



HEIDELBERGER HERBST-OPENHOUSE Vom 12. bis 14. Oktober 2006 fand unter dem Motto »Heidelberg verbindet. Erfolg mit einem starken Partner.« die Auftaktveranstaltung der traditionellen Herbst-Open-Houses erstmals in Heidelberg statt. Mehr als 1.500 Besucher informierten sich über das Lösungsangebot. Neben Maschinentechologie richtete sich der Fokus insbesondere auf die Themen Vernetzung und Veredelung. Anhand praxisbezogener Präsentationen beispielsweise mit dem Workflow-System Prinect Integration System sowie Maschinenvorfürungen und anspruchsvollen Anwendungen wurde gezeigt, welche Möglichkeiten die aktuelle Technik bietet. Wir werden in der nächsten Ausgabe berichten. www.heidelberg.com



HINTER DEN ERWARTUNGEN aber deutlich über Null sieht sich der Papiergroßhändler Schneidersöhne. Rainer Köster (links), bei der Muttergesellschaft Papyrus für Schneidersöhne zuständig, ist jedoch zuversichtlich und rechnet nach gut fünf mageren Jahren mit einer Besserung. Zwar liegt der Umsatz nach neun Monaten des laufenden Jahres um 0,8% unter dem Vorjahr, doch der Absatz ist gestiegen. Damit, so Schneidersöhne-Geschäftsführer Robert Matzke (rechts neben Geschäftsführer Boris Borensztein), habe der Papierhändler ein Margenproblem, das man jedoch durch Maßnahmen wie Preiserhöhungen in den Griff bekommen könne. »Denn handelt es sich noch immer um ein gesundes Unternehmen.« (Weitere Details im nächsten Heft.) www.schneidersoehne.com



CANON CONCERTO Im Rahmen seines Fachkongresses präsentierte Canon am 18. und 19. Oktober in Berlin neue Technologien und Produkte für Büroanwendungen und den professionellen Produktionseinsatz. Insgesamt kamen knapp 2.500 geladene Gäste zu der hausinternen Messe. Hauptthemen der Veranstaltung bildeten das Segment Professional Printing und die neue, europaweite Strategie »Canon ist Farbe«, mit der das Unternehmen eine weltweite Spitzenposition bei Farbdrucksystemen für den Produktionseinsatz und Büroanwendungen anstrebt. Ebenso Thema war das Solution Business, in dem Canon seine Position im Bereich Dokumentenmanagement durch Software und Services ausbauen will. (Unser ausführlicher Bericht in Heft 45.) www.canon.de



WASSERLOSER ZEITUNGSDRUCK Kernidee des KBA-Cortina-Konzepts ist, die Anzahl der Einflussparameter auf das Druckergebnis zu reduzieren und den Produktionsablauf durchgängig zu standardisieren. Entsprechend wird im Rahmen eines integrierten Workflows (der CtP-Anlagen und übergeordnete AV-Systeme in die KBA-Leitstände beinhaltet) die Druckqualität gleich zu Beginn der Prozesskette in der Vorstufe definiert. Mit den zonenschraubenlosen Farbwerken und der Eliminierung der besonders schwer zu kontrollierenden Störgröße Feuchtwasser erreicht die Cortina ein konstantes, qualitativ hochwertiges Druckresultat. In unserer nächsten Ausgabe beschäftigen wir uns mit dem Konzept und den praktischen Erfahrungen der Cortina-Anwender. www.kba-print.de

SCHWERPUNKT VERPACKUNG Neben zahlreichen Nachrichten, Hintergrund-Informationen und Praxisberichten wird die Verpackung Schwerpunkt der nächsten Druckmarkt-Ausgabe sein, die im Dezember 2006 erscheint.

Zwischenzeitlich werden auf unserer Internet-Seite alle relevanten und aktuellen Informationen aus der Branche veröffentlicht und nahezu täglich aktualisiert. www.druckmarkt.de

Alle wichtigen Termine und Events
in chronologischer Reihenfolge:
www.druckmarkt.com

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Print- und Medienindustrie und Marktführer durch Prepress, Print und Publishing. Druckmarkt erscheint 6 mal pro Jahr (alle zwei Monate). Eine dieser Ausgaben erscheint als Markt- und Einkaufsführer »Druckmarkt Investitionskompass«.

Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit wird von der Redaktion keine Gewähr übernommen.

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

Heft-Einzelverkauf:
12,00 € plus Versandkosten.

Investitionskompass:
17,50 € plus Versandkosten.

Redaktion und Anzeigen:

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredakteur, Herausgeber)
e-Mail:
nico@druckmarkt.com

Petra Nicolay
(Redaktion Marktübersichten)
e-Mail:
petra@druckmarkt.com

Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
e-Mail:
info@druckmarkt.com

Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke
(Chefredakteur)
Hasselstraße 182
D-42651 Solingen
Telefon: 02 12 - 25 40 110
Telefax: 02 12 - 5 60 65
e-Mail:
wenke@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

© by Druckmarkt 2006

Druckmarkt ist eine Zeitschrift
der
arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

