteme zu minimieren. Dazu kann jetzt der Tecnaul Stillstandsrollenwechsler Zero Speed Splicer u40 mit den digitalen Drucksystemen der Océ ColorStream 3000 Serie eingesetzt werden.



Der Tecnaul Zero Speed Splicer u40 ermöglicht den automatischen Rollenwechsel ohne Produktionsunterbrechung.

Der Rollenwechsler eliminiert Produktionsunterbrechungen durch den Rollenwechsel. Kurz bevor die Rolle zur Neige geht, klebt der u40 automatisch den Anfang der neuen Rolle auf die alte Rolle, während das Drucksystem die Inkjet-Köpfe von der Papierbahn weg in eine sichere Position fährt, damit jegliches Risiko einer Druckkopf-Beschädigung ausgeschlossen wird. Sobald die Klebestelle die Druckköpfe passiert hat, beginnt die Océ ColorStream 3000 wieder automatisch mit dem Druck und fährt auf ihre Maximalgeschwindigkeit hoch.
› www.tecnaul.com

FOLIENKASCHIERSYSTEM MIT GS-ZERTIFIKAT

Als weltweit erste Folienkaschiersysteme haben die Foliant Vega 400A und 530A das unabhängige GS-Zertifikat für ›Geprüfte Sicherheit‹ erhalten. Mit der Zertifizierung durch DGUV Test, das Prüf- und Zertifizierungssystem der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung, wird bestätigt, dass die

Kaschiersysteme in allen sicherheitsrelevanten Details den Anforderungen der Berufsgenossenschaft entsprechen. Für die Zukunft ist die Zertifizierung weiterer Systeme geplant, darunter auch die Mercury-Serie. Die Foliant Vega 400A und 530A bieten sichere und effiziente Bedienung per Touch&Work-Technologie: Sowohl bei neuen als auch bei Wiederholaufträgen werden die Rüstzeiten durch halbautomatische Einrichtung und das klare Bedienkonzept auf ein Minimum reduziert.
› www.horizon.com

Kleinauflagen-Buchproduktion

Die Nachfrage nach der kostengünstigen und schnellen Produktion von Büchern in kleinen Auflagen nimmt zu. Deshalb hat das auf die Herstellung von Zeitschriften und Büchern spezialisierte britische Unternehmen Henry Ling Limited seine Bindekapazität mit einem vollautomatischen Tecnaulibra 800 Buchproduktionssystem verdoppelt.

Text und Bild: Tecnaul

Das 140 Jahre alte Unternehmen Henry Ling produziert im Offset- und Digitaldruck und beliefert vor allem wissenschaftliche und medizinische Verlage sowie akademische Vereinigungen. Der ISO- und FSC-zertifizierte Betrieb investiert kontinuierlich in neue Produktionslösungen, um sein Leistungsangebot zu verbessern.



»Die Auflagen sinken ständig«, erläutert **Helen Kennett**, Geschäftsführerin des Unternehmens mit 105 Beschäftigten. »Stattdessen müssen wir viele kleinere Aufträge produzieren. Deshalb benötigten wir ein effizienteres Bindsystem, das geringeren Rüstaufwand erfordert. Gleichzeitig wollten wir unsere einfarbig mit Toner arbeitende Rollen-Digitaldruckmaschine mit einer wirtschaftlichen Lösung für den Inkjet-Farbdruck ergänzen. Wir befassten uns auch damit, was dies für die Buchbinderei bedeuten würde.«

Erweiterung der Kapazität

Henry Ling investierte Ende 2013 in eine Inkjet-Rollenmaschine Canon

Océ ColorStream 3700. Dabei stellte sich die Frage nach einer adäquaten Aufrüstung der Buchbinderei. Die Wahl fiel auf eine Tecnaulibra 800, eine Offline-Produktionslinie, die von der Rolle bis zum fertigen Buch automatisch arbeitet. Sie besteht aus einer Abrollung, der StreamFolder f30 Längsfalteinheit, einem rotativen Querschneider und dem Libra VB (Variable Binder) Klebebinde, an den sich der Libra VT (Variable Three-Knife Trimmer) Dreimesserautomat anschließt. Der StreamFolder f30 falzt die Bahn längs und ist mit Bahnleitwalzen, halbautomatischen Falzköpfen sowie motorisierten Kreismessern für die Längsperforation ausgestattet, um den Wechsel von der Produktion mit zwei auf drei Seiten über die Bahnbreite zu erleichtern und Umstellzeiten auf ein Minimum zu reduzieren. Die Lösung kann Signaturen mit vier und sechs Seiten Umfang produzieren, die in einer variablen Sammelstation zusammengetragen werden.

Die Signaturen werden zu einem Buchblock zusammengefasst, der dann automatisch zum Eingang des

Klebebinders transferiert wird. Nach der Messung der Stärke wird der Buchblock von einem Roboter direkt in einer Klammer platziert. Der Umschlag wird je nach Buchgröße zugeschnitten, gerillt und mit dem Buchblock zusammengeführt. Danach leitet ein Transfersystem das Buch zum Libra VT Dreimesserautomaten. Das System lässt sich auch manuell betreiben. Die Produktionslinie kann bis zu 800 Bücher in der Stunde produzieren.

Auch die ColorStream 3700 ist mit einer Ab- und Aufrolleinheit von Tecnaul ausgestattet. Bei der Druck- und Bindelinie kommt das MIS Tecnaul PrePost Manager zum Einsatz. Der Prozess wird über mitgedruckte 2D-Datamatrix-Codes gesteuert und überwacht. Die Software kontrolliert die korrekte Reihenfolge und Zusammensetzung der Buchblocks und sorgt für die richtige Zusammenführung von Buchblock und Umschlag. Zudem generiert die Software einen umfassenden Bericht mit Produktionsdaten und Fehlermeldungen.

Der Tecnaul PrePost Manager bietet dem Unternehmen auch Zugang zu Remote-Support- und Ferndiagnose-

Leistungen. Technische Experten von Tecnaul können eventuell auftretende Probleme schnell und einfach untersuchen und das Bedienpersonal kann angeleitet werden, welche Maßnahmen zu ergreifen sind, um die Produktion mit voller Leistung fortsetzen zu können. Helen Kennett sagt: »Die Libra 800 ist eine sehr intelligente Anlage, da Umstellungen mit geringem oder überhaupt keinem Umrüstaufwand möglich sind und das kommt unserer Produktivität enorm zugute.«

Flexible Lösung

»Früher gab es in der Buchbinderei Engpässe, die nun allesamt ausgeräumt sind«, erklärt Helen Kennett. »Besonders wichtig ist, dass wir unseren Kunden jetzt sehr flexible und effiziente Lösungen für die Kleinauflagenproduktionen bieten können. Wir stellen unsere betrieblichen Abläufe kontinuierlich auf den Prüfstand. Das ist ein wichtiger Aspekt in einer Branche, die einen erheblichen Wandel erfährt.«

➤ www.tecnaul.com



Der Tecnaul StreamFolder f30 in Produktion.



Der Libra VB Klebebinde.



Der Rewinder 555 mit PrePost Manager-Monitor.

THOMANN AG INVESTIERT IN VAREO

Als erste Buchbinderei der Schweiz nimmt die W. Thomann AG in Ebikon bei Luzern im kommenden September den Drei-Zangen-Klebebinder Vareo von Müller Martini in Betrieb.

»Unser jetziger Klebebinder ist zwar immer noch gut in Form«, sagt Geschäftsführer Reto Thomann. »Doch vom Vareo, der ideal auf unser Produktportfolio zugeschnitten ist, versprechen wir uns eine noch effizientere Produktion von Kleinauflagen, kürzere Zeitfenster, ein größeres Formatspektrum und dank der überzeugenden PUR-Düse auch eine noch höhere Qualität.«

Neben dem Drei-Klammern-System ist der Luzerner Buchbindeprofi auch von der Servosteuerung des neuen Vareo begeistert, der an den Hunkeler Innovationdays in Luzern im Februar 2015 seine Weltpremiere hatte und der mit einer mechanischen Leistung von bis zu 1.350 Takten pro Stunde maximale Flexibilität bietet. Mit der Einzelantriebs-Technologie bei jeder Zange werden die Vorteile von kontinuierlichem und diskontinuierlichem Antrieb in einer Maschine vereint.

› www.mullermartini.com

DIGITALDRUCKANGEBOT VON HEIDELBERG

Seit Beginn der Partnerschaft von Heidelberg und Ricoh im Jahr 2011 haben sich bereits mehr als 600 Anwender für ein Linoprint Digitaldrucksystem zur Produktion von kleinen Auflagen einschließlich variablen Datendrucks entschieden.

Ab sofort liefert Heidelberg auf Wunsch alle Linoprint CP/CV mit dem Prinect Digital Frontend aus und sorgt damit für eine höhere Automatisierung und mehr Sicherheit im Produktionsprozess. Das Prinect Digital



Frontend ermöglicht die nahtlose Integration der Digitaldrucksysteme Linoprint CV/CP in den Gesamtworkflow einer Druckerei. Damit lassen sich alle Druckaufträge unabhängig vom gewählten Produktionsverfahren in einem Workflow-System zentral verwalten.

› www.heidelberg.com

DIEDRUCKEREI.DE AUSGEZEICHNET

Beim umfangreichsten Onlineshop-Test Deutschlands prüfte das Computermagazin Computer Bild in Kooperation mit dem Statistikportal



diedruckerei.de wurde vom Computermagazin Computer Bild zu einem der 750 besten Onlineshops Deutschlands gekürt und darf sich ›Computer Bild Top Shop 2015‹ nennen.

Statista insgesamt 8.500 Onlineshops auf Benutzerfreundlichkeit, Datensicherheit und Einkaufserlebnis. diedruckerei.de ist einer von 750 Shops, die mit dem Qualitätssiegel der Redaktion ausgezeichnet wurden. Das Unternehmen darf sich ›Computer Bild Top Shop 2015‹ nennen.

› www.diedruckerei.de

XEIKON FÜHRT METALLIC-LOOK EIN Xeikon wird ab Ende September die neuen Toner MatteSilver und PalladiumSilver anbieten. Die Spezialtoner für Metallic-Farben erweitern die Gestaltungsmöglichkeiten für Grafiker sowie Etiketten- und Verpackungsdruckereien, die mit den Digitaldrucksystemen von Xeikon arbeiten. Die luxuriös anmutenden Toner sind die ersten Produkte der Creative Colors Toner von Xeikon. MatteSilver verleiht dem Substrat einen satten Metallic-Look, während PalladiumSilver silberfarbene Tupfer enthält, die einen zusätzlichen Struktureffekt bewirken. › www.xeikon.com

NEUE WERKZEUGE VON ESKO Esko bietet eine neue Reihe von Kongsberg-Werkzeugen. Zusätzlich zu den bereits mehr als 100 Klingen, Fräseinsätzen und sonstigen Zubehörteilen gibt es nun unter anderem auch ein Scherenschnitt-Messer, ein Perforationsrad und ein Braille-Werkzeug. Die Werkzeuge sind in den Weiterverarbeitungsanlagen Kongsberg XN, V und XL einsetzbar. › www.esko.com

NEUE DCS BOOK CMYK MINI EDITION Die grafipress GmbH, Versandhändler für die Design- und Druckindustrie, hat eine neue Ausgabe der DCS Mini Farbreferenzbücher vorgestellt. Die DCS Book CMYK Mini Edition (coated und uncoated) ist eine einfach zu handhabende Farbreferenz. Sie enthält über 20.000 CMYK-Farbkombinationen und ist die komprimierte Version der Professional Edition, die über 65.000 Farbreferenzmuster enthält. › www.grafipress.de

RETROFITS GEHEN WEITER 2003 ging im Druckhaus Nürnberg eine Colorman-Großanlage mit 12 Satelliten-Drucktürmen, 16 Rollenwechslern und 6 Falzwerken in Betrieb, bei der nun vor allem Elektronik-Komponenten eine Umrüstung ohne Produktionsunterbrechung verlangen. Nachdem die PrintHouseService GmbH (PHS) den ersten Teil des Retrofit an der Colorman der ›Nürnberger Nachrichten‹ abgeschlossen hat, entschied sich das Druckhaus in Nürnberg für weitere Retrofit-Maßnahmen mit PHS. Im Rahmen der nächsten Umrüstung werden Bahnriß- und Füllstandssensoren für die Farbkästen und Encoder für die Wendestangenpositionierung in weiteren Sektionen ersetzt. › www.printheuseservice.com

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



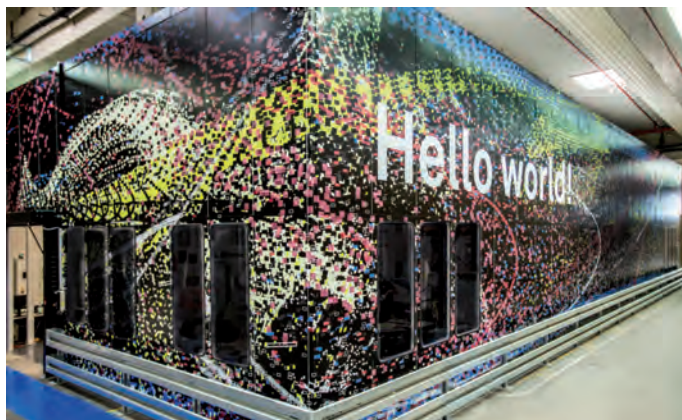
Interprint startet industriellen Digitaldruck

Es ist soweit. Die weltweit erste industrielle Digitaldruckanlage für den Druck von Holz-, Stein- und Kreativdekoren auf Dekorpapier ist in Betrieb. Der Produktionsstandort ist Arnberg – Stammsitz des internationalen Dekordruckers Interprint. Dort soll die KBA Rotajet 168 Vor- und Kleinauflagen produzieren.

»Der Digitaldruck ist wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Auf diesen Durchbruch haben wir viele Jahre hin gearbeitet und dabei umfangreiches Know-how erworben. Das gesamte Interprint-Team freut sich riesig, dass wir es gemeinsam geschafft haben«, sagt Frank Schumacher, Sprecher der Interprint-Geschäftsführung und ergänzt: »Mit dieser Anlage können wir unseren Marktpartnern echte Zusatznutzen bieten – sowohl flexible Losgrößen als auch ein breites Portfolio an digital gedruckten Dekoren.«

Interprint sieht die neue Anlage als wichtige Ergänzung zum klassischen Tiefdruck. Mit dieser Technologie können neu entwickelte Dekore auch in kleineren Mengen wirtschaftlich hergestellt werden. Zum anderen sollen mit ihr Kleinserien von individuellen Dekoren gedruckt werden. Holger Dzeia, Interprint-Geschäftsführer Marketing/Vertrieb, erläutert die Hintergründe dieser Investition: »Unsere Kunden wünschen sich mehr Flexibilität insbesondere bei den Losgrößen neuer Dekore für erste kleinere Produktserien oder Markttests. Dies bedingt bei steigenden Mengen einen »nahtlosen« Übergang zur Produktion im Dekortiefdruck. Auch am Ende eines »Dekor-Lebenszyklus« haben unsere Abnehmer nun die Möglichkeit, kleinere Mengen kostengünstig zu beziehen. Interprint kann damit Lösungen anbieten, die bis dato in unserer Industrie nicht möglich waren.«

DEKORE VON INTERPRINT gestalten die Oberflächen von zahlreichen Materialien im Bereich der Holzwerkstoffe, die dann zu Wohn-, Küchen- und Badmöbeln, Laminatböden oder auch für den Innenausbau in Zügen, Schiffen sowie der Caravanindustrie weiterverarbeitet werden. Die Interprint-Gruppe ist eine der weltweit führenden Dekordruckereien und verfügt über sieben Standorte mit eigener Produktion. Die Gruppe gehört zu 100% der in



Fassade des Digitaldruckraumes im Interprint-Werk Arnberg: Mit »Hello World!« wird die neue Drucktechnologie begrüßt. Weltpremiere: Mit dieser Anlage von KBA können digital bedruckte Dekorpapiere in Serie produziert werden.

Arnsberg ansässigen Wrede Industrieholding, ein traditionsreiches, familiengeführtes Unternehmen mit über 125-jähriger Erfahrung im Holzwerkstoffbereich. Die Interprint-Gruppe produziert mit insgesamt 29 Produktionsmaschinen bei einer Gesamtkapazität von 1,7 Mrd m² und beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter. Das Stammhaus von Interprint befindet sich in Arnberg, wo das Unternehmen 1969 gegründet wurde.

KBA ROTAJET 168 Die Single-Pass-Inkjet-Anlage, die in Zusammenarbeit mit dem Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer konzipiert und gebaut wurde, hat eine maximale Druckbreite von 1.680 mm und eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 150 m/Min. Eine Übertragungsgeschwindigkeit von 2,2 Terabyte/Sekunde stellt dabei den kontinuierlichen Datenfluss sicher. Exklusive Lösungen sorgen dafür, dass mit wasserbasierenden Druckfarben und hoher Lichtechtheit auf herkömmlichem Dekorpapier digital gedruckt

werden kann. Damit ist eine problemlose Imprägnierbarkeit und Weiterverarbeitung gewährleistet.

»Mit dieser Digitaldruckanlage positioniert sich Interprint erneut als Technologieführer im Dekordruck«, sagt Robert Bierfreund, Geschäftsführer für den Bereich Technik bei Interprint. »Die Anlage ist eine echte Weltneuheit. Nach jahrelanger Vorarbeit und mit viel Leidenschaft in der Forschung & Entwicklung haben wir heute eine Technologie, deren Leistungsspektrum es ermöglicht, dass digital bedruckte Dekorpapiere effizient in Serie produziert werden können. Darauf kann unser Team wirklich stolz sein.«

Den Aufbau und Anlauf der Maschine hat Interprint in einem Video festgehalten, das auf der Homepage zu sehen ist.

› www.interprint.de

SCHLAUMACHER DIGITALDRUCK



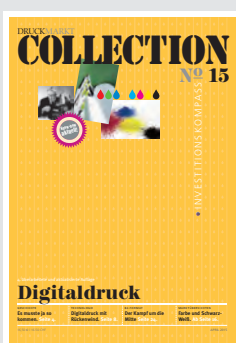
Mit dem Digitaldruck beschäftigt sich die Branche seit nunmehr gut 20 Jahren. Dabei sorgen ständig neue Techniken immer wieder für Diskussionen darüber, wo und wie Digitaldruck im professionellen Umfeld am sinnvollsten und vor allem wirtschaftlich einsetzbar ist. Die Unzahl an Systemen, Verfahrenstechniken mit Tonern, Tinten und unterschiedlich einsetzbaren Bedruckstoffen macht einen einfachen Überblick allerdings nicht gerade einfach.

Natürlich können Sie Kollegen fragen, sich durch Berge von Papier wühlen und durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum?

Diese Arbeit haben wir schon für Sie erledigt! Die »Druckmarkt COLLECTION« 15 greift praktische und theoretische Aspekte auf, stellt über 200 aktuelle Drucksysteme in Marktübersichten zusammen, beschreibt und kommentiert sie. Daneben gibt es ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen und ein Anbieterverzeichnis für die Ansprechpartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Übersichten (derzeit aktueller Stand 31. März 2015) werden übrigens permanent aktualisiert.

Und wenn Sie kein Exemplar der Erstauflage mehr erhalten – kein Problem. Schließlich gibt es ja auch noch den Digitaldruck!



»Investitionskompass« **Digitaldruck**

52 Seiten DIN A4, davon über 12 Seiten Marktübersichten sowie Tabellen, Checklisten, Artikel, Glossar und Anbieterverzeichnis.

Zu bestellen im Internet für
16,50 € / 16.50 CHF.

**AGFA GRAPHICS
STOREFRONT V3.0**

Agfa Graphics hat die neueste Version seines Web-to-Print-Workflowsystems StoreFront 3.0 für den Akzidenzdruck (Apogee) sowie den Sign & Display Markt (Asanti) auf den Markt gebracht. Eine der neuen Funktionen ist die Verwendung animierter »Karussellbanner« und einer kundenspezifischen



Webshops in B2B-Umgebungen werden immer beliebter.

Fußzeilenfunktion auf Shop-Seiten. Die HTML5-Banner sind einfach einzurichten und werden auf Mobilgeräten korrekt angezeigt. Die Fußzeilen-Funktion kann verwendet werden, um Kontaktdaten oder Zahlungs- und Versandinformationen auf Shop-Seiten hinzuzufügen. StoreFront 3.0 unterstützt jetzt auch eine Preisrundung entweder pro Artikel oder für den Gesamtwert der Bestellung. Shops, die auf internationale Besucher ausgerichtet sind, erhalten eine bessere Kontrolle über das Ausweisen internationaler Mehrwertsteuern. In Ländern, in denen es üblich ist, einen Zuschlag für Kreditkartenzahlungen zu verrechnen, können diese Gebühren jetzt zur Gesamtbestellung hinzuge-rechnet werden.

› www.agfagraphics.com

**NEUE SOFTWARE
VON HEIDELBERG**

Für Verpackungsdrucker zählt in der Kostenbilanz jeder Millimeter Karton. Hier setzt die neue Softwareversion des Farbmesssystems Prinect Image Control an. Mit dem System ist es den Entwicklern von Heidelberg gelungen, die Farbgebung an der Druckmaschine ausschließlich über Volltöne und CMYK-Bilder auf dem Druckbogen zu regeln. Der Prozess wird durch die Verwendung der CIP4-PPF Daten (ehemals CIP3) aus der Druckvorstufe stark automatisiert. Dadurch



Das neue Farbmesssystem Prinect Image Control erreicht eine hohe Materialeinsparung durch Messen und Regeln ohne Druckkontrollstreifen. Die Anordnung von Farbkontrollelementen erfolgt zwischen den einzelnen Nutzen oder auf Klebelaschen.

kann in vielen Fällen auf einen konventionellen Druckkontrollstreifen an der Bogenkante verzichtet werden. Allein durch den Wegfall von 4 mm Karton, können je nach Auftragsvolumen zwischen 20.000 und 40.000 € pro Jahr eingespart werden. Neben der Ersparnis von Karton durch den Entfall eines konventionellen Druckkontrollstreifens ermöglicht die Option »Proof Match« die größtmögliche Gleichmäßigkeit im Nutzen-Druck. Neu und einzigartig ist die Möglichkeit, auch Digitalproofs als Mustervorlage einzulesen und mit den Farbinformationen die Druckmaschine einzustellen.

› www.heidelberg.com

**XEROX IGEN 5
FÜNFTE FARBE BRINGT MEHR
FÜR DEN DIGITALDRUCK**

Xerox hat der iGen-Plattformen eine fünfte Farbe und zusätzliche Geschwindigkeitsoptionen mitgegeben und nennt diese Weiterentwicklung neue Xerox iGen 5. Sie ist in Geschwindigkeiten als iGen 5 150 mit 150 Seiten/Min., als iGen 5 120 (120 S./Min.) und als iGen 5 90 (90 S./Min.) erhältlich. Die frei skalierbare Architektur des Systems erleichtert das Upgrade von einer Geschwindigkeits-Option auf die nächste.

Die optionale fünfte Farbeinheit erleichtert das Wiedergeben einer größeren Palette an Pantone-Farben oder Volltonfarben, ohne dass damit eine



Einschränkung der Produktivität einhergeht, berichtet Xerox. CMYK wird durch die Optionen Orange, Grün oder Blau ergänzt und könne spezielle Kundenfarben akkurat nachbilden.

Durch eine Vielzahl an Werkzeugen zur Farbanpassung und zur Automatisierung der Qualitätskontrolle soll die maximale Laufzeit bestmöglich dafür genutzt werden, noch mehr profitable Aufträge zu erstellen.

Als weitere Merkmale gibt Xerox unter anderem Efi Fiery oder Xerox FreeFlow Print Server an, die den gesamten Arbeitsprozess automatisieren. Standard- oder Matt-Dry-Ink-Optionen, mit

denen sich aufmerksamkeitsstarke Anwendungen umsetzen lassen und eine Bogenlänge von 660 mm, mit der sich zum Beispiel 6-seitige Broschüren, Prospekte mit Klappcover, Mappen etc. erstellen lassen, und 2.400 x 2.400 dpi Druckauflösung, objekt-orientierte Rasterung, Confident Colour, Auto Density Control und eine Reihe von Inline-Finishinglösungen machen auch anspruchsvolle Jobs möglich. Die Xerox iGen 5 ergänzt die bestehenden Angebote der

iGen-Familie – die Xerox iGen 150 und die

Xerox iGen 4 Diamond Edition – indem sie die Palette an Anwendungen vergrößert, die auf dem Produktionssystem von Xerox umgesetzt werden können.

Die Xerox iGen 5 150 und der Efi Print Server sind ab sofort weltweit verfügbar. Die Xerox iGen 5 120, iGen 5 90 und der FreeFlow Print Server werden ab September verfügbar sein.

› www.xerox.de

**NEUER LASERPRINTER
PROPRINT 30SHS**

Mit dem neuen Laserprinter proPrint 30SHS von Imaging Solutions AG mit integrierter Fotopapierentwicklung können großformatige Produkte hergestellt werden. Der proPrint 30SHS ist ein Foto-Laser-Laborsystem für den Druck brillanter Fotos. Zum optimalen Materialeinsatz ist das System mit einer auto-



Der proPrint 30SHS Drucker von Imaging Solutions AG verarbeitet Fotopapier von der Rolle zum Bogen mit einer maximalen Breite von 76,2 cm.

matischen Layout-Anordnung ausgestattet. Poster und Cover produziert der Großformatdrucker im Mehrfachnutzen und leistet somit einen Beitrag zur Produktivitätssteigerung.

Der proPrint 30SHS verarbeitet Fotopapier von der Rolle mit einer maximalen Breite von 76,2 cm. Optional kann der Laserdrucker auch auf eine unbegrenzte Papierlänge aufgerüstet werden.

Die lineare Druckgeschwindigkeit im Super Highspeed-Modus beträgt 152,4 cm pro Minute. Mit dieser Leistungsfähigkeit gehört der proPrint 30SHS zu den schnellsten Druckern seiner Klasse und verkürzt die Durchlaufzeit bei der Herstellung von Print-on-Demand-Produkten.

› www.imagingsolutions.ch

PRINTTOUR

Von Negev bis Nano

Eine Hightech-Reise nach Israel

18.–21. Oktober 2015

printtour.4-c.at
printtour@4-c.at



HP Indigo



Tel Aviv



Jerusalem



Highcon



Massivit
3D



Benny Landa



Nanografie

RUFEN SIE UNS AN!
VDMB:
089-33036-0
4c Deutschland:
0211-3003 417



Scodix

Eine gemeinsame Veranstaltung von



**VERBAND
DRUCK
MEDIEN
BAYERN**

›FÜHLT SICH AN WIE ECHT‹

Wegen der überragenden Bedeutung der haptischen Kommunikation gelangt die klassische Printwerbung zu neuen Ehren. Wer gezielt und systematisch haptische Elemente nutzt, erzielt hohe Aufmerksamkeit. Eine Vielzahl technischer Möglichkeiten für haptische Effekte bietet der Papierveredler Achilles aus Celle mit seinen Folien- und Lackkombinationen im Siebdruck. Unter dem Leitmotiv ›Fühlt sich an wie echt‹ können Holz, Beton, Sand, Metalle,



Rost, Gummi, Leder und viele andere Effekte naturgetreu nachempfunden werden, erläutert Achilles Geschäftsführer Thorsten Drews das Konzept. In Verbindung mit optischer Brillanz eröffnen sich auf diese Weise für Mailings, Kataloge, oder Verpackungen neue kreative Möglichkeiten für haptische Effekte.

In einer Mustermappe werden zehn Beispiele für die Anwendung dieser Technik präsentiert. Sie zeigen, wie die Lackvarianten Kunden über ein haptisches Erlebnis für ein Produkt begeistern. Wer ein Gefühl für diese Lackvarianten bekommen möchte, kann die Mustermappe gegen eine Schutzgebühr von 14 € bei Achilles anfordern.

› www.achilles.de/wie-echt

HERSTELLUNG VON BEIPACKZETTELN MB BÄUERLE MIT NEUEN FALZMODULEN

Der Falzmaschinenhersteller MB Bäuerle hat erstmals die zwei Varianten seines Falzmoduls zur Herstellung von Beipackzetteln für die Pharma-, Kosmetik- und Verpackungsindustrie vorgestellt. Beide Falzeinheiten sind zum Einbau in Kartonier- und Verpackungsmaschinen sowie als Solo-Falzsystem erhältlich.

Der leafletFolder Net 21 bietet durchgehende Automatisierung, vier Falztaschen mit integrierten Bogenweichen und ermöglicht alle üblichen Kleinfaltungen bis zu einer Falzlänge von 15 mm. 16 Falzarten sind fest programmiert, alle anderen können frei programmiert werden. Die Einstellung der Falzwalzen erfolgt automatisch und auch die Codeleser fahren per Knopfdruck in eine definierte Position. Alle Einstellungen können gespeichert und bei Bedarf automatisch wieder eingestellt werden. Bis zu 200 Wiederholjobs lassen sich dadurch reproduzieren, was speziell bei kleinen Chargen von Nutzen ist. Optional kann der Falzer mit Rilleinrichtungen und einer Aussteuerweiche ausgestattet werden. Eine Netzwerkschnittstelle ermöglicht die Integration der Prospektfalzer-Software in die Steuerung einer Kartonier- oder Verpackungsmaschine. Ebenfalls neu ist die manuelle Version leafletFolder 21.

Durch die schwenkbare Lagerung des Anlegertisches wird eine gute Zugänglichkeit gewährleistet. Der Prospekttransport ist ausziehbar

und kann einfach entnommen werden. Der große Lesebereich erlaubt die Integration sämtlicher Codeleser sowie das Lesen von oben und unten. Das manuelle Vier-Taschen-Falzwerk zeichnet sich durch seine einfache



Der neue manuelle leafletFolder 21 steht für innovative Technologie gepaart mit Effizienz.

Handhabung aus. Dabei bilden Falztasche und Blindtasche eine Einheit, sodass das Einsetzen zusätzlicher Bogenweichen entfällt. Auch mehrlagig vorgefaltete Beilagen können mit dem Falzer verarbeitet werden.

› www.mb-bauerle.de

NEUES DRUCKTUCH FÜR BESSERE QUALITÄT

Der Drucktuchhersteller ContiTech Elastomer Coatings und Igepa group haben gemeinsam ein neues Drucktuch entwickelt. Es ist mit einer kompressiblen Schicht ausgestattet, die aus sehr kleinen Mikropartikeln, sogenannten Mikrosphären, besteht, die für bestmögliches Rückstellverhalten und eine



gute Knautscherbeständigkeit sorgen. Dadurch soll die Lebensdauer des Drucktuchs verlängert werden.

Seit April ist das Drucktuch unter dem Namen Xcelent Phoenix als Handelsmarke von Igepa erhältlich. Es wird von ContiTech exklusiv für die Häuser der Igepa group produziert.

› www.contitech.de

RHOTEX HS MIT EDP AWARD AUSGEZEICHNET

Durst, der Spezialist für industrielle Inkjet-Anwendungen, blickt auf eine sehr erfolgreiche Fespa 2015 zurück. Mit der Präsentation der ›Durst Water Technology‹ – einer langfristigen Strategie, um mit wasserbasierten Tinten eine Alternative zu den rein UV- und Solvent-basierenden Drucksystemen anzubieten, war Durst einer der Highlights auf der Large-Format Messe in Köln. Die hierfür entwickelte neue Geräteklasse mit dem Rho WT 250 HS, druckt mit Functional Aqueous Inks auf eine Vielzahl von starren und flexiblen Großformat-Medien – geruchlos, in Offsetqualität und umweltfreundlich. Durst hatte mit der Durst Water Technology bereits Pionierarbeit im Soft Signage Bereich geleistet und mit den Rhotex Textildrucksystemen die Anwendung von textilen Werbe- und Informationsmedien, als ›grüne‹ Lösung am Point-of-Sale, forciert. Der Rhotex HS ist zudem der schnellste Soft Signage Drucker am Markt. Mit einer Produktionsgeschwindigkeit von über 900 m² in der Stunde und einer maximalen Druckbreite von 330 cm, druckt der Rhotex HS mit wasserbasierten, schadstoff- und geruchsfreien Dispersions-Tinten auf unbeschichtetes und beschichtetes Polyester-gewebe. Diese Innovationskraft wurde von der European Digital Press Association (EDP) mit einem Award in der Kategorie ›Best Wide Format Textile Printer High Production‹ ausgezeichnet.

› www.durst.it



FORMERLINE FÜR BÜCHER UND KALENDER

Die Druckerei Legra, größter polnischer Hersteller von Notizbüchern, Taschen- und Buchkalendern, wird diese ab Sommer 2015 auch im Digitaldruck produzieren. Die Buchblocklösung FormerLine von manroland web systems soll das effiziente Finishing ermöglichen. Gedruckt wer-

den die Produkte Schwarz-Weiß auf einer Kodak Prosper 1000 und dann zu Buchblöcken verarbeitet. Danach versieht Legra die Kalenderbücher mit individuellen Covern zum Endprodukt.

› www.manroland-web.com

VERPACKUNGEN IN KLEINEN CHARGEN

Mimaki und Esko möchten die digitale Verpackungsproduktion für jene Unternehmen erleichtern, die Verpackungsmuster sowie kleine Chargen und personalisierte Produktverpackungen herstellen. Das Original Goods Package System (OGPS) von Mimaki umfasst die ArtiosCAD Designer Solution als Teilmodul der Konstruktionslösung Esko ArtiosCAD, den LED-UV-Inkjet-Drucker UJF-6042 von Mimaki und den Schneideplotter CFL-605RT von Mimaki.

Zum Erstellen eines Verpackungsentwurfs wählt der Anwender eine der 400 Vorlagen von ArtiosCAD DS aus und gibt die Innenabmessungen der Verpackung so-



wie die Stärke des zu verwendenden Materials ein. Der Anwender hat aber auch die Möglichkeit, mit Spezialwerkzeugen eigene Designs zu erstellen. Ist das Design fertiggestellt, kann es auf dem UJF-6042 vollfarbig und bei Bedarf auch mit Lackeffekten gedruckt werden. Anschließend ist es möglich, den gedruckten Entwurf mit dem Schneideplotter CFL-605RT zu schneiden und zu rillen. So lässt sich innerhalb weniger Minuten mit dem Originalmaterial eine fertige Verpackung entweder als Muster oder für die Produktion kleiner Verpackungschargen produzieren.

› www.mimakieurope.com

UNITEDPRINT INVESTIERT IN LITHOFLASH INLINE

Die Inline-Messanlage LithoFlash Inline der Lithec GmbH ist bei den Onlinedruckern angekommen. Nach mehreren Wochen Dauertest übernimmt Unitedprint die erste Anlage und rüstet eine zweistellige Zahl Druckmaschinen mit dem Inline Mess- und Regelsystem aus.

Technisch basiert LithoFlash auf sensiblen Farbsensoren mit Spezialfiltern und einer speziellen LED-Beleuchtung. Jeder Bogen wird gemessen, die Regelungen erfolgen unmittelbar. Der im Minimum



3,5 mm hohe Druckkontrollstreifen muss in den vorderen 70% des Formats angeordnet sein. Feldbreiten von 3 mm sind kein Problem. Es werden unterschiedliche Streifentypen unterstützt, sodass auch an der Maschine vorhandene externe Messtechnik genutzt werden kann. Bei CMYK-Farben ist keine Kalibration durch ein externes Messgerät notwendig. Sonderfarben werden auch unterstützt, wobei Sollvorgaben über eine Lithec-Farbdatenbank verfügbar sind. Zusätzlich kann über ein »Hand-Lithoflash« Gerät die Sollwertvorgabe direkt von Farbfächern oder Farbmustern gemessen werden.

› www.lithec.de

FORTUNA FALZT AUTOMATISCH MIT

Die Druckerei Clasen zählt zu den größeren Druckereien der Region Düsseldorf. Auf einer Betriebsfläche von über 2.000 m² kümmern sich über 20 Mitarbeiter um die reibungslose Herstellung aller Erzeugnisse – von der Visitenkarte bis zum A1-Plakat und von Auflage 1 bis über 500.000.

Die vollstufige Druckerei verfügt über zwei Offset-Druckmaschinen bis zum Format 70 x 100 cm. In der Druckweiterverarbeitung stehen verschiedene Systeme bereit.

Im Falz- und Fußballfieber: Michael Klein, Maschinenbedienerin Petra Schmitz sowie dem MB Bäuerle Vertriebsbeauftragten Sebastian Scheel (von links).

Jüngste Investition ist eine prestigeFold Net 52 von MB Bäuerle. Die vollautomatische Falzmaschine im Maximalformat von 52 x 85 cm hat sechs Falztaschen und eine automatisierte Altarfalztasche.

Neben der Begeisterung für das Drucken eint die Drucker auch die Begeisterung für die örtlichen Vereine im Fußball und Eishockey. So agiert man als Hausdruckerei für Fortuna Düsseldorf sowie die DEG. So war es eigentlich eine logische Folge, dass die neue Falzmaschine in der Vereinsfarbe von Fortuna installiert wurde.

› www.mb-bauerle.de

KURZ & BÜNDIG

Die walisische Druckerei **Stephens & George** erhält den 300. Rollenquerschneider CutStar der **Heidelberger Druckmaschinen AG**. Der CutStar wird zusammen mit einer Speedmaster XL 106-Achtfarben mit Wendung geliefert. • **Parajett**, eine der größten Druckereien Skandinaviens mit Sitz im schwedischen Landskrona, hat den neuen **Ricoh Pro VC60000** Inkjet-Endlosproduktionsdrucker und eine **Ricoh Pro C9110** bestellt. • Die malaysische Online-Druckerei **e-print** investierte in einen **Polar N 115 Pro** Schnellschneider, um den Workflow zu optimieren. • Mit dem Einsatz je eines zweiten **Xerox CiPress 500** Inkjet Systems (wasserfreie Tinte) erhöhen **KGM** in Schweden und **Intelligent Document Solutions (IDS)** in den USA ihre Effizienz bei der Produktion von Werbe- und Transaktionsdokumenten auf unbeschichtetem Offset-Papier. • Die Roland 700 Evolution von **manroland** ist einer der Gewinner des Red Dot Awards für Produkt Design 2015. • Die Druckerei **Adam NG GmbH** in Bruchsal hat sich für Farb- beziehungsweise Farbrasterregelungen von **Q.I. Press Controls** entschieden. • Das chinesische Druckhaus **Hucais** hat einen Digitaldruckworkflow mit Inline-Finishing der Buchblock-Lösung FormerLine von **manroland web systems** verwirklicht. • Die Multifunktions-Tintenstrahl drucker **Canon Maxify MB5350** und **MB5050** wurden mit dem »Red Dot Award: Product Design 2015« ausgezeichnet. • Die tschechische **Grafobal Bohemia** hat die bereits fünfte **KBA Rapida** innerhalb der Grafobal-Gruppe erhalten. Es sind allesamt Sechs- oder Achtfarbenmaschinen mit Doppellack-Ausstattung. • Nach dem Erwerb einer neuen **KBA-Heatset-Druckmaschine** hat sich **Mayr Miesbach** für die Systeme von **Q.I. Press Controls** entschieden. • **marks-3zet** hat die Plattenproduktion des dänischen Medienhauses **Jysk Fynske Medier** mit der Workflowlösung wNewsNet von **wobe-team** automatisiert. • Für eine Zeitungsoffsetmaschine Typ **Seiken 65** liefert **Gämmerler** ein Band-Kurven-System sowie Kreuzleger für »The Chinese People's Railway News« in Peking. • **Zeikon** hat die Cheetah in den USA bei **Accu-Label** installiert. Die **Telrol-Gruppe**, einer der größten Etikettenhersteller Europas, ist das vierte Pilot-Unternehmen, das in die Etikettendruckmaschine Cheetah investiert. • Der in Oelde ansässige **Verlag E. Holterdorf**, bei dem die Tageszeitung »Die Glocke« erscheint, hat die **EAE Engineering Automation Electronics GmbH**, Ahrensburg, mit einem Retrofit ihrer Zeitungsdruckmaschine **KBA Colora** aus dem Jahr 1996 beauftragt. • **Pixartprinting** hat die erste Rho1312 von **Durst** in Italien installiert. Sie wird für den Druck aller großformatigen Materialien eingesetzt – von Aluminium über Sandwichplatten bis zu Forex und Pappe. • Seit der Einführung der imagePress C800 Serie im Juli letzten Jahres hat **Canon** europaweit mehr als 1.400 Systeme ausgeliefert. • **Baumann Druck** in Kulmbach, Teil der **Mediengruppe Oberfranken**, investierte in die Schnittregisterregelung **InlineCutoff Control dynamic (ICCD)** von **manroland web systems**. Diese wurde an beiden Lithoman-Drucksystemen installiert und ist seit Anfang Mai erfolgreich im Einsatz.

High Quality statt Billigtarif

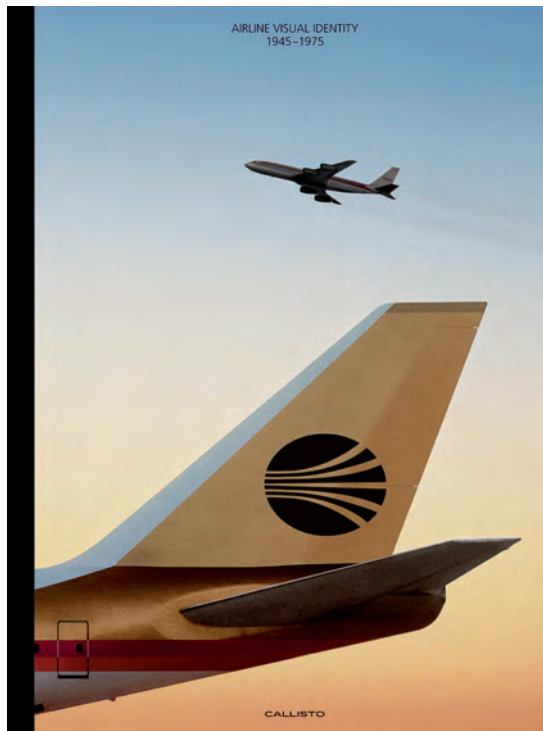
Zwei Generationen ist es schon her, da waren Flugreisen noch exotisch, glamourös und etwas für die High Society. Der Traum vom Fliegen war noch längst nicht für jedermann wahr geworden, Pilot und Stewardess zählten noch zu den Traumberufen. Schon die Flughäfen verströmten etwas Magisches und die Welt war noch groß.

VON KLAUS-PETER NICOLAY

Billigtarife? Ein Fremdwort. Qualität? Das wichtigste Kriterium. Auch für die Werbung der damals noch jungen Fluggesellschaften. *American Airlines*, *Pan Am*, *Lufthansa* oder *Air France* kannten natürlich ihre Zielgruppe, auch das damalige Lebensgefühl und schufen umfassende Werbestrategien. Um sich möglichst gut in Szene zu setzen, engagierten sie namhafte Designer wie den Italiener *Massimo Vignelli*, den Amerikaner *Saul Bass* oder *Otl Aicher*, einen der interessantesten deutschen Typografen und Gestalter des 20. Jahrhunderts. Und auch Marketingexperten prägten das Design der Airlines für Jahrzehnte.

Vor allem in den 1950er bis 1970er Jahren warben die Fluggesellschaften intensiv und mit großen Kampagnen für ihre Angebote: Mit Plakaten, die von neuen Welten erzählten, die Fernweh auslösen sollten und (damals wie heute) ein visueller Genuss waren.

In diese Zeit entführt der Bildband »Airline Visual Identity 1945 – 1975« und gibt einzigartige Ein-



blicke in das Selbstverständnis der Fluglinien und deren Corporate Design.

Der Autor **MATTHIAS HÜHNE** hat dies auf mehr als 430 Seiten zusammengetragen und lädt den Leser in eine Werbewelt ein, die es ohne Computer, Internet oder Social Media, dafür aber durch Grafik und Komposition verstand, Sehnsüchte zu wecken. Mit Klischees wurde dabei ebenso liebevoll umgegangen wie mit den Erwartungen der Kunden.

Graphic Arts in Perfektion

Der Bildband ist ein aufwändig gestaltetes Werk im Überformat. Für alle, die sich für Airlines, Werbung, Ästhetik, Kunst und Design begeistern können eine Fundgrube. Das Buch ist zudem ein beredtes Zeugnis für die Veränderung in der Werbung, das den Übergang vom traditionellen Graphic Design zur umfassenden Corporate Identity dokumentiert.

An den Plakaten mag man aber genauso auch

den Fortschritt der Drucktechniken erkennen. Denn erst nachdem der Offsetdruck Mitte der 1960er Jahren Fahrt aufgenommen hatte, zeigten die Plakate großformatige Fotografien. Bis dahin waren es in erster Linie grafische Kompositionen und großartige Zeichnungen, die den Drucksaachen ihren unverwechselbaren Charme gaben. Dem Autor und dem Verlag war es offenbar besonders wichtig, das umfangreiche Bildmaterial möglichst authentisch wiederzugeben. Es wurde mit siebzehn verschiedenen Farben, fünf Lackierungen und zwei Foliendrucktechniken gearbeitet. Einige der Reproduktionen glänzen metallisch, andere spiegeln oder sind neonfarbig grell.

Bei dem Buch kommt auch die Haptik nicht zu kurz: Für den hochwertigen Druck auf schwerem Papier wurde mit aktuellen Techniken wie für Faksimiles gearbeitet: klassischer Vierfarb-Offsetdruck, zwölf Pantone-Farben, Dispersionsmatt- und -glanzlack, UV-Hochglanz, Hybridlack, Softtouchlack, Heißfolienprägung und Kaltfolienendruck. So wirken die Reproduktionen nicht nur plastisch, sondern





sche Preise schon gar nicht – allenfalls Claims, Ländernamen, Logos.

6,5 Kilo schwerer Prachtband

So kommt beim Stöbern durch den Bildband unweigerlich Nostalgie auf. »Airline Visual Identity« zeigt das Erscheinungsbild von 15 damals führenden Fluggesellschaften im Wandel der Zeit. Das Buch ist eine beeindruckende Sammlung aus Plakaten und Anzei-

gen, mal zurückhaltend im Stil der 1950er Jahre, knallbunt im Pop-Art-Stil der 1970er-Jahre oder fotografisch-sachlich. Zu den einzelnen Kapiteln, die jeweils einer Fluggesellschaft gewidmet sind, gibt es ausführliche Informationen, Abbildungen von Bordkarten, Flugplänen, Broschüren, Gepäckaufklebern oder das CI der Flugzeuge und der damit korrespondierenden Drucksachen. Da passte alles. Statistiken im Anhang

Dass die Finessen einer Buchgestaltung wie dieser oft erst auf den zweiten Blick deutlich werden, wissen vor allem die Hersteller solcher Werke. Denen sei an dieser Stelle ein mindest so großes Kompliment gemacht wie dem Autor und dem Verlag, der den Mut zur Realisierung hatte. Vor allem ist das 436 Seiten starke Buch »Airline Visual Identity« im Format 31 cm x 41 cm ein wahres Kunstwerk. Der etwa 6,5 Kilo schwere

geben eine spürbare Struktur wider. Beim Blättern fühlen sie sich mal wie Hochglanzmagazine, Zeitungen oder auch raue Plakate an.

Meisterwerke des Graphic Designs

Die ausgewählten Plakate verraten aber nicht nur etwas über die Airlines, ihre Herkunft oder wohin die Reise gehen soll, sondern spielen auch mit Klischees, wie sie sich bis heute gehalten haben. So bewarb *Swissair* zum Beispiel Flüge in die USA mit dem Bild eines Wolkenkratzers bei Nacht, *Air France* zeigte einen Pfeife rauchenden Indianer. Die *British Overseas Airways Corporation*, Vorgänger der *British Airways*, stellte Ureinwohner wie einen tanzenden, traditionell geschmückten Südafrikaner dar oder einen Bayer mit Rauschbart, der Bier trinkend vor einem Alpenpanorama sitzt. Es

wird für Westafrika mit dicken Elefanten unter Palmen geworben, für die Fluglinie von Paris nach Tokio schaut ein Mädchen im rosa Kimono den Betrachter an, und ein Plakat, das Lust auf Spanien machen soll, zeigt einen Tisch mit Melonenscheiben, Weinkaffe, Fächer und Boule-Kugeln. *Swissair* bietet den Blick auf die Schweizer Alpen. Kurzum: Gezeigt wird die gemalte und fotografierte Schönheit ferner Länder und Menschen oder die Eleganz durch die Wolken gleitender Flugzeuge. Mit einer aufgeschnittenen Zwiebel und einem durchwachsenen Speck warb die *Lufthansa* 1967 für ihr Bordmenü. Eine Plakat-Reihe aus den späten 1960er Jahren zeigt Großaufnahmen bedeutender deutscher Bauwerke und ganz dezent dazu den Slogan »Reise-land Germany«. Minimalismus der feinsten Art. Texte sind kaum zu sehen, marktschreieri-

















samt Übersicht der Flugverbindungen in den verschiedenen Jahrzehnten zeigen die rasante Entwicklung von Passagierzahlen und die zum Teil stark schwankenden Gewinne und Verluste der Airlines. Der prachtvolle Band überzeugt aber nicht nur inhaltlich, sondern begeistert vor allem durch seine unaufdringliche Gestaltung und ist technisch von herausragender Qualität.

Prachtband kostet allerdings 295 Euro – ungefähr so viel wie heute ein Wochenendtrip.

Matthias C. Hühne
Airline Visual Identity 1945-1975
 436 Seiten, 31 x 41 cm
 Callisto Verlag
 Die gebundene Ausgabe kostet 295 Euro.
 ISBN 978-3-9816550

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
25. 08. – 26. 08. 2015	suisse emex, Messe & Kongress	Zürich	 www.suisse-emex.ch
10. 09. – 11. 09. 2015	Schweizer Medienkongress	Interlaken	 www.medienkongress.ch
29. 09. – 01. 10. 2015	Fachpack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
29. 09. – 02. 10. 2015	Labelexpo Europe 2015	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
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
28. 10. – 29. 10. 2015	Fogra-Symposium, Verpackungsdruck – die Faltschachtel	München	 www.fogra.org
04. 11. – 06. 11. 2015	viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
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
06. 04. – 07. 04. 2016	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.de
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 www.inprintshow.com



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

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
10.15 UHR – 13.00 UHR
14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
NACH VEREINBARUNG

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

ZÜND LÄDT ZUM OPEN HOUSE

Am 2. und 3. September 2015 lädt Zünd Kunden und Interessenten zu einer Open-House-Veranstaltung beim Servicepartner Systemservice Kühn GmbH in Breitenworbis. Das Open House bietet den Besuchern die Gelegenheit, die beiden Hochleistungscutter G3 XL-3200 und S3 M-1200 mit mehreren Auftragswechsellern in Aktion zu sehen. Neben den Live-Vorführungen können sich die Besucher des zweitägigen Open-House-Events über die zahlreichen Verarbeitungsmöglichkeiten informieren, die sich mit dem modularen Maschinenkonzept von Zünd eröffnen. Sie können sich vor Ort einen Eindruck verschaffen, wie effizient, wirtschaftlich und vielseitig ein Zünd Cutter eingesetzt werden kann. Die Cuttersysteme von Zünd überzeugen durch ihre außerordentliche Leistungsfähigkeit und bieten überragende Schneidqualität. Erreicht wird dies mittels präziser Mechanik, ausgeklügelter Schneidtechnik und intelligenter Steuerungstechnik. Zudem präsentiert Zünd mit dem Zünd Cut Center und dem Zünd Design Center modernste Softwarelösungen und stellt sein umfassendes Serviceangebot vor. Thüringer Spezialitäten runden das Programm ab.
 › www.zund.com

»KYOCERA UMWELT- PREIS: GREEN OFFICE«

Unternehmen, Organisationen und Behörden können sich ab sofort um den »Kyocera Umweltpreis: Green Office« bewerben. Die mit 25.000 Euro dotierte Auszeichnung prämiiert umweltfreundliche Konzepte und Technologien, die zu einer nachhaltigen Büro-Gestaltung beitragen. Die Preisver-

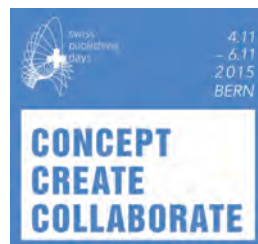


leihung findet im Rahmen der GreenTec Awards am 29. Mai 2016 in München statt. »Wir suchen innovative Konzepte, die auf eine Verbesserung der Klimabilanz von Büroarbeitsplätzen einzahlen«, erklärt Monika Jacoby, Pressesprecherin Kyocera Document Solutions Deutschland. »Dies können Green-IT-Projekte oder auch Technologien sein, die die Energieeffizienz von Bürogebäuden verbessern. Aber auch Maßnahmen, die zu einem umweltfreundlicheren Verhalten der Mitarbeiter beitragen oder die CO₂-Emissionen des Fuhrparks senken, werden prämiert.« Die GreenTec Awards sind der größte Preis für ökologische Innovationen in Europa. Interessierte Unternehmen oder Organisationen können sich bis zum 15. Oktober 2015 bewerben.
 › kyocera-umweltpreis.de

CONCEPT, CREATE UND COLLABORATE

Von Publishing-Profis wird heute mehr verlangt als das Beherrschen der aktuellen DTP-Werkzeuge. Darum spannen die swiss publishing days vom 4. bis 6. November in Bern den Bogen weiter; von der Konzeption und Dramaturgie der Kommunikation über die Kreation mit den Publishing-Tools bis zum Teamwork über die Cloud und Kollaborations-Plattformen.

Den Themen angepasst gibt es verschiedene Formen von Sessions: An jedem Tag am Vormittag zwei wegweisen -



de Keynotes und die Präsentation von zwei Best-Case. Am Nachmittage parallel zu den 40-Minuten-Sessions jeweils je ein halbtägiges Vertiefungsseminar zu Design Thinking, User Centered Design und Scrum. Daneben Hands-on-Workshops mit den Publishing-Cracks als Kompaktschulungen über 90 Minuten.

› swiss-publishing-days.ch

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

WORLD PUBLISHING EXPO 2015

Die von WAN-Ifra ausgerichtete World Publishing Expo 2015, die vom 5. bis 7. Oktober nach Hamburg zurückkehrt, steht unter dem Motto »Learn. Lead. Launch.« und reflektiert die Bedürfnisse der Nachrichtenmedienbranche in den Zeiten des Wandels.

Die Expo, die weltgrößte Fachausstellung für die Branche der Zeitungen und Nachrichtenmedien, bringt die besten Lösungsanbieter und Dienstleister mit Nachrichtenmedienunternehmen zusammen, die neue Projekte starten und neue Erlösquellen erschließen. Im vorigen Jahr wurde die Expo von fast 7.000 Besuchern aus 100 Ländern besucht.

Die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) organisierte World Publishing Expo zieht von Jahr zu Jahr mehr Fachbesucher und Anbieter aus dem Digitalbereich sowie Innovatoren der Produktionstechnologie an. In diesem Jahr gibt es eine neue Expo App für eine einfache Kommunikation vor, während und nach der Show. Geführte Touren zu spezifischen Themen werden Besucher und Aussteller leicht miteinander in Kontakt bringen.

Öffentliche Workshops in Form zweier Media-Port-Theatren bieten vielfältige Lernerlebnisse und Fallstudien von erfolgreichen Medienunternehmen. Zu den Themen gehören die Monetarisierung des Mobile-Trends, Big Data, Programmatic Advertising, Tintenstrahldruck und vieles mehr. Auch Spezialworkshops zur Farbdruckqualität und »Wearables« stehen auf dem Programm.
 › worldpublishingexpo.com

VERÄNDERUNG IM PLÄNE-DIGITALDRUCK

Der Plotservice als eine Dienstleistung innerhalb des Digital-Großformat-Drucks beschäftigt die Mitglieder des Wirtschaftsverbandes Kopie & Medientechnik e. V. (WKM) zur Zeit sehr intensiv. Seit über einem Jahrhundert vielfältigen Verbandsbetriebe für Baufirmen, Architekten, Planer, Ingenieure, Industrie und Behörden deren Pläne, überwiegend im Format DIN A0. Sämtliche Techniksprünge in dieser Zeit haben die häufig inhabergeführten Familienbetriebe bewältigt. »Jetzt stehen die einstigen Plandrucker, Lichtpauser, Reprografen und heutigen Plot-Betriebe vor dem größten Technologie-



wandel ihrer Geschichte«, sagt motio-Geschäftsführer Achim Carius.

In spätestens drei Jahren soll die digitale Bauakte eine Gesetzesgrundlage erfahren. Das bedeutet, dass Pläne auf Papier nicht mehr für einen Bauantrag benötigt werden. Aus Plot-Dienstleistern werden Dokumentenmanager, Verwalter von virtuellen Planräumen und digitalen Bauverwaltungssystemen. Das Drucken von Plänen auf Papier wird weniger, »Pläne bauen 4.0« hält Einzug. Hierauf wollen sich die Mitglieder des Verbandes unter ihrer neuen Marke »motio-Netzwerk« auf den Netzwerktagen vom 10. bis 12. September in Kassel unter dem Motto »Vorsprung durch Wissen« vorbereiten.
 › www.motio-media.de

WAS MAN ÜBER UV WISSEN SOLLTE Seit fast 40 Jahren entwickelt Hönle UV-Technologie und seit fünf Jahren bietet Hönle Seminare rund um das Thema UV. Ziel ist es, Anwender umfassend über die UV-Technologie zu informieren. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 16 Personen beschränkt. Neben dem UV-Grundlagenkurs am 21. Oktober gibt es am 25. November das Seminar »Neue UV-/UV-LED-Klebelösungen für die Industrie«, das einen Überblick über UV-Klebelösungen für industrielle Anwendungen gibt. › www.hoenle.de

PRINT COCKTAILS Neue Lösungen rund um das Thema Druck mit Nutzen für verschiedene Zielgruppen und Gelegenheit, kompetente Ansprechpartner zu treffen, bieten die Print Cocktail-Veranstaltungen des RGF, der Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants. Der letzte verbliebene Print Cocktail findet vom 25. bis zum 27. August in Krefeld statt. › www.printcocktail.de

GEPRÜFTE WEB PROFESSIONAL Mit dem Programm »Geprüfte Web Professional« startet zum ersten Mal eine Weiterbildung, die auf das vorhandene Printwissen von Mediengestaltern aufbaut und ihnen eine solide Einführung in das digitale Know-how ermöglicht. Mit dieser Initiative werden die Synergien und die Bedeutung von Print bei der Erstellung von Digitalmedien deutlich. Dass Print und Digital mehr und mehr zusammen wachsen, haben auch die teilnehmenden Agenturen, Druckereien, Mediendienstleister und Verlage erkannt, die ihre Mitarbeiter und damit ihr Unternehmen für die Zukunft aufstellen und qualifizieren. Bis Oktober nehmen sie an dem berufsbegleitenden Programm teil. › www.web-professional.de › www.vdmnw.de

ERSTE INPRINT MAILAND Gemäß ihrem Leitbild »die Zukunft des industriellen Drucks zu gestalten« geben die InPrint-Veranstalter FM Brooks den ersten Termin für eine InPrint in Mailand bekannt. Die Veranstaltung für den Bereich des industriellen Drucks findet vom 9. bis zum 11. November 2016 in der Nähe des Stadtzentrums gelegenen Kongresszentrum MiCo (Milano Congressi) statt.

PRINECT ANWENDERTAGE Pflichttermin für alle ambitionierten Prinect-User sind alljährlich die Prinect Anwendertage. Organisiert und moderiert von Prinect Anwendern für Prinect Anwender dreht sich die Veranstaltung um alle Themen, die für den Erfolg moderner Druckereien wichtig sind. Unter anderem sind Vorträge und Workshops zum Vertrieb von Drucksachen, zu Web-to-Print und Colormanagement, zu den Veränderungen in der ISO-Norm 12647 und den Neuerungen in den kommenden Versionen von Prinect vorgesehen. Genauso wertvoll sind der Erfahrungsaustausch der Anwender untereinander und der Kontakt zu den Verantwortlichen in Produktmanagement und Entwicklung. Die internationalen Prinect User Days in englischer Sprache finden am 18. und 19. November 2015 und am 20. und 21. November in deutscher Sprache in der Print Media Academy in Heidelberg statt. › prinect-anwendertage.org

QUADRATISCH, PRAKTISCH, BUNT

Papier öffnet Räume neuer kommunikativer Möglichkeiten. Dass es sich dabei um mehr als hochwertige Produkte für den Druck und Verpackungen handeln kann, haben die Gmund Colors Gallery Stores im Juni 2015 gezeigt. Auf den vier außergewöhnlichen Events trafen sich insgesamt circa 1.000

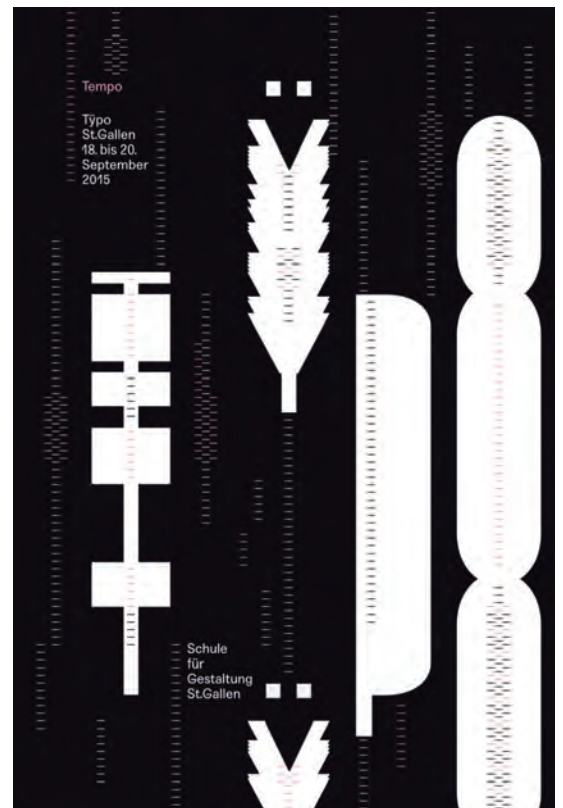


Gäste zum angeregten Dialog über hochwertiges Gmund Papier und seine innovativen und vielfältigen Einsatzarten. In der faszinierenden Atmosphäre der Kunstgalerien Galerie Rose (Hamburg), Moving Canvas Gallery (Köln), art:ig Galerie (München) und Fhainerraum (Berlin) führten Papyrus und Gmund Papier an jeweils zwei Tagen den Besuchern die inspirierende Wirkung ausgewählter Farbeinstellungen vor Augen. Der Vielfalt des 48 Farben starken Komplettsortiments von Gmund Colors verliehen die unterschiedlichsten Anwendungsbeispiele eindrucksvollen Ausdruck. Dazu zählten unter anderem Boxen, Briefpapier und -hüllen, Handtags, Visitenkarten, Mappen und Broschüren. Farbintensiv und kombinationsstark, ausgestattet mit einer verführerischen Haptik, entwickelte sich aus dem Nebeneinander von Farbeinstellungen mit System ein energiegeladenes Zusammenspiel. Für Papyrus, Gmund Papier und die Besucher war die Deutschland-tournee ein voller Erfolg. › www.papyrus.com

SCHULE FÜR GESTALTUNG ST.GALLEN
TYPOGRAFIE UND TEMPO BEI DER TÏPO ST.GALLEN

Nach zwei erfolgreichen Veranstaltungen 2011 und 2013 findet vom 18. bis 20. September 2015 bereits die dritte TÏpo an der Schule für Gestaltung St.Gallen statt. Dieses Mal dreht sich beim dreitägigen Typografie-Symposium alles um das Thema »Tempo«. Was hat Tempo mit Typografie zu tun? Typo wird produziert, das Produkt wird rezipiert. Im einen wie im ande-

Buchgestalter und Typograf Jost Hochuli. Zur TÏpo St.Gallen 2015 werden rund 300 an Typografie Interessierte aus den Bereichen Design und Gestaltung erwartet. Ziel des Kongresses, an dem sich Fachexperten, Unternehmer sowie Lernende und Studierende treffen, ist es, Trends zu erkennen, den fachspezifischen Austausch zu vertiefen sowie die Vermittlung



ren Fall spielt Tempo eine Rolle. »Zum einen ist es noch nie möglich gewesen, selbst ein komplexes typografisches Werk in so kurzer Zeit zu setzen wie mit den heute vorhandenen technischen Mitteln. Zum andern bestimmen Gestalter mit ihrer Arbeit die Geschwindigkeit, mit der Leser die jeweiligen Texte zur Kenntnis nehmen«, sagt

von Know-how aus der Praxis zu initiieren. Das Live-Erlebnis ermöglicht den Ausbau des persönlichen Netzwerkes. Letzteres kann beim gemeinsamen Essen oder beim Apéro in der TÏpo Lounge in die Tat umgesetzt werden. › www.typo-stgallen.ch

Wissen

WO ES LANG GEHT

Investitionsentscheidungen werden durch eine zunehmende Vielfalt an unterschiedlichen 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 die Nachschlagewerke ›Investitionskompass‹ und ›Druckmarkt COLLECTION‹. Wir analysieren die aktuelle Situation der Branche anhand von Fakten, Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, Manager und Macher zu Wort kommen, informieren und kommentieren, damit Sie wissen, wo es lang geht.



Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

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

www.druckmarkt.com

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
05. 08. – 06. 08.	Polar, Kurse für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
09. 08.	VDM NW, Adobe InDesign – personalisierung und variable Daten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 08. – 13. 08.	VDM NW, Projektmanagement Grundlagenseminar	Hamburg	› www.vdmnw.de
19. 08.	SVI, Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Zürich	› www.svi-verpackung.ch
20. 08.	SVI, Grundlagen der Lebensmittelkontaktmaterialien	CH-Dietikon	› www.svi-verpackung.ch
20. 08. – 21. 08.	VDM NW, Digitalfotografie – Praxisseminar	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
02. 09.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Enfocus PitStop	Hamburg	› www.vdmnw.de
03. 09. – 04. 09.	VDM NW, Akquise kompakt: Die Sprache der Kunden sprechen – verbal und medial	Hamburg	› www.vdmnw.de
07. 09. – 08. 09.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
07. 09. – 08. 09.	VDM NW, Überzeugende Kommunikation im Vertrieb	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
08. 09.	VDM NW, Projektmanagement Aufbau-seminar	Hamburg	› www.vdmnw.de
09. 09. – 10. 09.	VDM NW, Adobe InDesign & DPS – Digitale Publikationen für Tablets	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
09. 09. – 11. 09.	VDM NW, PHP/MySQL – Basiswissen über Skripte und Datenbanken	Hamburg	› www.vdmnw.de
10. 09.	SVI, Checkliste für DoC – eine praktische Einführung	CH-Bern	› www.svi-verpackung.ch
14. 09. – 15. 09.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
14. 09. – 16. 09.	VDM NW, Einstieg in die Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop	Ismaning	› www.vdmb.de
15. 09.	VDM NW, Lean Management für die Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
16. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
17. 09.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
17. 09. – 18. 09.	VDM NW, Geprüfter Digital Publisher – Modul 1	Ismaning	› www.vdmb.de
18. 09.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
21. 09. – 22. 09.	VDM NW, Tablet-Publishing mit der DPS	Ismaning	› www.vdmb.de
21. 09. – 23. 09.	VDM NW, Gestaltungsgrundlagen	Ismaning	› www.vdmb.de
22. 09.	cleverprinting, Next-Generation-Bildbearbeitung mit Raw-Daten	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
23. 09.	VDM NW, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement – für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
23. 09.	VDM NW, Professionell im Kundenkontakt	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 09.	VDM NW, Pflichtverstöße im Arbeitsrecht und arbeitsrechtliche Konsequenzen	Hamburg	› www.vdmnw.de
23. 09.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung für Grafik, Foto, Prepress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
23. 09. – 24. 09.	VDM NW, Web-Technologien: Einführung in HTML5 und CSS3	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 09.	VDM NW, Schwerpunkt Mobile Design: Edge Animate	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 09.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
25. 09.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
28. 09.	VDM NW, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement – für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
28. 09.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Foto und Prepress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
29. 09.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und Prepress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
29. 09. – 30. 09.	VDM NW, XML-basiertes Crossmedia-Publishing mit InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
29. 09. – 01. 10.	VDM NW, Einstieg in das Layouten mit Adobe InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
29. 09. – 01. 10.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechnik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
30. 09.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
01. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
02. 10.	VDM NW, Layouts mit Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 10.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Hamburg	› www.cleverprinting.de
05. 10. – 06. 10.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
05. 10. – 07. 10.	VDM NW, Lehrgang Datenprüfer für den Offset- und Digitaldruck	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	A-Wien	› www.cleverprinting.de
06. 10. – 07. 10.	VDM NW, Website-Erstellung: Einstieg in Dreamweaver	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10. – 07. 10.	VDM NW, Erfolgreich(er) Führen	Hamburg	› www.vdmnw.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 einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Block-
leimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

„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

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

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

DRUCKMARKT
VERLAG ZÜRICH

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

DAS MAGAZIN FÜR Gourmets



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 angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Dabei kann sich auch die Menüfolge sehen lassen.** ›Druckmarkt‹ bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, etwa vierzehntägig das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die ›Druckmarkt COLLECTION‹, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.