

DRUCKMARKT 7. November 2015 impressions 97

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

MANAGEMENT

Kooperationen – Fluch oder Segen? Seite 14.

MARKT & ZAHLEN

Die vierte. Revolution der Branche. Seite 29.

BILDUNG & EVENTS

Nachrichten, Termin- und Seminarkalender. Seite 42.

Swiss Edition



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 Kauflizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preisvergünstigungen 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 Testversion herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

KOOPERATIONEN: GEMEINSAM STARK ODER DOCH NICHT?

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 05 Epson investiert 50 Mio. Euro ins Europa-Geschäft
- 06 Unternehmens-Nachfolge in Druckereien
- 07 59,2 Millionen Menschen lesen Zeitung
- 08 Stimmung gefallen, Erwartungen hoch
- 11 Flyeralarm erneut «fairstes Unternehmen»
- 12 Die Verpackungsbranche boomt
- 13 Menschen & Karrieren
- 14 Kooperationen: Fluch oder Segen?
- 16 Mehr als die Summe seiner Teile
- 18 Marktplatz 4.0

Print & Finishing

- 22 Schlank – aber breit aufgestellt
- 28 Vernetzt gestalten oder Druckerei 4.0
- 29 Die 4. Revolution der Branche
- 38 Produzieren im Luxus-Segment

Technik News

- 24 Nachrichten
- 24 Konica Minolta KM-1: Beta-Test in Deutschland
- 26 Gebrauchte Lithoman aus Oslo nach Essen
- 30 7.000 Glasperlen pro Quadratzentimeter
- 34 Fräsen war noch nie so komfortabel
- 35 Änderungen bei Verfügbarkeit von PUR-Hotmelts
- 36 Industrielles Drucken

Termine, Bildung & Events

- 40 Wie aus Medien Emotionen werden
- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten
- 44 gregor international calendar award
- 46 Seminare & Veranstaltungen

- 49 Business to Business
- 49 Impressum

Mit Partnern ist das so eine Sache. Das weiss jeder. Und mit Kooperationen ist das nicht anders. Sie bieten allerdings gute Möglichkeiten, unternehmerische Chancen zu vergrössern, Risiken auf mehrere Schultern zu verteilen und damit für das einzelne Unternehmen zu mindern. Doch trotz aller Vorteile sind Kooperationen nicht unbedingt beliebt. Auch wenn viele Unternehmerinnen und Unternehmer der Ansicht sind, dass Kooperationen die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes stärken könnten, arbeiten sie in der Praxis nur wenig mit Partnern zusammen.

«Ich kann Entscheidungen nicht mehr alleine treffen, muss sie abstimmen oder Kompromisse schliessen.» Selten hört man solche Aussagen nicht, wenn es um den Sinn von Kooperationen geht. Und, ja, Gewinne müssen geteilt und Verluste gemeinsam getragen werden. Es gibt sicher noch mehr Gründe, Ausreden oder Argumente, die gegen eine Kooperation sprechen könnten. Dabei ist das «Ich verliere meine Selbständigkeit» das absolute KO-Kriterium. Doch wer die Vorteile von Kooperationen erkennt und sich für eine Partnerschaft entscheiden will, darf nicht länger auf solche Einzelkämpfer-Devisen beharren: Die Zeiten haben sich nun einmal geändert. Und sie werden sich weiter ändern.

Natürlich ist nicht jede Kooperation erfolgreich. Probleme gibt es immer wieder. Doch wer Kooperationen gewissenhaft vorbereitet und die Zusammenarbeit nicht dem Zufall überlässt, kann profitieren. Schliesslich lassen sich Ressourcen bündeln und grössere Herausforderungen gemeinsam stemmen. Das Risiko (beispielsweise einer teuren Maschineninvestition) wird auf zwei oder mehr Schultern verteilt. Der Maschinenpark vergrössert sich oder wird effizienter, eine bessere Auslastung der Kapazitäten und ein Ausgleich von Kapazitätsengpässen sind möglich. So können Arbeitsabläufe rationalisiert und Kosten gesenkt werden. Ganz zu schweigen von günstigeren Preisen durch grössere Einkaufsmengen beim gemeinsamen Einkauf.

Einige dieser Vorteile nutzen bereits Kooperationen, die wir in dieser Ausgabe ab Seite 14 vorstellen. Zwei völlig unterschiedliche Kooperationen, beide aber auch mit dem Hintergrund, die Angebotspalette zu vergrössern, das zur Verfügung stehende Know-how zu bündeln und in der Hoffnung, die Marktposition ausbauen.

Übrigens: Auch wir sind eine neue Partnerschaft eingegangen und beliefern künftig die Mitglieder des Fachverband Medienproduktions e. V. (f:mp.) mit unseren Publikationen. Wir vergrössern damit unsere Leserschaft und die neuen Leser erhalten fundierten Content rund um die Medienproduktion. Eine echte Win-Win-Situation.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

VERTRIEBSKOOPERATION Für eine bestmögliche Verfügbarkeit und die Komplettierung des Chromo-Kartonsortiments haben Papyrus und International Paper eine Vertriebskooperation abgeschlossen. Papyrus bietet die GC-Qualitäten Arktika und Alaska Plus in Deutschland und in der Schweiz ab sofort an. > www.papyrus.com/de

CANON MIT 3D-DRUCKERN Canon Europe kündigte die Einführung eines 3D-Druck-Portfolios in Deutschland an. Dazu werde die Vertriebsvereinbarung mit dem Hersteller 3D Systems ausgebaut. Die Partnerschaft sei Ausdruck der Wachstumsstrategie von Canon, die unter anderem eine Expansion in neue Technologiefelder beinhaltet, teilt der Konzern mit. Canon richtet den Fokus auf das Prototyping für die schnelle Produktentwicklung und wird die 3D-Drucker vor allem in den Marktsegmenten Ingenieurwesen, Produktion und Architektur anbieten. Vertriebsstart für Deutschland ist der 1. Januar 2016. > www.canon.de

VERSCHMELZUNG Zum 1. Oktober wurde die ecs Büro- und Datentechnik GmbH offiziell zu Konica Minolta. Damit bündelt Konica Minolta Dokumentenlogistik und IT-Lösungen unter der Dachmarke IT Solutions Provider Konica Minolta. > www.konicaminolta.de

IM INDICES GELISTET Ricoh wird im dritten Jahr in Folge im Dow Jones Sustainability Index gelistet. Dabei erzielte das Unternehmen nach eigenen Angaben beim Innovationsmanagement und dem Schutz von persönlichen Daten, der Umweltpolitik und Klimastrategie jeweils das branchenbeste Ergebnis. > www.ricoh.com

AUF WACHSTUMSKURS Das zur RAKO-Gruppe gehörende in Gallin ansässige Unternehmen Folienprint, das auf den Druck und die Veredelung flexibler Materialien spezialisiert ist, hat im Rahmen eines umfangreichen Investitionsprogramms zwei Bobst-Maschinen vom Typ 20SIX bestellt, die im Mai und September nächsten Jahres in einer neu entstehenden Produktionshalle ihren Betrieb aufnehmen werden. > www.bobst.com

ZUKUNFT GESICHERT Dem Insolvenzverwalter Rüdiger Wienberg, Partner der bundesweit tätigen Kanzlei hww hermann wienberg wilhelm, ist es gelungen, einen Käufer für die Druckwerke zu finden. Zum 7. Oktober 2015 hat die Zschiesche GmbH aus Wilkau-Haßlau den Geschäftsbetrieb der insolventen Druckwerke Reichenbach, einem Teilbetrieb der Leipziger Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH, übernommen. Alle 30 Mitarbeiter werden übernommen und der Standort Reichenbach bleibt erhalten. > www.hww.eu

Papiergrosshandel

PAPERLINX VOR DEM KOLLAPS

Der australische Papiergrosshändler PaperlinX taumelt und das mau Europa-Geschäft könnte den gesamten Konzern gefährden. Jetzt hat auch der Papiergrosshändler PaperlinX Deutschland am 19. Oktober beim Amtsgericht Darmstadt das Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung beantragt. Das Gericht entsprach dem Antrag auf ein Schutzschirmverfahren in vorläufiger Eigenverwaltung.

Nach den Insolvenzen der Tochtergesellschaften der PaperlinX-Gruppe in Grossbritannien, Benelux und Österreich sowie dem Verkauf in weiteren Ländern wie Polen, Skandinavien, Irland oder Spanien wurde für die Gesellschaft in Deutschland ein Käufer gesucht, jedoch nicht gefunden. Der auf Restrukturierungs- und Sanierungsaufgaben spezialisierte Rechtsanwalt Carlos Mack hatte im Juni 2015 die Geschäftsführung bei PaperlinX Deutschland übernommen und sollte den australischen Mutterkonzern bei der Suche nach geeigneten Investoren für die Übernahme und Weiterführung der Geschäfte in Deutschland unterstützen. Bereits Ende März 2015 hatte der PaperlinX-Konzern den Handel mit Aktien ausgesetzt, nachdem er für das zweite Halbjahr 2014 einen Verlust von rund 65 Mio. € ausweisen musste. PaperlinX begründet die Schieflage der europäischen Gesellschaften unter anderem damit, dass einige Papierfabriken begonnen hätten, direkt an die Druckereikunden zu verkaufen und den Grosshandel bei Streckengeschäften umgingen.

EIN DRUCKEREI-RIESE ENTSTEHT

BERTELSMANN BÜNDELT SEIN DRUCKGESCHÄFT

Bertelsmann gründet unter dem Namen Bertelsmann Printing Group den grössten Druckerei-Verbund Europas und fasst dabei die Offset- und Tiefdruckaktivitäten zum 1. Januar 2016 unter einem Dach zusammen. Der neue Unternehmensbereich steht für ein Umsatzvolumen von 1,7 Mrd. € und beschäftigt

«Der Schritt markiert einen Meilenstein bei der Stärkung unserer Kerngeschäfte. Die Bertelsmann Printing Group wird das Druckgeschäft an vorderster Stelle mitgestalten», sagt **Thomas Rabe**, Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann. «Als



Die Bertelsmann Printing Group wird ihren Hauptsitz in der Konzernzentrale in Gütersloh haben.

Marktführer in Europa ist der neue Bereich hervorragend aufgestellt, den Herausforderungen der Branche zu begegnen». Axel Hentrei und Bertram Stausberg, die künftigen Co-CEOs der Bertelsmann Printing Group, ergänzen: «Die Gründung der Bertelsmann Printing Group ist ein logischer Schritt: Die Märkte verändern sich, Offset- und Tiefdruck konvergieren. Unter einem Dach vereint können unsere Druckgeschäfte Synergien heben.» Insgesamt bedrucken die Unternehmen der Bertelsmann Printing Group 1,6 Mio. Tonnen Papier pro Jahr im Tief-, Offset- und Digitaldruck. Die Schwerpunktmärkte sind Deutschland, Grossbritannien, Frankreich und USA. Kunden sind Verlage, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, Versandhändler sowie Handelsunternehmen. > www.bertelsmann.de

Pankaboard**EIGENES VERKAUFS-
BÜRO FÜR DACH**

Pankaboard, finnischer Hersteller hochvolumiger Verpackungs- und Spezialkartone, wird im Dezember in der Region Frankfurt/Main ein eigenes Verkaufsbüro eröffnen. Die Pankaboard Deutschland GmbH wird die Vertriebsaktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz wahrnehmen. «Ziel ist es, die Präsenz von Pankaboard in diesen Märkten mit eigenem Personal zu stärken und den direkten Kontakt zu den Kunden auszubauen und massgeschneiderten Service zu bieten», sagt Ilkka Mutka, Managing Director Pankaboard Deutschland GmbH. Das neue Verkaufsbüro wird am 2. Dezember 2015 seine Tätigkeit aufnehmen. Norbert Spiegel ist der Regional Sales Director von Pankaboard Deutschland. Der bisherige Agent, die Karton Konzept GmbH, wird ihre Tätigkeit Ende November beenden.

> www.pankaboard.com

Schreiner Group**1.000. MITARBEITER
UND NEUBAU**

Als wachstumsorientiertes Familienunternehmen hat die Schreiner Group in diesem Herbst den 1.000. Mitarbeiter am Hauptsitz in Obereschleißheim eingestellt und in einer feierlichen Zeremonie den Grundstein für das sechste Gebäude gelegt. Auf einer Grundfläche von 49 x 33 m entsteht im kommenden Jahr ein barrierefreies Bürogebäude mit vier Etagen, das Platz für 230 moderne Arbeitsplätze bietet. „Wir wachsen kontinuierlich an allen Standorten“, erklärt Geschäftsführer Roland Schreiner. Einen hohen Stellenwert bei den Planungen hatte der Umwelt- und Arbeitsschutz. Das neue Gebäude wird als «Green Building» mit exzellenten Energiewerten und einer hohen Umweltverträglichkeit errichtet. Es unterschreitet die Vorgaben der Energiesparverordnung (EnEV) deutlich und verbraucht über 30% weniger Energie als vergleichbare Referenzobjekte.

> www.schreiner-group.com

WACHSTUMSPLÄNE**EPSON INVESTIERT 50 MIO. EURO
INS EUROPA-GESCHÄFT**

Das Technologieunternehmen Epson hat eine Investitions-offensive in Europa angekündigt. Das Programm soll den Ausbau des B2B-Geschäfts weiter vorantreiben. «Investitionen in Schlüsselregionen wie Europa sind wichtig, um mittel- bis langfristig im B2B-Bereich noch weiter zu wachsen», erklärt

Treiber des Programms sind die sogenannten Business Inkjets und die Geräteserie WorkForce, die in den Büros die Laserdrucker durch Inkjet-Technologie ersetzen soll. Sie wurde 2014 vorgestellt und basiert auf der PrecisionCore-Druckkopftechnologie, die sich schon im industriellen Druck bewährt hat.



Wachstumspläne von Epson: neue Vertriebsbüros in Berlin und München. Hier das Gebäude in Meerbusch bei Düsseldorf.

Senior Vice President Epson Europe, Rob Clark. Schwerpunkte der Investitionen liegen in Deutschland, Spanien und Grossbritannien.

Laut Marktforscher IDC bietet der Business-Inkjet-Druck in Europa ein Marktpotenzial von 38 Mrd. €. Alleine im Jahr 2014 wurden bereits über 2,2 Mio. solcher Geräte in Büroumgebungen verkauft.

> www.epson.de

Zusammenarbeit ausgebaut**FINISHING
AUS EINER HAND**

Die KBA-Digital & Web Solutions in Würzburg und der schwedische Hersteller Tolerns mit Sitz in Stockholm bauen die seit vielen Jahren bestehende Zusammenarbeit durch eine Kooperationsvereinbarung bei Heftapparaten für Retrofit- und Neumaschinenprojekte aus.

Rollendruckereien können die für ihre Produktionsanforderungen massgeschneiderten Hightech-Produktlösungen für Heftapparate sowie anderweitige Veredelungssysteme direkt von KBA beziehen.

Die erweiterte Partnerschaft umfasst auch die Entwicklung einer Inline-Längsheftung für Broadsheet- und 3. Falz-Produkte sowie die Realisierung von Systemlösungen für neuartige Tabloid-Produkte, mit denen sich die Druckereien neue Marktsegmente erschliessen können.

> www.kba.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

GUTE UMSÄTZE Die deutschen Hersteller von Papierhülsen sind mit der diesjährigen Branchenentwicklung zufrieden. Der Auftragseingang aus den wichtigen Abnehmerbereichen Papier-, Folien- und Textilindustrie liege leicht über dem Niveau des Vorjahres. Die rückläufige Nachfrage aus der grafischen Industrie habe sich wieder etwas stabilisiert. Für das 4. Quartal des Jahres rechnet die Hülsenindustrie aufgrund der guten Konjunktur mit einer stabilen Nachfrage. Insgesamt wird 2015 ein Branchenumsatz von über 265 Mio. € erwartet, teilt die Fachvereinigung Hartpapierwaren und Rundgefässe (FHR) mit Sitz in Frankfurt mit.

INSOLVENZVERFAHREN BEEENDET bielomatik hat sich in weniger als sechs Monaten restrukturiert und neu aufgestellt. Das Amtsgericht Esslingen hat am 13. Oktober die Aufhebung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen des schwäbischen Maschinenbauers beschlossen. > www.bielomatik.de

40 JAHRE PARTNERSCHAFT Der Heilbronner Papiergrosshändler Carl Berberich GmbH und der italienische Papierhersteller Burgo Group feierten Ende September ihre 40-jährige Partnerschaft. Die über 100-jährige Burgo Group betreibt elf Produktionsstätten in Italien sowie einer in Belgien und hat sich auf gestrichene Papiere spezialisiert. Burgo bietet holzhaltige und holzfreie Format-Papiere an. Die Carl Berberich GmbH wurde 1863 in Heilbronn gegründet, beschäftigt heute 350 Mitarbeiter und Niederlassungen in Abstatt, Hofheim-Wallau, Langenfeld, Lippstadt, Lehrte und Ottobrunn sowie eine österreichische Tochtergesellschaft in Thalgau. > www.berberich.de

US-TOCHTER swissQprint, der Schweizer Hersteller von Inkjet-Grossformatdruckern, hat eine Tochterfirma in den USA gegründet. swissQprint America wird die bisherigen Aktivitäten in den Staaten intensivieren, nachdem sich Polytype America nach fünf Jahren Aufbauarbeit aus strategischen Gründen von dieser Partnerschaft zurückgezogen hat. > www.swissqprint.com

REFLEX WIRD EFFIZIENTER Nachdem Reflex in Düren den Grundstein für ein umweltfreundliches Dampfkraftwerk gelegt hat, investiert das Unternehmen nun in seine älteste Papiermaschine, bei der Aspekte wie Energie- und Wassereinsparung im Vordergrund stehen. Dabei werden die Kosten und auch der ökologische Fussabdruck des Unternehmens reduziert. Das im Mai beauftragte Dampfkraftwerk wird planmässig im Dezember 2015 fertiggestellt. > www.reflex-paper.com

NEUE KARTONMASCHINE Am schwedischen Standort Husum nimmt Metsä Board das nächste Projekt seines Investitionsprogramms mit einem Volumen von 170 Mio. € in Angriff, installiert eine neue Faltschachtelkarton-Maschine mit einer Jahreskapazität von 400.000 t und legt gleichzeitig zwei Papiermaschinen still. > www.metsaboard.com



UNTERNEHMENS-NACHFOLGE IN DRUCKEREIEN

ZWEI DRITTEL SUCHEN IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN EINEN NACHFOLGER

Familienbetriebe sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Die mittelständischen Unternehmen in der Druckindustrie, die vorwiegend von Familienbetrieben geprägt sind, stehen in diesem Zusammenhang vor einem Umbruch. Nicht nur weil sich die Branche in den letzten Jahren permanent verändert hat, sondern weil der demografische Wandel stark spürbar wird, erhält die Frage nach der Unternehmensnachfolge eine hohe Relevanz. Immer mehr Unternehmer suchen einen Nachfolger.

Wie gross die Veränderungen in den Unternehmen bereits kurzfristig sein werden, zeigen die Zahlen aus einer Umfrage des Verbands Druck und Medien Bayern (VDMB), die bundesweit durchgeführt wurde. Zwei Drittel der Befragten gaben an, dass sie in den nächsten fünf Jahren einen Nachfolger für ihr Unternehmen suchen. Wäre die Befragung repräsentativ hiesse das, dass etwa 6.000 der gut 9.000 Unternehmen in der Branche einen Nachfolger suchten.

Doch auch so zeigt die Zahl bereits, welche Dimension der Generationenwechsel in den mittelständischen Unternehmen der Druckindustrie hat. Dabei gewinnt die Suche ausserhalb der Familie immer mehr an Relevanz. Knapp 50% der befragten Unternehmer gaben laut Befragung an, dass sie entweder an einen Investor, an einen Wettbewerber oder an einen Mitgesellschafter beziehungsweise an das Management verkaufen möchten.

Die meisten Kinder wollen offenbar nicht in die Fussstapfen der Eltern treten und haben andere Karrierepläne als im heimischen Betrieb das Zepter zu schwingen. Deshalb empfiehlt der Verband, sich als Unternehmer frühzeitig mit der Nachfolgeregelung zu beschäftigen, um einen Nachfolger, der die fachliche als auch kaufmännische Kompetenz besitzt, zu finden. Unterstützung erhoffen sich rund 50% der Befragten dabei von einem Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder dem Verband, wobei das eigene Netzwerk mit knapp 75% den grössten Stellenwert einnimmt. «Als Verband kennen wir die Branche seit vielen Jahren sehr genau und können gemeinsam mit unseren Experten aus der Unternehmens- und Steuerberatung sowie der Anwaltschaft und dem verbandlichen Arbeitsrecht wichtige Grundlagen, rechtliche Rahmenbedingungen und mögliche Fallstricke aufzeigen», sagt Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des Verbands Druck und Medien Bayern.

> www.vdmb.de

Digitale Zeitung

**E-PAPER-AUFLAGE
LEGT ZU**

Mit 836.676 täglich verkauften E-Paper-Ausgaben ist die Verbreitung digitaler Zeitungen nach Zahlen der von der ZMG (Zeitungs Marketing Gesellschaft mbH) betriebenen Internet-Plattform «Die Zeitungen» weiter steigend. Im Vergleich zum Vorjahr liege der Aufwuchs bei 35,2%. Insgesamt hätten im 3. Quartal 177 Zeitungen ihre E-Paper-Auflagen an die IVW gemeldet. Die Auflage von 836.676 Exemplaren setze sich aus 406.300 Abos, 1.844 Einzelverkäufen und 428.532 sonstigen Verkäufen zusammen. Den stärksten Zuwachs hätten Abonnements, die im Vergleich zu 2014 um 36,2% zugelegt hätten.

Garstiges Marktumfeld

**ZEHNDER GIBT
ZEITUNGSDRUCK AUF**

Mitte 2016 gibt die Schweizer Zehnder Print AG den Zeitungsdruck auf. Die Zeitungen sollen künftig in Zürich von Tamedia gedruckt werden. Die Andreas Zehnder Gruppe mit Sitz in Wil und Rickenbach beschäftigt 270 Mitarbeiter. Von der Aufgabe des Zeitungsdrucks sind etwa 40 Mitarbeiter betroffen. Neben schweizerischen Medien druckt Zehnder auch die «International New York Times» und «The Wall Street Journal». Die Auftraggeber hätten den Druck aus Kostengründen nach Norditalien verlegt. «Aufgrund sinkender Marktpreise und ungenügender Auslastung kann das Druckzentrum nicht mehr kostendeckend betrieben werden», teilt Zehnder mit.

**GEDRUCKT + DIGITAL:
59,2 MILLIONEN MENSCHEN
LESEN ZEITUNG**

ZMG weist erstmals die vollständige Netto-Reichweite von gedruckten Zeitungen und ihren digitalen Angeboten gemeinsam aus. Über alle Altersgruppen hinweg erreichen die Zeitungen demnach rund 85% der deutschsprachigen Bevölkerung.

Zeitungen sind crossmediale Marken. Deshalb weist die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft jetzt in einer Sonderauswertung der Studie «best for planning 2015-1» die vollständige Netto-Reichweite der Zeitungen aus. Dabei wird jeder Leser nur einmal gezählt, egal wie oft er die Zeitung nutzt oder auf welchem Kanal. Allein über die gedruckte Ausgabe erreichen die Zeitungen laut Studie 44,3 Mio. Leser pro Ausgabe. Digitale Zeitungsangebote würden von 38,8 Mio. Lesern pro Monat genutzt. Daraus errechnet sich laut Studie, dass gedruckte und digitale Zeitungen in Summe von 59,2 Mio. Menschen gelesen werden. Somit erreichen die Zeitungsverlage mit ihren Printausgaben (Leser pro Ausgabe) und digitalen Angeboten (Nutzer pro Monat) 85,5% der deutschsprachigen Bevölkerung. Im Vergleich zur reinen Print-Reichweite gewinnen die Zeitungen durch diese Rechenweise 14,8 Mio. Leser dazu.

Mit einem Plus von 106% gegenüber der reinen Printreichweite sei der Zugewinn bei den jungen Lesern zwischen 14 und 29 Jahren am grössten, teilt ZMG mit. Zusätzlich zu den 6,0 Mio. jungen Lesern der gedruckten Zeitung lesen weitere

6,3 Mio. die Zeitung ausschliesslich digital. Auch bei den 30- bis 49-Jährigen zeichneten die Zeitungen durch ihre digitalen Ausgaben 5,9 Mio. weitere Leser. Bei den über 50-Jährigen bleibe die gedruckte Zeitung allerdings mit Abstand die beliebteste Zeitungsform – von dieser Altersgruppe lesen nur etwa 2,6 Mio. ausschliesslich digital.

«Zeitungen haben sich erfolgreich digitalisiert. Ob Zeitungspapier oder Website ist nur noch eine Frage der Gewohnheit», zieht Markus Ruppe, Geschäftsführer der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, sein Resümee aus der Markt-Media-Studie «best for planning (b4p)». Mit dieser Untersuchung versuchen die Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner + Jahr und

Hubert Burda Media via Marktforschung die Menschen in Deutschland und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und Zielgruppen effizient zu erreichen. Die Studie wird von den vier Medienhäusern in Zusammenarbeit mit Mediaagenturen und der werbungstreibenden Wirtschaft entwickelt und soll mit mehr als 30.000 Einzelinterviews ein repräsentatives Abbild der Gesellschaft, Medien und Märkte zeichnen.

› www.zmg.de

Anmerkung der Redaktion: *Das die Zeitungsmarketinggesellschaft ihr eigenes Produkt über den Klee lobt, ist durchaus nachvollziehbar. Was auch sonst soll sie tun? Aber! Wenn Zeitungen solche gigantische Reichweiten vorlegen, warum ist denn das Gejammer noch immer so gross? Könnte es sein, dass die Zahlen dieser Studie doch arg konstruiert sind? Andere Quellen besagen nämlich, dass 97% der Deutschen keine kostenpflichtigen Seiten von Zeitungen und Zeitschriften nutzen. Oder liegt es daran, dass trotz Mega-Reichweite kein rentables Geschäft machbar ist, weil die gedruckten Zeitungen die digitalen Angebote quer finanzieren? Reichweite allein reicht auch für Digitales nämlich nicht aus.*

69,24 MIO. ZÄHLT
DIE DEUTSCHSPRACHIGE
BEVÖLKERUNG AB 14
JAHREN.

59,2 MIO. DAVON
LESEN TÄGLICH ZEITUNG.

44,3 MIO. LESEN
GEDRUCKTE ZEITUNGEN.

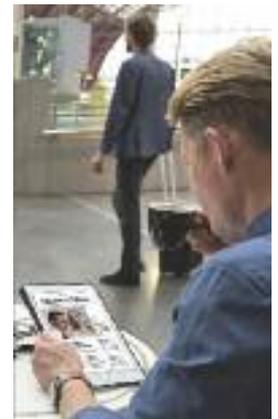
38,8 MIO. LESEN
ZEITUNGEN DIGITAL.

Quelle: b4p 2015, ZGM.

Agfa-Studie

**DIGITALE PERSPEKTIVEN
DER PRINTMEDIEN**

Agfa legte 2015 zum zweiten Mal eine eigene repräsentative Studie vor. Danach nimmt die Nutzung des mobilen Internets jetzt ebenfalls bei den älteren Zielgruppen zu. In dieser Gruppe überwiegt allerdings deutlich der Unterhaltungszweck.



Auch wenn Internetseiten die präferierte Form der Online-Nutzung sind, stossen Apps unter den Befragten auf ein höheres Interesse als im Vorjahr. Dennoch weisen auch 2015 kostenpflichtige Online-Angebote geringe Zuwachsraten auf.

Insbesondere bei Apps von Tages- (+73%) und Wochenzeitungen (+49%) kann laut Studie aber mit höheren Steigerungen der Ausgabenbereitschaft gerechnet werden. Die für die meisten Medienhäuser wichtige Frage der Ausgabenbereitschaft für digitale Produkte wird für die Zukunft positiv eingeschätzt. Dagegen ist die Nutzung von gedruckten Tageszeitungen leicht rückläufig. Der Abo-Anteil blieb gegenüber dem Vorjahr stabil, es werden aber weniger Zeitungen im Einzelhandel gekauft.

› www.agfagraphics.com

KONJUNKTURTELEGRAMM OKTOBER



Bildquelle: www.123rf.com

STIMMUNG GEFALLEN, ERWARTUNGEN HOCH

Im Oktober 2015 beurteilten die deutschen Druckereien ihre Geschäftslage zum dritten Mal in Folge schlechter. Ursache für die Eintrübung der Stimmung ist laut bvdM-Einschätzung im Konjunkturtelegramm der Auftragsmangel, über den sich mehr als ein Viertel der Betriebe beklagten. Folglich fiel auch die Auslastung der Anlagen mit derzeitigen 86% unter das verhältnismässige hohe Vorjahresniveau (90,1%).

Die Entwicklung der Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate folgt dem Zick-Zack-Kurs der letzten Monate und stieg im Oktober 2015 um 5,8% auf ein Jahreshoch von 97,3 Zählern des entsprechenden Index. Gestützt wurden die Geschäftsaussichten von gestiegenen Erwartungen in der Produktion von Zeitschriften, Werbetrucksachen und Verpackungen. Gleichwohl erwarten die Druckereien weiter sinkende Preise für ihre Produkte und ein abflauendes Auslandsgeschäft.

Der Geschäftsklimaindex der Branche, ein geometrisches Mittel der Geschäftslagebeurteilung und der Geschäftserwartungen, nahm im Oktober 2015 gegenüber dem Vormonat um 1,6% zu und stieg auf 102,5 Indexpunkte an. › www.bvdm-online.de

KURZ & BÜNDIG

MTEX hat Anfang Juli seinen zentralen europäischen Showroom im französischen Sausheim eröffnet. Im Democenter im Dreiländereck Deutschland-Frankreich-Schweiz kann die komplette Micro-Textil-Lösung für den digitalen Textildruck besichtigt werden. • **Fujifilm** kooperiert mit dem Software-Entwickler **Tilia Labs** und wird die Planungs- und Ausschusssoftware Phoenix für Anwendungen im Verpackungsdruck innerhalb des XMF-Workflows integrieren. • Die **Bobst Group**, seit 2011 im Besitz eines Anteils von 65% an der Gordon Ltd, übt bis zum Jahresende ihre Option auf den Kauf aus. • Die Schweizer **Model-Gruppe** und **Arkay Packaging** haben eine weltweite Packaging-Allianz bekanntgegeben. • **Zanders** erhöht die Preise ab 1. Januar 2016 um 5% bis 8% abhängig von der Sorte. Grund seien steigende Rohstoffpreise. • Mitte Juli eröffnete **KBA** eine neue Vertriebs- und Servicegesellschaft in der taiwanesischen Hauptstadt Taipei. • **Electronics For Imaging** hat die Shuttleworth Business Systems Ltd., Anbieter von Drucksoftware mit Sitz im britischen Kettering, übernommen.

SaarRepro GmbH

E-BUSINESSLÖSUNGEN VERSTÄRKT

Seit über 30 Jahren bietet die SaarRepro GmbH ihren Kunden Leistungen im Bereich der Medienproduktion an. Im Zuge der Neupositionierung wird das Unternehmen nun noch stärker auf die Wachstumsbereiche Web-to-Print und innovative Shop-Systeme für die Verkaufsförderung setzen. Hierzu hat SaarRepro – in Anlehnung an die klare Produktstrategie der grossen Schwester O/D Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH – die Leistungen in vier Bereiche konzentriert: Media – dies umfasst klassische Aufgaben wie Satz, Lektorat, Korrekturen, Übersetzungen und Adressmanagement, Litho – in diesem Segment sind Arbeiten wie Bildbearbeitung und Datenoptimierung, Kreativ-Retusche oder Erstellung von Proofs zusammengefasst, Smile – ist die Web-to-Print-Lösung mit integrierter Werbemittellogistik und Win – dem Webshop für Verkaufsförderung. «Die klare Strukturierung der Leistungen trägt auf der einen Seite Kundenwünschen Rechnung und auf der anderen Seite ist sie der zunehmenden Bedeutung von webgestützten Lösungen geschuldet», sagt



Sandro Fickinger, Vertriebsleiter der SaarRepro. «So sind unsere Kompetenzen klar erkennbar und die Kunden können individuell ihre Bausteine buchen.»

› www.saarrepro.de

Kunstmagazin A&Q

ALLES ÜBER ERNST WILHELM NAY

Die Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH, ein Unternehmen der Wurzel Medien-gruppe, lässt die Cantz-Edition wieder aufleben. In diesen Tagen erschien die erste Ausgabe des Magazins A&Q, wobei der Name für «Art & Quality» steht. In der ersten Ausgabe dreht sich alles um den Künstler Ernst Wilhelm



Cover des neuen Magazins A&Q.

Nay (1902 – 1968). In dem hochwertig gestalteten Magazin werden nicht nur sein Leben und seine Kunst vorgestellt, sondern auch, wie sein umfassendes Werk katalogisiert wird. Das Magazin ist in dieser Form einzigartig. Der Hintergrund: Bis zur Fertigstellung des Werkverzeichnisses im Jahr 2017 wird die Dr. Cantz'sche Druckerei für die Nay Stiftung rund 6.000 Werke digitalisiert haben. Ausserdem wird das komplette Werk von Ernst Wilhelm Nay in drei jeweils 500 Seiten dicken Buchbänden zusammengefasst. Zwei Bände sind bereits herausgegeben. Der letzte Band soll im Frühjahr 2017 erscheinen. Auch diese umfangreiche Digitalisierung in enger Zusammenarbeit mit der Ernst Wilhelm Nay Stiftung und mit Elisabeth Nay-Scheibler, der Witwe des Künstlers, wird in A&Q beschrieben. › www.w-mg.com

Papyrus Schweiz

PARTNERSCHAFT BEI DER VERPACKUNG

Der Papiergrosshändler Papyrus Schweiz AG und die Dinkhauser Gruppe gehen eine strategische Partnerschaft ein. Das österreichische Familienunternehmen Dinkhauser gehört zu den führenden europäischen Verpackungsproduzenten, verfügt über 165 Jahre Erfahrung und ist in ganz Europa mit seinem breiten Sortimentsangebot präsent. Mit dem neuen Partner wird Papyrus Schweiz sein Sortiments- und Dienstleistungsangebot markant ausbauen. In einem ersten Schritt bietet Papyrus das Versandverpackungssortiment ColomPac an. Weitere Schwerpunkte der Zusammenarbeit sind massgeschneiderte Verpackungslösungen und kundenindividuelle Spezialverpackungen. Kunden werden durch Papyrus und den Verpackungsspezialisten Luis Flores, Leiter der Dinkhauser Niederlassung Schweiz, beraten. Als eigentümergeführtes Unternehmen ist die Dinkhauser Kartonagen GmbH mit Sitz in Hall in Tirol Spezialist für Verpackungslösungen und Produktpräsentationen aus Wellpappe und Karton. Modernste technische Ausstattung in Entwicklung, Produktion und Logistik gewährleisten umfassende, professionelle Produktlösungen.

www.papyrus.com
www.dinkhauser.ch
www.colompac.com

Modellreihe
RICOH Pro™
C9100 / C9110

RICOH
imagine. change.

Robustes Digitaldruck- system für grosse Druckvolumen

- Bannerdruck mit Papierlänge bis zu 700 mm
- Auflösung bis 1200 x 4800 dpi
- Grammaturen bis 400 g/m²
- 130 Seiten/Minute



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

 Snap Me
Clickable Paper™

1 HERUNTERLADEN
der CP Clicker-
App von iTunes
oder Google
Play™ Store-App



2 HALTEN
Sie Ihr Gerät über die mit
dem Logo gekenn-
zeichneten Seiten



3 FOTOGRAFIEREN
Sie die gekenn-
zeichneten Seiten
mit der CP-Clicker App



4 SEHEN
Sie nun weiter-
führende Informationen
zu diesem Thema



Einkaufsverhalten

ONLINE-SHOPPING-STUDIE

Die Australier sind Weltmeister beim grenzübergreifenden Online-Shopping: 63% der befragten Einwohner aus Down Under haben in den letzten zwölf Monaten Waren ausserhalb der eigenen Landesgrenzen über das Internet bestellt, 74% der bestellten Waren kamen dabei aus Grossbritannien.

Deutschland hingegen hat den besten Ruf als E-Shopping-Adresse bei Franzosen (72%) und Russen (70%).

Beim Online-Shopping lassen sich 31% der Befragten von negativen Kundenrezensionen und Bewertungen abschrecken.

Ebenso wie im Jahr 2014 gehen auch in diesem Jahr die meisten Produktbestellungen aus dem Ausland in den USA ein. Die Vereinigten Staaten von Amerika bleiben damit die Top-Adresse für grenzübergreifendes E-Shopping. Es folgen Grossbritannien und Deutschland.

Dies zeigen die Ergebnisse der zweiten weltweiten Studie über das Online-Einkaufsverhalten, die das Marktforschungsunternehmen ORC International im Auftrag von Pitney Bowes durchgeführt hat.

› www.pitneybowes.com

Information plus Emotion

PAPYRUS STARTET NEUEN INTERNETAUFTRITT

Der neue Internetauftritt von Papyrus gibt sich emotional ansprechend, frisch, offen sowie modern. Die neue Struktur und das leichte Design verbinden sich zu einer virtuellen Informationswelt, die intuitiv zur gewünschten Information führt. Zentraler Bestandteil der Seite ist der E-Shop. Das Komplettsortiment des Papiergrosshändlers steht rund um die Uhr zur Verfügung. Im persönlichen Kundenkonto sind individuelle Preise hinterlegt, die Bestellung bietet Zusatzinformationen wie Auftragsübersicht, Rechnungsarchiv und Einkaufsstatistik. Daneben informiert Papyrus über Logistik, Entsorgung, Einlagerung und Individualleistungen. Über die Rubrik «Service» ge-



Intelligente Struktur, modernes Design – die neue Website von Papyrus verbindet virtuelle Informationswelt mit realem Mehrwert.

langen Kunden zur persönlichen Beratung und Musterbestellung, erhalten Einblick in die Papyrus Steckbriefe und aktuelle Veranstaltungen. Auch Firmeninteressenten wie Bewerber und Pressevertreter finden in dem eigens hierfür eingerichteten Bereich alle Informationen auf einen Blick.

› www.papyrus-deutschland.de



Offline-Shop

AMAZON ERÖFFNET BUCHLADEN

Mit dem Verkauf von Büchern in Internet hat Amazon das Geschäftsmodell der Buchhändler in vielen Ländern ins Wanken gebracht. Jetzt eröffnet der Konzern in seiner Heimatstadt Seattle eine eigene Buchhandlung auf dem Campus der Universität. Amazon will mit dem Laden, der sieben Tage in der Woche geöffnet sein soll, die Vorteile des Online-Einkaufs und des stationären Handels verbinden, heisst es.



Neues Angebot

PRINT24 BIETET SELF-PUBLISHING

Bei print24.com, der bekanntesten Marke von Unitedprint, können nun eigene Bücher über den Online-Shop bestellt und als Hard- und Softcover ab Auflage 1 gedruckt werden. Zudem bestehen verschiedene Auswahlmöglichkeiten bei der Anzahl der Seiten, der Grösse und bei Veredelungen.

Zum Launch des neuen Angebots sucht print24.com den Bestseller der Zukunft. Unter allen Teilnehmern bei #MeinBestseller wählt eine Jury bis zum 31. Januar 2016 für die Kategorien Bildbände, Comics, Krimis, Romane, Rezeptbücher und Sachbücher jeweils einen Gewinner aus. Diese erhalten 100 kostenlose Exemplare ihres Werks.

› www.print24.com

O/D Ottweiler

WEBSHOP FÜR SELFMAILER & CO

Mit dem Selfmailer hat die O/D bereits vor mehr als zehn Jahren Neuland betreten und den Kunden ein interessantes, preislich sehr attraktives Instrument für Dialogmarketing an die Hand gegeben. Nachdem die O/D vor einigen Jahren den Selfmailer unter Letoutenun auch in Frankreich eingeführt hat, ist sie nun mit dem aktuell gestarteten Online-Shop www.selfmailer-shop.de wieder Vorreiter in der Druckbranche.

Rund um die Uhr – und mit wenigen Klicks – können



Nutzer personalisierte Mailings oder Beilagen kalkulieren und direkt online bestellen. Dazu stehen zurzeit acht Grundvarianten zur Verfügung. Der Nutzer sieht sofort den Druckpreis, bei Aussendungen direkt die Portokosten sowie die voraussichtliche Lieferzeit, sodass der Nutzer bereits in der Planungsphase Transparenz über die Kosten sowie die Zeitschiene hat.

Die Auswahl wird in den nächsten Monaten stetig erweitert. So plant die O/D schon jetzt den Shop mit verkürzten Produkten zu ergänzen, des Weiteren folgt der Bereich «Postwurfsendung».

› www.selfmailer-shop.de



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Arbeitstreffen

NEUE MITGLIEDER FÜR DIE IOP

Die Initiative Online Print e. V. (IOP) wächst weiter: Im Rahmen des Arbeitstreffens am 24. und 25. September 2015 bei der Kollin Mediengesellschaft in Neudrossenfeld stellten sich die neuen Mitglieder Bechtle Druck & Service GmbH & Co. KG, Primus International Printing



Die Neumitglieder der Initiative Online Print e. V. (von links): Stephan Bühler, Bechtle Druck & Service; Torsten Zech, Primus International Printing und Ralf Rehmet, VDD.

GmbH und Vereinte Deutsche Druck AG vor und traten dem führenden Verein der Online-Print-Industrie bei. Der Eintritt der drei Akteure zeigt, dass es extrem wichtig ist, den Themen der Branche eine Austauschplattform zu geben.

Auf der Tagung referierte Dr. Martin Schirnbacher, Fachanwalt für IT-Recht der Härting Rechtsanwälte PartGmbH, zum Thema «Onlinedrucker in Zeiten von Abmahnung: Risiken richtig bewerten und verringern» und gestaltete den Vortrag mit interessanten Beispielen aus dem Online Print zu den Bereichen Widerrufsbelehrung, Abgrenzung von B2B und B2C, Aufbau des Impressums, Verwendung von Bildmaterial und Bewertung der Conversion-Optimierung.

› initiative-online-print.de

VERBRAUCHERBEFRAGUNG**FLYERALARM ERNEUT «FAIRSTES UNTERNEHMEN»**

Bei der zweiten Auflage des «Deutschen Fairness-Preises» belegte Flyeralarm erneut den Spitzenplatz. Der Nachrichtensender n-tv und das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) hatten in einer repräsentativen Studie rund 45.000 Menschen zur Fairness von mehr als 400 Unternehmen in 31 Branchen befragt.

«Die erneute Auszeichnung durch unsere Kunden freut uns sehr. Denn auch wenn wir beständig wachsen, so ist weiterer Erfolg nur mit zufriedenen Kunden möglich – daran arbeiten wir und fühlen uns durch den Preis bestätigt sowie zu neuen Spitzenleistungen angespornt»,



sagt **Dr. Christian Maaß**, als CPO (Chief Product Officer) und Mitglied der Geschäftsleitung bei Flyeralarm verantwortlich für Produktmanagement, Webshop und Online Marketing. Bei der Befragung, in der 24 Online-Druckereien bewertet wurden, sollten die Verbraucher die Transparenz und Verständlichkeit der Produktinformationen, Zuverlässigkeit und Reklamationsverhalten sowie Preis-Leistungs-Verhältnis bewerten. Flyeralarm setzte sich in der Addition der drei Teilbereiche mit der höchsten Gesamtpunktzahl gegen den Wettbewerb durch und belegte zudem den ersten Rang im Teilbereich «Preis-Leistungs-Verhältnis».

«Bei der Sortimentsbreite und Qualität bringen wir seit Jahren Spitzen-Leistung. Für Kunden sind heute aber zu recht Verlässlichkeit und ein ehrlicher Umgang ausschlaggebend. Dies gehört auch für uns untrennbar zusammen. Zufriedene Kunden sind unser höchstes Gut», sagt Dr. Maaß.

› www.flyeralarm.de

Deutscher Fairnesspreis PRIMUS-PRINT.DE UNTER DEN TOP-3

Primus-Print.de erreichte beim deutschen Fairnesspreis den 3. Platz. bei der Erhebung rund um faire Preis-Leistungs-Verhältnisse, Vertragsbedingungen und Preisbestandteile wurde die Druckmarke in der Teilkategorie Transparenz sogar als Sieger ausgezeichnet.

› www.primus-print.de



Onlineprinters

BLITZDRUCK-ANGEBOT AUSGEWEITET

Die Onlineprinters GmbH, Betreiber des Online-Print-Portals diedruckerei.de, bietet durch Prozessoptimierungen in der Weiterverarbeitung nun auch Broschüren im «Blitzdruck» an. Dabei werden Broschüren, die werktags bis 10 Uhr bestellt werden, noch am selben Tag produziert und versendet.

Dies betrifft Broschüren in den Formaten DIN A4, A5, A6 und DIN lang, gedruckt auf 135 g/m² Bilderdruckpapier mit einem Umfang von bis zu 32 Seiten und einer Auflage zwischen 100 und 2.500 Exemplaren.

Neben Broschüren bietet die Online-Druckerei bereits weitere Topseller wie Flyer, Falzflyer, Plakate, Briefpapier und Postkarten im Blitzdruck an.

› www.onlineprinters.com

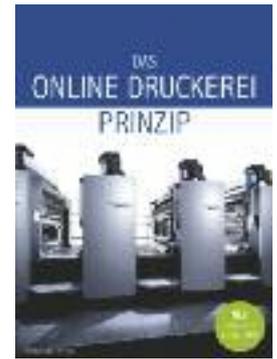
Service-Champion

DIEDRUCKEREI.DE AUSGEZEICHNET

Der Online-Druckdienstleister diedruckerei.de – ein Webshop der Onlineprinters GmbH – hat in Deutschlands grösstem Service-Ranking erneut den Sieg in der Kategorie «Druckereien» eingefahren.

«Damit ist diedruckerei.de seit 2013 ungeschlagener Service-Champion der Druckbranche im erlebten Kundenservice», gratuliert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH, die die Kundenbefragung jährlich in Kooperation mit der Zeitung «Die Welt» und der Goethe-Universität Frankfurt durchführt.

› www.diedruckerei.de



Veröffentlichung

DAS PRINZIP ONLINE DRUCKEREI

Seit Kurzem ist das Buch «Das Online Druckerei Prinzip», das sich seit Erscheinen viele Hundert Mal in ganz Europa verkauft hat, in der 2. aktualisierten Auflage erschienen. Parallel hierzu wurde auch der Online-Shop komplett überarbeitet.

Auf 78 Seiten sind neben der Entwicklung einer deutschen Online Druckerei (1,5 Mio. € Umsatz p.a.) auch aktuellste Suchmaschinenanforderungen für Druckereien zusammengefasst. Zudem gibt es viele Tipps und Tricks rund um die Shop-Software, mit der auch der regionale Druck-Shop der Druckerei Hemmersbach in Köln aufgebaut wurde.

› www.das-online-druckerei-prinzip.de

FACHPACK 2015: DIE VERPACKUNGSBRANCHE BOOMT

Über 43.000 Fachbesucher (2013: 34.598) kamen an drei Messetagen zur Nürnberger FachPack. Mit 1.565 Ausstellern (2013: 1.439) und zusätzlicher Fläche schrieb die europäische Fachmesse der Verpackungswirtschaft damit in allen drei Kennzahlen Rekorde.

Neugier und Interesse der Besucher waren gross und wurden befriedigt: Mit dem breiten Angebot an Produkten und Dienstleistungen aus Verpackung, Veredelung und Logistik zeigten sich rund 98% der Besucher aus Deutschland und den Nachbarländern zufrieden. Das zumindest ergab die Besucherbefragung. «Wir sind überwältigt von dem Besucheransturm. Das aussergewöhnlich grosse Interesse an der FachPack spiegelt die Stimmung des Marktes wider. Die Verpackungsbranche boomt, die Unternehmen nutzen die konjunkturelle Lage, um sich nach neuen Ideen umzusehen und Investitionen zu tätigen», sagt Heike Slotta, Abteilungsleiterin der Veranstaltung. Die FachPack ist interessant für jeden, der Konsum- oder Industriegüter produziert oder verpackt. Daher kommt der typische FachPack-Besucher aus Branchen wie Nahrungs- und Genussmittel, Pa-



pier- und Druckgewerbe, Verpackungslogistik, Pharma und Medizin, Automotive, Maschinen- und Gerätebau sowie Chemie.

Der deutsche Verpackungsmarkt

Die deutschen Verpackungshersteller blicken auf ein konstantes Jahr 2014 zurück. Wie der Gemeinschaftsausschuss Deutscher Verpackungshersteller (GADV) mitteilt, stieg der Umsatz mit Packmitteln um 0,6% auf 32 Mrd. €, die Produktionsmenge blieb bei einem Rückgang von 1,0% mit 19 Mio.

Tonnen nahezu stabil. Das Bild der deutschen Verpackungsmaschinenbranche, die rund 300 Unternehmen und gut 28.000 Beschäftigte umfasst, prägten im ersten Halbjahr 2015 stark gestiegene Inlandsbestellungen und etwas geringere Exporte. Laut VDMA Fachverband für Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen gingen die Ausfuhren nach Russland und China um 30% beziehungsweise 12% zurück. Die Exporte in die USA, dem wichtigsten Markt für die deutsche Verpackungsmaschinenbranche, legten dagegen um 9% zu. 2014 war Deutschland bei Produktion und Export von Verpackungsmaschinen weltweit führend. Alle Indikatoren sprechen dafür, dass der Markt für Verpackungsmaschinen auch künftig wächst. Die nächste FachPack findet vom 27. bis 29. September 2016 in Nürnberg statt.

› www.fachpack.de

Cantz und Beltz

KOOPERATION

«DIGITAL ART BOOK»

Höchste Druck- und Bindequalität in Kleinstauflagen – das gibt es bisher selten aus einer Hand. Die Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH, ein Unternehmen der Wurzel Mediengruppe, und Beltz Grafische Betriebe wollen diese Lücke mit der Kooperation «digital art book» schliessen. Cantz ist für die Herstellung hochwertiger Bücher bekannt, Beltz für Bindungen wie japanischen Bindung, Fadenheftung oder Schweizer Broschur.

«Unsere Zielgruppen sind vor allem Künstler, Fotografen, Verlage, Museen und Agenturen, die für Präsentationen oder Ausstellungen hochwer-



tige Bücher in kleineren Auflagen brauchen», erklärt **Heinz Wurzel**, Inhaber der Wurzel Mediengrup-

pe. «Diese Qualität ist bisher nur im Offsetdruck möglich. Allerdings ist der Druck erst ab einer Auflage von etwa 500 Exemplaren wirtschaftlich. Bisher mussten meist mehr Exemplare gedruckt werden als benötigt wurden, sodass Kunden mehr Bücher bekommen, als sie eigentlich brauchen und auch mehr zahlen müssen.»

Bei «digital art book» kann der Kunde seine Auflage im Sonderformat bestellen. «Exquisite Buchprojekte in kleinen Auflagen – und das im Wunschformat. Das kann in



dieser Kombination kaum ein anderer bieten», erklärt **Christian Gaidies**, Geschäftsführer von Beltz Grafische Betriebe.

› www.digital-art-book.com

Management

EINSPARPOTENZIAL IM EINKAUF

Extern eingekaufte Produkte und Leistungen machen rund die Hälfte des Umsatzes der Druck- und Medienindustrie aus. Einsparungen in diesem Bereich spiegeln sich daher überproportional in der Gewinnrechnung von Druckereien wider.

Der Wirtschaftsausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) fragte daher nach, inwieweit Einsparpotenziale bereits ausgeschöpft werden. Chancen bieten sich durch effizientere Prozesse im Beschaffungswesen. Vor allem online-basierte Lösungen haben bei vielen Unternehmen noch nicht den Stellenwert, die in anderen Branchen nachweislich Erfolge zeigen.

«Dabei würde sich die Einführung elektronischer Bestellprozesse in doppelter Hinsicht lohnen», sagt Thorsten Anhalt, Vorsitzender des bvdm-Ausschusses. «Unternehmen würden sich analytisch mit ihrer Einkaufsstruktur beschäftigen und darüber hinaus durch die Vereinfachung von Prozessen Vorteile geniessen.» In einem zunehmend wettbewerbsintensiven Umfeld bietet die Kostenseite derzeit eine Möglichkeit, sich auf den Preisdruck einzustellen und Zeit für eine strategische Ausrichtung zu gewinnen.

Der Wirtschaftsausschuss appellierte daher in seinem Herbsttreffen Mitte September 2015 erneut an die Unternehmen, wichtige strategische Entscheidungen wie die Optimierung des Einkaufs nicht hinauszuschieben, sondern aktiv voranzutreiben.

› www.bvdm-online.de



Stiften Sie zu – jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



Für Dich!

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

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

MENSCHEN & KARRIEREN



Ricoh Europe hat bekannt gegeben, dass Niculae Cantuniar zum neuen CEO und Vorsitzenden der Geschäftsleitung von Ricoh Deutschland ernannt wurde. Cantuniar wird die Geschäfte von Ricoh Deutschland führen und berichtet an David Mills, CEO von Ricoh Europe. • Der Rheinwerk Verlag (ehemals Galileo Press) hat eine Neuordnung und Erweiterung der Geschäftsführung vorgenommen. **Susanne Böttcher** übernimmt die verlegerische Geschäftsführung von Tomas Wehren, und der bisherige Marketingleiter



Stephan Effertz, rückt zum Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb auf. Rainer Kaltenecker beschränkt sich künftig auf die kaufmännische Geschäftsführung und Tomas Wehren wird innerhalb der Geschäftsführung für Strategie und Softwareentwicklung zuständig sein. • Neuer Geschäftsführer der Sihl GmbH sowie der Vertriebsorganisation Sihl Direct ist **Siegfried Zilliger**. Der langjährige Geschäftsführer Heiner Kayser hat Sihl aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung der Unternehmensgruppe verlassen. • Canon (Schweiz) AG hat bekannt gegeben, dass der bisherige Marketing Director **Christian Mossner** per 1. Oktober den Bereich Partner & Distribution Channel übernommen hat. Über die Nachfolge von Mossner wird zu gegebenem Zeitpunkt informiert. Bis dahin wird er den Bereich neben seiner neuen Funktion als Channel Director Partner & Distribution weiter führen. • Der bisherige Geschäftsführer Friedhelm Brüstle verabschiedet sich nach fast 55-jähriger beruflicher Tätigkeit bei der MB Bäuerle GmbH in den Ruhestand. Brüstle verantwortete jahrelang den Bereich Produktion und Technik, bevor er die Position des Geschäftsführers übernahm. Der Hauptgesellschafter der MB Bäuerle GmbH, **Dieter Busen-**

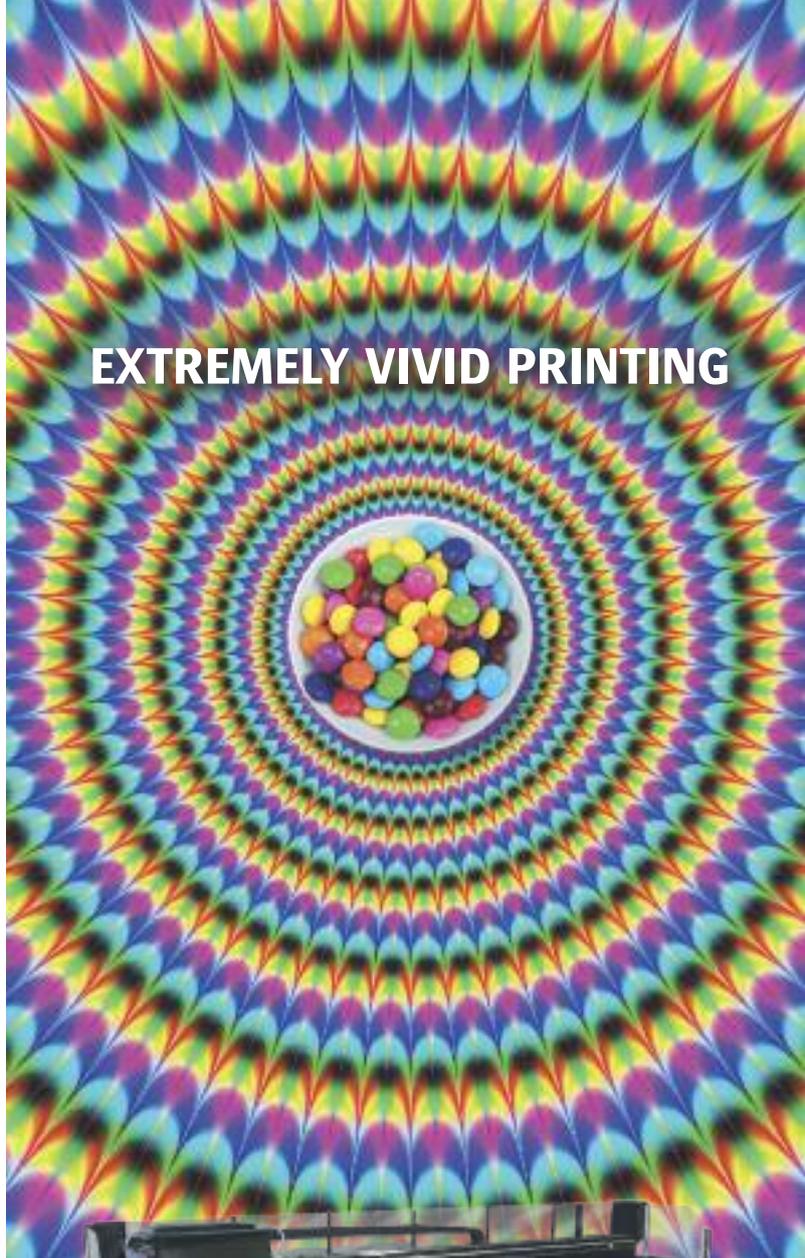


hart, hat seit dem 1. Oktober 2015 die Position des Geschäftsführers im Unternehmen übernommen. Mit der Neubesetzung und der damit verbundenen Ausweitung des bisherigen Engagements von Busenhart wird der eingeschlagene Weg, MB Bäuerle als innovativen Systemlieferanten im Bereich der Druckweiterverarbeitung sowie Postbearbeitung zu positionieren, erfolgreich fortgesetzt. • **Gudrun Alex** tritt ab sofort in die AlexCompany GmbH, Düsseldorf, ein und verantwortet bei der Agentur alle Aktivitäten für die Bereiche grafische Industrie, Verpackungsherstellung und Werbetechnik/Grossformatdruck. • Nach mehr als fünf Jahren verlässt Dr. Gerd Dussler das Münsteraner Unternehmen viaprinto. Auf seine Position folgt ihm sein langjähriger Mitarbeiter **Frank Morjan**. Morjan ist seit 2009 im Unternehmen tätig und seit Anfang 2015 widmet sich der studierte Wirtschaftsinformatiker zusätzlich dem Ausbau des Kundenservices.



• Nach mehr als fünf Jahren verlässt Dr. Gerd Dussler das Münsteraner Unternehmen viaprinto. Auf seine Position folgt ihm sein langjähriger Mitarbeiter **Frank Morjan**. Morjan ist seit 2009 im Unternehmen tätig und seit Anfang 2015 widmet sich der studierte Wirtschaftsinformatiker zusätzlich dem Ausbau des Kundenservices.

EXTREMELY VIVID PRINTING



DER NEUE JETI MIRA. FÜR BEEINDRUCKENDE FARBEN, DETAILS UND VIELSEITIGKEIT.

Dies ist keine optische Täuschung – es ist der Jeti Mira-Effekt! Der **neue, echte Flachbett-UV Inkjet Wide Format Drucker** enthält alle Eigenschaften – von der Druckqualität bis zur Produktionsflexibilität. Der Jeti Mira wurde mit dem Know-how unserer F&E-Abteilung entwickelt und bietet **atemberaubende Farben und umwerfende Sign und Displays, die sofort auffallen**. Mit der Rolle-zu-Rolle Option können Sie auch Rollenmedien in außergewöhnlich hoher Qualität bedrucken.

Erleben Sie Farbe mit uns neu.
Besuchen Sie uns auf www.agfagraphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



KOOPERATION



STRATEGIE

KOOPERATIONEN FLUCH ODER SEGEN?

Kooperation statt Konkurrenz ist ein probates Mittel, um Krisen zu überwinden oder um Herausforderungen gemeinsam anzugehen, die man möglicherweise alleine nicht hätte meistern können. Fast täglich meldete die Wirtschaft neue Partnerschaften, Kooperationen oder Allianzen. Unternehmen kooperieren mit Konkurrenten, um Marktanteile auszubauen, Hersteller bandeln wegen erwarteter Spareffekte an oder um überlebensfähig zu bleiben und auch Druckmaschinenherstellern sagt man nach, sie hätten über eine – wenn schon nicht Fusion – Zusammenarbeit verhandelt. Viel ist aus diesen meist verbalen Ankündigungen allerdings nicht geworden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Was auch nicht weiter verwundert. Denn die Erfahrung zeigt, dass längst nicht jeder Zusammenschluss und auch nicht jede Kooperation zum Erfolg führt. Allererstes Gebot bei Kooperationen und auch Netzwerken ist, dass bei den jeweiligen Partnern die «Chemie stimmt». Schon vom ersten Gespräch an, beim ersten Brainstorming, müssen die Verhandlungen, ohne die es nicht geht, professionell gemanagt

werden, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Im Management-Sprachgebrauch würde man es auf diesen Nenner bringen: Kooperationen müssen auf «gleicher Augenhöhe» erfolgen. Und dabei spielen Emotionen eine erhebliche Rolle.

Die Angst davor, Kunden verlieren zu können oder Know-how an Partner zu übertragen, muss einer Basis des Vertrauens weichen. Und: Kooperationen, die funktionieren sollen, werden nicht auf einem Silbertablett serviert. Netzwerke und Kooperationen sind meist auch mit einem nicht un-

erheblichen zeitlichen Aufwand verbunden. Wer dies unterschätzt, kann schnell scheitern.

Vertrauen und offene Kommunikation, die Bereitschaft zur Teamarbeit und das Denken in grösseren Dimensionen sind die Basis dafür, gemeinsam handeln und das jeweilige Know-how ausspielen zu können. Dabei sollte sich dennoch jeder Partner auf die eigenen Stärken konzentrieren und die sich aus der Kooperation ergebenden ergänzenden und möglicherweise vergrösserten Ressourcen nutzen können.

Eine Patentlösung für Kooperationen gibt es jedoch ebenso wenig wie für funktionierende Netzwerke. Selbst wenn beide oft in einem Atemzug genannt werden, unterscheiden sie sich erheblich. Je nach Zusammensetzung und Grösse von Netzwerken sind völlig andere Ansätze erforderlich. Denn mit der Anzahl an Personen oder gar Unternehmen, die an einer Kooperation oder einem Netzwerk beteiligt sind, steigen auch die Komplexität und Koordination. Dabei spielt eine an die Struktur angepasste Organisation und der Einsatz

von Informations- und Kommunikationstechniken eine ganz entscheidende Rolle für den Erfolg.

Kooperationen und Netzwerke

Kooperationen und Netzwerke scheinen heute das Zauberwort für die Bewältigung einer immer komplexer werdenden Welt zu sein. Netzwerke sind immer als Knoten und Verbindungen zu sehen, bei denen es um Austauschbeziehungen geht. So sind ja auch soziale Netze zu sehen: als Beziehungsgeflecht zwischen Menschen und zwischen Menschen und Institutionen.

Gibt es einen Unterschied zwischen Netzwerken und Kooperationen? Ja, man muss Kooperationen nur als die Basis von Netzwerken verstehen.

Während in Kooperationen sehr klar unterschieden werden kann, wer dazugehört und wer nicht, ist das Ziehen einer Grenze in Netzwerken so eindeutig nicht mehr möglich. Kooperationen sind daher (theoretisch) auch weniger komplex als Netzwerke, binden zwei oder mehr rechtlich selbstständige Akteure ein, haben ein gemeinsames Ziel oder zumindest ein konkretes Projekt vor Augen und nutzen dazu im Zweifelsfall auch Netzwerke.

Netzwerke verbinden natürlich auch selbstständige Akteure mit einem gemeinsamen Anliegen, sind aufgrund ihrer Grösse aber relativ komplex und ein Gebilde mit Ausdehnungs- und Schrumpfungsphasen. Letzteres ist der eigentliche Unterschied. So kann ein Netzwerk durchaus auch nach dem Ausscheiden eines Partners weiter existieren, was bei einer Kooperation zwischen wenigen oder nur zwei Partnern ausgeschlossen ist.

Teamwork funktioniert

Dabei gibt es einige Beispiele, wie und wo Kooperationen schon längere Zeit funktionieren. Winzer beispielsweise hatten sich schon früh in Kommunen, Genossenschaften oder Kooperationen zusammengeschlossen, um etwa Ernte- oder Flaschen-

abfüllmaschinen gemeinsam zu nutzen und damit teure Mehrfachinvestitionen zu vermeiden. Auch personell wird in der Landwirtschaft auf Zusammenarbeit gesetzt, um saisonale Spitzen abzudecken.

Auch in der Formel 1 sind Kooperationen von Bedeutung, da nicht jeder Rennstall bei der Entwicklung von Motoren in Forschung und Entwicklung investieren kann wie ein Grosskonzern. Deshalb fahren verschiedene Teams mit den Motoren fremder Hersteller und Wettbewerber. Natürlich geht das alles nicht immer reibungslos über die Bühne, doch ist der Wert solcher Kooperationen unumstritten.

Das «Wir-Gefühl» entwickeln

Diverse Umfragen belegen, dass Kooperationen und Netzwerken eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Dabei konzentrieren sich die Erwartungen üblicherweise auf das Nutzen potenzieller Synergien beim Personal, bei den Maschinen, bei Prozess-Optimierungen oder der Projektabwicklung. Zudem liegen viele Hoffnungen auf verbesserten Einkaufskonditionen. Und nicht zuletzt lässt sich eine Investition weitaus leichter

ZIELE UND ERWARTUNGEN

- Know-how-Pool und Informationsaustausch
- Gemeinsame Markterschliessung
- Schaffen neuer Vertriebsstrukturen
- Gemeinsamer Leistungspool bei Ressourcen und/oder Personal
- Gemeinsame Projektarbeit
- Qualifizierungsmassnahmen, Aus- und Weiterbildung
- Optimierte Beschaffungsmanagement
- Kosteneinsparungen durch Konzentration auf Kernkompetenzen
- Stärkung der unternehmerischen Wettbewerbsfähigkeit und Reduzierung des Risikos
- Erhöhung der Innovationskraft im Netzwerk
- Rasche Reaktionsfähigkeit



realisieren, wenn sie auf mehreren Schultern ruht oder durch mehrere Partner getragen wird.

Doch abseits der Technik liegen auch in der Vermarktung grossen Chancen. So lassen sich beispielsweise Vertriebskanäle bündeln oder optimieren, das Produktangebot kann ausgebaut und ergänzt werden zu Komplettlösungen und schliesslich können Unternehmen als Kooperationspartner am Markt ganz anders auftreten als als Einzelkämpfer.

Doch bevor die ersten Erfolge eingefahren werden können, müssen die richtigen Akteure zueinander finden, die angestrebten Ziele präzise formuliert und eine gemeinsame Strategie entwickelt werden.

Es muss zudem die geeignete Kooperationsform bestimmt werden, damit für alle Beteiligten eine Win-win-Situation gegeben ist und der Nutzen für alle Partner sichtbar wird. So liesse sich beispielsweise eine gemeinsame Druckerei einrichten, in der die Kapazitäten gebündelt und besser ausgelastet werden könnten, oder man einigt sich auf eine einzige schlagkräftige und kompetente Verkaufsorganisation.

Das alles wird allerdings nur funktionieren, wenn eine Kooperation auf gegenseitigem Vertrauen basiert und sich bei den Beteiligten ein «Wir-Ge-

fühl» entwickeln kann. Gleiches gilt auch für Netzwerke, die gut gemanagt und gepflegt werden müssen, die Kommunikation muss offen und transparent und die Aufgabenverteilung klar geregelt sein. Wenn die Aufgaben dann gemeinsam effektiver und effizienter gelöst werden können, als alleine, hat sich das Netzwerken oder Kooperieren gelohnt.

Chancen überwiegen

Die Vorteile von Kooperationen liegen für Druckereien also auf der Hand. Dazu gehören etwa die gemeinsame Nutzung von Kapazitäten und daraus resultierend eine bessere Auslastung des Maschinenparks, die Erweiterung des Angebots an Drucksachen, Veredelungen oder Finishing-Optionen. Dies kann durchaus zu einer Stärkung der Kundenbindung führen und gegebenenfalls eine gemeinsame Vertriebstätigkeiten bis hin zu Shop-Lösungen im Internet stärken.

Und schliesslich: Netzwerke können eine praktikable Gegenstrategie zu den um sich greifenden Konzentrations-tendenzen sein. Lesen Sie dazu auch unsere Beiträge auf den folgenden Seiten.

KOOPERATIONS-NETZWERK MEHR ALS DIE SUMME SEINER TEILE

Daneli bildet das Dach, unter dem zwölf Druckunternehmen aus Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Liechtenstein seit 2013 kooperieren. Dabei ergibt sich für die Kunden nicht nur eine imposante Angebotspalette an Drucksachen, sondern auch die Gewissheit, mit leistungsfähigen Druckpartnern zusammenzuarbeiten. Wir haben einen Blick hinter die Kulissen von Daneli geworfen.

Von KNUD WASSERMANN

Aristoteles' Zitat «das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile» gilt im Idealfall auch für Kooperationen. Doch Kooperationen mit Leben zu erfüllen, ist keine leichte Aufgabe. Seit über 30 Jahren wird in der grafischen Branche immer wieder über die Notwendigkeit von Kooperationen gesprochen und auch der «Druckmarkt» hat dieses Thema immer wieder aufgegriffen – getan hat sich in der Hinsicht aber relativ wenig. Oder aber es geschah im Verborgenen.

Aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Situation hat sich der Wettbewerbsdruck in den letzten Jahren weiter erhöht – die Bereitschaft Kooperationen einzugehen ist dennoch nicht signifikant gestiegen, auch wenn das Konzept an sich von vielen begrüßt wird. Doch es scheint, als wären die Unternehmer zu sehr in den Mühlen des Alltagsgeschäftes eingebunden und somit keine Zeit bleibt, um über den sprichwörtlichen Tellerrand hinauszublicken.

Wobei es sich in dem aktuellen Umfeld nahezu aufdrängt, eine Zusammenarbeit mit Partnern zu suchen oder zu vertiefen. Denn viele der anstehenden Herausforderungen lassen sich aufgrund ihrer Komplexität, des notwendigen Know-how oder ihrer immensen Investitionskosten längst nicht mehr von mittleren und schon gar nicht mehr von Kleinbetrieben alleine stemmen.

Kollegenhilfe anno 2015?

Natürlich gibt es konkrete Netzwerke oder Kooperationen, die aus den genannten Beweggründen entstanden sind oder sich zurzeit festigen wie Print4Resellers (siehe Seite 18), Kooperationen, etwa Aumüller Druck und Peschke in Regensburg und München oder die Comprinta mit der Druckerei Feldegg, Neidhart + Schön sowie Fotorotar und andere namhafte Druckereien wie etwa Wolfensberger im Grossraum Zürich. Und nicht zu vergessen: Druckereien laufen ja nicht nur nebeneinander her, sie sprechen miteinander, bilden Interessengemeinschaften und praktizieren das, was man «verlängerte Werkbank» oder früher Kollegenhilfe genannt hat.

Einzigtages Leistungsprofil

Beispiel einer gelebten Kooperation mit hohem Nutzen für alle Partner ist

Daneli. Hinter dem Namen verbergen sich die Herkunftsländer von zwölf Druckunternehmen aus Deutschland, Österreich, Niederlande und Liechtenstein, die sich zu einer Kooperation zusammengeschlossen haben und ihre Expertise im Printmarkt bündeln.

«Daneli schafft Mehrwerte für Kunden, Lieferanten und Mitglieder. Unsere Kunden profitieren von einem einzigartigen Leistungsprofil und mit der angestrebten Konzentration auf leistungsfähige Lieferanten schaffen wir für Daneli einen Nutzen. Die Internationalisierung und unser Innovationsvermögen macht uns darüber hinaus zum bevorzugten Partner führender Unternehmen bei der Ent-



wicklung von Markt Konzepten.» Das haben sich nach den Worten von **Karl-Heinz Milz**, Geschäftsführer der VVA im österreichischen Dornbirn, die Kooperationspartner in ihr Leitbild fest-

geschrieben und so den Rahmen für ihre Zusammenarbeit genau abgesteckt.

Konzeptionelle Ausrichtung

Die zwölf Daneli-Mitglieder agieren weiterhin als rechtlich selbstständige Unternehmen, die jedoch ganz konkrete interne und externe Ziele verfolgen können. Die Grundlage für die Zusammenarbeit ist ein vertrauensvolles Miteinander und ein offener aber gleichzeitig institutionalisierter Informationsaustausch. Die Mitglieder treffen sich in regelmässigen Abständen, um in einem Lenkungsausschuss die Kooperationsplattform weiterzuentwickeln.

«Dabei geht es immer wieder ans Eingemachte», berichtet Karl-Heinz Milz. Was aber gerade bei einer solchen Kooperation wichtig sei, um das Profil des Verbundes zu schärfen und den Nutzen für die Mitglieder in den Vordergrund zu stellen.

Dies sei auch die klare Prämisse: Alle Anstrengungen müssen einen unmittelbaren Nutzen für die Mitglieder der Kooperation bringen. Deshalb wurden Kommunikationsprozesse und -plattformen innerhalb der Gruppe geschaffen, um die operativen und strategischen Projekte koordinieren zu können.

Damit besteht eine hohe Transparenz über die Marktchancen, die sich aus den unterschiedlichen Geschäftsmodellen und Strukturen der Mitglieder ergeben. Dieser Geschäftsentwicklungsprozess wird systematisch an



Auf der Internetseite von Daneli wird offen kommuniziert, welche Partner dahinter stehen und was die Kunden erwarten können.

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 PRODUCELECTRONICA



längerfristigen Zielen ausgerichtet und durch einen externen Berater unterstützt.

Eine weitere Aufgabe, der sich die Mitglieder stellen, ist das Benchmarking. So werden wertvolle Informationen gewonnen, wo sich die entsprechenden Stellschrauben in den einzelnen Betrieben befinden, um Produktionsabläufe zu optimieren oder wie man administrative und technische Workflows am besten aufsetzen kann.

Daneli greift in gemeinsamen Projekten auch brandaktuelle Themen wie etwa Online-Print oder den Digitaldruck auf. Dabei wird das jeweilige Thema von einer Teilgruppe aufgegriffen.

Einzelne Projektgruppen betreiben klassisches Projektmanagement, von dessen Ergebnissen wiederum alle Mitglieder partizipieren können. Hier werden auch Fragestellungen angestoßen, die mögliche gemeinsame Investitionen in Zukunftstechnologien betreffen. Dieses Vorgehen gibt den Mitgliedern mehr Freiräume, Überblick und vor allem Handlungssicherheit.

Schnelle und richtige Antworten

Die Kunden der Daneli-Mitglieder profitieren von der deutlich erweiterten Leistungsfähigkeit, die heute von Druckdienstleistern erwartet wird. Jeder Kunde soll damit die für ihn optimale Lösung hinsichtlich Qualität, Quantität und Lieferzeit erhalten. Das Spektrum, das die Daneli-Mitglieder abdecken, reicht von der Beratung, Konzeption, Design und Grafik über den Druck, die Veredelung, Weiterverarbeitung sowie die Verbindung von On- und Offline-Features bis zur weltweiten Logistik vom Einzelversand bis zu grossvolumigen Lieferungen. Dadurch könne man auf neue Kundenbedürfnisse schneller reagieren und vor allem richtige Antworten liefern.

Einsparpotenziale heben

Mit der Zielsetzung, am Markt als Partner für Lieferanten mit grossen

Einkaufsvolumina aufzutreten, haben sich auf der Einkaufsseite bereits hohe Einsparpotenziale realisieren lassen.

Aufgrund der geballten Kompetenz wird Daneli auch von der Zulieferindustrie als interessanter Partner angesehen, mit dem es sich lohnt, die Sinnhaftigkeit von neuen Konzepten und Projekten auszuloten. Das Interesse komme nicht von ungefähr, denn Daneli sei hochkarätig besetzt, betont Karl-Heinz Milz.

Dazu gehöre etwa einer der grössten Buchproduzenten Deutschlands oder der Anwender einer digitalen Halbbogenmaschine. Der intensive Informationsaustausch mit Lieferanten stelle eine Win-win-Situation für die Beteiligten dar. Es zeichne sich ab, dass verschiedene Hersteller Daneli ansprechen, um strategische Partnerschaften mit der Gruppe einzugehen, sagt Milz.

Weiterentwicklung in Europa

Daneli wird nicht nur von den Lieferanten, sondern zunehmend auch von Kollegenbetrieben in einem positiven Licht gesehen.

Die Vorteile liegen auf der Hand, weil die Gruppe mit ihrer professionellen Organisation die oft üblichen Probleme bei Kooperationen vermeidet. Alle Mitglieder haben vor der Aufnahme Ethikstandards und Rahmenbedingungen zu erfüllen. Deshalb strebt Daneli kein Wachstum der Mitglieder um jeden Preis an.

«Oberstes Kriterium für Daneli ist die Solidität und Seriösität der jeweiligen Geschäftsmodelle der Mitgliedsunternehmen», sagt Karl-Heinz Milz und fügt hinzu: «Derart aufgestellt können die Inhaber oder Geschäftsführer der Partner auch mal gemeinsam ein Bier trinken und dabei lachen.»

Schön, dass es auch einmal ohne Jammern geht.

➤ www.daneli.eu

PARTNER/SPONSOREN



VERANSTALTER: FM BROOKS, TEIL DER MACK BROOKS EXHIBITIONS GROUP



»DORT, WO SICH VIEL ÄNDERT, GIBT ES IMMER AUCH VIELE CHANCEN«, MEINT OLAV KOLLIN. ER IST DER GEISTIGE VATER UND DIE TREIBENDE KRAFT HINTER PRINT4RESELLER. UND MIT SEINER IDEE VOM »MARKTPLATZ 4.0« IST IHM EINE TREFFENDE SYMBOLIK GELUNGEN. DOCH WELCHE ROLLE DAS PARTNERNETZWERK IM ONLINE-PRINT KÜNFTIG SPIELEN WIRD, HÄNGT NICHT NUR VON KOLLIN AB. GEMEINSCHAFTSGEIST IST GEFRAGT.

MARKTPLATZ 4.0

PRINT4RESELLER ZEIGT SICH VISIONÄR

Beim zweiten Open House des Partnernetzwerks Print4Reseller war das Druck- und Medienzentrum der Kollin Medien GmbH in Neudrossenfeld erneut der Treffpunkt für Partner, Anbieter und Einkäufer von Druckprodukten, Branchenkennern und Medienprofis. Dabei präsentierte Print4Reseller sein Konzept und die künftige Strategie unter dem Leitspruch «Gemeinsam neue Wege gehen». Das Open House gab einen Einblick, was dahinter steckt und wie es umgesetzt wird.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Gemeinsam neue Wege gehen. Das ist der Anspruch des Partnernetzwerks Print4Reseller, das sich als Online-Druckerei für Druckereien, Agenturen und Wiederverkäufer versteht. Erklärtes Ziel ist ein strategisches Netzwerk mit spezialisierten Druckereien, um auf einer gemeinsamen Plattform hochwertige und trendige Drucksachen zu wettbewerbsorientierten Preisen zu vermarkten. So wurde die Einkaufsplattform Print4Reseller ins Leben gerufen. Inzwischen agieren 33 Partner in diesem Druckerei-Netzwerk.

«Die Wechselbeziehungen sind Wegbereiter für erfolgreiche Kooperationen und den vertrauensvollen Austausch im gegenseitigen Miteinander. Das gibt Sicherheit und vermittelt Aufbruchstimmung», sagt Olav Kollin, Geschäftsführer der Kollin Medien GmbH in Neudrossenfeld und die treibende Kraft hinter der «virtuellen» Online-Druckerei.

«In dem sich wandelnden Marktumfeld wollen wir neue Wege gehen. Denn keiner kann alles alleine», beschreibt Kollin das Konzept hinter der zentralen Einkaufs- und Vermarktungsplattform. «Dabei geht es um die Bündelung verschiedener Kompetenzen. So wollen wir langfristig und strategisch Existenzen sichern, Umsätze generieren und auch neue Märkte im heiss umkämpften und vom Preis dominierten Online-Print-Business eröffnen.»

Diese Idee ist sicherlich schon mehrfach angedacht, in dieser Konsequenz allerdings bisher noch nicht erfolgreich umgesetzt worden. Der besondere Charme des Partnernetzwerks liegt vielleicht in der Tatsache begründet, dass viele ansonsten im Wettbewerb stehenden Druckereien an einem Strang ziehen – eine Form von Kooperation, die Druckereien in anderer Form eher scheuen würden. Doch die bewusst neutrale Plattform Print4Reseller wahrt einmal Neutralität und bietet den einzelnen Partner-Unternehmen damit eine gewisse Anonymität.

Win-Win-Situation

Unter der Marke Print4Reseller werden individuell modifizierbare Shop-Lösungen für Wiederverkäufer, Agenturen und Druckereien angeboten. Mehr als 100 Shop-Systeme hat Print4Reseller nach eigenen Angaben bereits installiert und diese auch untereinander vernetzt.

Dies ermöglicht es den Partnern, Drucksachen im firmeneigenen Design professionell zu vertreiben, ohne selbst alles drucken zu müssen. Eigene Produkte sind in die Shops integrierbar. Damit ist die Einkaufsplattform beliebig erweiterbar. Shop-Betreiber können druck- und versandtechnische Anforderungen für die eigenen Produkte im Hintergrund abwickeln lassen, sind aber nicht gebunden.

Anbietern von Spezialitäten oder Nischenprodukten wird damit ein Ver-



Sah aus wie ein Marktplatz, fühlte sich an wie ein Marktplatz und bot damit auch reichlich Gelegenheit zum Gedankenaustausch.

triebskanal geöffnet, den sie sonst schwer realisieren könnten. Dadurch entsteht zudem ein breites Sortiment, aus dem die Netzwerkpartner zukaufen, aber auch ihre eigenen Produkte beisteuern können. Bei Bedarf lassen sich Trend- oder Spezialprodukte anderer Netzwerkpartner ins eigene Portfolio integrieren, ohne alles im eigenen Hause produzieren zu müssen. Eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

Marktplatz 4.0 als Vision

Und wie könnte man dieses Konzept selbst in Zeiten der Digitalisierung besser in Szene setzen und symbolisieren als durch einen Marktplatz? Marktplätze waren schon im Mittelalter Kreuzungen von Handelwegen. «An diesen Gabelungen trafen sich Händler, haben gehandelt und verhandelt, sich zum Teil dort niedergelassen, woraus wiederum Städte ent-

standen. Und es ergaben sich Marktspezialisierungen wie etwa Vieh- oder Fischmärkte und so weiter», zieht Olav Kollin Parallelen zur Geschichte. «Märkte haben sich schon immer am Bedarf orientiert. Und Märkte wird es immer geben. Heute haben wir genau das gleiche im Internet.»

Doch welche Bedeutung hat in diesem Zusammenhang die Zahlenkombination 4.0?

RISO
RISOGRAPH EZ300 E

unbenutzt, Zählerstand 0,
günstig zu verkaufen.
Insgesamt 12 Stück vorhanden,
Einzelverkauf möglich.

info@warenplanet.de



Beim zweiten Open House des Partnernetzwerks Print4Reseller war das Druck- und Medienzentrum der Kollin Medien GmbH erneut Treffpunkt für Partner, Anbieter und Einkäufer von Druckprodukten, Branchenkenner und Medienprofis. Rund 350 Teilnehmer und 40 Aussteller waren Ende September 2015 der Einladung zur Veranstaltung nach Neudrossenfeld gefolgt.

Nach der ersten industriellen Revolution mit Dampfmaschinen, der zweiten mit Massenfertigung und dem Fließband und der anschließenden digitalen Revolution und dem Internet steht Industrie 4.0 für die Informatisierung der Fertigungstechniken. «4.0 bedeutet in diesem Zusammenhang Vernetzung und Integration, das Kommunizieren miteinander und das Einbeziehen der Partnern in das jeweilige Geschäftsmodell», erläutert Olav Kollin.

Zugleich räumt er ein, dass dies für Print4Reseller zunächst einmal nur Vision blieb. Die Praxis sah dann doch etwas anders aus.

Denn eine Kundenbefragung zeigte ganz klar, dass die meisten Kunden einen Ansprechpartner wollen, eine Rechnung und am liebsten alles aus einem Haus. Dementsprechend wurde das Konzept samt der dazugehörigen Technik angepasst.

printQ für Print4Reseller

In Zukunft werden die Print4Reseller-Shops auf die printQ Technologie der CloudLab AG aufsetzen, die als Online-Print- und E-Business-Lösung unzählige Funktionen und Möglichkeiten bietet. printQ basiert auf dem weit verbreiteten Content Management System Magento, ermöglicht Automatisierungen der Bestellabläufe und bietet moderne und schicke Shops. Neue B2B- oder B2C-Stores, werden in wenigen Augenblicken mit dem gewünschten Branding versehen.

«Unter der Marke Print4Reseller bieten wir seit jeher individuell modifizierbare Shops. Die ermöglichen es den Partnern, Printprodukte im firmeneigenen Design und zu flexiblen Preisen professionell zu vertreiben, ohne verpflichtet zu sein, alle Aufträge im eigenen Hause zu drucken. Die Shop-Betreiber können je nach gusto die Produkte von Print4Reseller in ihre eigenen Shops integrieren», sagt Olav Kollin. «Die strategische Partnerschaft mit der CloudLab AG bietet daher für das gesamte Partnernetzwerk die Chance, richtungsweisende Trends im E-Commerce zu setzen.»

Nach der Entscheidung für die Technik brauchte es nur noch Regeln und ein Team für die Partner-Akquise, das Produkt- und Portal-Management, sagt Kollin. «Alle Kompetenzen sind nunmehr unter einem Dach gebündelt. Dies hilft bei der Abwicklung komplexer Aufträge, die über einen zentralen Ansprechpartner realisiert werden, und schafft sowohl Vertrauen als auch Kundenbindung.» Printprodukte aus über 40 Millionen Produktvarianten können online bestellt werden, Ansprechpartner stehen für die Abwicklung standardisierter Druckaufträge bis zur persönlichen Betreuung individueller Printprojekte im Offset und im Digitaldruck samt Grossformat zur Verfügung.

Präsentation an der Produktbar

Die Voraussetzungen für ein wettbewerbsfähiges Konzept sind also gegeben und wurden beim Openhouse praxisnah vorgestellt.

Die rund 350 Besucher aus Agenturen, Druckereien und der Industrie erlebten ein informatives Konferenzprogramm, Workshops, Fachvorträge und erfuhren von einigen der 33 Netzwerkpartner mehr über deren Erfahrungen und wie sich das Print4Reseller-Netzwerk für sie zur Erfolgsgeschichte entwickelte.

Zudem gab es gedruckte Highlights an der Produktbar und den Marktständen der Print4Reseller-Druckereien zum Sehen, Fühlen und Riechen. Individuelle Bierdeckel, mit Duftlacken veredelte Karten, Kalender, Schreibunterlagen etc. – die reichhaltigen Produkte des Marktplatzes machten Lust auf mehr.

Auch das aktive Netzwerken mit Kollegen und Kunden, das Schmieden, Vertiefen oder Auffrischen von Geschäftsbeziehungen wurde bei oberfränkischen Genüssen und beim Diskutieren der Drucksachen angeregt. Die Kombination aus Vorträgen und Produktpräsentationen der 40 Aussteller machten den Marktplatz in herzlicher Atmosphäre zu einem rundherum gelungenes Event.

Alte Pfade verlassen

«Wir sind glücklich, dass so viele Besucher unserer Einladung gefolgt sind. Besonders freuen wir uns da-

rauf, das Netzwerk und den Marktplatz 4.0 zu vergrößern und um weitere Trend- und Spezialprodukte zu bereichern», sagt Olav Kollin.

Das dürfte zugleich aber auch die grosse Herausforderung für das Managen des Netzwerks sein. Denn wenn Drucksacheneinkäufer und Drucker zugleich Kunden sind, muss einfach alles an dem Konzept stimmen. Aber: «Wer versteht die Zielgruppe besser als die Zielgruppe selbst?», fragt Olav Kollin und gibt auch gleich die Antwort: «Als Teil der Zielgruppe stellt sich Print4Reseller auf die Bedürfnisse der Druckereien, Agenturen und Wiederverkäufer ein. Die Kombination aus eigener Produktion, Shop-Lösung, Vermarktung der Partnerprodukte und die Unterstützung der Partner mit Marketing-Massnahmen und Strategien macht die Marke einzigartig.»

Print4Reseller schafft damit nach seiner Aussage Vertrauen und öffnet neue Vertriebswege. Jeder Netzwerkpartner bringt seine eigenen Kompetenzen ein und hat sein Geschäft im Fokus – aber alle ziehen gemeinsam an einem Strang.

«Man muss eben alte Pfade verlassen, um neue zu gehen», resümiert Olav Kollin. Die Überlebensstrategie heisse Kooperation oder auch Print4Reseller.

› www.print4reseller.com

› www.kollin.de



und / oder



Digital mit KBA RotaJET

Kleine Zeitungsauflagen
 Variabler Datendruck
 Print-on-Demand
 Personalisierung
 Individuelle Mailings
 Bücher, Zeitschriften
 Industrieller Druck
 Neue Geschäftsmodelle
 1:1 Marketing

Offset mit KBA Commander

Kleine bis große Auflagen
 Semicommercials
 Kurze Rüstzeiten
 Hohe Druckqualität
 Neue Werbeformate
 Hohe Produktivität
 Automatisierung nach Maß
 Kompakte Bauweise
 Zielgruppen-Produktion

Welchen Weg Sie auch wählen. KBA hat die Lösung.

Die Medienbranche ist im Wandel. Druckauflagen werden kleiner und die Zielgruppen spezifischer. Die Ansprüche bei Qualität, Produktivität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit steigen. Neue Werbeformate und neue Geschäftsmodelle mit Mehrwert sind gefragt. Als Technologieführer bietet KBA maßgeschneiderte Lösungen – egal ob im bewährten Offset mit der erfolgreichen Commander-Familie oder im Inkjet-Digitaldruck mit der robusten RotaJET-Reihe.

Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf der
World Publishing Expo
 in Hamburg
 vom 05.-07.10.2015
Halle A4, Stand 330

SCHLANK – ABER BREIT AUFGESTELLT

FLEXIBILITÄT IM MEDIENWANDEL

Der Markt für Zeitungsdruckmaschinen befindet sich auf einem historischen Tief. Von dem ehemals 2 Mrd. Euro grossen Markt ist noch ein Zehntel geblieben, was bei den Herstellern der Rotationsmaschinen deutliche Spuren hinterlassen hat. Nun präsentierte sich die aus der Muttergesellschaft Koenig & Bauer AG ausgegliederte KBA-Digital & Web Solutions als eigenständiges Unternehmen: mit veränderter Struktur, neuem Aufgabenspektrum und einer veränderten Unternehmensphilosophie.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

An der Führung der für Digital- und Offsetdruck von der Rolle verantwortlichen Geschäftseinheit hat sich wenig geändert. Geschäfts-



führer und weiterhin Mitglied der Konzernleitung ist **Christoph Müller**. Der fand auch gleich klare Worte dafür, wohin

die Reise gehen soll: «Höhere Marktanteile mit Verlusten sind im Rollengeschäft keine unternehmerische Option. KBA-Digital & Web hat sich deshalb strukturell neu aufgestellt und die Kapazitäten nachhaltig angepasst.» Die Vereinigung von Offset- und Digitaldruck in der Rolle erhöhe die unternehmerische Flexibilität, führte Müller aus. «Denn wir bedienen schrumpfende und wachsende Märkte zugleich. Dies ermöglicht Synergieeffekte und das Aufrechterhalten von F&E für beide Felder, was unseren Kunden mehr Zukunftssicherheit gibt.»

In diesem Zusammenhang verwies er auf die aussergewöhnlich breite Produktpalette der KBA-Gruppe und die geringere Abhängigkeit vom Rollenoffsetmarkt. Das seit Jahren unter Druck stehende Segment trägt heute nur noch knapp 15% zum Konzernumsatz von ca. 1,1 Mrd. € bei.

Gleichzeitig hob Müller die im Rollenoffset- und Illustrationstiefdruck über Jahrzehnte gewachsene Kompetenz von KBA hervor sowie das Beherrschen sensibler Bedruckstoffe

in grossen Bahnbreiten. Diese komme KBA-Digital & Web auch bei der Entwicklung der breitesten Digitaldruck-Inkjet-Rotationen am Weltmarkt zugute. Als Beispiele nannte Müller den Einstieg in den Dekordruck mit bis zu 2,25 m breiten Anlagen der KBA RotaJet VL-Reihe und die Partnerschaft mit HP bei der Entwicklung und Produktion der bis zu 2,80 m breiten High Volume-Rollenrotation T1100S, einer einseitig druckenden Inkjet-Rolle für Wellpappen-Verpackungen. Der Inkjet-Gigant wird bei KBA in Würzburg gebaut, zurzeit getestet und soll Anfang Dezember vorgestellt werden.

Unter einem Dach

KBA-Digital & Web entwickelt, konstruiert, projiziert, vertreibt und installiert weiterhin Offsetrotationen der mittleren und höchsten Leistungs- und Automatisierungsklasse für den Akzidenzdruck von 16 bis 80 Seiten, für die Zeitungs- und Semi-commercial-Produktion (einfach-, doppelt- und dreifachbreit) und den High-Volume-Digitaldruck mit den Baureihen RotaJet 76 und RotaJet L (Bahnbreiten 89 cm bis 130 cm) für den Bücher-, Werbe- und Publikationsdruck (Magazine und Zeitungen) sowie Anlagen der RotaJet VL-Reihe (Very Large mit bis zu 2,25 m Bahnbreite) für den Dekordruck und andere industrielle Anwendungen.

Die Fertigung und Montage der Rotationsanlagen sind bei den ebenfalls aus dem Mutterkonzern ausge-



Die von KBA im vergangenen Jahr vorgestellte RotaJet L-Plattform ist in fünf Bahnbreiten von 895 bis 1.300 mm verfügbar und mit ihrer technischen Ausstattung auch für den digitalen Zeitungsdruck hervorragend geeignet.

gliederten in Würzburg ansässigen Schwestergesellschaften KBA-Industrial Solutions und KBA-NotaSys AG angesiedelt.

Die erste RotaJet VL mit 168 cm Papierbahnbreite produziert seit über einem halben Jahr beim Dekordrucker Interprint in Arnsberg (siehe auch «Druckmarkt» 99). Der renommierte Bücherproduzent Kösel in Altsried-Krugzell betreibt seit Kurzem eine RotaJet 76.

Neumaschinenmarkt nur noch etwa 200 Mio. €

Mit welchen Schwierigkeiten ein Maschinenbauer wie KBA am Zeitungsmarkt zu kämpfen hat, verdeutlichte KBA-Marketingdirektor und Unter-



nehmenssprecher **Klaus Schmidt**. Der sei heute von einem zyklischen Nachfrageverhalten mit langen, nur schwer kalkulierbaren Entscheidungszeiträumen geprägt, was die Situation nicht einfacher mache. Den Weltmarkt für neue Offsetanlagen (ohne Akzidenz-

rotationen, Retrofits und Upgrades) bezifferte er für 2014 und 2015 auf etwa 200 Mio. €, wobei 2014 fast 50% des Marktes auf einfachbreite Anlagen der unteren Leistungsklasse entfielen und in den Industrieländern nur wenige Hightech-Anlagen bestellt wurden. Einfachmaschinen für Schwellenländer bietet KBA selbst jedoch nicht an, weshalb der bislang deutlich über 30% liegende Marktanteil vorübergehend unter 10% fiel. Schmidt machte allerdings deutlich, dass kurzfristige Betrachtungen bei den Marktanteilen im deutlich kleiner gewordenen Neumaschinengeschäft zu falschen Schlüssen führen könnten. Im laufenden Jahr habe KBA wieder die meisten Aufträge im oberen Marktsegment gewonnen. Doch jenseits von Marktanteilen, die für die Hersteller wohl von besonderem Interesse sein mögen, hat sich KBA sein Renommee im Zeitungsdruck in den letzten 15 Jahren ohnehin durch bemerkenswerte Basisinnovationen erarbeitet. So etwa mit der im Jahr 2000 vorgestellten wasserlos druckenden KBA Cortina und

2007 mit der Nassoffset-Schwester Commander CT. Die bedienerorientierte Kompaktbauweise, automatische Plattenwechsel und Einzelantriebstechnik mit ihren Vorteilen für Rüstzeiten, Druckqualität, Ergonomie und Wirtschaftlichkeit haben sich bei Hochleistungs-Rotationen durchgesetzt. Diese Innovationen wurden auch für die 2011 eingeführte und mit 14 bestellten Anlagen seitdem besonders in Europa erfolgreiche Commander CL mit klassischen H-Druckeinheiten übernommen. Seit 2002 wurden bei KBA insgesamt 60 doppelt- und dreifachbreite Rotatio-

Lösungen für den digitalen Zeitungsdruck anbietet, sieht darin Möglichkeiten für eine stärkere Leser- und Kundenbindung, für das Erreichen neuer Kundenkreise sowie die stärkere Vernetzung von Print- und Online-Medien.

Denn trotz der jüngsten Investitionen bei Mengis Druck im schweizerischen Wallis und bei KP Services – einem Gemeinschaftsunternehmen von Kodak und der Guiton Group auf der Kanalinsel Jersey – investiert die an hohe Auflagen gewöhnte Zeitungsindustrie aus Kostengründen weiterhin in den Offsetdruck.



In Kooperation mit Verlagen entwickelt KBA immer wieder neue Werbeformate für die gedruckte Zeitung (hier ein 12 page Double Gate Fold), wobei die Technik häufig in älteren Anlagen nachgerüstet werden kann.

nen der Baureihen Cortina, Commander CT und CL mit zusammen 256 Drucktürmen bestellt.

Digitaler Zeitungsdruck weiter die Ausnahme

Dabei machen vor allem die 19 Cortina-Anwender immer wieder durch spektakuläre Druckprodukte von sich reden. Andere nutzen die zur Nachrüstung angebotenen Einrichtungen für neue Werbeformate: Half-Cover, Superpanorama, Zip'n'Buy, Natural-Print auf Packpapier, SmartFlap, 12 page Double Gate Fold und 12 page Letterfold etc. Klaus Schmidt empfiehlt aussergewöhnliche Falzvarianten und Formate, um die gedruckte Zeitung als nachhaltigen und wandlungsfähigen Werbeträger offensiver im Medienwettbewerb zu positionieren. Darüber hinaus wirbt KBA bei den Zeitungsverlagen für Geschäftsmodelle mit dem High-Volume-Inkjet-Druck – auch in Kombination mit dem Offsetdruck. Der Druckmaschinenhersteller, der mit der RotaJet L eine robuste und praxisorientierte

Ausbau des Service-Portfolios

In dem auf niedrigem Niveau stagnierenden Neumaschinenmarkt gewinnt der Ausbau des Service-Portfolios für die Druckmaschinenbauer an Bedeutung. «Der Maschinenbestand am Markt wird älter, der Servicebedarf steigt und viele Druckereien reduzieren ihr technisches Personal», sagt Christoph Müller. «KBA-Digital & Web hat das Serviceangebot daher über die Tochtergesellschaft PHS erweitert und vermarktet den After-Sales-Service offensiver als früher. Der Serviceumsatz mit Retrofits, Reparaturen, Upgrades, Maschinenumzügen, Consulting und Training steigt kontinuierlich. Langfristige Service- und Wartungsverträge nehmen zu. Wir bieten auch Sorglos-Pakete mit eigenem Personal vor Ort.» So konnte KBA-Digital & Web vor wenigen Tagen einen grossen Servicevertrag mit der Schweizer Tammedia AG für drei Standorte über vier Jahre abschliessen.

› www.kba.com



Kodak

SIE SIND

DIE BEWAHRER DER DRUCKPLATTEN
DIE MEISTER DER VARIABLEN DATEN
DIE HÜTER DER KOSTEN
DIE SUCHER NACH NACHHALTIGKEIT

SIE SIND DIE DRUCKER

Steigern Sie die Produktivität Ihres Unternehmens und reduzieren Sie Ihre Umweltbelastungen mit branchenführenden Lösungen, die für Ihr Geschäftsfeld entwickelt wurden.

Erfahren Sie mehr unter Kodak.com/go/PressOn



PRESS ON

DURST UND COMPLOTT PAPIER UNION Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen der Durst Phototechnik Digital Technology GmbH und der ComPlott Papier Union GmbH bei den Drucksystemen der Omega Baureihe wird ab sofort mit der Rho P 10 Serie fortgesetzt. Das LFP Systemhaus ComPlott Papier Union GmbH übernimmt den bundesweiten Vertrieb und Support für die Rho P10-160 und RhoP10-200.

› www.complott.com

NEUER TINTENSTRAHLDRUCKKOPF Die Kyocera Corporation hat einen neuen Tintenstrahl-druckkopf mit einer Punktdichte von 150 dpi entwickelt, der den Vierfarbdruck CMYK mit nur einem Druckkopf ermöglicht. Bei einer Auflösung von 150 dpi je Farbe wird eine Druckgeschwindigkeit von 76,2 m/Min. erreicht. Unter dem Markennamen Kyocera KJ4B-150 ist das Produkt ab Januar 2016 erhältlich. Der Druckkopf ist laut Kyocera auch für Textildrucke sowie andere kommerzielle Anwendungsbereiche wie etwa Plakatwerbung ausgelegt. › www.kyocera.de



MEDIA ASSET MANAGEMENT Ab sofort ist die neue Version des Media Asset Management Systems SixOMC verfügbar. Mit dem Ziel, Prozesse noch effizienter zu gestalten, entwickelte die Six Offene Systeme GmbH in den letzten Monaten zahlreiche neue Features und optimierte bestehende Funktionalitäten. Ein gut strukturiertes Kontextmenü sorgt für Übersichtlichkeit und die erweiterte Toolbar ermöglicht es, Aktionen direkt und ohne viele Klicks auszuführen. › www.six.de

RECLAM MIT BLAUEM ENGEL Geese Papier und Reclams Universal-Bibliothek (RUB) setzen auf Nachhaltigkeit: Für den Innenteil der Taschenbücher wurde bereits 100%-Recycling-Papier verwendet. Jetzt wurde die RUB durch den Einsatz des Recyclingpapiers Creative Print von Geese Papier für den Umschlag mit dem Blauen Engel zertifiziert. › www.geese.de

ECO-SOL-TINTE Roland DG führt die Eco-Sol Max 3 ein, eine neue Tinten-Generation für den Einsatz in seinen Eco-Solvent-Druckern. Die Tinte ist in Kartuschen mit 220 ml und 500 ml Inhalt erhältlich und bietet laut Roland schnellere Trockenzeiten, grössere Kartuschen, einen niedrigeren Preis pro ml Tinte und eine bessere Gesamtleistung. › www.rolanddg.de

KOMFORT-TRAGEGRIFF Herkömmliche, gerade geschnittene Tragegriffe für Kunststoff-Verpackungen sind oft scharfkantig und gerade bei schweren Produkten unangenehm. Das Komfort-Tragegriffsystem von Dienes hat dagegen geschwungene Kanten, schmiegt sich an die Hand des Trägers an und bietet mehr Tragekomfort. › www.dienes.de



KONICA MINOLTA KM-1: BETA-TEST IN DEUTSCHLAND

Auf der drupa 2012 hatte Konica Minolta die KM-1 vorgestellt, zur IpeX gab es ein Update und nun steht die Markteinführung für das B2-Inkjet-Vierfarb-Bogendrucksystem bevor. Die erste KM-1 wurde als Beta-System in den USA installiert.

Nach Informationen von Konica Minolta hat die KM-1 in der Testphase mit ihrer Farbkonsistenz, Qualität, Registerhaltigkeit, dem Drucken auf unterschiedlichen Substraten und strukturierten Papieren ebenso überzeugt wie mit der Effizienz und Zuverlässigkeit. «Der Beta-Test war ausgesprochen wertvoll und die erzielten Resultate ein wichtiger Meilenstein für die finale Phase der Entwicklung», sagt Olaf Lorenz, General Manager, International Marketing Division, Konica Minolta Business Solutions Europe. «Die erstklassige Qualität der Inkjet-Technologie wird es kommerziellen Druckbetrieben erleichtern, Kleinauflagen profitabler zu produzieren und gleichzeitig Applikationen wie etwa Falt-schachteln, personalisierte One-to-One-Kommunikation bei kürzeren Durchlaufzeiten zu nutzen.» Dazu gehören auch der variable Datendruck, kurze Durchlaufzeiten und eine einfache Integration in Offset- und Digitaldruck-Umgebungen.

Die KM-1 nutzt aktuelle Tinten- und Druckkopf-Technologie von Konica Minolta. Das System verarbeitet bis zu 3.000 Bogen pro Stunde und ist nach Angaben des Herstellers das zurzeit schnellste UV-Einzelblatt-Inkjet-System in dieser Maschinen-Kategorie. Der Druckprozess unterliegt einem geschlossenen Qualitätskontroll-Kreislauf. Dazu gehören das Inkjet-Manager-Front-End und die Piezo Shear Mode Inkjet-Druckköpfe von Konica Minolta, die eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi liefern. Die UV-CMYK-Tinte wurde zudem speziell für eine hohe Printqualität auf einer breiten Palette von Offset-Substraten entwickelt. Das Bogenformat beträgt 585 x 750 mm bei einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 3.000 Bg/h mit einer Stärke von 0,06 bis 0,6 mm. Die von Konica Minolta anvisierten Schlüsselmärkte sind der Verpackungs- und Bücherdruck sowie der kommerzielle Druck.

Dazu bietet Konica Minolta auch Services und Fortbildung. Das umfangreiche Business-Building-Programm für Produktionsdruck-Kunden identifiziert neue digitale Geschäftsmöglichkeiten und erlaubt zudem eine Analyse des Kunden-Business, um die Geschäftschancen zu erkennen, die sich aus dem Einsatz der B2+ UV-Inkjet-Maschine ergeben. «Wir wollen unseren Kunden damit helfen, ihren ROI zu optimieren», so Lorenz. «Es gründet auf der langjährigen Erfahrung von Konica Minolta bei der Beratung von Kunden, die neue Geschäftsfelder durch Nutzung digitaler Workflows erschliessen wollen. Wir verkaufen niemals lediglich ein System, sondern zeigen unseren Kunden neue Geschäftsmöglichkeiten auf und geben ihnen auf diesem Weg Orientierung.»

Wer den Beta-Test der KM-1 in Deutschland durchführen wird, gibt Konica Minolta zurzeit noch nicht preis. «Wir arbeiten eng mit dem Kunden zusammen, um abschliessende Details vor dem Beta-Testlauf zu vereinbaren, dessen Beginn früh im nächsten Jahr erwartet wird», sagt Lorenz.

Konica Minolta plant den vollständigen Launch der KM-1 auf der drupa 2016. › www.konicaminolta.de



HP PAGEWIDE-ROLLEN- DRUCKMASCHINEN

Nachdem HP die ersten PageWide-Maschinen für den Bogendruck im Markt platziert hat, wurde die Technologie jetzt auch bei den Rollenmaschinen eingeführt. HP hat die erste HP-PageWide-Rollendruckmaschine mit High Definition Nozzle Architecture (HDNA) vorgestellt. Das neue Portfolio von HP PageWide Web Press, früher unter der Marke HP Inkjet Web Press geführt, integriert die PageWide-Technologie und ermöglicht ein höheres Leistungsniveau. Die beiden 42-Zoll-Rollendruckmaschinen HP PageWide Web Press T480 HD und T470 HD bieten mit der HDNA-Technologie eine doppelte Tröpfchen-Struktur, 2.400 Düsen pro Zoll (entsprechend 2.400 dpi) sowie integrierte Düsen-Redundanz. Die Inkjet-Druckkopf-Technologie HDNA ist darauf ausgelegt, mit verbesserter Druckqualität und -leistung eine wachsende Bandbreite von hochwertigen Anwendungen zu ermöglichen. Die neuen Lösungen eröffnen attraktive Möglichkeiten für Anwendungen in den Bereichen New Publishing und Direct Mail, bei Fachmagazinen für Medizin, bei Postern und Bannern sowie für hochwertige Verkaufsbroschüren und Kataloge.

› www.hp.com

Fujifilm Jet Press 720S KONFIGURATION FÜR FALTSCHACHTELN

Die digitale Inkjet-Druckmaschine Jet Press 720S von Fujifilm kann nun auch für Faltschachtel-Anwendungen im B2-Format konfiguriert werden. Die so umgerüstete Maschine bietet die unveränderte hohe Qualität und Produktivität für Akzidenzaufträge. Aber die Möglichkeit, das Vakuum des Druckzylinders zusammen mit dem speziellen Aufzug zu erhöhen, ermöglicht das Bedrucken einer vielfältigen Palette schwerer Kartonagen, die überwiegend für den Verpackungsdruck genutzt werden.

Taro Aoki, bei Fujifilm verantwortlicher Bereichsleiter für Digitaldruck-Lösungen in Europa, Mittlerem Osten und Afrika, sagt dazu «Der Markt für Faltschachteln und andere Verpackungen verändert sich auf Grund neuer Möglichkeiten durch fortschrittliche Drucktechnologien. Dies schafft für zukunftsorientierte Unternehmen wichtige Vorteile beim Trend der Verpackungen zu mehr Kreativität, Individualisierung und geringeren Auflagenhöhen. Die auf die Verarbeitung schwerer Kartonagen ausgelegte Jet Press 720S passt sich mit ihrer hohen Qualität und Produktivität diesem Trend perfekt an. Die Maschine hat sich bereits in einer Vielzahl von Akzidenzdruckereien am Markt bewährt, wo man von deren einzigartigen Möglichkeiten schon begeistert ist. Nun können diese Vorteile auch für die Produktion von Faltschachteln eingesetzt werden.»

› www.fujifilm.eu/de

Auf Labelexpo vorgestellt KODAK ELECTRA MAX THERMOPLATTE

Mit der Ankündigung der Kodak Electra Max Thermoplatte maximiert Kodak die Leistung von Druckplatten und verbessert die Nachhaltigkeit der betrieblichen Abläufe seiner Kunden. Die neue Offsetdruckplatte wurde anlässlich der Labelexpo Europe 2015 präsentiert. Kodaks neue Electra Max Platte bietet Druckereien maximale Verwendungsmöglichkeiten und Stabilität, so zum Beispiel eine hohe Auflagenleistung ohne Einbrennen, eine hohe Chemikalienbeständigkeit und die Eignung



Kodaks neue Electra Max Platte wurde auf der Labelexpo präsentiert.

für 10-µm-FM-Raster sowie AM-Rasterweiten von bis zu 180/cm. Die vielseitige Platte eignet sich für den Einsatz in unterschiedlichsten Druckproduktionsumgebungen. Sie ist ideal für Druckereien, die UV-härtende Druckfarben verwenden und eignet sich besonders gut für den Verpackungsoffsetdruck sowie den Illustrations-Rollenoffsetdruck und den Bogenoffsetdruck. Tests haben ergeben, dass die neue Platte ohne Einbrennen eine Auflagenbeständigkeit von 500.000 Drucken bei Rollenoffsetanwendungen, 350.000 bei Bogenoffsetanwendungen und 150.000 bei UV-Anwendungen erreicht. Die Electra Max Platte zeichnet sich durch geringen Entwicklerverbrauch und eine hohe Auflagenleistung aus.

› www.kodak.com

KBA Report Nr. 47 «PRODUKTE, PRAXIS, PERSPEKTIVEN»

Der neue KBA Report Nr. 47 ist da. Unter dem Motto «Produkte, Praxis, Perspektiven» beleuchtet die Kundenzeitschrift der KBA-Gruppe neben Produkt- und Prozessinnovationen aus dem eigenen Haus auf 52 Seiten wieder Druckereien aus aller Welt mit ihren Plänen, Investitionen und Geschäftsmodellen.

Das Themenspektrum ist so breit wie die KBA-Produktpalette. Es reicht vom Offsetdruck auf Papier, Karton und Blech über den Flexo-Foliendruck, den digitalen Inkjet-Druck von Büchern, Dekoren und Laminaten bis zur Inkjet- und Laserkennzeichnung von Blister- und Kosmetikverpackungen. Natürlich sind auch wieder Fachartikel dabei, zum Beispiel zu den Automa-



tisierungs- und Prozessebenen in der industriellen Produktion oder zur Energieeffizienz im Druck. Im Editorial weist der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann darauf hin, dass die zunehmende Digitalisierung des täglichen Lebens auch neue Märkte für Gedrucktes schafft. Sein Appell: «Print muss relevant bleiben». KBA Report ist in Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch bei der jeweiligen KBA-Landesvertretung erhältlich.

› www.kba.com

Feinstpapiere HAPTISCHE WEIHNACHTEN

Sich aus der Flut an festlichen Grusskarten hervorzuheben, ist nicht leicht. Papyrus bietet eine im Sinn des Wortes «spürbar» positive Entscheidungshilfe. Haptische Weihnachtskarten aus Specials Feinstpapieren sprechen optisch und haptisch an. Schon ab der ersten Berührung erfährt der Empfänger,



ger, dass er etwas ganz Besonderes in Händen hält, was ihm noch lange in Erinnerung bleiben wird. Ob als Weihnachtskarten, Geschenkboxen oder Anhänger, Specials Feinstpapiere zaubern einen Look & Feel, der fasziniert und tief berührt. Weihnachtsbotschaften werden zu glanzvollen Begegnungen auf höchstem Niveau mit bleibendem emotionalem Mehrwert. Das Zusammenspiel aus ansprechend effektvoller Optik und gefühlvoller Haptik verzaubert die Sinne und zeigt Kunden, dass Unternehmen mit ganzem Herzen bei ihnen sind. So begeistern beispielsweise Majestic Satins, Majestic Luxus, Gmund Kashmir cloth, Gmund Vice Versa, Gmund Color System, Fuego Lines oder Gmund Action mit ihren glänzend-funkelnden bis festlich-leuchtenden Farben und gefühlvollen Oberflächen.

› www.papyrus.com

ONLINEPRINTERS MIT SPITZENWERT Das Zertifizierungssiegel ProzessStandard Offset (PSO) garantiert Stabilität und Sicherheit im Druckprozess und ist eine entscheidende Voraussetzung für die hohe Qualität von Druckprodukten. Die Onlinedruckerei Onlineprinters wurde jetzt erneut vom Schweizer Prüfinstitut Ugra zertifiziert. Das Ergebnis der Prüfung lag bei 97 von 100 möglichen Punkten > www.onlineprinters.com

UV DOT PRINT'N'WALK Das im Mai von Neschen vorgestellte Floor Graphics Material UV dot print'n'walk hat die Zertifizierung für den Druck mit HP Latex-Tinten der HP L300 Druckserie erhalten. Ab sofort trägt das Material das Prädikat «Certified for HP Latex Inks».



> www.neschen.com

UVIJET ZERTIFIZIERUNGEN Mit den Zertifizierungen des Nordic Swan Ecolabels für Uvijet-UV-Tinten für den Grossformatdruck untermauert Fujifilm seine Position bei der Entwicklung umweltfreundlicher Verbrauchsmaterialien. Die Zertifikate ergänzen die Awards für «Nachhaltige Innovationen», «Nachhaltige Fertigungsprozesse» und «Best Process Plant Awards», die Fujifilm in den letzten Jahren erhielt. > www.fujifilm.eu

COLOR COPY FOTOWETTBEWERB Noch bis 15. November können Teilnehmer ihre besten Fotos der Tierwelt zum Mondi Color Copy Fotowettbewerb hochladen. Die zehn besten werden durch öffentliche Abstimmung auf der Online-Plattform gewählt. Eine Jury kürt den Gewinner aus zehn Finalisten, dessen Foto Teil der Color Copy Kampagne «Unser Vorbild: die brillanten Farben der Natur» werden soll. Der erste Preis ist eine Fotosafari für zwei Personen in Südafrika, die Heimat der Mondi-Gruppe. > www.mondigroup.com

ERWEITERTE FARBPALETTE Neue Farbe, angesagtes Finish oder flippiges Eigendesign? Die 3M-Wrap-Folienserie 1080 bietet verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten für Fahrzeuge und Boote. Jetzt wird die Auswahl aus 81 Farbvarianten durch acht neue Farbvarianten erweitert. Darunter auch zwei Glitzerfarben und eine Farbe speziell für Boote. > www.3m.com

700. ENFOCUS SWITCH INSTALLATION Software-Distributor Impressed GmbH hat bei Friedmann Print Data Solutions GmbH in Riederich die 700. Installation von Enfocus Switch vorgenommen. Enfocus Switch ist eine Lösung für die Automatisierung von Produktions-Arbeitsschritten. Friedmann Print Data Solutions hat in die Switch Version investiert, um dem gestiegenen Auftragsaufkommen Rechnung zu tragen. Gleichzeitig soll die Performance in der Produktion verbessert werden.

> switch.impressed.de

WKS DRUCKHOLDING

GEBRAUCHTE LITHOMAN AUS OSLO NACH ESSEN

Die WKS Druckholding mit Standorten in Essen und Wassenberg betreibt bereits acht Lithoman-Anlagen von manroland web systems. Jetzt wurde die 48-Seiten-Anlage am Standort Essen durch eine gebrauchte Litho-

inhaltet die neue Anlage bereits zahlreiche Upgrades wie zum Beispiel Heftvorrichtungen oder ein Antriebsretrofit. In Essen wurde sie noch zusätzlich mit Komponenten für A3 und A4 Auslagen nachgerüstet, die während des



Die WKS Druckholding GmbH mit Standorten in Essen und Wassenberg betreibt bereits acht Lithoman-Anlagen von manroland web systems, darunter auch die grösste Illustrationsmaschine der Welt – eine zweibahnige 80-Seiten-Lithoman mit insgesamt 4,5 m Papierbahnbreite, das entspricht einer 160 Seiten-Maschine.

man mit ebenfalls 48-Seiten aus Fetsund/Oslo ersetzt. Als Partner und Experte für den anspruchsvollen Umzug der Anlage hat man sich bei WKS bewusst für manroland web systems entschieden, um ein professionelles und sicheres Handling zu gewährleisten. Zudem erhielt die umgezogene Anlage weitere Nachrüstungen der Falzkomponenten und eine Pecom-Anbindung mit neuem Pecom-Server von manroland web systems, um bestmögliche Produktionssicherheit und höchste Qualität zu bieten.

Im Unterschied zur alten 48-Seiten Lithoman, die durch den Kauf ersetzt wurde, be-

Abbaus aus der alten Anlage in Essen ausgebaut wurden. Ausserdem erfolgte eine Komplettanbindung an den Pecom-Press-Manager von manroland web systems. Das Retrofit des Pecom-Systems sichert die Maschinenverfügbarkeit der neuen Lithoman. Neue Funktionen, wie der Press-Monitor zur optimalen Sicherung von Daten, einer perfekten optischen Darstellung und In-time-Auswertungen, garantieren eine Erleichterung von Prozessabläufen.

> www.manroland-web.com

impressed

SWITCH-LÖSUNG FÜR HP INDIGO EPM

Viele HP Indigo Digitaldruckmaschinen sind mit der EPM-Option (Enhanced Productivity Mode) ausgestattet. EPM unterdrückt die Verwendung von Schwarz in CMYK-Jobs, sodass nur CMY gedruckt wird. Dies führt zu einer höheren Druckgeschwindigkeit und zu einer Reduktion des Farbverbrauchs.

Die Verwendung des EPM-Modus ist aber nicht für alle Druckaufträge sinnvoll. Bislang musste für jeden Auftrag relativ zeit- und arbeitsintensiv herausgefunden werden, ob dieser ohne Qualitätseinbussen mit EPM gedruckt werden konnte oder nicht.

Durch die Partnerschaft mit HP ist in Zusammenarbeit mit Enfocus eine Lösung entstanden, die dieses Problem löst und Jobs, die sich für EPM eignen, automatisch von nicht geeigneten trennt. Die Lösung basiert auf Enfocus Switch und PitStop Server sowie einer Reihe spezifischer HP-Konfiguratoren, die zu verarbeitende Aufträge automatisch prüfen. Daten ohne Eignung für EPM werden dabei aussortiert und die Pools getrennt.

Für Kunden, die weder Switch noch PitStop Server besitzen, bietet Impressed eine Lösung als komplettes Bundle an. Kunden, die Enfocus Switch und PitStop Server (ab bestimmten Versionsnummern) besitzen, können das HP Indigo EPM Kit (bestehend aus den HP Indigo EPM Konfiguratoren für Switch sowie dem kompletten Switch Flow) für 2.500 € erwerben.

> www.impressed.de



ERKENNEN SIE DEN UNTERSCHIED?

Natürlich. Und welcher Drucker lässt sich nun am Besten verkaufen? Auch klar. Denn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die EDP Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und werten die Produkte durch die EDP Awards auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 entgegen: www.edp-awards.org



EDP Members 2015



HORIZON ACADEMY VERNETZT GESTALTEN ODER DRUCKEREI 4.0

Eine Woche lang war Quickborn der Hotspot der Druckbranche: Bei der Eröffnung der Horizon Academy Mitte September trafen sich mehr als 200 Fachleute, um im neuen Trainingszentrum von Horizon die Zukunft der Druckweiterverarbeitung zu erleben. Dabei machte Horizon auf ein Thema aufmerksam, das die Druckindustrie künftig noch einmal dramatisch verändern wird: die vollständige Vernetzung und Automatisierung der Produktionsprozesse.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bestnoten vergaben die Besucher für den neuen Showroom: Auf mehr als 1.300 m² präsentiert Horizon nunmehr dauerhaft über 20 Lösungen aus allen Kompetenzbereichen im Praxisbetrieb. Besonderes Highlight sind dabei die Horizon Smart-Finishing-Lösungen, die unter anderem mit der On-Demand-Produktion von Büchern und Broschüren beeindrucken.

«Zweistellige Wachstumsraten sind wohl der Beweis dafür, dass wir mit unserem Portfolio die richtigen Lösungen für die Herausforderungen



der Druckweiterverarbeitung bieten», stellt **Rainer Börgerding**, Geschäftsführer der Horizon GmbH, fest. Mit kontinuierlichen Innovationen wolle Horizon seinen Vorsprung ausbauen. So sind auch für die drupa 2016 Weiterentwicklungen angekündigt, die für das Lösungsportfolio verminderte Rüstzeiten, mehr Integration und effizientere On-the-fly-Umstellungen ermöglichen sollen.

«Der Markt wartet gespannt darauf, dass sich die Qualität des Inkjet-Drucks weiter verbessert. In ein bis zwei Jahren wird sich der Trend zum Digitaldruck dadurch noch einmal deutlich ausweiten», ist Börgerding überzeugt. «Unsere Lösungen bieten schon heute Rentabilität von Auflage 1 bis zur industriellen Produktion von Digital bis Offset.»



Rund zwei Millionen Euro hat Horizon in den Bau und die Ausstattung seiner Academy in Quickborn investiert, die im September mit einer Open House-Veranstaltung eröffnet wurde. Im neuen Trainings- und Konferenzzentrum sollen auch künftig Impulse gesetzt werden.

Druckerei 4.0

Integrierte Wertschöpfungsketten auf der Basis fortschreitender Vernetzung und Automation gehören zu den am häufigsten diskutierten Entwicklungen der Druckbranche. Horizon stellte in diesem Zusammenhang im neuen Trainings- und Konferenzzentrum sein Zukunftskonzept der Druckerei 4.0 vor: die vollständige Integration aller Prozesse in der Druckproduktion bis hin zur Vernetzung mit Kundensystemen.

«Sinkende Auflagen, der Termindruck und zunehmend mehr Personalisierung sind aktuell die drängendsten Herausforderungen», sagt Rainer Börgerding. «Mit der Konzentration auf verkürzte Rüstzeiten, Automatisierung und die Integration von Prepress, Druck und Druckweiterver-

arbeitung verfolgt Horizon eine Strategie, die uns Kunden und Interessenten immer wieder bestätigt haben.» Nach einhelliger Meinung müssen Hersteller aus Digitaldruck und Finishing intensiv zusammenarbeiten, um die Integration ihrer Lösungen voranzutreiben und die Effizienz der Produktionsabläufe zu steigern.

Dies veranschaulicht Horizon in seiner Academy mit vollautomatisierten Rollen-Applikationen für die On-Demand-Produktion von Büchern und Broschüren. Im Fokus stehen dabei integrierte Wertschöpfungsketten. Um diese Integration voranzutreiben, arbeitet Horizon mit allen namhaften Digitaldruckherstellern und Partnern wie Canon, Ricoh, HP, Hunkeler und anderen zusammen. In der Horizon Academy wird so das Potenzial von Automatisierung und Vernetzung erlebbar.

Die richtige Strategie

Mit dieser Investition will Horizon seine Position als Impulsgeber festigen und Systemlösungen aus den

Bereichen Sammelheften, Falzen, Klebbinden, Schneiden, Kaschieren und Stanzen präsentieren.

Neben Kunden nutzten viele Interessenten das Open House, um sich über das Horizon-Portfolio und den aktuellen Stand der Druckweiterverarbeitung zu informieren. Als Motivation nannten sie besonders häufig geänderte Markt- und Kundenanforderungen, für die flexible Lösungen mit kurzen Rüstzeiten und höchster Effizienz benötigt werden. Die Live-Präsentation der Systemlösungen aus den Kompetenzbereichen Sammelheften, Falzen, Klebbinden, Schneiden, Kaschieren und Stanzen im Praxisbetrieb wurde in diesem Zusammenhang als Entscheidungshilfe und Inspirationsquelle gewertet.

«Die positive Resonanz auf unseren neuen Showroom beweist, dass man Innovationen manchmal direkt erleben muss, um die Chancen erkennen zu können», sagt Rainer Börgerding. «Wir wollen mit der Horizon Academy aber auch einen Beitrag zum brancheninternen Dialog leisten. Daher freuen wir uns, dass sich beim Open House intensive Gespräche zu konkreten Projekten und übergreifenden Trends entwickelt haben.»

› www.horizon.de

DRUCKEREI 4.0 DIE 4. REVOLUTION DER BRANCHE

Die grafische Branche war über die Jahrhunderte immerzu durch die Veränderungen durch neue Technologien herausgefordert – von der Mechanisierung über die Massenfertigung bis zur Digitalisierung. Vernetzte Prozessketten setzen jetzt neue Standards.

Mit der vollständigen Vernetzung und Automatisierung der Produktionsprozesse steht die grafische Industrie jetzt an der Schwelle zur vierten Phase: Kundensysteme, Prepress, Offset- und Digitaldruck, Druckweiterverarbeitung sowie Versand werden zu durchgängigen, integrierten Wertschöpfungsketten. So entstehen hochgradig automatisierte Produktionsumgebungen. Die flexible und wirtschaftlich effizientere Herstellung von der Auflage 1 bis zur industriellen Produktion hat dabei den Namen Druckerei 4.0 durchaus verdient.

Denn wo die Aufgaben immer komplexer und die Margen dürrer werden, können nur noch die engere Verzahnung mit Kundenprozessen und intelligente Organisationen den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bieten. Die automatisierte Transparenz des Produktionsprozesses reduziert dabei Fehlerquellen und erlaubt eine optimierte Planung von Mitarbeitern, Maschinen und Material. Die verbesserte Datenintegrität steigert ausserdem die Prozesssicherheit und sorgt damit für höchste Produktionsstandards.

In der Druckerei 4.0 verlaufen Prozesse ganzheitlich ab und über bisherige Grenzen hinweg. Die direkte Verbindung der Druckerei mit ihren Kunden bietet dabei nachhaltiges Potenzial.

Mit der Integration von Arbeitsschritten in Administration, Vorstufe und Druck wurden in den letzten Jahren bereits wichtige Effizienzvorteile er-

zielt. Unter dem Schlagwort Druckerei 4.0 könnte jetzt der Schritt zur vollautomatischen Produktion durch die mechanische und elektronische Vernetzung von Druck- und Weiterverarbeitungssystemen führen sowie zu erhöhter Transparenz der gesamten Produktionsumgebung. Denn das Konzept Druckerei 4.0 hat eine weitere Dimension: die Verlängerung der Prozesskette zum Kunden.

Durch die Anbindung an ERP-Systeme der Kunden können Auftragsdaten direkt in ein Management Information System in der Druckerei übernommen, in JDF-Daten transformiert und mit Steuerungsinformationen für Druck und Druckweiterverarbeitung angereichert werden. So entsteht ein durchgängiger Prozess von der Auftragsstellung bis zum fertigen Produkt.

Durch die so erzielten Geschwindigkeits- und Flexibilitätsvorteile können Druckdienstleister ihren Kunden ganz neue Modelle für die Just-in-time-Produktion anbieten und sich darüber hinaus zusätzliche Marktsegmente erschliessen: Zum Beispiel die On-Demand-Produktion von individuellen Produkten mit variablen Inhalten und Umfängen. Die Mitgestaltung des Workflows beim Kunden und die Integration intensivieren die Kundenbindung, sodass Druckereien ihre Position als langfristig verlässlicher Partner stärken damit möglicherweise auch der Preisspirale des Marktes entgegenwirken können.

› www.horizon.de

HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

Produktionssicherheit und mehr Effizienz durch den ISO-Standard PDF/X.

PDFX-ready hat sich als Verein zum Ziel gesetzt, eine sichere Druckproduktion zu gewährleisten. Bei PDFX-ready sind die führenden Köpfe dabei. Werde Mitglied und lehne dich mit den richtigen Profilen und Settings entspannt zurück.

Jubiläums-Event 10 Jahre PDFX-ready

19. November ab 17 Uhr in Zürich mit Rückblick und Ausblick auf den RGB-Workflow mit den neusten PDFX-ready-Spezifikationen. Weitere Infos und Anmeldung unter

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready



Fine Art Matte und Silk NEUE FOTOPAPIERE VON FUJIFILM

Fujifilm Imaging Systems Germany führt mit Fine Art Matte und Silk zwei neue Fotopapiere ein, die sich speziell an professionelle Anwender richten: Selbst Fotografien besonders anspruchsvoller Disziplinen wie Portrait- oder Hochzeitsfotografie lassen sich nun detail-scharf in Szene setzen. Möglich macht dies die technologisch ausgefeilte Oberflächenstruktur. Fine Art Matte und Silk wurden speziell für den Inkjet Printer Frontier-S DX100 und die Drylabs DL600/ DL650 entwickelt. Das tiefmatte Faserpapier Fine Art Matte (230 g/m²) verfügt über eine natürliche Texturierung, mit der Motivelemente selbst in dunklen oder schattigen Bildbereichen detailscharf abgebildet werden können. Das ebenfalls neue Fotopapier Silk (250 g/m²) verleiht mit seiner pyramidalen Oberflächenstruktur einen subtilen Seidenglanz, ähnlich dem beliebten Crystal Archive DP II-Fotopapier – und dies, ohne anfällig für Fingerabdrücke zu sein. Diese Eigenschaften machen es zu einem idealen Fotopapier für Portrait- und Hochzeitsfotografie. Fine Art Matte ist ab sofort in sechs Rollen-Formaten von 127 mm x 60 m bis 305 mm x 100 m erhältlich, Silk gibt es in sechs Rollen-Formaten von 127 mm x 65 m bis 305 mm x 100 m. Beide Papiere werden ohne Backprint-Label ausgeliefert und sind so universell einsetzbar.

› fujifilm-imagingsystems.de

7.000 GLASPERLEN PRO QUADRATZENTIMETER CONTITECH ENTWICKELT DRUCKTUCH AUS GLASPERLEN

Ob Hologrammfolien für Banknoten und Urkunden oder Prägefolien für hochwertige Schokolade: Beim Heissprägen wird anstelle von Druckfarbe eine dünne Folie aus Kunststoff mittels Druck und Wärme auf den Bedruckstoff aufgebracht. Dem Drucktuch kommt dabei eine entscheidende Rolle zu: Es muss zum einen über eine farbabweisende Oberfläche verfügen, damit keine Druckfarbe auf den Druckbogen oder andere Führungselemente der Maschine abschmiert. Zum anderen muss das Drucktuch enorme Pressstärken bis zu 60 Tonnen aushalten und daher über eine sehr hohe mechanische Belastbarkeit verfügen. Daher hat ContiTech ein weiterentwickeltes Drucktuch mit einer Deckschicht aus winzigen Glasperlen auf den Markt gebracht. «Glas ist antistatisch und zudem ein Werkstoff mit einer sehr hohen Oberflächenhärte. So ist Glas der Werkstoff Nummer 1 für dieses besondere Anwendungsgebiet», erklärt Area Manager Michael Simm, bei ContiTech verantwortlich für den Vertrieb des neuen Produkts. Das Geheimnis liegt in der extrem feinen und gleichmässigen Beschichtung: In der Deckschicht sind rund 7.000 feinste Glaskügelchen pro cm² verankert – jede einzelne mit exakt demselben Durchmesser. Entscheidend ist die völlig gleichmässige Verteilung der Glasperlen und deren besondere Verankerung im Unterbau. Das neue Drucktuch mit dem Namen «Black Pearl» ist nicht

nur beständig gegen enormen Prägedruck, sondern auch gegen Temperaturen (kurzfristig bis 160°C) sowie gegen sämtliche Druckchemikalien, Benzin, Aceton oder Öl. Und weil der Verpackung vor allem in der Lebensmittelbranche eine be-



Extrem belastbar und langlebig: Durch den speziellen Aufbau verfügt das Black Pearl über eine sehr hohe mechanische Belastbarkeit.

sonders sensible Rolle zukommt, lässt ContiTech alle Drucktücher für die Verpackungsindustrie von einem unabhängigen Prüfinstitut auf lebensmittelrechtliche Unbedenklichkeit untersuchen. So verfügt auch das Drucktuch Black Pearl über das ISEGA-Zertifikat, das es als schadstofffrei und gesundheitlich unbedenklich ausweist.

› www.contitech.de

Imaging Solutions GROSSFORMAT-CUT- TER PHOTOCUT XY

Der neue Schneidetisch photoCut XY von Imaging Solutions spart Zeit und Aufwand beim präzisen Zuschneiden unterschiedlicher Formate in X-Y-Richtung bis zu einer Länge von 178 cm und einer Breite von 76,2 cm. Durch die integrierte automatische Layout-Software schneidet das Gerät Poster, Banner



Der neue Schneidetisch photoCut XY von Imaging Solutions spart Zeit und Aufwand beim präzisen Zuschneiden von unterschiedlichen Formaten.

oder lange Buchseiten vollautomatisch in unterschiedlichen Grössen. Ausgestattet mit einer Barcodesteuerung, liest der XY-Cutter den Barcode, der vom Drucker proPrint 30SHS auf dem Foto aufgedruckt wird, und schneidet präzise gemäss den im Code übermittelten Vorgaben. Eine automatische Papierausrichtung erkennt zudem, wenn ein Bogen nicht exakt auf dem Tisch liegt und passt das Messer auf diese Abweichung an. Durch diese optimierte Schneidetechnik wird Ausschuss drastisch verringert und Zeit und Kosten gespart. Universell einsetzbar, schneidet der photoCut XY fast jedes Papier.

› www.imagingsolutions.ch

Klebebinder Pantera OTT MIT NEUEM KLEBEBINDER

Um künftig alle Softcover-Aufträge im eigenen Haus fertigen zu können, installierte OTT in Wasselonnen im Elsass im September einen Klebebinder Pantera von Müller Martini.

Zwar verfügt OTT über einen Eurobind 1300 von Heidelberg mit einer 12-Stationen-Zusammentragmaschine von



Das Hybrid-Konzept des Pantera überzeugte OTT.

Müller Martini. Auf diesem werden Auflagen mit maximal 2.500 bis 3.000 Exemplaren klebegebunden. Die durchschnittliche Jobgrösse der bei OTT gedruckten und gebundenen Softcover-Produkte liegt jedoch zwischen 5.000 und 6.000, in Einzelfällen auch bei 15.000 bis 20.000 Exemplaren. Deshalb musste das vor über 130 Jahren gegründete und 62 Mitarbeiter beschäftigende Unternehmen Aufträge an externe Partner vergeben. Neben seiner schnellen Rüstzeit sprach für das Unternehmen vor allem die Tatsache, dass der Pantera «digital-ready» ist. Denn der OTT-Schwesterbetrieb in Wasselonnen druckt sowohl offset als auch digital. Und im Digitaldruck liegen die Auflagen schon mal bei fünf oder zehn Exemplaren. Deshalb kann OTT über den neuen Pantera-Anleger ganze Buchblocks und Einzelblätter zuführen.

› www.mullermartini.com

Agfa Graphics LADEKAPAZITÄT ERWEITERT

Agfa Graphics hat in diesem Jahr den neuen Advantage N-TR VHS (TR = Laden über Trolley, VHS = Very High-Speed) für Spitzenlasten in der Plattenherstellung eingeführt. Jetzt bringt Agfa zwei neue Optionen für die Familien Advantage N-TR und Advantage N-DL auf den Markt, um die Plattenladekapazität zu erweitern. Bei Advantage N-DL und TR (max. 300 Platten pro Stunde) ermöglicht die neue FlexTray-Konfiguration das Laden von bis zu 1.500 Einzelplatten derselben Grösse.



Agfa Advantage N-TR.

Für den Geschwindigkeitsbereich von Advantage N-TR HS und VHS (350 beziehungsweise 400 Platten pro Stunde) kann sowohl dieser FlexTray als auch ein zusätzlicher FlexTray für 100 Einzel- oder Panoramaplatzen installiert werden, wodurch insgesamt bis zu 1.600 Platten geladen werden können.
› www.agfagraphics.com

Strategische Partnerschaft HEIDELBERG UND MASTERWORK

Die Partnerschaft zwischen der Heidelberger Druckmaschinen AG und der chinesischen Masterwork Machinery Co. (MK) bei Maschinen der Weiterverarbeitung für den Verpackungsdruck ist nach Angaben von Heidelberg erfolgreich gestartet. Heidelberg verkauft über sein weltweites Vertriebsnetz die von Masterwork produzierten Bogenstanzen und Faltschachtelklebemaschinen und übernimmt den Service. Binnen eines Jahres seien bereits mehr als zehn Maschinen an Kunden vornehmlich aus Europa ausgeliefert worden. Von den Bogenstanzen Promatrix 106 CS und Easymatrix 106 CS seien mehr als zehn verkauft. Die Bogenstanzen richten sich an Kunden mit kleinen bis mittleren Produktionsvolumen. Die Promatrix 106 CS stanzt und prägt mit einer Laufleistung von 8.000 Bg/h, die Easymatrix 106 CS schafft in der gleichen Zeit 7.700. Neben der Promatrix und der Easymatrix soll es zukünftig auch MK-Maschinen geben, die spezielle Module wie Offline-Inspektion, Heissfolienprägen oder Nutzentrennen bieten.
› www.heidelberg.com

Kersten Elektrostatik BERÜHRSICHERE ENTLADEELEKTRODE

Innovationen finden auch im Kleinen statt. Das beweist das Familienunternehmen Kersten Elektrostatik GmbH aus Freiburg. Nach einer Entwicklungszeit von etwa einhalb Jahren mit umfangreichen Tests in der eigenen Entwicklungsabteilung und in enger Zusammenarbeit mit einem Leiterplattenhersteller wurde jetzt eine berührsichere Entladeelektrode mit Gleichspannung vorgestellt. Die berührsichere Elektrode bietet die gewohnt hohe Entladungsleistung der patentierten DC-Entladung. Jede Hochspannungsnadel ist strombegrenzt und damit berührsicher. Somit sind Mitarbeiter besser geschützt. Das System kann nach Informationen von Kersten auch in feuchten Umgebungen eingesetzt werden. Durch die eingesetzte Technik gebe es keine gefährlichen Überschläge gegen Maschinenmasse. Dies erhöhe die Sicherheit der Maschine an der die Elektroden eingesetzt werden und sensible elektronische Bauteile würden nicht zerstört.
› www.kersten.de

Klebebinder Pantera FLEXIBEL UND LEISTUNGSSTARK

Das in Rheinbreitbach in Rheinland-Pfalz ansässige und auf Fachbücher spezialisierte Medienhaus Plump setzt seit Kurzem einen Müller Martini Pantera ein, um das breite Auflagensegment von 500 bis 20.000 Exemplaren bewältigen zu können. «Kleinauflagen haben in jüngster Zeit zugenommen», sagt Geschäftsführer Bernd Plump. Der mehrmals täglich umgestellte Klebebinder muss deshalb sowohl flexibel für Kleinauflagen als auch leistungsstark für grössere Jobs sein. Neben der herkömmlichen Hotmelt-Bindung verarbeitet der platzsparende Pantera auch die immer beliebtere PUR-Bindung. Kurze Umrüstzeit machen den Pantera flexibel und dank seiner 4.000 Takte pro Stunde und seines grossen Formatspektrums auch leistungsstark im Softcover-Bereich.
› www.mullermartini.com

Papyrus RECYCLINGPAPIERE MIT BLAUEN ENGEL

Mit dem Blauen Engel ausgezeichnete Recyclingpapiere sind immer stärker im Kommen. So plant die Bundesregierung bis Ende 2015 ihren Bedarf bis zu 80% mit Recyclingpapier zu decken. Auch der Papiergrosshändler Papyrus führt im Sortiment der Recyclingpapiere eine steigende Anzahl an Produkten, die der strengen RAL-Norm des Blauen Engels entsprechen. Was moderne Recyclingpapiere heute leisten können, zeigt unter anderem die bei öffentlichen Verwaltungen eingeführte Marke Recyconomic mit vier Weissgraden. Die modernen Recyclingpapiere mit dem Blauen Engel sind alterungsbeständig nach DIN 6738 LDK 24-85 und verfügen über ausgezeichnete Druckeigenschaften.
› www.papyrus.com

Wissen, wo es lang geht.



www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

GALLUS DCS 340 DIGITALER START IN DEN ETIKETTEN- MARKT

Vor etwa einem Jahr hatten wir über die Übernahme der Gallus Gruppe durch Heidelberg und die Präsentation der Digitaldruckmaschine Gallus DCS 340 für den Etikettendruck berichtet. Mit dem offiziellen Verkaufsstart der gemeinschaftlichen Produktion ermöglicht Heidelberg Kunden nunmehr neue Anwendungen im Druck. Vertriebskanal des neuen Systems ist die Heidelberg-Tochter Gallus.

Text und Bilder: Heidelberg

Seit Heidelberg 2013 ankündigte, das Digitalgeschäft in Zusammenarbeit mit Partnern zügig ausbauen zu wollen und Kunden neue Geschäftsmodelle und Anwendungen zu ermöglichen, wurden rasante Fortschritte gemacht und erste Produkte vorgestellt. «Das Interesse und die positive Resonanz unserer



Kunden zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind», erklärt **Jason Oliver**, Leiter Geschäftsfeld Digital bei Heidelberg.

«Mit der Präsentation der Rollen-Digitaldruckmaschine Gallus DCS 340 haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht. Zur drupa im kommenden Jahr werden wir auch Digitaldruckinnovationen für den Bogen- und Rollen-Druck präsentieren und damit unser Digital-Portfolio weiter ausbauen.» Das jetzt für den Markt verfügbare Etikettendruckmaschinensystem basiert auf der Inkjet-Technologie von Fujifilm und ist Ergebnis einer gemeinschaftlichen Entwicklung von Heidelberg, Gallus und Fujifilm.

Das digitale Converting System Gallus DCS 340 soll im Marktsegment des industriellen Label- und Etikettendrucks hinsichtlich der Kombination aus Druckqualität, Flexibilität und Produktivität eine neue Messgröße werden. Gallus und Heidelberg hatten die Maschine im September 2013 vorgestellt und nach positiv verlaufenen Feldtests zur Marktreife gebracht.

Die neue Gallus DCS 340

Die Etikettendruckmaschine ist mit Inkjet-Druckköpfen der neuesten Generation ausgestattet und druckt in einer Qualität, die bisher nur aus dem Offsetbereich bekannt war. Das digitale Produktionssystem bietet UV-Inkjet-Druckqualität mit einer Auflösung von 1.200 dpi (native), eine Geschwindigkeit von 50 m/Min. und die Flexibilität und Effizienz des Digitaldrucks – kombiniert mit den Vorzügen des Flexodrucks. Das Besondere an diesem System ist die Integration der Inline-Finishing-Module und der konventionellen Weiterverarbeitung. Die Gallus DCS 340 druckt digital von der Rolle bis zum

fertiggestanzten Etikett in einem Arbeitsdurchgang. Ein achtfarbig angelegtes UV-Inkjet-Drucksystem ermöglicht eine grössere Farbraumabdeckung, ohne auf Sonderfarben wechseln zu müssen.

Die integrierte Heidelberg Prinect-Software ermöglicht eine einfache Datenübernahme aus nahezu allen gängigen Management-Informationssystemen und bietet dem Operator eine einfach und intuitiv bedienbare Systemoberfläche für das Datenhandling, sei es eine Änderung in der Anordnung der Etiketten auf der Bahn oder nachträgliche Farbkorrekturen. Solche Eingriffe sind laut Heidelberg für den Operator einfach und schnell auszuführen. Dies und die Möglichkeit, durch einen Job-Container mehrere Aufträge ohne Maschinenstopp produzieren zu können, steigert das Potenzial jedes Unternehmens um ein Vielfaches.

Mehr Effizienz in Vertrieb

Heidelberg hatte die Gallus Gruppe, den Schweizer Hersteller von Rollen- und Faltschachtelmarkt, vor gut

einem Jahr übernommen. Im Zuge der Übernahme und der gemeinschaftlichen Zusammenarbeit beider Unternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte, steigern Heidelberg und Gallus auch die Marktabdeckung und Effizienz in Vertrieb und Service. Heidelberg wird die Vertriebs- und Serviceorganisation von Gallus nun schrittweise in ihr bestehendes Vertriebsnetz integrieren: zunächst in Asien und Australien, später in europäischen Ländern. Damit haben auch Gallus-Kunden Zugriff auf das Portfolio beider Unternehmen aus einer Hand.

«Die fortschreitende Digitalisierung der Industrie erhöht die Anforderungen an die Effizienz von Herstellern und Lieferanten. Die Integration der auf den Etikettenmarkt fokussierten Gallus Vertriebs- und Servicefunktionen in das Netzwerk von Heidelberg ist daher eine Antwort auf den Wandel in unserer Branche», sagt Stephan Plenz, Mitglied des Vorstands bei Heidelberg und verantwortlich für die Sparte Equipment.

› www.heidelberg.com
› www.gallus-group.com



SCHILDMACHER DIGITALDRUCK



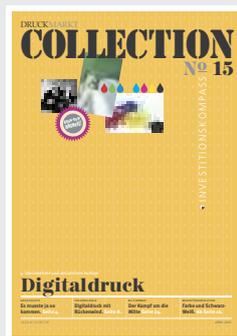
Mit dem Digitaldruck beschäftigt sich die Branche seit nunmehr gut 20 Jahren. Dabei sorgen ständig neue Techniken immer wieder für Diskussionen darüber, wo und wie Digitaldruck im professionellen Umfeld am sinnvollsten und vor allem wirtschaftlich einsetzbar ist. Die Unzahl an Systemen, Verfahrenstechniken 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.

PRINT BIG ONLINE-SHOP DDK Print Big, der 1994 gegründete Spezialist für den digitalen Grossformatdruck, hat einen Online-Shop etabliert, in dem Grossflächen- und Werbeprodukte schnell und einfach kalkulieren, gestaltet und in Kleinstauflage bestellt werden können. Lieferungen erfolgen nach ganz Europa. › www.ddkprintbig.com

KOMPLETTPAKET Die Madsack Mediengruppe kombiniert die Anzeigenlösung AdX von ppi Media mit dem kaufmännischen System VI&VA des Gutenberg Rechenzentrums (GRZ). Diese Lösung ist ein hochintegriertes Komplettpaket, mit dem Anzeigen medienübergreifend gebucht und platziert werden können. Auch das Planungssystem PlanPag wird angebunden. › www.ppimedia.de

BETA-TEST Das HP PageWide XL 5000 ist für Reprografiefabriken und -abteilungen konzipiert. Es druckt Schwarz-Weiss und Farbe mit bis zu 14 Bogen/Minute. Anwendungen sind unter anderem Banner, Poster und Point-of-Sale-Applikationen. Im Beta-Test des neuen Multifunktionsgeräts HP PageWide XL 5000 senkte ADC Reproservice seine Produktionskosten um bis zu 30%. Die Geräte werden in ausgewählten Ländern ab November 2015 verfügbar sein. › www.hp.com

NEUE FOLIEN-GENERATION Das Avery Dennison Portfolio für digitale Cast-Folien wurde um eine neue MPI 1104-Serie



ergänzt. Es handelt sich um Materialien für schnell austauschbare Grafiken und Informationen auf Fahrzeugen und Gebäuden, die unter Verwendung von UV-, Solvent-,

Eco-Solvent- und Latex-Tinten für leuchtende Farben und optimale Blickdichte sorgen. › graphics.averydennison.eu

UPDATE FÜR QUARK Quark Software Inc. hat das El Capitan-Update für QuarkXPress 2015 veröffentlicht. Das Update ist für Mac-Anwender kostenlos. Neben der Unterstützung von OS X El Capitan beseitigt das neue Update bekannte Probleme und bietet eine noch schnellere Startzeit. Interne Tests haben gezeigt, dass das El Capitan-Update in etwas mehr als 5 Sekunden startet. Dies ist fast 60% schneller, als die vorherige Version von QuarkXPress. QuarkXPress Anwender der Versionen 3-10, die auf El Capitan migrieren, sollten vorher auf QuarkXPress 2015 upgraden. › www.quark.com

COREL CAD 2016 Anpassbare Werkzeuge für Zeichnungen, native Unterstützung des Standard-CAD-Austauschformats DWG und 3D-Konstruktionsfunktionen sind einige Highlights von CorelCAD 2016. Während ein Mitbewerber angekündigt hat, seine Software künftig nur noch zu vermieten statt zu verkaufen, bleibt Corel seinem Geschäftsmodell treu: Die neueste Version der leistungsstarken und preiswerten CAD-Software von Corel für Windows und MacOS wird auch künftig als Boxed- oder als Downloadversion für die permanente Nutzung zu kaufen sein. › www.coreldraw.com

AUTOMATISCHER FRÄSWERKZEUGWECHSLER FRÄSEN WAR NOCH NIE SO KOMFORTABEL

Zünd hat mit dem automatischen Fräswerkzeugwechsler ARC ein neues Automatisierungstool für den Sign&Display-Markt entwickelt. Das leistungsfähige Fräsen, Polieren und Gravieren wird damit so wirtschaftlich, zuverlässig und komfortabel wie nie zuvor.

Mit dem ARC stellt das Unternehmen seine Marktführerschaft im Bereich Digital Cutting einmal mehr unter Beweis. Der ARC unterstützt den Anwender dabei, Fräsjobs noch produktiver auszuführen. Der vollautomatische Wechsel des Fräswerkzeugs mit dem ARC erhöht den Automatisierungsgrad des



Mit dem ARC werden Fräsjobs noch produktiver ausgeführt.

Zünd Cutters nochmals deutlich. Der Zeitaufwand für den Wechsel von Werkzeugen wird verringert und die Rüstzeiten auf ein Minimum reduziert. Das zeigt sich besonders bei der Abwicklung vieler Klein- und Kleinstauflagen oder auch innerhalb eines komplexen Fräsjobs, während dessen Fertigung oftmals mehrere verschiedene Fräswerkzeuge gleichzeitig eingesetzt werden. Ein grosser Vorteil des hochautomatisierten Zünd Cutters mit dem automatischen Fräswerkzeugwechsler ist die Möglichkeit, Teile unbeaufsichtigt zu produzieren. Der Cutter wird noch effizienter

betrieben, wenn die Frästeile in mehreren Nutzen auf dem Material positioniert werden. Auf diese Weise wird nicht nur das Material optimal ausgenutzt, es erlaubt dem Bediener zudem, sich anderen Aufgaben und Arbeiten zu widmen, während der Cutter selbstständig produziert. Das Wechseln von Fräswerkzeugen übernimmt der ARC.

Während der Cutter vollautomatisch arbeitet, ist gleichzeitig die Qualitätskontrolle sichergestellt. Zum einen mit dem fix installierten Initialisierungssystem ITI (Integrated Tool Initialization), welches nach jeder

Werkzeugaufnahme automatisch den Nullpunkt kontrolliert und damit die exakt gleichbleibende Frästiefe gewährleistet. Zum anderen hat der Bediener über das ZCC die Möglichkeit, für seine Fräser individuelle Schnittmetervorgaben zu definieren. Hat der Fräser diesen Wert erreicht, erhält der Bediener eine entsprechende Meldung, bevor er den nächsten Auftrag startet. Damit ist gewährleistet, dass ein Fräser nicht mitten im Auftrag den Grenzwert erreicht und ausgewechselt werden muss. › www.zund.com

Müller Martini PERFEKTE LÖSUNG FÜR AUFLAGE 1

Mit dem Vareo, der mit einer mechanischen Leistung von bis zu 1.350 Takten/h maximale Flexibilität bietet, sorgte Müller Martini in der Softcover-Produktion für einen technologischen Paukenschlag. Denn erstmals ist bei einem Klebebinder jede der drei Zangen mit einem eigenen Servomotor ausgestattet, und jede Zange wird ein-



Reto Thomann (links), Geschäftsführer der W. Thomann AG: «Wir haben Tests mit 0,5 Millimeter dünnen Produkten gemacht, und die Qualität war dank des PUR-Düsen-Systems ausgezeichnet.» Rechts Produktionsleiter Marcel Steger.

zeln angetrieben. So kann jeder Bearbeitungsschritt individuell an das Produkt angepasst werden.

«Wir können den Umschlag an den Rücken pressen, was die Qualität der Broschüren markant erhöht», bestätigt Reto Thomann, Geschäftsführer der W. Thomann AG in Ebikon, den Technologievorteil des neuen Klebebinders. Sein Familienbetrieb vertraut seit gut einem Monat als erste Buchbinderei der Schweiz auf den Vareo.

› www.mullermartini.com

**Kodak
INSITE PREPRESS
PORTAL SYSTEM 7**

Um die Zusammenarbeit zwischen Druckdienstleistern und ihren Kunden zu stärken und die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern, hat Kodak das Insite Prepress Portal System 7 eingeführt. Durch die Beseitigung der Abhängigkeit von JAVA bietet das Portal nun neue Merkmale und Funktionen wie eine HTML5-Systemdiagnose und eine neu gestaltete, auf HTML5 basierende Benutzeroberfläche.

Mit dem Insite Prepress Portal 7 können die Möglichkeiten der Workflow-Automatisierung durch einen Echtzeit-



Zugang und die direkten Zusammenarbeit mit Kunden in den vorgelagerten Bereich genutzt werden und Auftragsdurchlaufzeiten verkürzt werden. Das Portal ermöglicht eine Integration mit dem Kodak Prinergy Workflow und bietet erweiterte Kontrollmöglichkeiten über den Druckvorstufenprozess. Kunden, Druckvorstufenmitarbeiter und Kundenberater können Jobs übermitteln, den Bearbeitungsfortschritt verfolgen, bei Änderungen zusammenarbeiten sowie Arbeiten proofen und freigeben – jederzeit und an jedem Ort.

› www.kodak.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 Klebverbindungen versehen, die sicherstellen sollen, dass Mitarbeiter nicht mit PUR-Emissionen in Kontakt kommen.

Eine Alternative sind nach Angaben von Planatol Wetzel 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 Hotmeltklebverbindern bei geringeren Kosten darstellen lassen. Darüber hinaus hat Planatol Wetzel nach eigenen Ausführungen sichergestellt, auch in Zukunft kennzeichnungsfreie PURs anbieten zu können.

› www.planatol.de

**Specialty Dry Ink Station
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 Veredelung 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 ermöglicht 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

**drucken123 und Schweikert
ENTSCHEIDUNG
FÜR POLAR DIGICUT**

Bereits bei seiner ersten offiziellen Kundenpräsentation im Print Media Center von Heidelberg überzeugte der Polar Digidicut. So entschieden sich mit drucken123 und Schweikert Druck spontan die ersten beiden Kunden zum Kauf des Digidicut. Markus Müller, Geschäftsführer von drucken123 in



Polar Digidicut.

Aschaffenburg, war sofort vom Digidicut begeistert: «Damit kann ich die Aufträge, die ich heute noch zu einem Dienstleister gebe, zukünftig selbst herstellen. Allein schon das Einsparen der Transportkosten macht das Gerät für mich interessant. Darüber hinaus habe ich aber noch viele weitere Ideen, was ich auf dem Digidicut alles herstellen kann. Ich freue mich schon auf das Gerät».

Auch Jürgen Schweikert, Inhaber von Schweikert Druck in Obersulm, sieht im Digidicut eine sehr gute Möglichkeit, sein Portfolio und damit auch die eigene Wertschöpfung zu erweitern: «Ich bin fasziniert von den Einsatzmöglichkeiten des Digidicut. Damit lassen sich viele neue Produkte herstellen, mit denen ich meinen Kunden einen Mehrwert bieten kann. Zudem habe ich in der Vorstufe sehr kreative Mitarbeiter, die diese Designs auch kreieren können».

› www.polar-mohr.com

**Dienes
MESSERSYSTEM
VARIO-CUT**

Dienes hat ein neues zweiteiliges Planschneidemesser auf den Markt gebracht. Das zum Patent angemeldete Messersystem Vario-Cut ist nach Angaben des Herstellers mit allen gängigen Maschinen für das Planschneiden kompatibel.

Das neue Planschneidemesser unterscheidet sich von



Dienes Vario-Cut beim Einbau.

herkömmlichen Messersystemen durch die Konstruktion, die eine Kombination aus Schneide und Messerhalter darstellt. Muss bei anderem Schneidgut die Schneide gewechselt werden, entfällt laut Dienes bei Vario-Cut dank des fixierten Messerhalters die Einstellung von Position und Lage der Schneide. Diese ist zudem in verschiedenen Winkeln und Schlifflinien erhältlich und kann variabel angepasst werden. Aber auch was die Schnittqualität betrifft, überzeugt Vario-Cut mit hervorragenden Werten: So hätten die Dienes-Konstrukteure die Gleitreibung um 70% reduziert, was durch einen optimierten Schliff und eine um 14,55% geringere Schneidenstärke möglich geworden sei.

› www.dienes.de

INDUSTRIELLES DRUCKEN

DRUCK IM FUNKTIONALEN, DEKORATIVEN UND VERPACKUNGS-SEGMENT

Am 10. November beginnt die InPrint 2015, die Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, inklusive dreitägiger Fachkonferenz mit mehr als 60 Sessions, in der Halle A6 des Münchner Messegeländes.

Text und Bilder: InPrint

Die rund 150 ausstellenden internationalen Unternehmen und die zwei Bühnen der Fachkonferenz bieten vom 10. bis 12. November 2015 innovative Technologien, Produktneuheiten und hochwertige Expertise rund um den industriellen, funktionalen und dekorativen Druck sowie den Druck auf Verpackungen. Im Zentrum stehen die Technologien Siebdruck, Digitaldruck, Inkjet- und 3D-Druck.

InPrint (Industrial Print) ist die richtungsgebende Fachmesse speziell für industrielle Drucktechnologien in der Fertigung und eigens für diesen vielversprechenden Sektor innerhalb der Druckindustrie konzipiert.

Die Messe zeichnet sich durch ein Angebot an wegweisenden Lösungen zur Implementierung industrieller Drucktechnologien in die Produktionsabläufe verschiedener Fertigungsbranchen aus. Besucher erleben hier die neuesten Technologien, Maschinen und Komponenten sowie Zubehör und Dienstleistungen für das Bedrucken von Metall, Kunststoff, Folie, Textil, Glas, Keramik und Holz in den wichtigsten Anwendungssegmenten des funktionalen und dekorativen Drucks sowie den Druck auf Verpackungen. Das Spektrum des Marktes ist aussergewöhnlich breit und reicht von der pharmazeutischen Industrie über Automotive, Elektronik, Weisse Ware bis zur Innenausstattung.



InPrint – die Fachmesse ausschliesslich für industrielle Drucktechnologie.

Die Messe-Schwerpunkte

Die InPrint zieht hochrangige Entscheidungsträger aus diversen Bereichen der Fertigungsindustrie an, die gezielt nach gemeinsam entwickelten, individuellen Systemlösungen für spezifische Produktionsprobleme suchen, um neue Geschäftsmöglichkeiten in der industriellen Produktion zu generieren. Besucher kommen zudem aus dem Drucksektor.

Hochkarätige Branchenexperten wie Vertreter von Heidelberg, HP, Canon, Tonejet, voxeljet, Xaar, Fraunhofer IFAM oder der University of Sheffield geben auf der Konferenz Einblicke in die neuesten Trends und Entwicklungen im funktionalen und dekorativen Druck.

Industrieller funktionaler Druck und 3D-Druck

Als Teil des Fertigungsprozesses ermöglicht der funktionale industrielle Druck eine Produkt-Funktion durch

den Aufdruck von Tinte oder einer anderen Substanz. Dies kann beispielsweise das Aufbringen funktionaler Schichten bei Weisser Ware oder im Automotive-Bereich sein und gleichzeitig eine dekorative Funktion erfüllen. Aufgrund der guten Aussichten für den industriellen Druck in der Elektronikfertigung bietet die Parallelität mit der productronica – der internationalen Leitmesse für Elektronik-Fertigung – einen zusätzlichen Reiz für InPrint-Besucher.

«InPrint Forum», 10. November

Einer der beiden Konferenzbereiche (Stand D63) widmet sich an allen drei Messetagen dem Thema «Funktion», inklusive Podiumsdiskussion, Tech Talks und Beiträgen von REYDEL Automotive, Chemstream, GEW und vielen anderen.

Die Präsentationen der «InPrint Konferenzbühne» (Stand B25) blicken am Dienstag, 10. November, auf die neuesten technologischen Entwicklun-

gen im intelligenten, funktionalen Spezial-, Sieb-, Digital-, Inkjet- oder 3D-Druck samt ihrer Anwendungsoptionen und Potenziale.

Im 3D-Druck-Bereich werden Highlights der Ausstellung – wie HPs MultiJet Fusion 3D-Drucktechnologie und die Premiere von Heidelbergs Jetmaster Dimension 250 – von dem Konferenzschwerpunkt «3D & Funktion» am Mittwoch, 11. November 2015, im InPrint Forum begleitet. Unternehmen wie voxeljet oder Berater für 3D und Additive Manufacturing sprechen über die neuesten 3D-Technologien und -Entwicklungen.

Am 10. November bietet der Vortrag von Fraunhofer IPA & Tiger Coatings zu «NextFactory – 3D printing of micro-mechatronic systems» auf der Konferenzbühne eine weitere attraktive Ergänzung zum Angebot im Bereich Additive Fertigung.

«InPrint Forum», 11. November

Am Mittwoch geht es auf der InPrint Konferenzbühne um den industriellen dekorativen Druck. Denn Inkjet-Druck auf Laminat, Keramik, Arbeitsflächen, Paneelen, Wandverkleidung oder Dekostoffen ist ein weiteres Top-Thema der InPrint. Führende Anbieter wie Hymmen, Wemhöner, Baumer oder Kuei demonstrieren Innovationen im dekorativen industriellen Druck, die die kreative und effiziente Beschichtung und Veredelung unterschiedlichster Oberflächen ermöglichen und gleichzeitig grosse Lagerbestände einsparen.



InPrint – die Fachmesse ausschliesslich für industrielle Drucktechnologie.

Die InPrint Konferenzbühne verdeutlicht und debattiert die Möglichkeiten des dekorativen Drucks am Mittwoch, 11. November. Beiträge von HP, Canon, Durst oder Inca geben Einblicke in innovative Prozesse und Technologien für die dekorative Oberflächengestaltung von Glas, Holz, Metall, Keramik, Kunststoff, Leder und Textilien vor dem Hinter-

grund der steigenden Nachfrage nach individuell designten Massenprodukten.

«InPrint Forum», 12. November
Am Donnerstag, 12. November steht die «Konferenzbühne» ganz im Zeichen des dritten Schwerpunkts der InPrint Messe, des Verpackungsdrucks. Tonerjet, Xaar, ThePackHub,

Sun und viele mehr informieren über und diskutieren Technologien, Produkte, Entwicklungen, Trends, Prognosen und den Bedarf innerhalb des industriellen Drucks auf Verpackungen.

Dieser Programmpunkt erschliesst vielfältige Trends, neue Techniken und Anwendungsmöglichkeiten für den Druck von primären und sekundären Verpackungen im grössten und stetig wachsenden Segment des industriellen Drucksektors. So referiert Heidelberg über 4D-Druck bei der Produktgestaltung, Martinenghi spricht zu Digitaldruck auf Metall- und Kunststoffzylindern oder CMA Imaging zum Prototyping in der Verpackungsindustrie.

Einfache Messevorbereitung

Die InPrint 2015 öffnet von Dienstag, 10. bis Donnerstag, 12. November 2015, jeweils von 9.00 bis 17.00 Uhr, in der Halle A6 (Eingang Ost) des

Münchner Messegeländes. Alle Informationen rund um die Messe sowie den Registrierungsbereich «Ticketkauf & Gutschein-Aktivierung» finden Besucher auf der Messe-Webseite www.inprintshow.com.

Zur Vorbereitung auf die InPrint und das Thema industrieller Druck eignet sich insbesondere die umfangreiche Messevorschau inklusive des messebegleitenden Konferenzprogramms. Fachartikel zu Trends, Marktentwicklungen und -prognosen im industriellen Druck sowie die Besucherbrochure, der InPrint Blog samt TV-Kanal und die zu bestellende Marktstudie «Wo liegt die Zukunft des industriellen Digitaldrucks?» ergänzen das Informationsangebot.

Eine Online-Registrierung ist auch nach Messebeginn möglich und günstiger als der Vor-Ort-Verkauf. Das Ticket für die Messe und die Konferenz berechtigt auch zum Besuch der parallel stattfindenden production. ■

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

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



3D-Laserscan

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

NATURPAPIER-SPEZIALIST PRODUZIEREN IM LUXUS-SEGMENT

«Unsere Kunden sollen ein haptisches Erlebnis bekommen», begründet Ralf Vogl, Geschäftsführer der gleichnamigen Druckerei, sein Engagement für den Druck auf Naturpapieren. Seit etwa vier Jahren hat er damit eine Marktnische gefunden und sich mittlerweile zum anerkannten Spezialisten für diese nicht ganz einfach zu bedruckenden Papiersorten entwickelt.

Von MARTIN DÄNHARDT

Bisher erfolgte die Produktion auf Naturpapieren mit einer Rapida 105 und hochpigmentierten Aniva-Farben samt einem dafür eigens entwickelten High-Gamut-Workflow, der den Farbraum gegenüber dem PSO-Standard (ISO 12647) deutlich erweitert. Daneben hat die Druckerei ICC-Profile entwickelt, die auf die unterschiedliche Saugkraft der Papiere abgestimmt sind. So erzielt Vogl beim Druck auf Naturpapier Ergebnisse, die in Zeichnung, Farbwelt und Sättigung mit dem auf gestrichene Papiere nahezu identisch sind. Das Ergebnis, das ein Auftraggeber auf Bilderdruckpapier erwartet, soll er auch auf Naturpapier bekommen.

Eindrucksvolle Druckmuster mit ruhigen Flächen und satten Farben liefern den Beweis. Um seine Kunden davon zu überzeugen, lässt sich Ralf Vogl gern alte Daten geben, die er zum Vergleich auf Naturpapier andruckt. Dann sehen die Kunden, was heute drucktechnisch möglich ist und wie sich die Ergebnisse von den früheren Drucken unterscheiden.

Denn, «jeder hat mit Naturpapieren schon einmal schlechte Erfahrungen



gesammelt», weiss **Ralf Vogl**. Heute ist Vogl der einzige Druckbetrieb im Raum München, der schwerpunktmässig mit dem nicht alltäglichen Bedruckstoff umgeht. Auf etwa zwei bis drei Jahre



Modern und hell – so präsentiert sich die Produktionshalle der Druckerei Vogl. Die Rapida 106 ist der neue Mittelpunkt im Drucksaal des Unternehmens.



schätzt er seinen Vorsprung, ist sich aber bewusst, dass andere mit neuen Technologien leichter nachziehen können.

Mehr Aufträge pro Schicht

Mit dem Umzug von München in eine moderne Halle am Stadtrand in Zorneding stand Ende vergangenen Jahres auch der Kauf einer neuen Bogenoffsetmaschine im 3b-Format auf der Agenda. Und damit wieder ein verfahrenstechnischer Entwicklungssprung: Die Neue ist eine Fünffarben-Rapida 106 mit Lackturm und HR-UV-Ausstattung. Auch wenn heute LED-UV in aller Munde ist, hat sich Ralf Vogl bewusst für das hochreaktive UV-System entschieden. Denn so steht ihm die breite Palette an Sonderfarben vom ersten Tag an zur Verfügung. Über 10% der Produktion erfolgt mit Sonderfarben. Darüber hinaus kommt das fünfte Werk für Veredelungen zum Einsatz.

Bei durchschnittlichen Auflagenhöhen zwischen 2.000 und 3.000 Bo-

gen und vielen Einzelaufträgen mit ein bis vier Formen stehen die Rüstzeiten im Vordergrund. Die hohe Fortdruckleistung von bis zu 18.000 Bogen/h ist dabei eher zweitrangig, obwohl eine Geschwindigkeitsanzeige im Drucksaal, in der Vorstufe und den Besprechungsräumen informiert, wie schnell die Maschine gerade läuft. «Das motiviert unsere Drucker und beeindruckt die Besucher», erläutert Ralf Vogl. Und die kommen häufig zu Druckabnahmen – teilweise auch aus Paris.

Besser bezahlte Jobs

Die Trockner lassen sich auftragsabhängig zwischen Auslageverlängerung und den Druckwerken wechseln, je nachdem, wo sie gebraucht werden. Zudem bietet das UV-Verfahren den Vorteil, dass nicht mehr gepudert werden muss. Daraus folgt ein geringerer Reinigungs- und Wartungsaufwand. Beim Widerdruck im zweiten Druckgang baut sich kein Puder mehr im ersten Werk auf.

Daneben ist die Rapida 106 für den Foliendruck ausgestattet, denn Vogl will künftig den Folienmarkt bedienen und Lentikularfolien bedrucken. Es ist ebenso wie der Druck auf Naturpapieren aufwändig, aber auch besser bezahlt als die Produktion von Standarddrucksachen.

Liebblingsprodukte von Ralf Vogl sind ohnehin die mit hohem Veredelungsgrad. Zum Beispiel das Bid Book, das offizielle Bewerbungsdokument für die Fussball-WM 2022 in Katar: mit Echtleder bezogene Box, Leder-Umschlag mit Tiefprägung, eingearbeitetes Metallschild, CD-Fach auf der 2. Umschlagseite, 750 Seiten bei einer Auflagenhöhe von 250 Stück im Bogenoffset produziert. Details der Produktentwicklung bis zur Gestaltung der Box gehörten zum Auftragspektrum der Druckerei. Alle hoch spezialisierten Prozesse, die im Unternehmen nicht ausgeführt werden können, gibt Ralf Vogl an zuverlässige Partnerbetriebe.

➤ www.kba.com

IM GFZ GESTALTEN ENTSCHEIDEN MACHEN

Als freie Mitarbeitende/Vorstandsmitglied

Alle Informationen zu einem Engagement
für das GFZ gibts bei eberhard@gfz.ch

Die Botschaft, nachhaltig zu produzieren, ist in der Druck- und Medienbranche angekommen. Allerorts wird Energie gespart oder CO₂ kompensiert. Doch echte Begeisterung will scheinbar nicht aufkommen und die reine Freude daran, etwas bewegen zu können, ist eher selten zu spüren. Offenbar überwiegen andere, eigene Probleme. Media Mundo will mit dem 6. Kongress neue Handlungsfelder für nachhaltige Medienproduktionen aufzeigen.

MINDSHIFT WIE AUS MEDIEN EMOTIONEN WERDEN

Bilder: www.mondberge.com

Wenn Nachhaltigkeit als reines Geschäftsmodell betrieben wird, um neue Kunden zu gewinnen, sich als Unternehmen neu zu positionieren oder finanzielle Vorteile zu erschliessen, fehlt der emotionale Aspekt. Man kann mit einer Strategie jedoch nur dann erfolgreich am Markt agieren, wenn man von dem, was man tagtäglich leistet, auch wirklich überzeugt ist. Es geht



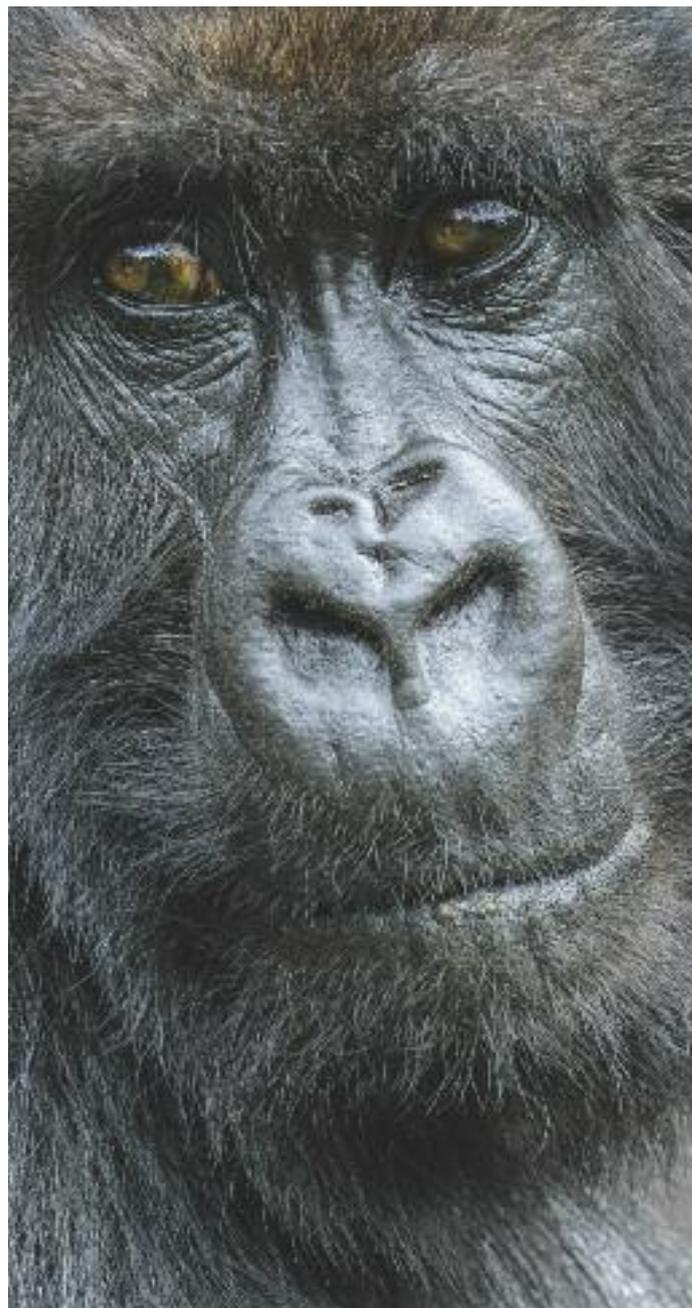
darum, sich von einer Idee anstecken und begeistern zu lassen, damit sie zündet», erklärt **Rüdiger Maaß**, Geschäftsführer des f:mp. und Mitinitiator der Brancheninitiative Media Mundo. Gerade die grafische Industrie lebt von Begeisterung. Man denke nur an die aussergewöhnlichen Druckveredelungen oder Materialien. In Sachen nachhaltige Medienproduktion muss die Branche in vielerlei Hinsichten allerdings erst lernen, wie sie mit ein wenig Engagement für sich und

für die Kunden auch etwas Neues schaffen und Dinge bewegen kann. Ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit ist der Artenschutz. Mit jeder aussterbenden Art verringert sich die Biodiversität auf der Erde und Menschen verlieren ein Stück ihrer Lebensgrundlage.

Emotionen transportieren

Zugegeben – die Verbindung von Artenschutz und Medienproduktion ist auf den ersten Blick nicht ganz so einfach zu erkennen. Wer denkt schon beim Drucken eines Flyers, Magazins oder einer Verpackung an Berggorillas?

Der 6. Media-Mundo-Kongress, der unter dem Motto «mindshift sustainability» am 11. November 2015 in Düsseldorf stattfindet, gibt aus diesem Grund dem Artenschutz ein Gesicht. Beispielsweise werden in einer Charity-Bilderausstellung ganz besondere Fotografien aus dem Mondberge-Projekt und eine Auswahl von Arktis-Bildern des international bekannten Fotografen Sebastian Cope-



MONDBERGE.COM

land gezeigt (siehe auch die Bilder auf diesen Seiten). Die Bilder können noch während des Kongresses im Rahmen einer «Versteigerung» käuflich zugunsten der Berggorilla & Regenwald Direkthilfe erworben werden.

«Dem Kongress liegt die Idee zugrunde, dass eine Vielzahl an Medien einen gemeinsamen Aspekt haben. Sie wollen möglichst erfolgreich Emotionen transportieren und Informationen kommunizieren. Medien erreichen die Menschen und sind gerade deshalb dazu prädestiniert, die

Brücke zum Artenschutz zu schlagen», erläutert Rüdiger Maaß. «Das Mondberge-Projekt ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie aus der Umsetzung einer Medienproduktion eine wichtige und erfolgreiche Naturschutz-Initiative entstehen kann.»

Vom Foto zum Artenschutz

Der Naturfotograf Andreas Klotz und Michael Matschuck von druckpartner planten 2008 die Erstellung eines Fotobildbandes über die letzten Berggorillas. Eine Handvoll Hobbyfo-



tografen wollten zu Fuss die legendären Mondberge, das Ruwenzori-Gebirge im Südwesten Ugandas, erkunden und die letzten Berggorillas im Regenwald Zentralafrikas besuchen. Mit einem hochwertigen Fotobildband wollten sie diese Reise dokumentieren und gleichzeitig mit den Erlösen ein klein wenig dazu beitragen, dass diese Gorillas auch weiterhin geschützt leben können. Für diesen ersten Bildband wurden aus insgesamt über 6.000 Fotos 300 Momentaufnahmen ausgewählt, die den Leser emotional wirklich anrühren. «Perle Afrikas» wurde ein grosser Erfolg. Mittlerweile generiert das Mondberge-Projekt durch die Produktion und Vermarktung verschiedener Medienprodukte – neben Büchern und Vorträgen gibt es auch einen mehrfach preisgekrönten Artenschutz-Wandkalender – Gelder für konkrete Natur- und Artenschutzprojekte.

Anstecken lassen

«Neben CO₂-Kompensation und anderen Umweltschutzmassnahmen wird der Artenschutz immer wichtiger», sagt Rüdiger Maaß. «Gerade die Medienbranche hat die Werkzeuge und die Kraft, etwas wirklich Wichtiges zu bewegen. Es ist an der Zeit, den Klimaschutz auf eine emotionale Ebene zu heben. Mit dem diesjährigen Kongressprogramm wollen wir zeigen, was möglich ist und was jeder tun kann, um auch das ökonomische Streben mit den ökologi-

schon und sozialen Anforderungen in Einklang zu bringen.»

Gemeinsam mit dem f:mp., NGO-Partnern wie dem WWF Deutschland, NABU und FSC, dem Premiumpartner Messe Düsseldorf und vielen weiteren Kongress- und Medienpartnern können sich die Teilnehmer nicht nur über ihre Möglichkeiten informieren, sondern in tollen Bildern, wunderbaren Worten und kleinen Momentaufnahmen Nachhaltigkeit geniessen und sich in der Freude daran anstecken lassen.

Das gilt übrigens auch für den Schauspieler, Autoren und Umweltaktivisten Hannes Jaenicke, der gemeinsam mit Judith Adlhoch schon einige Umweltskandale aufgedeckt hat. Er berichtet in Düsseldorf über seine Erfahrungen, die er in dem Bestseller «Wut allein reicht nicht» aufgezeichnet hat.

«Mindshift sustainability»

Der Media Mundo-Kongress für Nachhaltigkeit in der Medienproduktion, der in diesem Jahr am 10. und 11. November unter dem Motto «mindshift sustainability» im Hotel van der Valk Airporthotel Düsseldorf stattfindet, ist schon seit über vier Jahren ein wertvoller Partner der drupa und trägt zu Recht den Titel des «drupa Trendkongress». Die Veranstaltung ist das innovative Trend- und Zukunftsforum zum Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Hier sollen Denkanstösse gegeben werden, um ökonomisches Streben

mit den ökologischen und sozialen Anforderungen in Einklang zu bringen, denen sich die Branche stellen muss, um eine Vordenkerrolle einzunehmen. Denn mit jeder aussterbenden Art verringert sich die Biodiversität auf der Erde und der Mensch verliert ein Stück seiner Lebensgrundlage.

Der 6. Media Mundo-Kongress beleuchtet unterschiedliche Denkweisen und bietet Anhaltspunkte, wie der Wandel erfolgreich gestaltet werden kann und wo die Reise hingehen soll.

- › www.mediamundo.biz
- › www.mondberge.com

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
10. 11. – 12. 11. 2015	InPrint	München	 www.inprintshow.com
11. 11. 2015	6. Media Mundo Kongress	Düsseldorf	 www.mediamundo.biz
12. 11. – 13. 11. 2015	Treffpunkt Technik	Berlin	 www.bvdm-online.de
2016			
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 www.fespa.com
14. 03. – 18. 03. 2016	CeBIT, Global Event for Digital Business	Hannover	 www.cebit.de
06. 04. – 07. 04. 2016	Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
31. 05. – 03. 06. 2016	Empack, Label&Print	Hannover	 www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
23. 06. – 24. 06. 2016	Packaging Innovations	Hamburg	 www.easyfairs.com
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.de
27. 09. – 29. 09. 2016	FachPack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
12. 10. – 15. 10. 2016	22. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 www.inprintshow.com
01. 12. – 02. 12. 2016	Packaging Innovations	Wien	 www.easyfairs.com



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER ROSEGOLD. STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN, TANZANIT, 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

Dritte Runde

GEPRÜFTER DIGITAL-DRUCK PROFESSIONAL

Nach bereits zwei erfolgreichen Modulreihen geht der «Geprüfte Digitaldruck Professional» am 26. November in die dritte Runde. Neben dem steigenden Bedarf ist vor allem die gute Resonanz Grund für eine Neuaufnahme noch im Jahr 2015. Die Teilnehmer lobten neben der Praxisnähe, den umfassenden Überblick, die kompetenten Referenten sowie die Möglichkeit zur deutschlandweiten Vernetzung untereinander.

Der Lehrgang besteht aus drei Modulen mit insgesamt neun Präsenztagen, die in Stuttgart, Düsseldorf/Lünen und München/Ismaning stattfinden. Das Konzept der Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter und Unternehmer, die Ihre Kompetenzen im Digitaldruck erweitern wollen.

Die Teilnehmer erfahren unter anderem welche Technik marktreif zur Verfügung steht, welche Besonderheiten der Umgang mit Colormanagement, Toner und Tinte erfordert und welche Bedruckstoffe sie wie veredeln können. Nach der Abschlussprüfung zum «Geprüften Digitaldruck Professional» verfügen die Absolventen sowohl über konzeptionelle Kenntnisse für die Kundenberatung als auch über handwerkliche Fähigkeiten in der Produktion lösungsorientierte Ansätze im Digitaldruck zu erarbeiten und in konkrete Produkte umzusetzen. Durchgeführt wird der Lehrgang von den Verbänden Druck und Medien in Baden-Württemberg, Bayern und NordWest.

› www.vdmb.de

Mitglieder trafen sich
JAHRESTAGUNG DES VDM NORD-WEST

Unter dem Motto «Der Joker ist da!» kamen vom 24. bis zum 26. September 2015 in Düsseldorf über 270 Mitglieder, Mitarbeiter sowie Gäste zur Jahrestagung und Mitgliederversammlung des VDM Nord-West zusammen, dem grössten deutschen Druck- und Medienverband.



An drei Tagen erhielten die Teilnehmer nicht nur wichtige Brancheninformationen, sondern erlebten auch spannende Vorträge sowie ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm.

Bereits am Vorabend konnten sich die Gäste live von einer modernen Zeitungproduktion bei der Rheinischen Post Mediengruppe überzeugen.

«Das Geschäftsjahr 2014 war für die Druck- und Medienbranche durchaus positiv zu bewerten», so der Geschäftsführende Vorstand des Verbandes Oliver Curdt.

Der Branchenumsatz in Deutschland belief sich nominal auf 20,8 Milliarden Euro, ein Plus von 1,4%. Beim Produktionsvolumen von insgesamt 15 Milliarden Euro konnten vor allen Dingen die Werbepresse und die Tageszeitungen im Jahr 2014 deutlich zulegen. Abstriche musste die Branche leider bei gedruckten Büchern machen. Nach wie vor haben die Printausgaben mit 60% den

grössten Anteil an den Werbeausgaben der Wirtschaft. Die aktuell 8.850 Unternehmen zählende, nach wie vor mittelständisch geprägte Branche, ist nach einem guten Jahr 2014 eher schwach ins aktuelle Jahr 2015 gestartet. Die guten Zahlen aus 2014 werden wohl im Jahr 2015 nicht erreicht werden – Umsätze und Auslastung liegen derzeit unter den Vor-

jahreswerten. Anschliessend präsentierte er neue Angebote und stellte den Geschäftsbericht 2014/2015 des VDM Nord-West vor.

Die nächste Jahrestagung und Mitgliederversammlung des VDM Nord-West findet gemeinsam mit dem bvdm – Bundesverband Druck und Medien im Rahmen des Deutschen Druck- und Medientages vom 11. bis zum 13. Mai 2016 im Kameha Hotel in Bonn statt.

› www.vdmnw.de

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail:

nico@druckmarkt.com

«Print Works»

GRAFIKDESIGN ZUR LEIPZIGER MESSE

Anlässlich des Jubiläums «850 Jahre Leipziger Messen» zeigt die Sonderausstellung «Print Works – Grafikdesign zur Leipziger Messe» im Museum für Druckkunst Leipzig wahre Druckschätze aus der Messegeschichte.

Leipzigs lange Tradition als Messestadt geht auf das Jahr 1165 zurück, als die wachsende Siedlung mit dem Stadt- auch das Marktrecht erhielt. Erste grafische Erscheinungsbilder zur Messe wurden jedoch erst im frühen 20. Jahrhundert geschaffen. Eins davon ist das 1917 eingeführte Doppel-M, das auf der seit 1895 in Leipzig stattfindenden Messermesse basiert und wohl zu den bekanntesten Symbolen der deutschen Messewirtschaft gehört.

Die Ausstellung, kuratiert von Karen Laube und Philipp Neumann, Grafikdesigner und Betreiber des Magazin- und Buchladens MZIN in Leipzig, zeigt eine Auswahl an Plakaten, Katalog- beziehungsweise Buchtiteln und Innenseiten, Formularen, Anzeigen und anderen Drucksachen zu den Leipziger Messen, als Reproduktion oder im Original, die in verschiedenen Archiven zu finden sind. Gezeigt werden zudem grafische Arbeiten von Ausstellern, die für einen Auftritt auf den Messen entstanden sind. Es erscheint ein begleitender Katalog. Nach der Premiere auf den Designers' Open (23. bis 25. Oktober 2015) zeigt das Museum für Druckkunst nun die Ausstellung noch bis 10. Januar 2016.

› druckkunst-museum.de

Marketingkampagne

ZUSAMMENKUNFT DER DRUCKDIENSTLEISTER

Die globale Marketingkampagne für die Fespa Digital 2016 läuft jetzt an und lädt Spezialdruckdienstleister unter dem Motto «Become a Digital Print Hero» ein, zum Held im Digitaldruck gekürt zu werden.

Die Fespa Digital 2016, die vom 8. bis 11. März 2016



anlässlich ihres zehnjährigen Jubiläums wieder in Amsterdam stattfindet, wird mit einer Ausstellungsfläche von 42.000 m² in sieben Messehallen aufwarten.

Im Mittelpunkt der diesjährigen Multichannel-Kampagne stehen drei Superhelden, die die Haupttechnologien auf dieser Messe verkörpern: Digiman (Digitaldruck), Textilewoman (Textildruck) und ESEman (Signage).

Im Fokus der Kampagne der Fespa Digital 2016 steht die Website, auf der Messebesucher und Aussteller die neuesten Informationen über diese Veranstaltung finden. Dort können auch die Blogs von Digiman, Textilewoman und ESEman aufgerufen werden, in denen die neuesten Branchentrends und Themen erörtert werden.

Die neu benannte Fespa Textile empfängt die Besucher in einer eigenen Halle für den digitalen Textildruck, einschliesslich Bekleidungsdekoration, Soft Signage und Textilien für die Innenraumgestaltung.

› www.fespadigital.com

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, der am 21. Oktober stattgefunden hat, 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

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 im nahe dem Stadtzentrum gelegenen Kongresszentrum MiCo (Milano Congressi) statt.

FESPA TEXTILE Parallel zur Fespa Digital 2016 wird die Fespa Textile, vormals Fespa Fabric, ihre Pforten vom 8. bis 11. März 2016 auf dem RAI-Messegelände in Amsterdam öffnen. Dabei werden Textildrucksysteme und -anwendungen in einer eigenen Halle mit einer Ausstellungsfläche von 7.342 m² zu sehen sein. So werden Messebesucher die Gelegenheit haben, die für ihr Unternehmen am besten geeigneten digitalen Textildrucklösungen auf einem grossen Areal zu erkunden.

› www.fespatextile.com

5. FARBMANAGEMENT-SYMPOSIUM Nach vier erfolgreichen Veranstaltungen lädt die Fogra am 18. und 19. Februar 2016 zur fünften Auflage des Farbmanagement-Symposiums nach München ein. Diesmal berichten ausschliesslich Anwender über ihre Erfahrungen mit den aktuellen Aufgaben und Trends im Bereich des Farbmanagements. Frühbucher, die sich vor dem 27. November 2015 anmelden, profitieren von einem deutlichen Preis-



nachlass. Natürlich erhalten Fogra-Mitglieder wie gewohnt einen Vorzugspreis und können zusätzlich ebenfalls von einem Frühbucherrabatt profitieren. › www.fogra.org

3D-SCAN UND 3D-DRUCK Auf den Mitte September stattgefundenen motio-Netzwerktagen in Kassel nahmen Inhaber von Print- und Scan-Betrieben sowie die grossen Hersteller teil. Erstmals wurde dort auch ein 3D-Ganzkörperscanner (Fullbody 3D-Scanner) sowie ein Drohnenscanner (Drohne mit 4K-Kamera zum scannen von Gebäuden etc.) vorgestellt. Der Spezialist für 3D-Scanner Makerlounge 3D-Studio aus Goslar liess sogar eine Kamera-Drohne live in der Ausstellung schweben.

› www.motio-media.de

Grosses Interesse

DOXNET ROUND TABLE IN SINSHEIM

Die Druck+Form fand vom 7. bis 10. Oktober 2015 in

Halle 6 der Messe Sinsheim statt. Auch in diesem Jahr zeigte die Messe praxisorientierte Lösungen, Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Druck- und Medienstufe, Software, Web-to-Print, Digitaldruck, Offsetdruck, Verpackungsdruck sowie Druck- und Papierweiterverarbeitung. Eine hervorragende Resonanz mit rund 80 Zuhörern erlebte auch der Fachvortrag von Ralf Wittmann, DOXNET-Vorstandsmitglied und Channel Manager bei Canon Deutschland. Er widmete sich den «Grundlagen des Digitaldrucks mit Schwerpunkt Inkjet-Technologie» und beleuchtete die unterschiedlichen Tintendruck Technologien und die Wechselwirkung von Tinten, Tröpfchengrössen und Drucksubstraten auf das Druckergebnis. Dass sich unter den Zuhörern auch viele Experten tummelten, verdeutlichten die Fragen und Ergänzungen aus dem Auditorium.

Im Anschluss lud der Vorstand alle DOXNET Mitglieder und -Interessenten zu einem Imbiss in den Presseclub ein. Die 48 Besucher nutzten den kostenfreien Anlass wieder zum Netzwerken und Gedankenaustausch. Einige Vorstandsmitglieder standen während der Veranstaltung für Fragen und Wünsche persönlich zur Verfügung.

› www.doxnet.de

JETZT KALENDER EINREICHEN

GREGOR INTERNATIONAL CALENDAR AWARD 2016

Kalendermacher aus dem In- und Ausland können bis 11. Dezember 2015 ihre Kalender für das Jahr 2016 beim Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart einreichen. Im Rahmen der renommierten Wettbewerbe um den gregor international advertising calendar award, den gregor international photo calendar award und den gregor japan calendar award werden die kreativsten und am besten gestalteten Kalender der Welt gesucht.

Jede Art von Kalender ist zugelassen: Fotokalender ebenso wie rein grafisch gestaltete Kalender, bei denen es sich um Produktwerbung, Imagewerbung, Kunst und Kultur, Technik & Verkehr, Sport/Hobby/Humor, Erotik/Freizeit; Verein; Arbeitswelt, Einblattkalender, Designobjekt, Tisch-/Buchkalender, Adventskalender, Schul-Kalenderprojekte, Non-Profit/soziale Projekte oder um sonstige/besondere Themen handelt.

Zur Teilnahme aufgefordert sind alle an einer Kalenderproduktion beteiligten Hersteller, Gestalter, Fotografen, Werbeagenturen, Verlage und Druckereien sowie Auftraggeber aus der Industrie. Alle rechtzeitig eingereichten Kalender werden vom 22. Januar bis 14. Februar 2016 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart präsentiert.

Veranstaltet werden die Wettbewerbe und Kalenderschaffens ausstellungen vom Graphischen Klub Stuttgart e. V., dem Ministerium für Finan-

zen und Wirtschaft Baden-Württemberg und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. Zudem loben der Graphische Klub Stuttgart und seine Partner ab sofort den Förderpreis Gregor Young Talent Award aus, ein Nachwuchswettbewerb für junge Gestalter. Der Gestaltungswettbewerb richtet sich an Studierende und Auszubildende bis 28 Jahre, er soll als Starthilfe für besonders begabte Nachwuchskräfte im Bereich der Kalender-Gestaltung dienen. Der Graphische Klub Stuttgart möchte mit dem Gregor Young Talent Award den kreativen Nachwuchs fördern und hofft auf spannende neue Ideen des Kalenderschaffens, die zur Reflexion über den Kalender in unserer Zeit anregen. Den Siegern winken eine öffentliche Plattform und beste Kontakte in die Werbe-, Verlags- und Druckbranche.



› gregor-calendar-award.com

ZLV

VERPACKUNGS- SYMPOSIUM 2015

Über 200 Teilnehmer aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Belgien und den Niederlanden besuchten am 17. und 18. September das ZLV Verpackungssymposium in Kempten im Allgäu. Die vom Zentrum für Lebensmittel- und Verpackungstechnologie (ZLV) organisierte Veranstaltung deckt alle Themen industriell hergestellter und verpackter Lebensmittel ab.

Seit etwa fünf Jahren arbeitet das Zentrum für Lebensmittel- und Verpackungstechnologie e. V. an interdisziplinären Themen der gesamten Wertschöpfungskette im Lebensmittel- und Verpackungsbereich, angefangen beim Rohmaterial über alle Verarbeitungsstufen bis ins Regal des Einzelhandels, inklusive der Kreislaufwirtschaft. Das jährliche ZLV Verpackungssymposium spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle für Teilnehmer aus allen Industriebereichen. Rund 40 Aussteller präsentierten in den grosszügigen Räumlichkeiten der Hochschule Kempten ihre neuen Technologien. Die Fachvorträge, welche parallel zur Ausstellung stattfanden, boten viel Stoff gerade für den interdisziplinären Gedankenaustausch.

Nach zwei interessanten Tagen zogen sowohl die Besucher als auch die Organisatoren ein positives Fazit. Das ZLV Team freut sich bereits jetzt auf die Vorbereitungen für das nächste ZLV Verpackungssymposium, das vom 15. und 16. September 2016 wieder an der Hochschule in Kempten stattfinden wird.

› www.zlv.de

Fachkonferenz

«DIGITAL PRINT FOR PACKAGING»

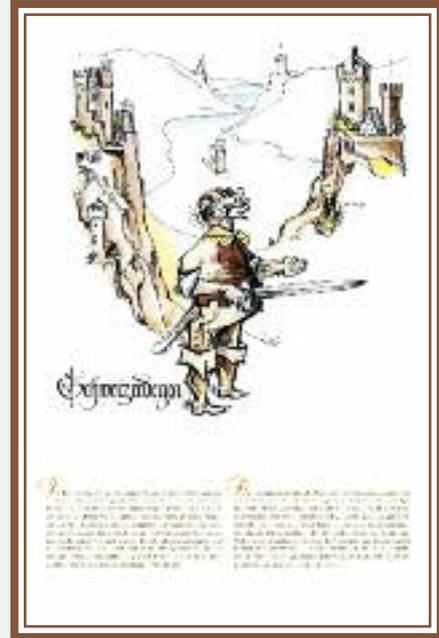
Digitale Prozesse fassen zunehmend auch im Verpackungsdruck Fuss. Die Marktforscher von Smithers Pira beziffern das aktuelle Umsatzvolumen des digitalen Verpackungsdrucks auf 10,5 Mrd. US-Dollar und jährliche Wachstumsraten von 13,6% bis zum Ende des Jahrzehnts. Der Digitaldruck werde sich im kommenden Jahrzehnt aus seiner Nischenposition heraus zunehmend im Verpackungsbereich etablieren und entsprechend die anderen Schritte in der Prozesskette des Verpackungsdrucks verändern.

Grund genug, sich genauer mit der Marktentwicklung, ihren technologischen Treibern und den Konsequenzen für Anwender und Maschinenbauer zur beschäftigen. Darum laden Smithers Pira und die PrintPromotion GmbH am 8. und 9. Dezember 2015 zur Fachkonferenz «Digital Print for Packaging» in Berlin ein. Veranstaltungsort ist das Hotel Meliá in Berlin.

Auf der Agenda der Digital Print for Packaging 2015 steht neben praktischen Fragen der Implementierung digitaler Druckverfahren in die Prozessketten, die zunehmende Diversifikation der Applikationen und Substrate. Gerade Digitaldruck auf Kunststoffen, Glas und Metallen gilt als rasant wachsendes Segment. Auch digitale Veredlung von Karton und Pappen sowie der Trend zur Personalisierung von Produkten werden im Fokus stehen. Abgerundet wird die Agenda von Best-Practice-Beispielen.

› www.printfutures.com

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängbogen, Schnellschuss, Spiess, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlichten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemässen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder
12 Blätter im Set für 150,00 € (jeweils plus Versand).

arcus design & verlag oHG,

Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel

Telefon: 0 26 71 - 38 36

Telefax: 0 26 71 - 38 50

oder im Druckmarkt-Shop im Internet:

www.druckmarkt.de



SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
09. 11.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Foto und Prepress	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
09. 11.	VDMB, Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Ismaning	› www.vdmb.de
09. 11. – 10. 11.	VDM NW, Überzeugende Kommunikation im Vertrieb	Hamburg	› www.vdmnw.de
09. 11. – 11. 11.	VDMB, Adobe InDesign für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
09. 11. – 11. 11.	VDM NW, Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
10. 11.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und Prepress	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
10. 11.	VDMB, Know-how für Kundenberater – Teil 4	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 11.	VDMB, Augmented-Reality-Ergänzungen für Printprodukte	Ismaning	› www.vdmb.de
10. 11. – 12. 11.	VDM NW, Basiswissen BWL für Fach- und Führungskräfte	Hamburg	› www.vdmnw.de
11. 11.	Medieninstitut, Trendtagung Fach- und Spezialmedien	CH-Zürich	› www.medieninstitut.ch
11. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
12. 11.	VDMB, Reinzeichnung und Druckvorbereitung in Adobe InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 11.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
12. 11. – 13. 11.	VDM NW, Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
13. 11.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
16. 11.	cleverprinting, Freistellen – Die besten Strategien, Tipps und Tricks	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
16. 11.	VDM NW, Adobe Edge Animate – HTML5/CSS3-Animationen für das Web	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
16. 11.	VDM NW, Adobe Edge Animate – HTML5/CSS3-Animationen für Tablets	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
16. 11. – 17. 11.	VDMB, PDF-Bearbeitung mit PitStop	Ismaning	› www.vdmb.de
17. 11.	cleverprinting, Highend Bildretusche und highend digital Composing	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
17. 11.	VDMB, Die grüne Druckerei – Modernes Umweltmanagement	Ismaning	› www.vdmb.de
17. 11.	VDM NW, Mit Transparenz in den Kosten zielgerichtet zum Erfolg	Lünen	› www.vdmnw.de
17. 11. – 18. 11.	VDM NW, Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Lünen	› www.vdmnw.de
17. 11. – 18. 11.	VDM NW, HTML/CSS – Tags, Attribute und Selektoren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
18. 11.	VDMB, Neue Kunden gewinnen und sich gegen andere behaupten	Ismaning	› www.vdmb.de
18. 11.	VDMB, Buch- und Zeitschriftenproduktion in Adobe InDesign	Ismaning	› www.vdmb.de
18. 11.	cleverprinting, Next-Generation-Bildbearbeitung mit Raw-Daten	München	› www.cleverprinting.de
19. 11.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung für Grafik, Foto, Prepress	München	› www.cleverprinting.de
19. 11. – 20. 11.	VDM NW, Adobe InDesign – Workflows durch XML automatisieren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
19. 11. – 21. 11.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 5	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 11.	VDM NW, Mitarbeitergespräche führen – Reserven mobilisieren	Hamburg	› www.vdmnw.de
20. 11.	cleverprinting, Illustrator Expertentag: Fortgeschrittene Techniken für Adobe Illustrator	Hamburg	› www.cleverprinting.de
23. 11.	cleverprinting, Kompaktkurs PDF/X und CMM	Hannover	› www.cleverprinting.de
23. 11.	PEFC, PEFC-Chain-of-Custody-Forum	Nürnberg	› www.pefc.de
23. 11. – 24. 11.	VDM NW, Wordpress – Websites mit Content-Management	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 11. – 24. 11.	VDM NW, Adobe InDesign & ePub – Digitale Bücher mit dem ePub-Format	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
24. 11.	cleverprinting, Kompaktkurs PDF/X und CMM	Hannover	› www.cleverprinting.de
24. 11.	ZLV, Einstieg in die Folienverpackung für Lebensmittel	Kempten	› www.zlv.de
24. 11.	VDMB, Schwerpunkt Mobile Design: Response Layout	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 11. – 25. 11.	VDMB, Tablet-Publishing: E-Books mit InDesign erstellen	Ismaning	› www.vdmb.de
24. 11. – 25. 11.	VDM NW, Offsetdruck – Angewandtes Messen und Prüfen I	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
25. 11.	Hönle, Neue UV/UV-LED-Klebelösungen für die Industrie	Gräfelfing	› www.hoenle.de
25. 11.	VDM NW, 3D – Druckverfahren und Fertigungstechniken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
25. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hannover	› www.cleverprinting.de
26. 11.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Hannover	› www.cleverprinting.de
26. 11.	VDM NW, Adobe InDesign – Layout-Workflows automatisieren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
26. 11.	VDM NW, Bogenmontage – Kodak PREPS	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
27. 11.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Hannover	› www.cleverprinting.de
27. 11.	VDMB, Kompakt-Praxistraining: Mitarbeitergespräche souverän führen	Ismaning	› www.vdmb.de

10. Geburtstag

**JUBILÄUMS-EVENT
VON PDFX-READY**

Die Aktivitäten des Vereins PDFX-ready haben in den letzten Jahre wesentlich zur Verbesserung der Zuverlässigkeit von digitalen Druckvorlagen beigetragen. Damit ist die Schweiz heute weltweit führend im Einsatz von PDF/X.

Zum zehnten Geburtstag des Vereins findet am 19. November ab 17 Uhr an der Berufsschule für Gestaltung in Zürich ein Jubiläums-Anlass im Rahmen der Vortragsreihe «Treffpunkt Publishing» statt. Nach einem Rückblick auf die Entwicklung der letzten Jahre geht es hier vor allem um die neu eingeführte Version 2.3 der PDFX-ready-Spezifikationen, die auch die Verwendung von RGB-Bildern in digitalen Druckvorlagen erlaubt. Dies ermöglicht eine neue Zusammenarbeit zwischen Datenerzeuger und Druckerei. Auch die PDFX-ready Zertifizierungen werden in Zukunft den RGB-Workflow beinhalten. Der Anlass ist kostenlos und bietet Gelegenheit, sich rund um das Thema PDF/X up to date zu bringen.

› www.pdfx-ready.org

Heidelberg

**PRINECT
ANWENDERTAGE**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG stattet ihren Druck- und Medienworkflow Prinect in der Version 2016 mit neuen Funktionen aus, die Mediendienstleistern im Bereich Werbe- und Verpackungsdruck das Arbeiten erleichtern und ihre Abläufe schneller und profitabler machen. Wie schon in der Vergangenheit, haben auch dieses Jahr Prinect Anwender und Interessierte die Möglichkeit, die neue Prinect Version während der Prinect Anwendertage 2015 intensiv in Augenschein zu nehmen und neue Funktionen mit dem Prinect Entwicklungs- und Produktmanagement Team zu diskutieren. Die Prinect Anwendertage finden vom 20. bis 21. November in der Heidelberger Print Media Academy statt. In insgesamt 24 Workshops werden die Neuerungen erläutert, aber auch wichtige Industrietheemen wie zum Beispiel die neue ISO Norm diskutiert.

› prinect-anwendertage.org

The Future Magazine

**7. ZUKUNFTSFORUM
ZEITSCHRIFTEN**

Die Akademie der Deutschen Medien veranstaltet am 8. Dezember 2015 das Zukunftsforum Zeitschriften im Literaturhaus München. Top-Strategen aus Publikums-, Special Interest- und Fachverlagen sowie Experten aus Trendforschung und Digital Business, präsentieren Print-Neugründungen, Digitalpro-



dukte jenseits der klassischen Website und News-Apps sowie Paid-Content und Crowdfunding-Lösungen. Doch ob als Impulsgeber, Emotionsverstärker oder Relevanz-Garant – mit welchen Strategien und Relaunch-Konzepten stechen Zeitschriften aus der neuen Vielfalt heraus? Und: Von Paid-Content bis Crowdfunding – welche Geschäftsmodelle haben tatsächlich Erfolg?

› www.medien-akademie.de

Sechs Themenparks

**DRUPA INNOVATION
PARK 2016**

In wohl kaum einer anderen Messehalle wird die Innovationsdichte zur drupa 2016 so hoch sein, wie in Halle 7.0 – der Heimat des drupa innovation park. Rund 130 Aussteller präsentieren in sechs Themenparks ihre Innovationen rund um Workflowprozesse, Automatisierung und neueste Printtechnologien. Erstmals werden dort in einem speziellen Themenpark auch erfolgreiche Geschäfts- und Marketingkonzepte präsentiert. Damit bietet der dip den drupa-Besuchern den Vorteil, Innovationen und marktreife Anwendungen kreativer Printprodukte und Technologien in komprimierter Form zu sehen. Die Präsentationen, Panel-Diskussionen und Interviews auf der dip-Bühne sind die ideale Ergänzung zum Aussteller-Angebot.

› www.drupa.de

Roadshowtour

**VORTEILE DES NEUEN
STANDARDS FOGRA51**

Der RGF macht – gemeinsam mit seinem Consulting Team und seinen strategischen Industriepartnern Efl und Epson – auf den Nutzen und die Vorteile der neuen Standards Fogra51 und Fogra52 aufmerksam. Durch die stetigen und schleichenden Veränderungen im Druckprozess, ausgelöst durch neue Technologien, Farben und Medien und die dadurch veränderten und verbesserten Druckbedingungen, wurde es dringend notwendig, einen neuen Standard zu etablieren. Die neue Norm ist praxisnah; sie erleichtert das standardisierte Arbeiten im Druckprozess.

Das RGF Consulting Team geht mit kostenfreien Informationstunden und dem Angebot, anschließend Hintergrundseminare zu besuchen, auf Roadshow. Erster Termin ist der 26. November im Print Solution Center von Epson in Meerbusch bei Düsseldorf. Weitere Termine folgen 2016, unter anderem im Rahmen der bundesweiten Print Cocktail-Veranstaltungen.

› www.print-vision-day.de

› www.rgf.de

› www.fogra.org

«Wer aufhört zu werben,
um Geld zu sparen,
kann ebenso seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.»

Henry Ford



Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation bewiesenermaßen mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise. Fordern Sie unsere Mediaunterlagen an oder informieren Sie sich auf unserer Internetseite. www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

Modulare Gliederung

**GEPRÜFTER MEDIEN-
PRODUKTIONER/F:MP.**

Die vielfältigen technologischen Möglichkeiten und sehr unterschiedlichen Herausforderungen der unterschiedlichen Aspekte der Medienproduktion erfordern weitgehende Kompetenzen. Der f:mp. hat aus diesem Grund die modulare Gliederung der Fortbildungsmassnahme «Geprüfter



Medienproduktions/f:mp.» eingeführt, die neben den Grundlagen eine Brücke von «Online/Mobile/Digital» über «Druckveredelung» und «Digitaldruck» bis hin zur «Visuellen Kommunikation» schlägt. Nun hat der f:mp. den Print-Kurs diesem modularen Aufbau angepasst und auf die Fokushalte Print konzentriert. «Damit kommt der f:mp. den Anforderungen der Teilnehmer nach, die heute eine fokussierte, effiziente und kompakte Weiterbildung fordern», erklärt Gennaro Marfucci, Vorstandsmitglied für Aus- und Weiterbildung. «Die Weiterbildung ist mit dieser Umstrukturierung jetzt also ganz konsequent als Modulbaukasten aufgebaut.»

«Geprüfter Medienproduktions/f:mp.» – Schwerpunkt Print findet zukünftig lediglich an drei Wochenenden statt. Kurs-Start ist der 13. November. So reduziert sich der Aufwand für die Teilnehmer und gleichzeitig reduzieren sich natürlich auch die Kosten der Weiterbildungsmassnahme.

› www.f-mp.de

Volles Haus bei Kurz

**ZU GAST IM FÜRTH
STAMMHAUS**

Mehr als 50 Vertreter der Druck-, Verlags- und Grafikbranche trafen sich am 27. Oktober bei Leonhard Kurz in Fürth. Der Spezialist für dekorative und funktionale Beschichtungen hatte gemeinsam mit Ricoh zu einem Open House eingeladen.

Unter dem diesjährigen Motto «Qualität sichtbar machen» der Ricoh-Veranstaltungsreihe «Digitaldruck trifft» wurden aktuelle Entwicklungen und Möglichkeiten des Digitaldrucks und der Druckveredelung vorgestellt.

Im Kurz-Anwendungstechnikum erlebten die Gäste dann die Transfermaschine DM-Liner in Aktion. Hier wurde Digital-Metal-Folie auf Druckbogen übertragen, die mit Toner vorgedruckt waren. Auch von der Leistungsfähigkeit aktueller Heissprägetechnik konnte man sich live überzeugen. Hierzu wurden Kurz-Prägefolien in Hochgeschwindigkeit mit einer FSA 1060 Foil Commander von Gietz appliziert. Spannend war für die Besucher ebenfalls eine Vorführung des Inmold-Decoration-Prozesses, bei dem Kunststoffteile in einem Arbeitsgang spritzgegossen und dekoriert werden. Zusätzlich wurde die Heissprägetechnik für Kunststoffe anhand einer Kreditkarte gezeigt, die mit einem Sicherheitselement versehen wurde. Bei angeregten Fachgesprächen und einem Abendbuffet liess man die Veranstaltung ausklingen.

› www.kurz.de

INSIDE 3D PRINTING 2016

**LUFTFAHRT, AUTOMOBILBAU
UND WERKZEUGINDUSTRIE**

Statt giessen, spanen oder walzen einfach in Metall drucken! Die Inside 3D Printing, die wichtigste Fachkonferenz zum Thema 3D-Druck, findet im kommenden Jahr am 24. und 25. Februar auf dem Düsseldorfer Messegelände

schen Hilfsmitteln für den Arbeitsplatz oder die Pflege, lassen sich dank 3D-Druck individualisieren und personalisieren. Hierzu bieten wir spannende technische Vorträge und Anwendungsbeispiele.»



zusammen mit der Metav statt, der internationalen Messe für Technologien in der Metallbearbeitung. Die Inside 3D Printing bietet passend dazu einen vollständigen Konferenzstrang zu additiver Fertigung mit Metallen und Kunststoffkomponenten. Fokusbranchen der nächsten Ausgabe der Konferenz sind Luftfahrt, Automobilbau, Werkzeugindustrie und Medizintechnik. Durch die Kooperation mit der Metav will der Veranstalter Synergien für die Teilnehmer schaffen und die Besucherzahlen der begleitenden Ausstellung stark erhöhen.



Dr. Eric Klemp, Geschäftsführer des Direct Manufacturing Research Center (DMRC) der Universität Paderborn und Programmverantwortlicher der Konferenz, sagt: «In der Fabrik der Zukunft, in der die Welt viel stärker vernetzt sein wird als heute, wird Additive Manufacturing eine wichtige Fertigungsmethode sein. Sie wird eine heute undenkbar kleine Bauteile bringen. Auch «smarte» Produkte, von modischen Accessoires bis hin zu techni-

Die Inside 3D Printing wurde von den Veranstaltern Mecklermedia und Rising Media als Forum für den professionellen Austausch zu additive Fertigungsverfahren ins Leben gerufen und zog schon bei der Premiere im Jahr 2013 in New York über 3.000 Besucher an. Mittlerweile findet die Veranstaltung in neun verschiedenen Städten statt, darunter New York, Tokyo, Singapur, Santa Clara, Mumbai und Shanghai. Präsentiert werden jeweils neue Geschäftschancen aus Unternehmen und der aktuelle Forschungsstand der Technologie. Die Zusammenarbeit zwischen Inside 3D Printing und Metav für die deutsche Ausgabe hatten die Veranstalter im vergangenen November vereinbart. Alle Metav-Besucher werden Zugang zu der Ausstellung der Inside 3D Printing haben und profitieren zusätzlich von der neuen «Additive Manufacturing Area», einer Ausstellungsfläche samt Forum zu additiven Fertigungsverfahren, die ebenfalls Rising Media organisiert.

› <http://inside3dprinting.de>

DOXNET-Tag

**19. NOVEMBER 2015
IN MÜNCHEN**

Mit dem DOXNET-Tag am 19. November 2015 in München ermöglicht DOXNET – The Document X-perts Network e. V. – Mitgliedern und Interessierten, spezifische Themen zu diskutieren und sich weiterzubilden. In diesem Jahr steht die Veranstaltung unter dem Motto «Die Output Fabrik der Zukunft» mit dem aktuellen Thema Industrie 4.0.

Nach der Begrüssung durch Vorstandsvorsitzenden Peter Dehm wird DOXNET-Vorstand und Organisator des Tages, Robert Herele, die Einführung in den Themenkomplex übernehmen. Danach stellt Dipl.-Ing. Tobias Strölin (Competence Center Produktionsmanagement am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO) in seinem Vortrag «Industrie 4.0 und die Digitalisierung der Arbeitswelt» Visionen, Hintergründe und Erwartungen sowie mögliche Auswirkungen von Industrie 4.0 auf die Produktion vor.

Nach der Mittagspause zeigen Anwender praxisnahe Ansätze von Industrie 4.0. Im Anschluss daran beleuchtet Dr. Stefan Gerlach (Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO) in seinem Vortrag «Zeitgemässe Führung am Beispiel des Forschungsprojekts KapaflexCy» die Auswirkungen von Industrie 4.0 auf Arbeit, Flexibilität sowie auf die Rolle des Menschen.

In der anschliessenden Podiumsdiskussion wird darüber gesprochen, wie sich die Teilnehmer auf die vorgestellten Entwicklungen vorbereiten können.

› www.doxnet.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

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

Telefon +41 44 380 53 03

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 · 8001 zürich · www.stefitalman.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

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

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



Publikation2015
FOKUSST
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

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

IMPRESSUM

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

© by Druckmarkt 2015
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (verbreitete Auflage: 2'473, WEMF begläubigt 11/2014).
Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 75,00 CHF).

Verlag und Herausgeber

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

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalman@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

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

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

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



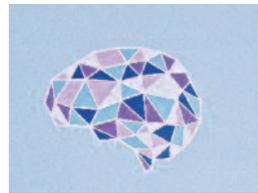
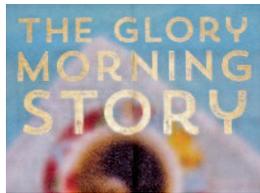
LUST AUF PRINT



Drucken hat neue Dimensionen erreicht. Print ist

multidimensional und multimedial. Gedrucktes ist so ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber für Kommunikation und eine feste Grösse im Medienmix.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: eingereichte Arbeiten zum Swiss Print Award 2015.



› Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2016» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings etc. Vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten. POS-Drucksachen wie Etiketten, Verpackungen, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.

› Die Arbeiten müssen im Jahr 2015 bis Einsendeschluss am **31. Januar 2016** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

› Teilnahmberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Händler, Hersteller, Industrie- und Handwerksbetriebe mit ihren oder von ihnen erstellten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

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

› Mehr über den Swiss Print Award und die Wettbewerbsbedingungen auf

www.swiss-print-award.ch

