



Letter of Intent MAN ROLAND TRITT INITIATIVE BEI

Am 28. Januar 2008 ist MAN Roland der Brancheninitiative zur Standardisierung von UV- und Hybridanwendungen beigetreten. Der Druckmaschinenhersteller wird fortan Entwicklungen im Bereich UV/Hybrid fördern und sein UV-Wissen in die Initiative einbringen, um die Weiterentwicklung der Standardisierung und die Optimierung von Hilfs- und Betriebsmitteln zu unterstützen. Bestätigt wird der Beitritt durch den »Letter of Intent«, der gemeinsamen Absichtserklärung von MAN Roland, Heidelberg und KBA. www.man-roland.de

Ryobi im Mittelformat NEUE MASCHINE ZUR DRUPA

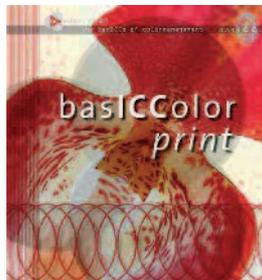
Der japanische Druckmaschinenhersteller Ryobi wird auf der drupa erstmals eine Bogenoffsetmaschine im Format 70 x 100 zeigen. Die Ryobi 1050 (max. Druckformat 77 x 105 cm) wird in einer Konfiguration mit fünf Druckwerken zu sehen sein. Derzeit erreicht die 1050 eine Geschwindigkeit von 16.000 Bogen/h, soll aber später 18.000 Bogen/h erreichen. Verfügbar ist die Maschine Herstellerangaben zufolge ab Mitte 2009. Ebenfalls gezeigt wird ein kombiniertes Inline-UV-Präge- und Foliensystem. Innovativ zeigt sich das Unternehmen auch mit einer A3-Überformat-Maschine (Ryobi 525GX), in der erstmals ein LED-UV-Trockner eingebaut wurde. Ryobi zufolge kann so der Energieverbrauch für die Trockereinheit um bis zu 80% reduziert werden. Außerdem würden LEDs 10x länger halten als konventionelle UV-Lampen. www.ryobi.de

Kooperation MVD PRINT-PARTNER-NETZWERK

Das MVD Print-Partner-Netzwerk hat zehn neue Partner qualifiziert. Es handelt sich unter anderem um Bauer & Malsch in Schmalkalden, Druckhaus Späth in Baden-Baden, Rieco Group in Grustadt und Stober in Eggenstein. MVD wurde 2005 ins Leben gerufen und entstand aus einer Einkaufsgemeinschaft, die die Beratungsfirma Paper-Consulting in Saarbrücken initiiert hatte. Die Partner sind eigenständige und innovationsstarke Unternehmen mit 10 bis 80 Mitarbeitern, die ihren Einkauf optimieren und im Vertrieb durch Kapazitätsoptimierung, gemeinsame Marketingaktivitäten sowie Kollegennetzwerken kooperieren. Nachdem nunmehr rund 30 Partner dem bisher vorwiegend in Süddeutschland agierenden Cluster angehören, wird anlässlich des Anfang April stattfindenden halbjährlichen Netzwerktreffens ein weiteres Cluster im Norden und Osten gebildet. Bewerben können sich inhabergeführte Druckunternehmen, die nach anerkannten Qualitätsprozessen produzieren. www.mvd-online.net

Kastner & Callway INVESTOR ÜBERNIMMT

Für den seit August 2007 insolventen Druckereibetrieb Kastner & Callway gibt es nach Angaben des Insolvenzverwalters Dr. Michael Jaffé wieder eine Zukunftsperspektive. Es sei ein Investor gefunden worden, der den Bestand des Betriebes am Standort Forstinning und der rund 50 Arbeitsplätze gewährleisten. Ab April werde eine neue Gesellschaft unter dem Namen »Kastner & Callway Medien GmbH« den Betrieb fortführen. www.kastner-callway.de



basicColor PROFILIERUNG FÜR DRUCKSYSTEME

Die basicColor GmbH, Anbieter von Kalibrations-, Profilierungs- und Workflow-Lösungen, stellt »basicColor print V3.0« vor, mit der ICC-Profile für Drucksysteme aller Art erstellt werden können: dies können Laser- oder Tintenstrahldrucker, Belichter oder Druckmaschinen sein. Selbst Druckverfahren wie Flexo- oder Tampondruck lassen sich mit »basicColor print« profilieren. Tonwerte können gezielt begrenzt werden, wo sie bisher unkontrolliert abgerissen sind und ein unruhiges Druckbild erzeugt haben, meldet das Unternehmen. Drucktechnische Parameter wie UCR oder GCR lassen sich danach gezielt und genau einstellen und kontrollieren. Auch das Gamut Mapping im perceptiven Rendering Intent sei erstmals in einem Profilierungsprogramm flexibel gestaltet. Die Farbraumkompression des perceptiven Rendering Intent könne stufenlos eingestellt werden. Der Anwender sei nicht weiter auf eine einzige Voreinstellung des Herstellers angewiesen. Damit würden Ergebnisse erzielt, die bisher nur Operatoren von High-End-Trommelscannern mit jahrelanger Erfahrung erreicht hätten. www.basiccolor.de



Druckfrisch UPM FINESSE WORKBOOK IM DUPLEX

UPM hat ein neues Printing and Paper Workbook für seine UPM Finesse Bilderdruckpapiere herausgebracht: Die praxisorientierte Entscheidungshilfe zur Papierauswahl zeigt die Wirkung von Duplex-Effekten auf vier verschiedenen Papieroberflächen und zwei Grammaturen. Die Duplex-Edition ist die zweite Ausgabe der Workbooks, mit denen sich die Wirkung von Druck- und Veredelungstechniken auf verschiedenen Papieroberflächen und Grammaturstärken vergleichen lässt. Auf acht Foldern kann der Betrachter die Effekte des Duplex-Drucks beurteilen und die Wirkung eines Bildmotivs in Schwarzweiß, 4c und verschiedenen 2c-Duplex-Reproduktionen vergleichen. Das Ganze findet statt auf den vier Papieroberflächen gloss, premium silk, silk und matt und den zwei Grammaturen 135 und 170 g/m² des UPM Finesse Papiersortiments. »Die Kollektion verdeutlicht den Einfluss der Papierwahl auf das Endergebnis«, erklärt Anke Böckmann, Brand Manager für grafische Papiere bei UPM. Bei Duplex handelt es sich um eine alte Druckkunst, bei der Schwarzweiß-Bilder mit einer zusätzlichen Farbe gedruckt werden, und ist nach wie vor eine effektive Technik, um Bilder aufzuwerten und sie von der Vierfarb-Bilderflut abzuheben, so Böckmann: »Schwarzweiß-Motive gewinnen durch Duplex an Tiefe und Plastizität und es entsteht eine Bildsprache aus einem Guss.« upm.finesse@upm-kymmene.com



M-real ERWEITERTES GALERIE-SORTIMENT

M-Real hat das Galerie-Sortiment gestrichener Papiere für den Rollenoffset um Galerie Silk erweitert, die sich vor allem durch eine hohe Steifigkeit und hohes Volumen auszeichnen soll. Das Papier verfügt über eine gute Opazität, eine glatte, seidenmatte Oberfläche und bietet einen starken Kontrast, der für eine gute Lesbarkeit sorgt und Bilder hervorhebt. Aufgrund des Volumens und der Opazität erlaube Galerie Silk eine Grammaturreduzierung ohne Einbußen der optischen und haptischen Eigenschaften, so M-real. Das Papier ist in Grammaturen von 65 g/m² bis 90 g/m² erhältlich. www.m-real.com



Novosti, Belgrad AUFLAGENPLUS MIT MEMOSTICK

Novosti, Serbiens größte Zeitung, nutzt die Direktwerbung mit MemoStick mit großem Erfolg. Im September 2007 startete das Verlagsunternehmen seine erste MemoStick-Kampagne mit Rubbellosen und steigerte die Auflage innerhalb Wochenfrist von 180.000 auf 260.000 Exemplare täglich. Das Konzept sieht wöchentliche, monatliche und dreimonatliche Preisvergaben vor, mit steigendem Wert der jeweils zu gewinnenden Preise. Als Hauptgewinne stehen Automobile auf der Preisliste. Finanziert wird das Projekt mit den rasant steigenden Verkaufszahlen der Zeitung und den damit einhergehenden wachsenden Inserateinnahmen. Die Memo-Stick-Aktion wurde mit einem geschickten Marketing angekündigt und löste einen wahren Sturm auf die Verkaufsstellen aus.

Novosti wird neben anderen Zeitungen im Druckzentrum Borba in Belgrad auf Versandraumtechnik von Ferag produziert. Über zwei an eine Falzauslage angeschlossene Einstecktrommeln werden die Auflagen online verarbeitet. Das Beilagenvolumen verzeichnet stark steigende Tendenz.

➤ www.ferag.ch



Hubertus Wesseler GmbH VAN-SON-FARBEN IM ANGEBOT

Wesseler erweitert ihr Produktportfolio mit Prozess- und Schmuckdruckfarben der Royal Dutch Printing Ink Factories Van Son. Aus der Palette an hoch pigmentierten Farbserien sind nach Aussagen von Wesseler zwei Farbskalen besonders hervorzuheben: Die für den Prozess-Standard Offsetdruck entwickelte Skalenserie Perfect Fastprint Intense sowie die neue Quickson-Pro-Prozessfarbserie.

Perfect Fastprint Intense ist eine kastenstabile, hoch pigmentierte Farbserie für hohe Qualitätsanforderungen bei guter Trocknung in Verbindung mit hoher Scheuerfestigkeit. Die Quickson Pro bietet eine stabile Farb-Wasser-Balance für ein gleichbleibend hohes Qualitätsniveau. Die Farbserie ist aus nachwachsenden Rohstoffen mit einem geringen Anteil an Mineralölen hergestellt und entspricht ebenfalls den Richtlinien der DIN 12647/2-7 und des PSO Standards. Beide Serien wurden auf der Komori Lithrone LS 529+LW und auf Offsetdruckmaschinen anderer Hersteller getestet.

➤ www.wesseler.com



MB Bäuerle FALZEN VON PACKUNGSBEILAGEN

Der Falzmaschinenhersteller MB Bäuerle zeigt auf der Interpack das computergesteuerte Falzmodul CAS 21/4 NET zur Herstellung von Beipackzetteln. Das Falzmodul ist zum Einbau in Kartonier- und Verpackungsmaschinen sowie als Solo-Falzsystem erhältlich.

Vier Automatikfalztaschen mit integrierten Bogenweiche ermöglichen Kleinfalzen bis zu einer Falzlänge von 16 mm. 16 Falzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar, alle anderen können frei programmiert werden. Die Einstellung der Falzwalzen ist automatisiert.

Optional kann der Falzer mit Rilleinrichtungen und Aussteuerweiche ausgestattet werden. Ein Interface ermöglicht die Integration in eine Verpackungsmaschine.

Für die Produktion von Bedienungsanleitungen und Gebrauchsinformationen in einem separaten Arbeitsschritt zeigt MB Bäuerle den Prospektfalzer CAS 21/4 NET als Offlinelösung. Das Falzmodul wird hierfür mit einer Bogenpresse und einem Etikettierer kombiniert, der die gefalzten Beipackzettel verschließt, bevor diese in der Stehendbogenauslage SKM 36 ausgelegt werden.

➤ www.mb-bauerle.de

KURZ&BÜNDIG&KNAPP&KURZ&BÜNDIG&KNAPP&KURZ

QUARK integriert das neue Farbspezifikationssystem **PANTONE** Goe in QuarkXPress 7. Das neue Farbsystem werde in der Farbbibliothek innerhalb von QuarkXPress 7 zur Auswahl angeboten. • Nachdem vor wenigen Wochen eine im wasserlosen Offsetverfahren produzierende KBA Cortina mit Heißlufttrockner bei **ELBO AVISTRYK** im dänischen Fredericia angelaufen ist, hat das Medienhaus **MORSØ FOLKEBLAD** in Nykøbing Mors bei **KOENIG & BAUER** die zweite Heatset-Cortina für den Druck von Coldset-Zeitungen und Heatset-Semicommercials in Dänemark in Auftrag gegeben. Die beiden Unternehmen wollen künftig enger zusammenarbeiten. Die Cortina soll Anfang 2009 die Produktion aufnehmen. • **FLINT GROUP** kündigte Preiserhöhungen für fotopolymere Druckplatten zum 1. Mai an. Die Preiserhöhung betrifft alle nyloflex- und nyloprint-Druckplatten sowie Auswaschmittel. Je nach Produkt wird die Preiserhöhung zwischen 4% und 6% betragen. • Die **EDELMANN** Gruppe hat eine neue Prägemaschine von **STEUER** in Betrieb genommen, die eine Kapazitätserweiterung für die Geschäftsfelder Haarcoloration und Zigarette darstellt. Damit ist Edelmann in der Lage, noch flexibler auf Liefertermine zu reagieren. • **MÜLLER MARTINI** Buchtechnologie hat seine Leseband-Einlegemaschine weiterentwickelt und die Steuerung der Ribbon an den Stand anderer Maschinen angepasst. Die Leseband-Einlegemaschine wird seit August 2007 bei **EBNER & SPIEGEL** in Ulm eingesetzt. • **ANTALIS**, 100%-ige Tochter von Sequana Capital, hat den Erwerb der Map Merchant Group, dem Papiergroßhändler von **M-REAL**, abgeschlossen. Der Kaufpreis betrug 382 Mio. €. Antalis wird damit nach eigenen Angaben zum größten Papiergroßhändler in Europa. • Zum 1. April kündigte **DUPONT** Packaging Graphics eine Preissteigerung bis zu 6% für die Druckplatten der Cyrel-Serie an. Grund dafür seien die gestiegenen Preise von Ausgangsmaterialien, für deren Produktion Öl benötigt wird. • **GRUPO ZETA**, die unter anderem die Tageszeitung El Periódico herausgibt, setzt mit MemoFlag auf das Konzept »Front Page Publicity«. Noch in diesem Jahr werden bei Gráficas de Prensa Diaria, dem Druckzentrum der Gruppe in Barcelona, die fünf Einsteck- und Verarbeitungslinien von **FERAG** mit je einem MemoFlag-Applikationsmodul ausgerüstet. • **APPLE** hat mit Xsan 2 das erste große Upgrade des Storage Area Network (SAN) File Systems für Mac OS X vorgestellt. • Für die neue Océ VarioStream 8000 ist **OCÉ** jetzt mit dem renommierten iF Product Design Award ausgezeichnet worden. Es ist bereits die zweite Auszeichnung für innovative Océ Produktgestaltung in Folge: Erst im vergangenen Jahr wurde die Océ TDS700 mit dem Design Award in Gold prämiert. • **PLANATOL** hat bis Februar dieses Jahres freiwillig alle Klebstoff-Rezepturen aus dem Programm genommen, die den Weichmacher Di-isobutylphthalat (DIBP) enthalten haben. Damit setzt der Hersteller eine Verpflichtung um, die er mit anderen im Sommer 2007 gegenüber dem Umweltbundesamt und dem Bundesamt für Risikobewertung getroffen hat. • Auf dem Werksgelände von **UPM** im finnischen Lappeenranta entsteht derzeit ein Bio-brennstoff-Kraftwerk, das im Frühjahr 2010 in Betrieb gehen soll.



Steinbeis Temming Papier HÖHERER WEISSGRAD

Steinbeis Temming Papier, Hersteller von Recyclingpapieren, bietet seit Januar 2008 die Marke »classic white« mit einem Weißgrad ISO 70 an. Der Einsatz modernster Technologie in der Altpapieraufbereitung versetzt Steinbeis Temming in die Lage, den Mindeststandard im unteren Weißgradbereich anzuheben. »classic white«, bisher mit Weißgrad ISO 60, erfährt eine qualitative Aufwertung zu einem vergleichbaren Preis. Daneben bietet Steinbeis Temming weiterhin die Marken »trend white« (ISO 80) und »pure white« (ISO 90) an, »bright white« wird vom Markt genommen. www.stp.de

M-real FREIWILLIGES UMWELTMANAGEMENT

M-reals finnische Papierfabrik Kirkniemi, in der gestrichene Papiere hergestellt werden, hat das EMAS-Umweltmanagement-Zertifikat (Eco-Management and Audit Scheme) erhalten, das die Papierfabrik und das Kraftwerk umfasst. EMAS ist ein freiwilliges Managementsystem, das den Einfluss der Aktivitäten auf die Umwelt untersucht. www.m-real.com

Quark-Strategie: DYNAMIC-PUBLISHING

Quark will seine Kernkompetenzen in den Bereichen Desktop Publishing, serverbasierte Lösungen und Workflowsysteme für Arbeitsgruppen bündelt und eine Unternehmenslösung für den sich entwickelnden Dynamic-Publishing-Markt schaffen. Der Hersteller nennt die entsprechende Plattform Quark Dynamic Publishing Solution (DPS). Das Enterprise-Publishing kombiniert flexibles Design mit automatisierter Ausgabe und ermöglicht damit, professionell gestaltete und auf den einzelnen Kunden maßgeschneiderte Kommunikationsmittel für alle bedeutenden Medienformate zu erstellen, darunter Print- und Webmedien sowie mobile Geräte, so der Hersteller. Quark sieht in der Neu-positionierung und im Dynamic Publishing die nächste Revolution im Publishing. euro.quark.com/de



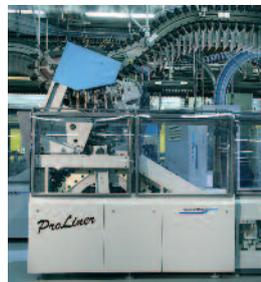
Gmund Galapagos: SECHS MONATE VERFÜGBAR

Seit Februar 2008 stellt Gmund alle sechs Monate eine zeitlich limitierte Halbjahres-Kollektion vor. Die Aktion startete mit der Serie »Galapagos«, wobei die Struktur des Papiers die »wilde Natürlichkeit« unterstreichen soll. Galapagos ist FSC-zertifiziert und verhindert das Eindringen flüssiger und fettiger Substanzen ins Papier. Der Vertrieb der Edition erfolgt exklusiv über Igepa Deutschland. Galapagos gibt es in White (310 g/m²), Yellow (300 g/m²), Pink (310 g/m²) und Brown (300 g/m²). Andere Flächengewichte auf Anfrage. www.gmund.com www.igepagroup.de



Winkler + Dünnebier HEIDELBERG WURDE VERTRIEBSPARTNER

Im Januar 2008 hat Heidelberg die Universal-Palettiersysteme der Winkler+Dünnebier AG (W+D, Neuwied) in das Produktportfolio aufgenommen und wird diese auf internationaler Ebene in der Faltschachtel- und Druckindustrie exklusiv vertreiben. Die Palettieranlagen werden weiterhin unter dem Markennamen Winkler+Dünnebier verkauft. Zielgruppen für die Palettiersysteme sind in erster Linie Verpackungskunden. Die Universal-Palettierer lassen sich auf kundenspezifische Bedürfnisse anpassen. Je nach Bedarf sind Ausführungen als Einplatz- oder Mehrplatzanlagen möglich. Vorteile der Palettierer von W+D sind beispielsweise die Flexibilität für zusätzliche Funktionen wie Auflegen von Zwischenlagen und Folie oder das Anlegen von Palettentfahnen, hohe Prozesssicherheit, optimale Produktzuführtechnik sowie eine vollautomatische Formatumstellung. www.heidelberg.com www.w-d.de



Müller Martini EINSTECKSYSTEM FÜR MAIN-ECHO

Vertragsunterzeichnung zwischen dem Verlag Main-Echo und Müller Martini Versandsysteme AG (von links): Reinhold Achtner (Müller Martini), Ulrich Eymann (Druckhaus Main-Echo), Reinhard Golembiewski (Druckhaus Main-Echo) und Dr. Wilhelm Neubauer (Müller Martini).



Das zukünftige Versandraumsystem ermöglicht dem Druckhaus Main-Echo die effiziente Produktion von Zeitungen mit bis zu neun eingesteckten Vorprodukten und Beilagen. Mit zusätzlicher, automatischer Voreinsteckproduktion können den Lesern über die ProLiner-Linie bis zu 18 Einsteckprodukte geliefert werden. Durch die Vernetzung aller Prozesse mit dem Leitsystem MPC wird die wirtschaftliche Herstellung vieler Zonen und komplexer Paketstrukturen möglich gemacht. Ändern sich die Marktbedingungen, kann das modular aufgebaute System später leicht den neuen Erfordernissen angepasst werden. www.mullermartini.com



Papier Union KUNDEN KÖNNEN SICH DAS PAPIER ZANDERS ZETA JETZT MIT INDIVIDUELLEM WASSERZEICHEN HERSTELLEN LASSEN.

Zur Auswahl stehen fünf Oberflächen – matt, mikro, Hammer, Leinen, gerippt – in 100 g/m² jeweils in den Färbungen brillant und weiß. Ab einer Mindest-Abnahme von 2.000 Blatt DIN A4 oder 500 Bogen 45 cm x 64 cm sind die Wasserzeichen möglich. Umgesetzt werden können Logos, Initialen und grafische Motive. Innerhalb von zwei Arbeitstagen erhält der Kunde einen Bogen mit dem Wasserzeichen zur Genehmigung. Etwa drei Wochen nach der Freigabe steht das persönliche Papier zur Verfügung. Zudem sind Briefumschläge, Versandtaschen und Karton aus der gleichen Oberfläche und in identischem Farbton erhältlich. www.papierunion.de



Kemiart Forerunner-Preis VEUVE CLICQUOT AUSGEZEICHNET

Der Kemiart Forerunner-Preis 2007 von M-real Consumer Packaging ging an den französischen Champagnerhersteller Veuve Clicquot Ponsardin (VCP) und dessen Verpackungslieferanten Seyfert Packaging Champagne. Ausgezeichnet wurden zwei Verpackungen aus Wellpappe: die Cellar-Boxen für Champagnerflaschen und ein Set aus Champagnerflasche und einem Kühler. Für die Oberfläche beider Verpackungen wurde Kemiart Ultra eingesetzt.

»Für uns kommt es darauf an, dass die Verpackungen, in denen wir unsere seltenen Jahrgangschampagner im Handel präsentieren, alle Eigenschaften der Marke voll zur Geltung bringen – Luxus, Qualität und Innovation«, so Fabien Gaudard von Veuve Clicquot Ponsardin. So konnte VCP mit Kemiart Ultra als Oberfläche verbesserte Druckresultate, einen präzisen Markenfarbton und einen metallisch schimmernden Oberflächeneffekt, der den Glanz der Aluminium CellarBoxen widerspiegelt, erreichen.

➤ www.m-real.com

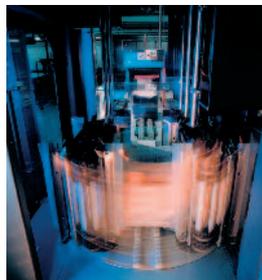


MAN Roland PraxisDialog DRUCKER LIEBEN LACKVEREDELUNG

Beim 13. MAN Roland PraxisDialog zum Thema »Mit Lack effizient veredeln« holten sich die Teilnehmer Anregungen zu den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der Lackveredelung im Akzidenzdruck. Über 120 Anwender kamen zum PraxisDialog nach Offenbach. Ein informatives Programm mit Praxisnähe und nützlichen Anwendungstipps begeisterte die Besucher.

Frank Kamphuis, Leiter des Labors F&E des Lackherstellers Actega Terra, erläuterte den effizienten Lackeinsatz im Akzidenzdruck, die Charakteristika verschiedener wasserbasierter Lacksysteme wie Glanz- und Mattlacke, Effektlacke und Primer sowie deren Anwendungsgebiete und Vorteile im Produktionsprozess. Volker Sehring, Drucksystemberater bei MAN Roland, rundete den Theorieteil durch Informationen zu den Einsatzgebieten unterschiedlich gravierter Anilox-Rasterwalzen im Lackwerk ab. Die Druckdemonstration zeigte hochwertige Akzidenzarbeiten und das schnelle Umschlagen der frisch gedruckten Bogen, was durch den effizienten Einsatz von Lacken möglich ist. Zudem wurde der schnelle Lackformwechsel mittels QuickChange Clamp gezeigt.

➤ www.man-roland.de



Kasturi & Sons HINDU MIT NEUER FERAG-TECHNIK

Kasturi & Sons Ltd., Herausgeber der Tageszeitung »The Hindu«, investiert in Ferag-Versandraumtechnik. Mit dem Umzug in ein neues Druckzentrum wird das Verlagsunternehmen die Weiterverarbeitung mit zwei Förder- und Verpackungslinien automatisieren. Zwei Universaltransporteure fördern die Zeitungen im 2:1-Modus je einem Paketausleger Multi-Stack zu. Ein LineMaster steuert die programmierte Paketherstellung und den Deckblattdruck. Unmittelbar im Anschluss an den kontrollierten Paketausstoß werden die einzelnen Pakete für den Abtransport foliert und in Umreifungsmaschinen SmartStrap stabilisiert.

»The Hindu« ist die zweitgrößte englischsprachige Tageszeitung Indiens. Sie erscheint mit einer Auflage von rund 1,2 Mio. Exemplaren und wird in Indien von etwa 4,05 Mio. Menschen gelesen. »The Hindu«, 1878 gegründet, erschien anfangs in einer Auflage von 80 Exemplaren als Wochenzeitung. Kasturi & Sons' weitere Veröffentlichungen sind eine täglich gedruckte Finanzzeitung, eine wöchentlich erscheinende Sportzeitung im Tabloidformat und ein alle vierzehn Tage erscheinendes News Magazin.

➤ www.ferag.ch



Kreativität im Druck GEMEINSAM FÜR EIN STARKES DRUCKPRODUKT: PRINT BERÜHRT DIE SINNE

MAN Roland und der Fachverband Medienproduktions (f.mp.) begeisterten Kreative, Medienproduktions und Drucker für die Druckveredelung beim Event »Kreativität im Druck« in Offenbach. Darin sind sich die 110 Teilnehmer aus Werbeagenturen, von Markenartiklern und aus Druckereien einig: Außergewöhnliche Druckprodukte machen Marken zum multisensorischen Erlebnis. Der innovative Einsatz von Veredelungstechniken eröffnet neue Ideen und fördert die Kreativität. Mit Lack, Kalt- und Heißfolie und Prägungen veredelte Druckprodukte emotionalisieren Marken und setzen sie wirkungsvoll in Szene. Druckveredelung macht dem Verbraucher Appetit auf das Produkt. Der Markenkern bestimmt dabei stets die Art der Veredelung. Die besten Ergebnisse erzielt man bei der Druckveredelung, wenn Marketing, Kreation und Produktion von Anfang an zusammenarbeiten und bei der Veredelung neue Wege gehen. Aus diesem Grund präsentierten sich Vertreter der gesamten Wertschöpfungskette.

Den Markenbereich vertraten Jessica Oehlenberg, Mitarbeiterin im Marketing der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, und Jürgen Kleinhans, Leiter der Medienproduktion der Bacardi Deutschland GmbH. Sie erläuterten den Teilnehmern anhand ihrer Markenkommunikation, wie sich Marken durch Druckveredelung abgrenzen können. Michael Stickel, Geschäftsführer von Young & Rubicam, vertrat die Agenturseite. Dass ein wertvolles Printprodukt stets mit einer außergewöhnlichen Idee kombiniert sein muss, um zu begeistern, bewies er mit einer Kostprobe origineller Praxisbeispiele.

Klaus Valet, Technischer Leiter im Druckhaus Hammesfahr, und Sascha Ehrenberg, Verantwortlicher für die Roland 700 im Produktmarketing bei MAN Roland verdeutlichten als Vertreter der Druckerei- und Herstellerseite den Mehrwert, der durch Druckanwendungen wie die Kaltfolienveredelung mit dem InlineFolier Prindor generiert werden kann.

Die Resonanz auf die Veranstaltung zeigt, dass allen Beteiligten an der »Wertschöpfungskette Druck« bewusst ist, welches Potenzial die Zusammenarbeit bietet. Kreative in den Agenturen, Markenartikler, Druckereien und Druckmaschinenhersteller stärken gemeinsam die »Kreativität im Druck«.

Am 24. April wird die Veranstaltung deshalb wiederholt.

➤ www.f-mp.de/kreativevent