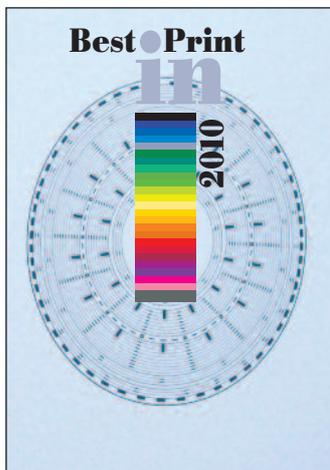


Der 9. Druckmarkt-Award «Best in Print» ist entschieden. Einmal mehr haben Schweizer Drucker und Agenturen ihre Drucksachen in Sachen Eigenwerbung eingesendet, die Lust auf das Medium Druck machen sollen. Und dies ist wieder einmal gelungen mit außergewöhnlichen Kreationen, fantastischer Drucktechnik und traumhaften Umsetzungen. Die Arbeiten der Gewinner und andere mehr als nennenswerte Projekte stellen wir ab [Seite 54](#) vor. So viel sei an dieser Stelle schon verraten: Die Vielfalt und Qualität der eingereichten Arbeiten hat ein Niveau, das sich auch auf internationalem Parkett durchaus sehen lassen könnte.



In den vergangenen drei Monaten besuchten über 700 Kunden aus aller Welt die Print Media Center in Heidelberg und Wiesloch-Walldorf, um sich über die Themen Chancen im Kleinformat, Innovationen im industriellen Verpackungsdruck,



Das Logo hat sich schon seit Jahren geändert, auch wenn es noch immer Bestandteil der Unternehmenskultur ist: Jetzt hat sich auch Agfa Graphics in der Schweiz mit der Übernahme der Koller AG einer «Verjüngungskur» unterworfen und ein völlig neues Kapitel ausgeschlagen. Mehr dazu auf [Seite 10](#).



Als Start-Ziel-Sieg bezeichnet manroland die Informationstage unter dem Motto «Sheetfed Summit», die vom 16. bis 20. Mai 2011 mehr als 1.500 Teilnehmer nach Offenbach lockten. Die Besucher konnten bei einem Rundkurs über den Sheetfed Summit bei informativen Boxenstopp Spannedes über neue Maschinen, Technologien und Anwendungen erfahren. Das Fazit von manroland: Jeder Kunde durfte sich am Ende der Rennstrecke als Sieger fühlen.

Veredelungsmöglichkeiten mit Saphira-Verbrauchsmaterialien und über neue Lackanwendungen in der Wendetechnologie zu informieren. Aufgrund der guten Resonanz soll die Veranstaltungsreihe fortgeführt werden.



In der Schweiz hat der Wald in den vergangenen 150 Jahren um 30% bis 50% zugenommen. Und in ganz



Europa wuchs die Waldfläche seit dem Jahr 2000 um 0,36%. Doch das ist nach Aussagen von Nathaly Kratzer, der CSR-Verantwortlichen bei Antalis, erst ein kleiner Schritt zu mehr Verantwortung in Sachen Umwelt und Nachhaltigkeit. Es müsse noch weit mehr geschehen. Mehr dazu auf [Seite 44](#).



Für Faltschachteldrucker und ihre Auftraggeber schien das Veranstaltungsmotto «Performance is the key» geradezu als Magnet gewirkt zu haben. Etwa 300 Besucher aus 16 Ländern kamen zu KBA nach Radebeul, um sich über die verfahrens- und verarbeitungstechnischen Neuheiten bei der Faltschachtelproduktion zu informieren. Mehr dazu auf [Seite 30](#).



Demos, Erfahrungsberichte aus der Praxis sowie angeregte Diskussionen zwischen Anwendern, Interessenten und Kodak machten das Kodak «InSite Podium» Anfang Mai in Frankfurt am Main zu einer abwechslungsreichen Veranstaltung, die sich für die gut 60 Teilnehmer gelohnt hat. Mehr dazu auf [Seite 20](#).

Auf dem Weg vom Steindruck zum Hightech-Offset hat sich die Drucktechnik weit von Senefelders Erfindung entfernt – ebenso auch von der ersten ROLAND des Jahres 1911. 100 Jahre sind inzwischen vergangen, seit die erste Druckmaschine mit dem Typennamen ROLAND das Herstellerunternehmen in Offenbach verliess.

Soeben ist das «Marketing-Glossar» des Druckmarkts erschienen. Es beschäftigt sich mit den Märkten, den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht allei-



ne theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das «Marketing-Glossar» an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum

Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt und täglicher Begleiter sein sollte.

drupa report Nr. 3

## PRINT IN SEINER SCHÖNSTEN FORM

Die aktuelle Ausgabe des mehrfach preisgekrönten drupa reports ist erschienen: In einer Auflage von 13.000 Stück richtet sich das offizielle Medium der drupa an die weltweiten Entscheidungsträger, Multiplikatoren, Aussteller und Fachjournalisten der Branche. Das hochwertige Printmagazin greift aktuelle Themen auf, reflektiert das



Geschehen auf internationalen Märkten und informiert über das Neuste rund um die «print media messe drupa», die vom 3. bis 16. Mai 2012 stattfindet. Schwerpunktthema des drupa report Nr. 3 ist Papier – sowohl inhaltlich als auch in der produktionstechnischen Umsetzung. So kommen sieben unterschiedliche Papiersorten der Papier Union zum Einsatz: haptisch besonders einprägsame Papiere wie Dolce Vita oder Rives Sensation gloss shetland, Cromatico-Transparentpapier und Papiere mit unterschiedlichen Grammaturen und Oberflächen wie Galaxi Keramik oder The Tube. Auch das Format wechselt auf den 62 Seiten mehrfach: von DIN A4, über Ausklapper bis zum Altarfalz in der Mitte des Magazins. So kommt Papier in seinen Facetten, seiner Hap-

tik und seinen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten in der Printkommunikation eindrucksvoll zur Wirkung. Hochwertige Veredelungen wie Laserstanzungen auf der Titelseite, Heissfolienkaschierungen und Duftdruck machen den drupa report zu einem werthaltigen Stück Print. Einen Vorgeschmack auf die drupa-city Düsseldorf gibt die Reportage über den Düsseldorfer Gewürzladen in der Mertensgasse. Dort wird der typische Düsseldorfer Senf angeboten, ein ganz besonderes – und dazu noch schmackhaftes – Souvenir, das bereits im 18. Jahrhundert weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt und beliebt war. Der «echte Mostert» begeistert Touristen, Messegäste und Einheimische heute gleichermaßen. Dabei ist auch das Düsseldorfer Senf- und Gewürzhaus im Herzen der Altstadt eine echte Attraktion – und selbst dann einen Besuch wert, wenn man nur einmal hereinschnuppern möchte. Da lag es auf der Hand, diese Text- und Foto-Reportage mit Duftdruck in den Noten Zimt, Kardamon und Curry anzureichern.

Der drupa report ist auch eine Geburtstagsausgabe: Denn schliesslich feiert die drupa am 26. Mai ihren 60. Geburtstag. Auf einer Doppelseite lassen sich die wichtigsten Meilensteine von 1951 bis heute noch einmal verfolgen: von der Premiere auf dem alten Messegelände in der Stadt, über den Umzug ins neue Messegelände bis hin zum neuen Erscheinungsbild mit der Millenniumsdrupa 2000 und dem Ausblick auf die anstehende 15. drupa im Mai 2012.

➤ [www.drupa.com](http://www.drupa.com)

# Wasser.

## Zu lebenswichtig, um es zu verschwenden.



Wasser ist die Quelle unseres Lebens. Der Mensch braucht täglich zwei Liter dieses kostbaren Gutes zum Überleben. Während Millionen Menschen nicht über ausreichend Wasser verfügen, werden unter anderem bei der Entwicklung herkömmlicher CtP-Platten immer noch etwa fünf Liter pro Quadratmeter vergeudet.

Inzwischen sparen jedoch mehr als 2.500 Anwender durch den Einsatz der chemiefreien :Azura-Druckplatten viele Millionen Liter unserer wertvollsten Ressource.

Durch die neuen :Azura-Platten können nun die Vorteile mit allen Belichtungstechnologien genutzt werden – Thermo und Violett. Und durch die höhere Geschwindigkeit und den starken Bildkontrast steigert :Azura gleichermaßen Effizienz und Qualität.

So steigern Sie den Erfolg Ihres Unternehmens und schützen gleichzeitig die Quelle unseres Lebens.

**:Azura. Der Standard für chemiefreie Druckplatten.**

**AGFA** 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Germany GmbH & Co. KG  
Paul-Thomas-Straße 58  
40599 Düsseldorf  
[www.agfagraphics.de](http://www.agfagraphics.de)