



Online-Portal hilft Print

Erfahrungen aus der Online-Kooperation zwischen Druckereien und Kunden mit den Kodak Insite-Portallösungen

Schon heute gibt es wohl kaum noch einen Druckauftrag, der während seiner Entstehung und Produktion nicht in irgendeiner Form mit Online-Tools in Kontakt kommt – und sei es nur mit einer E-Mail. Doch erst webbasierte Instrumente ermöglichen eine effiziente und schnelle Zusammenarbeit zwischen Druckerei, Auftraggeber und weiteren Projektbeteiligten. So lassen sich Prozesse optimieren und von normalen Bürozeiten entkoppeln, Entfernungen überbrücken und Kosten für Blaupausen, Proofs oder Kurierdienste einsparen.

Allerdings war es bis dahin ein mühsamer Weg. Die Software war zwar vorhanden, doch die Kommunikationswege (sprich Datendurchsätze) waren katastrophal. Manch einer, der sich vor fünf oder sechs Jahren an eine solche Lösung wagte, fing sich eine blutige Nase ein. Heute sind die Datenraten ausreichend bis komfortabel. Und deshalb funktionieren auch Modelle wie das Kodak Insite Prepress-Portal.

Schlüsselmerkmal dieses Webportals ist die enge Verzahnung mit dem Druckvorstufen-Workflow Prinergy quasi als Voraussetzung für eine automatische Verarbeitung von online bereitgestellten Kundendaten.

Online hilft Print

Bei dem Anfang Mai in Frankfurt am Main veranstalteten ›InSite Podium‹ stellte Kodak praktische Fragen und Anwendungen des Insite Prepress-Portals und des Creative-Systems in den Blickpunkt.

Beatrice Lässig und Antje Grüger von Kodak demonstrierten in der Rollenverteilung Druckerei und Kunde die ortsunabhängige Online-Kooperation mithilfe des Prepress-Portals und zeigten den rund 60 Teilnehmern, wie Kunden ihre Dateien direkt in den Workflow hochladen können. Die übermittelten Daten durchlaufen einen automatischen Preflight, gefolgt von einer unmittelbaren Rückmeldung an den Sender. Zur Begutachtung von bearbeiteten Seiten bietet das Insite-Portal eine komfortable Vorschau. Sie erlaubt dem externen Benutzer beispielsweise das Blättern von Seite zu Seite, das Zoomen in die Seiten oder das Prüfen des Freigabestatus. Innerhalb des Insite Prepress Portals ist mit ›Smart Review‹ eine gründlichere Überprüfung möglich. Das Werkzeug bietet Messmöglichkeiten und gestattet die Kontrolle von Seiteninhalten bis auf Pixelebene, sodass selbst feinste Elemente wie Überfüllungen per Online-Sichtkontrolle nachprüfbar sind. Die Ergänzung der optionalen Kodak Match-

In wenigen Jahren wird es völlig normal sein: Druckereien bieten ihren Kunden Plattformen im Internet an, wo sie gestalten, ändern, korrigieren, freigeben und bestellen können. Denn dies ist alles längst machbar und wird von etlichen Druckereien schon erfolgreich eingesetzt – wie das Kodak Insite-Podium in Frankfurt zeigte.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



print Virtual-Technologie ermöglicht auch das farbverbindliche Softproofen. Korrekturanweisungen können mit Kommentar- und Markierfunktionen klar angegeben und wieder in die Produktion übermittelt werden. Wichtig ist dabei, dass Insite sämtliche Aktionen und Eingaben aller Benutzer protokolliert und bei Bedarf als PDF-Bericht ausgibt.

Mit ›Secure Links‹ lässt sich Insite flexibel für die Abstimmung mit Personen einsetzen, die nur fallweise involviert werden sollen und für die das Anlegen eines Nutzerkontos zu aufwendig wäre. Versendet die Druckvorstufe per E-Mail ›Secure Links‹, gelangt der Empfänger durch Anklicken beispielsweise direkt zu einer Insite-Ansicht der Seiten, die er genehmigen soll, oder zu einer Upload-Möglichkeit für Dateien eines bestimmten Auftrags.

Kundenakzeptanz steigt mit dem praktischen Nutzen

Natürlich müssen die Kunden den praktischen Nutzen verstehen und diese Art der Zusammenarbeit mittragen, damit die Portalprodukte ihre Wirkung zum Vorteil aller Beteiligten entfalten können. Bei der Appl sellier druck GmbH hat man deshalb im Zuge der Einführung des Insite Prepress Portals Ende 2008 die eigenen Kundenbetreuer konsultiert, um Kunden zu identifizieren, die am meisten von der Anwendung profitieren würden. »Diese Kunden«, schilderte Druckvorstufenleiter Marco Heinzlmeir, »wurden von einem Team, bestehend aus Kundenbetreuer und Vorstufenmitarbeitern, für Demonstrationen besucht.« In drei Viertel der Fälle führten die Bemühungen zum Erfolg. Für ›klassische Papier-Typen‹ auf Kundenseite hat das Unternehmen hybride Lösungen

entworfen, die das Plotten von Seiten beim Kunden und die Online-Druckfreierklärung über Insite gestatten. »Ursprünglich war die Ver-



wendung von Insite nur für regelmäßige Aufträge wie Zeitschriften vorgesehen«, sagt **Marco Heinzlmeir**, da das Portal die Zusammenarbeit mit Verlagen vereinfacht und die Freigabe von Titeln beschleunigt, die mit nur 24 Stunden Vorlauf zu produzieren sind. Doch man hat auch schon größere Projekte wie mehr als 1.000-seitige Geschäftsberichte mit Insite abgewickelt.

Kunden von Schleunungsdruck in Marktheidenfeld wurden ebenfalls mit Demos an das Insite-Portal herangeführt. Nach den Ausführungen



von **Katja Herrmann** vom Kreativbüro des Unternehmens war die Zusammenarbeit mit einem großen Fachverlag, dessen Redaktionen und Anzeigenverantwortliche über ganz Deutschland verstreut sind, Auslöser für die Ergänzung des Prinergy-Workflows mit dem Insite-System. So kann bei Abstimmungs- und Korrekturläufen die Zeit- und Entfernungsproblematik entschärft wer-

den. Nach dem aktiven Einstieg im Sommer 2010 kooperiert Schleunungsdruck mittlerweile mit zwölf größeren Kunden kontinuierlich via Insite. Zudem wurde das Portal auch für Uploads geöffnet, sodass Kunden Dateien direkt in die Prepress-Produktion übertragen können.

Es geht um Zeit, Zeit, Zeit!

Auf etwas andere Weise hat die StieberDruck GmbH das Portal in den



Markt gebracht. Wie **Thilo Heizenröther**, Leiter der digitalen Druckvorstufe, schilderte, hat man es den

Kunden einfach vorgesetzt, zunächst für Korrekturläufe. Wobei man in den Anfängen Rückschläge wegen Problemen mit IT-Abteilungen von Kunden (Sicherheitsbedenken) und der noch geringen DSL-Geschwindigkeit hinnehmen musste. Heute sind 15 Kunden von StieberDruck in den Online-Freigabe-Workflow eingebunden. Und die Beliebtheit des Portals nimmt bei den Kunden weiter zu, da Insite als 24 Stunden am Tag verfügbares Korrektur-, Druckfreigabe- und Upload-Portal im Hinblick auf die Beschleunigung von Abläufen unverzichtbar geworden ist. »Die ständige Zugriffsmöglichkeit kommt den

Arbeitsgewohnheiten vieler Kunden entgegen, die oft erst abends für die Durchsicht von Jobs Zeit haben«, sagt Thilo Heizenröther: »Es geht um Zeit, Zeit, Zeit!«

Kreativ mit Insite Creative

Ralf Marckardt, Geschäftsführer der vorbild GmbH in Bremen, brachte die Perspektive eines Kreativ- und Druckvorstufendienstleisters in die Diskussion ein. Die ›creative artworkers‹ verwenden das Insite Creative Workflow-System in der Kooperation mit wichtigen Kunden bei der Content-Erstellung und -Freigabe.



Ralf Marckardt und seine Mitarbeiter haben die Online-Kooperation auf Basis von Insite Creative mit einer mehrschichtigen Strategie (4p = publizieren, probieren, praktizieren, penetrieren) bei den Kunden etabliert. Die Mühe wurde durch Zeit- und Kostenersparnis sowie geringeren persönlichen Aufwand für Außeneinsatz belohnt. »Außerdem ist die Protokollierung von Freigaben mit dem Proofbericht eine ganz tolle Sache«, sagte Ralf Marckardt.

Schließlich kommt zu den Prozess- und Rationalisierungsvorteilen auch bei vorbild ein Effekt, den Katja Herrmann hervorhob: Man versteht das Angebot des Onlineportals nicht zuletzt als Dienstleistung, die Kundenzufriedenheit und somit Kundenbindung schafft.

Dies – soviel lässt sich heute schon abschätzen – wird mit Sicherheit dazu führen, dass sich Kundenangebote wie diese von Druckereien weiter verbreiten werden.

› www.kodak.com



Demos, Erfahrungsberichte aus der Praxis sowie angeregte Diskussionen zwischen Anwendern, Interessenten und Kodak machten das Kodak InSite Podium zur abwechslungsreichen Veranstaltung, die sich für die Teilnehmer gelohnt hat.



Grün, aber nicht papierlos

Eine Studie von Kyocera Mita und des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation zum Büro der Zukunft

Anlässlich seines 25-jährigen Bestehens in Deutschland hat Kyocera 35 Experten aus Politik, Wirtschaft und Institutionen für Zukunfts-, Klima- und Arbeitsforschung sowie Büroentwicklung und 1.200 Anwender zur Zukunft des Büros befragt.

Danach wird die Büroarbeit der Zukunft nicht mehr an einen festen Platz gebunden sein, sondern von der ganzen Welt aus stattfinden können. So wird das »Home Office«, die Arbeit aus den eigenen vier Wänden, zur Selbstverständlichkeit werden. 72% der im Rahmen der Kyocera-Studie befragten Experten und 65% der Anwender stimmen dem zu. Die Menschen werden, je nach Funktion und Aufgabe, dezentral in virtuellen Arbeitsräumen tätig sein. Die Bürowelt der Zukunft wird aber nicht komplett virtuell funktionieren. Vielmehr werden kreative Kernteams zusammenarbeiten, die mit der Unternehmenskultur und Identität eng verbunden sind. Zwei Drittel der Experten glauben, dass feste Unternehmensstrukturen in Zukunft aufbrechen und die Beschäftigung von freien Mitarbeitern in allen Unternehmensbereichen normal werden wird.

Die Arbeitszeitmodelle der Zukunft richten sich am individuell unterschiedlichen Arbeitsrhythmus des

Einzelnen. Die Arbeit wird flexibler werden, jedoch werden Arbeit und Privatleben nicht komplett miteinander verschmelzen. Basis dafür bilden moderne Kommunikationssysteme und Vernetzungsmodelle.

Mehr Design, weniger CO₂

Die Technologie wird neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und des Austauschs hervorbringen. Für 55% der befragten Fachleute und Anwender steht dabei das Design zukünftiger Systeme im Vordergrund.

Doch Unternehmen werden laut der Studie künftig noch stärker als bisher an ihrer CO₂-Bilanz gemessen und in allen Bereichen auf ressourcen- und energieneutrales Wirtschaften achten müssen. »Das Büro der Zukunft ist grün«, sagen 94% der Experten – die höchste Zustimmung bei den insgesamt 20 abgefragten Thesen der Studie. Der »Carbon Footprint«, also die CO₂-Belastung eines Produktes, ist dabei nach Meinung von 72% der Experten ein guter Indikator für Umweltverträglichkeit. Das sehen zwei Drittel der Anwender auch so.

Papier wird nicht verdrängt

Beim Thema Umweltfreundlichkeit stellt sich schnell die Frage nach dem Einsatz von Papier. Wird das papier-

Das Büro der Gegenwart als Raum für die tägliche Arbeit wird nach und nach verschwinden. Denn das Büro der Zukunft ist nicht länger an den Sitz und die Geschäftszeiten des Arbeitgebers gebunden, sondern räumlich mobil und zeitlich flexibel. Darüber hinaus ist es vor allem umweltverträglich, energie- und ressourcenneutral. Trotzdem: Das Papier als Medium wird nicht aussterben.



Bildquelle: Docuware

Dokumentenmanagement-Systeme wie DocuWare werden zwar Dokumente effizienter verwalten und archivieren können, doch auch solche Software wird Dokumente in Papierform nicht gänzlich verdrängen können.

schreibbar, löscht- und auslesbar sein wird, muss sich noch zeigen. Sicher scheint jedoch, dass wir auch künftig noch ein haptisches und einfaches Trägermedium in den Händen halten werden.«

›Bürowelten der Zukunft‹

Die Zusammenarbeit von Kyocera und dem Fraunhofer-Institut bei der Befragung ›Bürowelten der Zukunft‹ erfolgte im Rahmen der Partnerschaft im ›Office 21‹. Ziel des Projekts ist es, durch eine Kooperation von Anwendern, Herstellern und angewandter Forschung Akzente bei der ganzheitlichen Durchdringung des Themenfelds Büro zu setzen und notwendige Innovationsprozesse zu initiieren. Die Befragung im März 2011 richtete sich an 35 Experten in Deutschland und Österreich und an einen größeren Kreis von Kyocera-Anwendern. Die Ergebnisse lassen sich auch im Internet abrufen.

› www.kyoceramita.de



lose Büro die Zukunft bestimmen? Hier sind die Befragten uneins: 44% der Experten stimmen der These zu, dass Papier als Medium nicht verdrängt werden kann. Auf der anderen Seite glaubt ein ebenso großer Teil daran, dass in 25 Jahren auch ein papierloses Büro existieren könnte. In den Ergebnissen wird deutlich, dass sich die Rolle des Papiers weg vom Standard-Arbeitsmaterial hin zur wertvollen Ressource verändern wird. Vollständig sehen die Experten das papiergebundene Dokument auch in 25 Jahren allerdings nicht aus den Büros verschwunden: Ausgewählte

›Dokumente von Wert‹ werden nach Meinung vieler Fachleute weiterhin physisch vorliegen – zum Beispiel Vertragsunterlagen, Urkunden oder wichtige Fotos. »Das papierlose Büro war vor 20 Jahren ein Wunschtraum und wird es in 20 Jahren immer noch sein« – diese Einschätzung eines Anwenders macht deutlich, dass das Medium Papier bei Anwendern eine wichtigere Rolle einnimmt als bei den Experten. Hier kann sich nur jeder Vierte einen Arbeitsplatz ohne Papier vorstellen. »Der Blick in eine 25 Jahre entfernte Zukunft bleibt spekulativ, dennoch

zeigt die Befragung Ansätze auf, wie sich unsere Arbeits- und Lebenswelt verändern könnte. Besonders spannend erscheint der Umgang mit digitalen Spuren. Unsere Identität wird vielschichtig sein und wie selbstverständlich aus realen und digitalen Eindrücken bestehen«, resümiert Stefan Rief, Leiter des Competence Centers Workspace Innovation am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, mit dessen Unterstützung Kyocera die Studie durchgeführt hat. Er glaubt, dass das Papier der Zukunft vor allem drei Eigenschaften haben muss: »Ob das Papier der Zukunft digital, wiederbe-

DRUCKMARKT impressions

Das erste PDF-Magazin der Branche im Internet.
Alle 14 Tage mit Bildstrecken, Hintergrundartikeln und Nachrichten.
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Einer für alles

Multifunktionsdrucker werden immer leistungsfähiger und sind längst aus der typischen Büro-Anwendung herausgewachsen

Vielseitigkeit ist eine gefragte Eigenschaft. Das gilt auch für Drucker, die in Form von Multifunktionsgeräten (als Kürzel kennt man MFP oder MFD für Multi-Funktions-Printer oder -Drucker) kopieren, scannen, faxen oder die eingescannten Dokumente via E-Mail an den gewünschten Empfänger senden. Dabei ist das Zusammenlegen mehrerer Funktionen und ehemals separater Geräte zu einem System eigentlich logisch. Schon ein traditioneller Kopierer verfügte funktionsbedingt über eine Scan- und Druckeinheit, ein Fax wiederum über Abtasteinheit und Telefonanschluss samt Modem. Bringt man all diese Dinge zusammen und stattet sie mit aktueller Technik aus, die auch das Übertragen digitalisierter Dokumente über Netzwerke ermöglicht, ist das All-in-One-System perfekt.

Multifunktion bringt Mehrwert

Multifunktionsgeräte lohnen sich alleine schon meist aufgrund ihres Einsparpotenzials. Statt mehrerer Einzelgeräte wie Scanner, Kopierer, Drucker und Fax zu betreiben, ist nur noch eines nötig. Für die Vernetzung sind nur wenige Kabel notwendig und statt sich mit den Bedienungs-

anleitungen von drei oder vier Geräten zu beschäftigen, genügt es, eine Maschine bedienen zu können. Zudem sparen die Systeme praktischerweise Platz, die Synergieeffekte verstärken sich – und es lässt sich zudem Energie sparen.

Ein Dokument, das kopiert werden soll, lässt sich zusätzlich als Fax versenden, und eine eingescannte Seite kann gleichzeitig elektronisch archiviert werden. Dabei kommt gerade dieser Fähigkeit in Zeiten des digitalen Dokumenten-Managements verstärkte Bedeutung zu.

Die leistungsfähigen Modelle bieten hierzu automatische Dokumenteneinzüge (ADF, Automatic Document Feeder) und lesen bedruckte Seiten gleich stapelweise sowie beidseitig ein. Die digitalisierten Unterlagen lassen sich mittels Texterkennung in durchsuchbare PDFs umwandeln und erleichtern damit das Wiederauffinden in der Ablage. Multifunktionsgeräte bieten damit eine ideale Schnittstelle zwischen der papierbasierten und digitalen Arbeitswelt und beschleunigen den Trend zu modernen Workflow-Lösungen.

Trend zur Farbe

Der wichtigste Aspekt auch bei den office-orientierten Multifunktionsgeräten ist jedoch der Trend zum Farbdruck. In den nächsten Jahren

Multifunktionsgeräte sind Alleskönner. Sie ersetzen aber keine Hochleistungsdrucker, sondern fügen sich durch ihre Scan-, Kopier-, Fax- und E-Mail-Funktionen perfekt ins digitale Dokumenten-Management ein. Und wenn der Trend schon in Richtung Farbe geht: Sie produzieren auch Broschüren.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Auch wenn die Multifunktionssysteme ursprünglich für den Office-Bereich konzipiert wurden, lassen sich die Geräte durchaus auch in einer professionellen Umgebung einer Druckerei einsetzen (Foto: Konica Minolta).

wird ein überproportionales Wachstum bei Druckern mit Geschwindigkeiten von 40 und mehr Farbseiten in der Minute erwartet. Der Anteil der farbfähigen Modelle soll schon 2011 auf 70% steigen.

Das Marktforschungsinstitut InfoTrends stellte in seiner Studie »Supplies Market Forecast and Trends 2006 – 2011« fest, dass das Gesamtdruckvolumen auch in Westeuropa kontinuierlich ansteigt. Dabei soll der Anteil an Ausdrucken mit Farbdruckern schon in wenigen Jahren genauso groß sein wie der der monochromen Drucker. Dabei würden die Druckgeschwindigkeiten weiter ansteigen. Infotrends erwartet, dass 70 bis 100 Seiten pro Minute auch im Bereich der Multifunktionssysteme bald Realität sind. Neben dem Trend zur Farbe ist zudem eine Tendenz zu individualisierten Anwendungen und Konfigurationen von MFPs erkennbar.

Längst schon kopieren, scannen, faxen oder drucken die Systeme nicht nur, sondern bieten auch zusätzliche Optionen, um die Drucksachen gleich weiterzuverarbeiten. Dabei reichen die Möglichkeiten vom Sortieren über das Lochen, Falzen und Heften bis hin zur kompletten Broschürenfertigung einschließlich des Einsatzes von Zuschießbeihen.

TRENDS

- Der Trend geht zur Farbe bei gleichzeitig steigender Produktionsgeschwindigkeit.
- Die Finishing-Optionen werden vielfältiger.
- Dokumentenmanagement und Daten-Workflow werden wichtiger.
- Sicherheitsfunktionen spielen eine größere Rolle.
- Kostenabrechnungssysteme ermöglichen einen besseren Überblick über das Druckaufkommen.

Fast alle Multifunktionsgeräte verarbeiten Bogenformate zwischen DIN A6 und DIN A3+. Die große Mehrheit setzt bei der Drucktechnik auf den Laserdruck. Tintenstrahl-Multifunktionsgeräte sind üblicherweise im Leistungsbereich unter 25 Seiten A4/Minute angesiedelt und spielen daher von wenigen Ausnahmen abgesehen keine tragende Rolle.

Steigendes Sicherheitsbedürfnis

Mit der wachsenden Bedeutung der Multifunktionssysteme in der Dokumentenverwaltung stellen sich auch Sicherheitsfragen. Damit vertrauliche Dokumente nicht von Personen eingesehen werden können, die zufällig gerade am Gerät vorbeigehen,

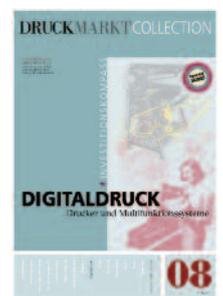
wurden Mechanismen etabliert, bei denen beispielsweise der Druckvorgang erst dann gestartet wird, wenn der Auftraggeber einen persönlichen Code eingibt oder sich anderweitig identifiziert. Oder aber die gedruckten Dokumente landen in einer abschließbaren Box. Umgekehrt kann eine Authentifizierung beim Scan sicherstellen, dass die eingesehenen Dokumente am richtigen Ort landen und nicht in einem allgemein zugänglichen Ordner auf dem Server. Darüber hinaus werden Abrechnungssysteme immer wichtiger. Sie ermöglichen es, die Kosten einem Anwender oder einer Kostenstelle zuzuordnen. Dabei sind auch Systeme möglich, die nach Schwarz-Weiß, Farbe und weiteren Funktionen trennen.

Deutlich gesunkene Preise

Der Trend hin zu Multifunktionsgeräten liegt vor allem an den deutlich gesunkenen Preisen für diesen Gerätetyp. Ein Großteil der Geräte ist nur unwesentlich teurer als ein reiner Drucker und der Mehrwert durch die Funktionen Kopieren, Scannen sowie Faxen ist für die meisten Anwender überzeugend. Hinzu kommt natürlich die Kompaktheit der Geräte – gerade bei kleineren Unternehmen ein wesentlicher Vorteil.

Dabei sind die Absatzzahlen beachtlich. 2009 wurden in Europa, Afrika und dem Nahen Osten rund 40 Millionen Drucker, Multifunktionsgeräte und Kopierer verkauft. Dies waren zwar 18% weniger als 2008, die Absätze im Druckermarkt steigen seit 2010 jedoch wieder.

Mehr zum Thema und Marktübersichten über Drucker und Multifunktionssysteme im Heft 08 der »Druckermarkt COLLECTION«.



Investitionskompass
Drucker und MFPs
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu A3-Druckern und Multifunktionssystemen.
April 2011
28 Seiten, A4, davon 8 Seiten Übersichten.
19,90 €/ 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com



X-Large vor großartiger Kulisse

Auf XL-Tour: Druckmarkt besuchte Anwender der Heidelberger Großformatmaschinen

Inzwischen wird die Speedmaster XL 145 und XL 162 von der Vier- bis zur Acht-Farbenmaschine mit Lackierwerk, Doppellack, UV-Ausstattung, als Wendemaschine und mit Materiallogistik ausgeliefert. Druckereien aus den Segmenten Faltschachteldruck, Point of Sales (POS), Verlagsdruck, Akzidenzen und Short-run-color arbeiten mit den Modellen.

»Wir haben unser Ziel erreicht und die Großformatmaschinen erfolgreich im Markt platziert. Durch die neuen Technologien werden alle wesentlichen Markttrends abgedeckt,



und unsere Kunden produzieren zum besten Verhältnis von Preis und Leistung am Markt«, erklärte **Jürgen Grimm**, Leiter

Product Marketing Equipment bei Heidelberg, bei einer Informationsveranstaltung.

Die Großformatmaschinen basieren auf der Technologie der Speedmaster XL 105 und punkten nach Angaben von Heidelberg durch kurze Rüstzeiten, hohe Makulatureinsparungen, Flexibilität bei unterschiedlichen Bedruckstoffen und hohe Maschinenverfügbarkeit. Damit sei die Maschinenreihe eine Antwort auf globale Markttrends wie Lean Manufacturing, also einer industriellen

Druckproduktion, die heute hauptsächlich durch Prozessoptimierung geprägt ist. Zudem verlange der Markt nach immer größeren Formaten bei gleichzeitig kleiner werdenden Auflagen.

Auch im Verpackungsdruck ist inzwischen ein Trend zu Print-on-demand beziehungsweise Wiederholauflagen bei kleiner werdenden Auflagen zu erkennen, der eine optimale Lagerhaltung bei kurzen Durchlaufzeiten voraussetzt. Für die Differenzierung der Druckprodukte durch Veredelungen sind die Maschinen von Heidelberg ebenfalls geeignet.

Erfolgreiche Kunden über alle Marktsegmente

Internationale Marktführer im Faltschachteldruck wie Mayr-Melnhof Packaging in Europa und RockTenn in den USA haben sich für die Speedmaster XL 145 entschieden und bereits Bestellungen für weitere Maschinen platziert. Diese Kunden schätzen und fordern die hohe Produktivität bei gleichzeitig kürzesten Rüstzeiten. So erreichte eine Druckerei innerhalb von vier Monaten in einer Dreischichtproduktion mit der Speedmaster XL 145-6-L beispielsweise eine durchschnittliche Fortdruckgeschwindigkeit von 14.300 Bogen pro Stunde, wobei die Maxi-

Heidelberg stellte auf der drupa 2008 seine Großformatmaschinen Speedmaster XL 145 und XL 162 vor und fertigt seit Anfang 2009 in Serie. Innerhalb relativ kurzer Zeit erreichte Heidelberg nach eigenen Angaben einen substantziellen Marktanteil mit wohl steigender Tendenz. Denn die Anwender geben dem Maschinenkonzept durchweg gute Noten.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Seit Anfang 2009 fertigt Heidelberg seine Großformatmaschinen Speedmaster XL 145 und 145 in Serie. Für die Baureihe wurde in eine moderne



Montage und Fertigung in Halle 11 am Standort Wiesloch-Walldorf investiert, wo auch Neu- und Weiterentwicklungen gezeigt werden.



Bei der Karl Knauer KG produziert seit Anfang 2010 die weltweit erste Sechsfarben-Speedmaster XL 145 mit Doppellack.

malgeschwindigkeit bei 15.000 Bogen pro Stunde liegt. Dies entspricht einem Ausstoß von mehr als fünf Millionen Druckbogen im Monat und damit 60 Millionen Druckbogen pro Jahr. Die durchschnittliche Rüstzeit lag bei weniger als 25 Minuten pro Druckauftrag.

Nach 250 Rüstbogen in Produktion

Der Verpackungs- und Veredelungsspezialist Karl Knauer KG im badi-schen Biberach produziert seit Anfang 2010 mit der weltweit ersten Sechsfarben-Speedmaster XL 145 mit Doppellack, Prinect Inpress Control und voll integrierter Material-logistik. Bei Karl Knauer war die Maschine Bestandteil der größten Investition in der Unternehmensge-

schichte von insgesamt 10 Mio. €. Mit einer Höhe von vier Metern und über 40 Metern Länge steht diese Maschine für modernste Verpackungs- und Veredelungstechnologie. »Ein ausschlaggebender Punkt bei der Investitionsplanung war die Fähigkeit der Maschine, auch kleine Auflagen wirtschaftlich drucken zu können«, betont Joachim Würz, Mitglied der Geschäftsleitung bei Knauer. Die Speedmaster XL 145 ermöglichte die einfache Steuerung aller Jobparameter vom Anlegen über das Drucken, Lackieren, Trocknen bis hin zum Auslegen und übernehme die Register- und Farbregelung vollautomatisch.

Karl Knauer hatte als Ziel definiert, dass die Verpackungsaufträge nach 250 Rüstbogen in Produktion gehen. Dies bedeutet bei durchschnittlichen

Auflagenhöhen von 7.000 Bogen eine erhebliche Zeit- und Materialersparnis. »Trotz der Größe der Maschine ist sie von zwei Mitarbeitern gut zu bedienen«, erklärt Geschäftsführer Richard Kammerer. »Wir sind stolz, für unsere Kunden einen Mehrwert an Qualität, Kapazität und Vielfalt schaffen zu können«, bestätigt Kammerer. Insgesamt hätten sich die benötigten Einrichtebogen und die Rüstzeiten durch die Speedmaster XL 145 um jeweils 50% reduziert.

Knauer ist Mitglied in der Copaco-Allianz. Die Produktion verteilt sich auf Verpackungen und Werbemittel, hier vor allem Schreibtisch- und Schreibwarenartikel, für den europäischen Markt. Das dritte Standbein sind maßgeschneiderte Premium-

KARL KNAUER KG

Die Karl Knauer KG ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Sitz in Biberach/Baden. Gegründet 1938, hat es sich als Spezialist für Verpackungsmanagement etabliert. Das Unternehmen steht für integrierte Lösungen von der Konzeption der Verpackung bis zur Regalpflege am POS. Knauer ist Anbieter von Verpackungen, Werbemitteln und Präsentverpackungen.

Das Unternehmen deckt mit einem hohen Grad an Spezialisierung vorrangig die Bedürfnisse der Konsum- und Industriegüterbranche, der Lebensmittel- und Getränkebranche ab. Mit 425 Mitarbeitern erwirtschaftet es einen Jahresumsatz von rund 50 Mio. Euro (2009). Mit Investitionen, 10 Mio. Euro allein im Jahr 2009, sichert die Knauer Standort und Zukunft des Unternehmens und seiner Mitarbeiter.

Die Mitarbeiter der Karl Knauer KG verstehen sich als Partner und Full-Service-Dienstleister ihrer Kunden. Diese profitieren von der aktiven Partnerschaft, die Knauer mit ihren Lieferanten verbindet. So besteht bei der Entwicklung neuer Produktionstechniken eine enge Zusammenarbeit mit Heidelberg und der Schweizer Bobst Group.

► www.karlnkauer.de

Im Segment der maßgeschneiderten Premium-Präsentverpackungen ist die Karl Knauer KG marktführend.



Die Geschäftsführung von Karl Knauer (v.l.): Joachim Würz, Geschäftsführer, Olaf Pohl, geschäftsführender Gesellschafter und Richard Kammerer, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung.





Groß, vor großartiger Kulisse: Wo andere Urlaub machen, produziert seit Anfang 2010 die Druckerei Schlaefli & Maurer AG mit der Speedmaster XL



145-Fünffarben plus Lackierwerk – die erste Maschine dieser Art in der Schweiz. Das Unternehmen bietet vielfältige Produkte im hochwer-



tigen Akzidenzdruck an. Mit der Speedmaster XL 145 entstehen Geschäftsberichte, Kataloge, Magazine, Kalender, Landkarten und Displays.

Verpackungen, ein Segment, in dem Knauer marktführend ist und sich auf den hochwertigen Wein- und Spirituosenhandel spezialisiert hat.

Vier Minuten rüsten

Von Druckereien, die Point-of-Sale-Materialien produzieren, kommen ebenfalls positive Rückmeldungen über die Großformatmaschinen von Heidelberg. So berichtet **Hans Börncke**, Leiter Produktmarketing GGF bei Heidelberg, von einem Kunden, der eine durchschnittliche Rüstzeit von zwölf Minuten je Job erreicht – und das bei 40 Druckaufträgen pro Tag. Dies entspricht rund 13 Jobs pro Schicht. Weitere Kunden sind von Wettbewerbsmaschinen auf die Maschinen von Heidelberg umgestiegen. Erst kürzlich installierte die Druckerei Quad/Winkowski die erste Speedmaster XL 162 in Polen. Die Fünffarben-Maschine mit Lackierwerk und Prinect Inpress Control produziert großformatige POS-Displays hoher Qualität bei minimaler Makulatur. Damit wird auch eine ökologische Druckproduktion umgesetzt. Der Kunde ist von der schnellen, zuverlässigen und leichten Bedienung der



Maschine so begeistert, dass er bereits eine zweite Speedmaster XL 162 bestellt hat.

Die Druckerei SB Graphic in Paris produziert POS-Displays für das Luxus-Segment und schwört auf die hohe Qualität bei kürzesten Rüstzeiten der Speedmaster XL 162.

Im Marktsegment der Poster-Produktion und Short-run-color punktet die Speedmaster XL 145 ebenfalls durch die kurzen Rüstzeiten, die in diesem Format umgesetzt werden können. Short-run-color-Printing mit zwölf Jobs pro Stunde bei einer Rüstzeit von vier Minuten pro Job und einer Auflage von 200 Bogen sind realisierbar. Je kleiner die Druckauflagen, desto größer wirkt sich dieser Vorteil auf die Kosten aus. Druckereien können so völlig neue Geschäftsmodelle umsetzen.

Komplette Heidelberg-Lösung

Die Druckerei Schlaefli & Maurer AG hatte im Jahr 2009 für ihren neuen Produktionssitz im schweizerischen Uetendorf bei Thun einen Großauftrag über rund 10 Mio. Franken für eine komplette Lösung von Heidelberg platziert. Seit Anfang 2010 wird mit der Speedmaster XL 145-Fünffarben plus Lack und dem CtP-System Suprasetter 145 produziert. Alle Komponenten sind mit dem Prinect-Workflow vernetzt. Im Investi-

tionspaket waren zudem eine Speedmaster XL 105 5-L, eine Taschenfalzmaschine Stahlfolder TD 112 und eine Schneidstraße von Polar-Mohr enthalten.

Nicht nur für Nischen

Gut ein Jahr nach dem Anlaufen der Anlagen zieht Schlaefli & Maurer eine positive Bilanz. Mit der XL 145 erreichte die Druckerei nach den Aussagen von Geschäftsführer **Rolf Hänni** ein Alleinstellungsmerkmal in der Schweiz, das im Akzidenzdruck unerreichbar ist. »In diesem Format haben wir so gut wie keinen Wettbewerb«, sagt Hänni, der vor allem die Vielseitigkeit und Flexibilität der Maschine schätzt. So ging es ihm bei der Investition nicht um eine Spezialisierung in einer Nische, sondern um Universalität der Anwendungen. So kommen bei der Druckerei Papiere in Grammaturen von 80 bis 800 g/m² zum Einsatz. Dabei entstehen Geschäftsberichte, Kataloge, Magazine, Bildkalender, Landkarten und Schaufensterdisplays. In der Druckmaschine können ebenfalls Inline-Perforationen und Inline-Stanzungen ausgeführt werden – ein weiteres Beispiel für die Universalität.



SCHLAEFLI & MAURER

Schlaefli & Maurer ist eine Familien-AG mit 170 Angestellten, die 2010 einen Umsatz von 25 Mio. Franken erwirtschafteten, was einer Umsatzsteigerung von 15% im ersten Produktionsjahr mit der Großformatmaschine entspricht. Und das, obwohl in und nach der Krise das Geschäft mit der Fremdenverkehrswerbung fast komplett eingebrochen sei, berichtet Rolf Hänni, Geschäftsführer des Unternehmens. Der Geschäftssitz der AG befindet sich in Interlaken, eine Filiale ist in Spiez angesiedelt und der Produktionsbetrieb in Uetendorf. Zudem gibt es noch eine Kartonageproduktion in Heimberg. Schlaefli & Maurer ist traditionell ein Pionier, wenn es um neue Techniken in der Schweiz geht. So war das Unternehmen ganz vorn dabei, als man 1996 CtP einführt oder 2001, als man die schweizweit erste 10-Farben-Speedmaster im Format 50 x 70 cm installierte und 2003 auf das Format 70 x 100 cm wechselte. Aktuell ist man mit der ersten XL 145 wieder einmal das erste Schweizer Unternehmen. Für 2012 plant man die Integration des Kartonagebetriebs in Uetendorf und will den Digitaldruck ausbauen.

➤ www.schlaefli.ch

VOLL Treffer



Mit dem Einzug der neuen Druckmaschinen musste auch die Weiterverarbeitung verstärkt werden. Neben der Polar-Schneidelinie investierte Schläefli & Maurer auch in einen Primera E140 von Müller Martini.

»Die Maschine hat die Taufe längst bestanden. Durch die hohe Druckqualität und die breiten Anwendungsbereiche haben wir viele neue Kunden gewinnen können«, erklärt Rolf Hänni. Neue Anwendungen sind für die Druckerei im Berner Oberland zum Beispiel Landkarten, Uhrenkataloge und Plakate im Großformat. Die XL 145 hatte bei unserem Besuch Ende Mai bereits über 15 Millionen Bogen gedruckt. Für den bisher größten Einzelauftrag wurden 160 Tonnen Papier (dies entspricht 300 Paletten) bedruckt, geschnitten, gefalzt und ausgeliefert. Künftig will Schläefli & Maurer den Anteil der höherwertigen Drucksachen, den Kartonagen-Bereich und Aufträge mit Online-Sammelformen weiter ausbauen.

Die beiden Speedmaster XL 105 und XL 145 bei Schläefli + Maurer sind übrigens (wie in der Schweiz fast schon üblich bei neuen Installationen) in ein Klimakonzept eingebunden und werden über die Star-Peripherie von Heidelberg mit Wärme, Luft, Kühlmittel und konditioniertem Feuchtwasser versorgt.

Lob von den Anwendern

Die Speedmaster XL 145 und XL 162 sind für Druckereien mit industriellen Prozessabläufen konzipiert. Alle Merkmale wie flacher Bogenlauf in

der Maschine, automatisierter Plattenwechsel und Kompensationsprozesse bei der Plattenmontage sowie die Inline-Qualitätsmessung im laufenden Betrieb mit Prinect Inpress Control, erfüllen die hohen Ansprüche bei Druckqualität und Materialausnutzung. Dies wird aus allen Gesprächen mit Anwendern deutlich. Die stabile Konstruktion und das Design der Maschinen sind auf Dauerbetrieb ausgelegt. Auch der Maschinenleitstand Prinect Press Center mit der Intelli-Start-Bedienung wird von den Anwendern gelobt, da dies den standardisierten Druckprozess unterstützt. Betrachtet man die Rüstzeiten für den Wechsel der Farben, Rasterwalzen, Druck- und Lackplatten gibt es nach den Aussagen der Anwender keine vergleichbare Lösung im Markt.

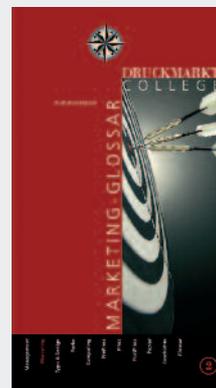
Dazu vielleicht noch eine interessante Aussage von Rolf Hänni: »Wir wollten ursprünglich eine Zehnfarbenmaschine, doch die Modelle am Markt mit zweifach Dispolack haben uns nicht überzeugt. Dafür aber die Tatsache, dass Heidelberg die Maschine für Papier und Karton konstruiert hat und nicht nur für Karton, um dann ein »Papierpaket« aufzupropfen.«

› www.heidelberg.com



Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das »Marketing-Glossar« konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunika-

tion, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College
Marketing-Glossar
Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.
Preis:
29,00 € / 39.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.
www.druckmarkt.com



Affinität für Kunst und Innovation

Der manroland InlineColorPilot feiert in der Schweiz bei der J.E. Wolfensberger AG seinen Einstand

»Wir glauben an die Zukunft des Printprodukts«, begründet Benni Wolfensberger die Investition in die Roland 700 HiPrint, eine Sechsfarben-Bogenoffsetmaschine mit Lackierwerk. Seiner Argumentation schenkt man gerne Glauben, wenn man in Birmensdorf (nahe Zürich) das Foyer des modernen, mit dem Minerale-Zertifikat ausgezeichneten Druckereigebäudes betritt. Hier sind Druck-Erzeugnisse ausgestellt, die die Entwicklung des über hundertjährigen Unternehmens mitgeprägt haben. Plakate für Museen, Kinos und den Tourismus, Postkarten (rund 30 Millionen werden im Jahr gedruckt) sowie exklusive Bücher bringen die starke Affinität der J.E. Wolfensberger AG zur Kunst zum Ausdruck. Über den Steindrucker und Gründer des Unternehmens, Johann Edwin Wolfensberger, berichtet die Chronik, dass die Druckerei bereits kurz nach dem Gründungsjahr 1902 Anlaufstelle für viele Künstler war.

Ein starkes Standbein sind die Geschenkpapiere, Glückwunschkarten und Weihnachtskollektionen, die das Traditionsunternehmen seit vielen Jahren im Auftrag eines Kunden in New York produziert. Unter anderem für diese Arbeiten findet das Goldbronzen Anwendung, ein an-

spruchsvolles Handwerk, das in Birmensdorf stark gepflegt wird und anderswo kaum mehr anzutreffen ist. Mit den Spezialitäten findet die J.E. Wolfensberger AG ihre Nischen bei Kunden, die Wert auf das Besondere und eine qualitativ hochstehende Ausführung legen.

Geprüft für die Zukunft

Die Nischenstrategie hat auch bei der Investition in neue Bogenoffsettechnik Pate gestanden. Benni Wolfensberger erklärt: »Es musste eine Lösung gefunden werden, die es erlauben würde, die Ergebnisse hinsichtlich Ökologie und Effizienz weiter zu verbessern und uns einfach und schnell auf neue Anforderungen einzustellen. Der Druckmarkt ist im Umbruch, die sich schnell ändernden Rahmenbedingungen stellen auch für die Zukunftssicherung unseres Unternehmens eine Herausforderung dar.«

Als »Future-Proof«-Maschine ist die Roland 700 HiPrint für die Nachrüstung mit optionalen Bausteinen und Funktionen konzipiert. In dieser Hinsicht wurde das Augenmerk besonders auf die Veredelungsmöglichkeiten gelegt. Das vorerst für die Arbeit mit Dispersionslack eingerichtete Kammerrakellackierwerk mit austauschbaren Rasterwalzen ist so weit vorbereitet, dass ein späterer

Seit Februar 2011 produziert die J.E. Wolfensberger AG auf einer Roland 700 HiPrint. Als erste in der Schweiz verfügt die Sechsfarbenmaschine mit Lackwerk über das Inline-Farbmess- und -Regelsystem InlineColorPilot. Mit der Anlage will das Unternehmen die Effizienz, Ökologie und den Ressourcenhaushalt weiter verbessern.

Von Jürg Marti





Das Gebäude der J.E. Wolfensberger AG in Birmensdorf: erster und bislang einziger nach dem Minergie-Standard konzipierter Druckereibau in der Schweiz.



Im Foyer des Druckereigebäudes bringen Plakate, Postkarten und exklusive Bücher die seit jeher starke Affinität der J.E. Wolfensberger AG zur Kunst zum Ausdruck.

Ausbau auf UV-Lack möglich ist. Auch der Inline-Foiler Prindor für die Folienveredelung im Kaltverfahren ließe sich bei Bedarf und unter relativ geringem Aufwand auf die Maschine aufsetzen.

Die Technik überzeugt

Seit die J.E. Wolfensberger AG im Jahr 1956 in den Offsetdruck eingestiegen war, hat das Unternehmen immer mit Roland-Druckmaschinen gearbeitet. Diese Tatsache fand zwar bei der Evaluation Berücksichtigung,

letztlich waren es aber die harten Fakten, die über die Wahl der Maschine entschieden.

»Anlässlich unserer Besuche im Werk Offenbach und bei Referenzkunden hat die Roland 700 technisch einen guten Eindruck hinterlassen«, erzählt der Teamleiter Offsetdruck Walter Lienhard auf einem Rundgang durch den Drucksaal. Er verweist auf das nach seinen Worten leistungsfähige Farbwerk, das dank der stufenlos einstellbaren Axialverreibung aller vier Auftragswalzen auch anspruchsvolle und schablonen-

nieranfällige Druckformen einwandfrei meistere und mit dem sich der Farbfluss dank des verstellbaren Farbhebereinsatzes gezielt auf das Druckbild anpassen lasse. Der erfahrene Bogendrucker schätzt zudem die schnelle Reinigung der Farbkasten mit der speziellen Oberflächenbeschichtung QuickChange Surface sowie die sparsam und effektiv arbeitenden Waschorrichtungen für Gummitücher und Gegendruckzylinder, wo das frühere Bürstensystem einer neuen Lösung mit Reinigungstüchern gewichen ist. Rund um die

Auslage der Roland 700 HiPrint sorgt eine Puderabsauganlage mit selbstreinigendem Filtersystem für Sauberkeit in der Maschine und eine staubfreie Arbeitsumgebung. Auf den ersten Blick ein Detail, genauer betrachtet aber durchaus produktivitätswirksam, bezeichnet Lienhard den Umstand, wonach die Druckplatten für das automatische Aufspannen via Power-Plate-Loading kein vorheriges Abkanten erfordern. »Bedientechnisch macht diese Maschine dem Drucker ohnehin das

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!



Zusammentragen · Broschürenfertigung

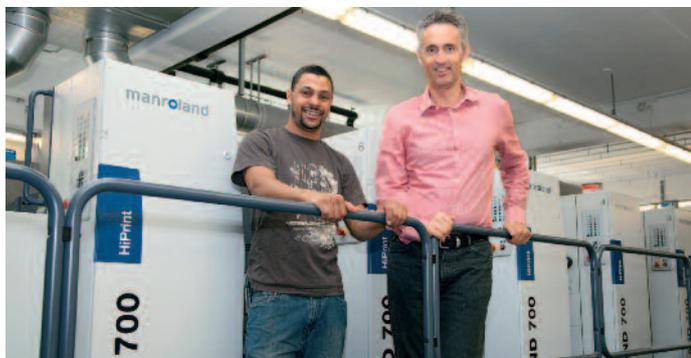
- Neues, dynamisches Design
- Höhere Produktivität
- Automatische Formatumstellung
- Duplex



www.mkwgmbh.de

Graphische Maschinen

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



Benni Wolfensberger (rechts) und der Teamleiter Offsetdruck Walter Lienhard sehen in der neuen Technologie auch einen ökologischen Gewinn.



Novum für die Schweiz: Auf der Roland 700 HiPrint kommt erstmals das Farbmess- und -regelsystem InlineColorPilot zum Einsatz.

Leben leichter, indem bei Auftragswechsel alle erforderlichen Sequenzen programmgesteuert ablaufen. Wir sind schneller, gewinnen mehr Prozesssicherheit und können uns auf die wesentlichen Aufgaben konzentrieren«, fügt er hinzu.

Premiere mit InlineColorPilot

Dann kommt Walter Lienhard auf das Novum in dieser Maschine zu sprechen – das Mess- und Regelsystem InlineColorPilot. »Wir sind die Ersten in der Schweiz, die diese Regeltechnik einsetzen«, sagt er mit Genugtuung. Ob das nicht mit einem Risiko verbunden sei? »Überhaupt nicht«, antwortet er, »wir haben uns die Lösung bei einem Referenzkunden von manroland genau angeschaut. Diese Druckerei setzt InlineColorPilot auf mehreren ihrer insgesamt sieben Roland 700 ein, mit hervorragenden Resultaten, was die Einsparungen an Zeit und Papier und die Stabilität in der Farbführung anbelangt. In den letzten Monaten konnten wir uns selbst von den Qualitäten des Mess- und Regelsystems überzeugen. Es war die Zeit der Geschäftsberichte – wir haben rund 150 Tonnen Papier bedruckt, der Zählerstand hat in drei

Monaten annähernd vier Millionen Druckbogen erreicht. Der InlineColorPilot funktionierte stets einwandfrei und hat wesentlich dazu beigetragen, dass wir diese Produktionsspitzen problemlos bewältigen konnten.«

Zum Thema Qualitätssicherung ergänzt Benni Wolfensberger: »Eine Stärke der Inline-Regelung ist die Möglichkeit, sämtliche über eine Auflage hinweg gemessenen Werte zu protokollieren. Wir sind PSO-zertifiziert und können unseren Kunden jederzeit stichhaltig belegen, den gültigen Prozessstandard nach ISO 12647-2 innerhalb der uns selber gesetzten engen Toleranzen eingehalten zu haben«, hält er fest.

Messung nach dem Dichteprinzip

InlineColorPilot arbeitet nach dem Prinzip der Dichtemessung. Mit der jeweils aufeinanderfolgenden Auslösung eines roten, grünen und blauen LED-Blitzlichts werden die Dichten der Prozessfarben Cyan, Magenta und Yellow auf dem Farbmessstreifen über ein optisches System erfasst. Zusätzlich zu den vier Prozessfarben können – die genügende Druckwerksanzahl vorausgesetzt – bis zu drei Sonderfarben gemessen werden. Ein kompletter

Messvorgang mit dem Erfassen der Dichten und Tonwertzunahmen sowie weiterer Parameter wie Schieben und Dublieren erfolgt innerhalb von drei Druckbogen. Der Drucker kann dabei frei wählen, nach wie vielen Bogen automatisch nachgeregelt werden soll.

Mehrere Sensoren sind über die Bogenbreite in einer Traverse verteilt und fest eingebaut. Durch den Verzicht auf bewegliche Teile liefert InlineColorPilot präzise Messergebnisse. Ein vorgeschaltetes Polarisationsfilter stellt sicher, dass trotz Messung der Farbfelder in nassem Zustand stets zuverlässige Dichtewerte ermittelt werden, nach denen der Regelvorgang gesteuert wird.

In der Ökologie hinzugewonnen

Seit 2004 produziert die J.E. Wolfensberger AG in dem nach dem »Minergie-Standard« konzipierten Neubau in Birmensdorf. Es ist bislang das schweizweit einzige Druckereigebäude mit einem entsprechenden Zertifikat. Nach Angaben des Unternehmens liegen die Energieaufwendungen um 25% unter dem geforderten Minergie-Grenzwert (www.minergie.ch).

Bis zum Zeitpunkt vor der Inbetriebnahme der Roland 700 HiPrint waren 75% der Heizenergie durch die Wärmerückgewinnung aus dem

Drucksaal abgedeckt. Mit der Nutzung der an der neuen Bogenoffsetmaschine anfallenden Abwärme, die im Wesentlichen aus dem IR/TL-Trockner und der Puderabsaugung gewonnen wird, konnten beim Ressourcenverbrauch zusätzliche Einsparungen erzielt werden. Einen wesentlichen Beitrag zur Ökologie leistet die in einem Kombinationsgerät zusammengefasste Farbwerktemperierung und Feuchtmittelaufbereitung. Ein Mehrfachfiltersystem erlaubt es, die Reinigungszyklen beim Feuchtwasser deutlich zu vergrößern und mit stark reduziertem Alkoholgehalt zu produzieren. Schließlich führen die kürzeren Einrichtphasen pro Auftragswechsel und die Einsparungen bei der Makulatur, die Benni Wolfensberger und Walter Lienhard vornehmlich auf InlineColorPilot zurückführen, in der Produktion zu einer weiteren Steigerung der Gesamteffizienz und zu mehr Ökologie.

- www.manroland.com
- www.wolfensberger-ag.ch





DER **Evaluator**

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um irgendwann auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon längst für Sie erledigt!

Die ›Druckmarkt COLLECTION‹ ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Publishing und Print. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.



Investitionskompas

Digitaldruck

Farbe und Schwarzweiß:
erläuternde Artikel und
umfangreiche Marktüber-
sichten.

Oktober 2010.

36 Seiten, A4.

19,90 € / 24.90 CHF

Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

Jede einzelne Ausgabe der ›Druckmarkt COLLECTION‹ hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als ›Investitionskompas‹ bündeln die Fachmagazine ›Druckmarkt‹, ›Value-Journal‹ und ›Grafische Revue‹ ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue



PDF-Kontrolle im Druck

Mensing Druck & Verpackung: automatisierte PDF-Kontrolle direkt an der Druckmaschine mit KBA DensiTronic PDF

Mensing Druck & Verpackung in Norderstedt bei Hamburg ist seit mehr als 50 Jahren im Verpackungsdruck mit dem Schwerpunkt Pharma- und Kosmetikverpackungen tätig. Anfang 2008 installierte das Unternehmen eine Rapida-Bogenmaschine mit Einzelantrieben für den simultanen Druckplattenwechsel DriveTronic SPC. Neben der Automatisierung der Maschine legte der Druckbetrieb besonderen Wert auf die integrierte Qualitätssicherung und entschied sich neben dem Dichtemess- und -regelsystem DensiTronic professional als erster deutscher Verpackungsbetrieb auch für DensiTronic PDF. Das System ist nun seit über einem Jahr im Einsatz. Zeit für eine erste Bilanz.



Für Geschäftsführer **Volker Knoop** ist DensiTronic PDF das i-Tüpfelchen bei der Qualitätssicherung.

Während die meisten Druckereien auf Farbmessung oder -regelung setzen und einige wenige zusätzlich ihre Drucke mit einem Revisionsbogen vergleichen, wird bei Mensing der gedruckte Bogen mit dem Original-PDF des Auftraggebers verglichen.

36 Messpunkte pro mm² machen beim Vergleich der Dokumente kleinste Fehler sichtbar, die mit bloßem Auge nicht erkennbar wären. Dafür scannen die Drucker den ersten Gutbogen mit DensiTronic PDF ein. Die automatische Auswertung macht dann innerhalb kurzer Zeit kleinste Abweichungen zum Original-PDF sichtbar. So werden neben mitbelichteten Fremdkörpern wie Stanzkonturen, Nutzen-Nummerierung oder mitbelichtete Marken angezeigt. Durch die automatische Ausgrenzung erkannter Differenzen erhält der Bediener schnell einen Überblick über alle produktionsrelevanten Unterschiede und kann sofort entscheiden, ob der Auftrag so laufen kann oder ob die Qualitätssicherung eingeschaltet werden sollte.

Qualitätsdruck mit Zertifikat

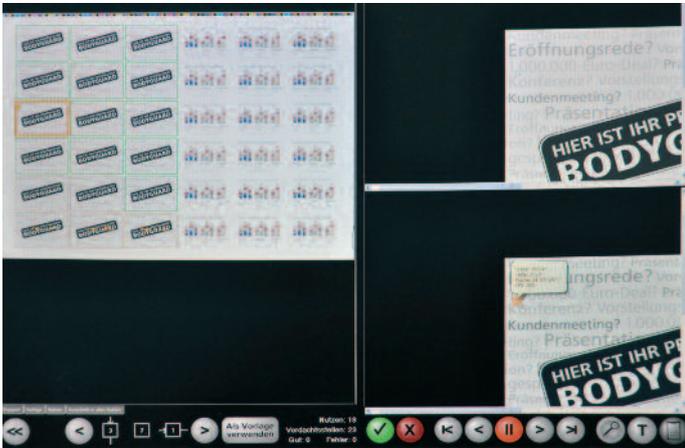
Bei Mensing Druck & Verpackung erfolgt die automatische Prüfung in einem schlanken Produktionsprozess mindestens dreimal: gleich nach dem Aufbau der Druckbogen, noch vor Erstellung der Druckplatten sowie beim ersten und letzten Gutbogen an der Druckmaschine. Am Ende erhält der Auftraggeber auf Wunsch ein Prüfzertifikat und nach Absprache ein Protokoll in drei möglichen Varianten vom einfachen ein-

Seit dem Einsatz von DensiTronic PDF konnte Mensing Druck seine Reklamationskosten um 50% senken. Durch die Dichteregelung mit DensiTronic professional und den zusätzlich auf dem DensiTronic-Pult installierten PDF-Reader sind die Qualität und Produktionssicherheit im Unternehmen weiter gestiegen.



Neben der Rapida mit simultanem Plattenwechsel (im Bild) wird das DensiTronic-Pult mit dem PDF-Reader ebenfalls für eine inzwischen acht Jahre alte Schwestermaschine eingesetzt.

Text und Bilder: KBA.



Anzeige eines Kratzers in einem Nutzen der Verpackungsform.

seitigen Bericht bis zum ausführlichen Report als PDF oder auf Papier. Bei Pharma-Verpackungen oder Packungsbeilagen wird zusätzlich zu den Vorgaben die Probeentnahme, wie sie durch die Prüfzyklen der Pharmaindustrie vorgeschrieben sind, verglichen. In diesem Bereich ist die Relevanz mit DensiTronic PDF hervorstechend. Wird zum Beispiel in einer Einnahmeverordnung aus einer »3« durch eine zufällig mitbelichtete Fussel eine »8«, könnte dies verheerende Folgen für den Arzneimittelkonsumenten haben. Was das bloße Auge übersehen könnte, wird durch die Technik mit Sicherheit erkannt. Solche spektakulären Fehler sind glücklicherweise bei Mensing noch nicht aufgetreten. Jedoch ist durch die Prüfung schon aufgefallen, dass eine Platte einen Kratzer hatte, der im Druckbild zu sehen war. Das Ergebnis: Maschinenstopp und Neubelichtung der Druckplatte, bevor die ganze Auflage produziert wurde. Ein anderes Mal handelte es sich um einen klassischen Fehler aus der Druckvorstufe: Die Mittelkreuze wurden durch ein Versehen mitbelichtet und wären ohne DensiTronic PDF auch gnadenlos mit gedruckt worden. Beide Aufträge mussten also kein zweites Mal produziert

werden. Das spart Zeit, Kapazität, Kosten und Makulatur, dient indirekt also auch dem Umweltschutz. Formproofs auf Papier können mit KBA DensiTronic PDF entfallen – ein weiterer Beitrag zur Effizienzsteigerung in der Druckproduktion. Die Mitarbeiter fühlen sich durch die elektronischen Werkzeuge zur Qualitätsüberwachung sicherer. Neben dem Nachweis der Einführung eines Qualitätsmanagementsystems »für die Herstellung und den Vertrieb von pharmazeutischen, chirurgischen sowie industriellen Verpackungen, Packungsbeilagen und Akzidenzen« nach DIN ISO 9001:2008 hat die Kombination beider Systeme eine ausgesprochen positive Wirkung.

Mehrwert überzeugt

Im Einsatz der beiden Qualitätssicherungs-Systeme sieht Volker Knoop zudem einen nicht zu verachtenden Marketing-Effekt: Gegenüber den großen der Branche ist Mensing mit rund 45 Beschäftigten ein relativ kleines Unternehmen, allerdings eines mit renommierten Pharmaunternehmen und Markenartiklern auf der Kundenliste. Darunter Beiersdorf, Revell sowie Johnson & Johnson. Manche Auftraggeber sind dabei, die Anzahl ihrer Lieferanten zu reduzieren. Daraus resultiert wiederum für den Verpackungsdrucker die Notwendigkeit, den Auftraggebern einen Mehrwert zu bieten. Der exakte Qualitätsnachweis durch DensiTronic PDF schafft dies und findet bei den Kunden großen Anklang. Mit dem Hinweis auf die wirkungsvolle Fehlervermeidung mit DensiTronic PDF konnten sogar Neukunden gewonnen werden, die das Auftragsvolumen für Mensing kontinuierlich erhöhen.

Technik auch für alte Rapida nutzbar

Aufträge aus den Bereichen Pharma und Kosmetik werden bei Mensing prinzipiell mit DensiTronic PDF geprüft, andere auf Kundenwunsch. Insgesamt erfolgt bei rund zwei Dritteln der Produktion die Prüfung des Druckbildes gegen die PDF-Vorlage. Neben der neuen Mittelformat-Rapida können die Qualitätswerkzeuge auch für eine inzwischen acht Jahre alte Rapida genutzt werden. Da sich der Scanner auf dem Pult des DensiTronic professional befindet, ist an der alten Maschine zusätzlich die Dichteregelung möglich. Mensing wurde auf der drupa 2008 auf DensiTronic PDF aufmerksam. Volker Knoop lobt auch den Support für das System. Die Schwellenwerte lassen sich einfach nach oben oder nach unten korrigieren und die Fern-

FUNKTIONSWEISE

Die Bediensoftware für PDF-Scanner ist in die Bedienung des DensiTronic professional eingebunden. Der Scannerbalken enthält einzelne Kameras, die alle 20 mm eine Aufnahme machen. Die Scan-Auflösung beträgt dabei 300 ppi. Die Messdauer im Format 74 x 106 cm beträgt knapp 60 Sekunden. Das Zusammensetzen der Einzelbilder zu einem Gesamtbild erfolgt auf dem Prüfrechner, der das Bild an das Prüfprogramm weitergibt. Das Vergleichs-PDF wird parallel hochgeladen (automatisch oder manuell). Die Einstellung der Prüfparameter (Fehlergröße, Fehlerkontrast, max. Quetschrandgröße, max. Passerversatz, Farbmodus, Auflösung) erfolgt über einfache Bildschirmenüs. Danach kann der Vergleich des Gesamtbildes mit dem PDF durchgeführt werden. Dabei stehen ein Prüfzertifikat sowie umfangreiche Protokoll- und Auswertefunktionen zur Verfügung.

wartung funktioniert sehr gut. Durch die Ausstattung der neuen Rapida mit DriveTronic SPC und den damit verbundenen simultanen Plattenwechseln innerhalb von nur einer Minute kann Mensing Druck & Verpackung die im Pharmabereich oft üblichen kleinen Losgrößen wirtschaftlich produzieren. Dank der hohen Produktionsleistung beider Maschinen sind aber auch Auflagen von 1 Mio. Stück keine Zauberei. Technisch perfekt aufgestellt, will Mensing seine Produktionsprozesse weiter optimieren und verschlanken.

- www.mensing-druck.de
- www.kba.com





Digitaldruck trifft Offsetpower

manroland und Océ bekräftigen ihre Allianz mit Veranstaltungen in Offenbach und Poing und informieren über ihre Innovationen

Ganz anders als bei der Offenbacher Veranstaltung im Mai (siehe Druckmarkt ›Impressions‹ 32), wo Bogenoffsetlösungen im Mittelpunkt der Technik-Präsentationen standen, war es in Poing die nächste Generation an digitalen Hochgeschwindigkeits-Inkjetlösungen, die das Interesse der Besucher weckten. Océ stellte die neuen Modelle JetStream 1400 und 3000 vor, die durch neue Druckköpfe um ein Drittel schneller sind, sich aber sonst innerhalb der Produktreihe von den bisherigen Modellen nur unwesentlich unterscheiden. In diesem Zusammenhang wurden entsprechende Anwendungen wie der variable Datendruck, Transpromo und Transaktionsdruck, Mailingproduktion und sicherheitsrelevanter Druck live vorgeführt.

Technikshow mit Partnern

Auf einer Fläche von 6.000 m² präsentierte Océ gemeinsam mit Industrie-Partnern wie Horizon, Hunkeler und vielen mehr Lösungen für den Produktionsdruck. Dabei wurde gezeigt, wie sich Druckunternehmen mit durchdachten Tools für eine individualisierte sowie automatisierte Print-Kommunikation, für den Transaktionsdruck, TransPromo, Direktmai-

lings, Applikationen zur Kundenbindung oder den Sicherheitsdruck aufstellen können.

Dazu wurden neben tonerbasierten Technologien für den Bogendruck auch die Océ ColorStream 3500 (siehe auch Druckmarkt 70) und die erweiterte Océ JetStream-Familie vorgeführt und vom plattformübergreifenden Workflow Océ PRISMAsuite unterstützt.

Neben der Demonstration aktueller Produktionstechniken war die strategische Allianz zwischen Océ und manroland eines der Kernthemen in Poing. Dabei stellten die Unternehmen eine Lösung für das Dokumenten-Mangement, Digital- und Offsetdruck, integrierte Workflow-Lösungen und Verarbeitung vor. Die möglichen Anwendungen reichen von Publishing-on-Demand über den digitalen Zeitungs- und Magazindruck bis hin zu Hybridkatalogen und Handbüchern. Diese Lösungen eröffnen für entsprechend ausgerichtete Unternehmen vielversprechende Perspektiven.

Strategische Allianz zwischen Océ und manroland

Noch allerdings sind das Pläne. Wie manroland-Chef Gerd Finkbeiner im Gespräch erläuterte, erwartet manroland im Digitaldruckgeschäft »in den nächsten fünf Jahren einen Um-

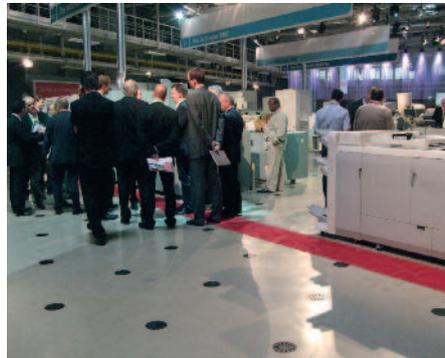
Auf dem ›Sheetfed Summit‹ in Offenbach zeigte manroland, wie lebendig der Druck im Online-Zeitalter sein kann. Und in Poing präsentierte das Océ ›Production Printing Summit 2011‹ vielfältige Lösungen für existierende oder künftige Geschäftsmodelle im Digitaldruck – und brachte neue Erkenntnisse über die Kooperation der beiden Unternehmen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Spannendes über neue Maschinen, Technologien und Anwendungen gab es sowohl in Offenbach



beim ›Sheetfed Summit‹ als auch in Poing beim ›Production Printing Summit‹, in dessen Verlauf



auch die Kooperation von Océ und manroland noch einmal bekräftigt wurde.

satz von etwa 100 Millionen Euro.« Das klingt zunächst wenig ambitioniert. Doch der Vorstandsvorsitzende von manroland weiß natürlich aufgrund seiner Erfahrungen, dass sich Projektgeschäfte nicht aus dem Hut zaubern lassen. Das sei auch der Unterschied zum Wettbewerber aus Heidelberg, der sich mit deutlich kleineren Modellen im Digitaldruck bewegt. »Wir zeigen jedoch auf, wie Inkjetdrucksysteme den industriellen Offsetdruck ergänzen«, erklärte



Gerd Finkbeiner. »Wir sind uns der Vorreiterrolle durchaus bewusst, verfolgen gemeinsam mit Océ ehrgeizige Ziele und wünschen uns Kunden, die am dynamischen Wachstum des digitalen Drucks teilhaben wollen.«

zess des Umdenkens angeht, was sich herausgeschält hat, dass sich konventionell und digital gedruckte Medien und die Online-Medien ergänzen. Das hat natürlich eine ganz andere Qualität«, sagte Finkbeiner.



Sebastian Landesberger, Executive Vice President Océ Production Printing, ergänzte: »Im konventionellen Druck befindet sich die Wertschöpfungskette im Wandel, Hybridprodukte werden beliebter und notwendiger. Mit unseren Inkjet-Technologien bieten wir die Kombination aus hoher Qualität, maximaler Individualität und deren Wertbeitrag in der modernen Kommunikation.«

Graphic Arts wächst

Landesberger erwartet im Transaktionsdruck bis 2014 einen Rückgang von etwa 6% im Schwarz-Weiß-Bereich, dafür aber ein Plus von 32% im Farbsektor. Wobei die so genannten ›Graphic Arts Applications‹ gut 8% zulegen könnten. Davon profitiert Océ. Schließlich habe man bis Mai 2011 bereits 167 Systeme der JetStream und ColorStream-Reihe verkauft und installiert.

Doch die Zahlen könnten gerade für das Segment, das Océ abdeckt, noch viel besser werden, glaubt Océ-Chef

Rikus van Ipperen, der darauf verwies, dass man zusammen mit den Produkten von Canon im Bereich der Graphic Arts die größte Auswahl an Produkten im Markt habe. »Océ ist innerhalb der Canon-Gruppe verantwortlich für Production Print, Wide Format Printing, Business Services und wird zum Canon Innovation-Center in Europa.«

Gipfeltreffen der Bogendrucker

Und Innovationen waren es auch, die die beiden Veranstaltungen in Poing Anfang Juni und den ›Sheetfed Summit‹ Mitte Mai in Offenbach prägten.

»Innovationen entstehen nicht im stillen Kämmerlein. Dialog und Kommunikation regen zu Ideen und Neuentwicklungen an«, bemerkte



Dr. Markus Rall, der im Vorstand bei manroland für Bogendrucksysteme verantwortlich ist, im Vorfeld der Veranstaltung. »Mit dem Sheetfed Summit wollen wir eine Plattform für den Austausch zwischen Anwendern, Entscheidern und Herstellern schaffen und damit Bedingungen für bedarfsgerechte und intelligente Lösungen rund um den Bogenoffset bieten.«

Das ist manroland und Océ ganz offensichtlich gelungen. Als Start-Ziel-Sieg wurden die Informationstage bezeichnet, die mehr als 3.000 Besucher nach Offenbach und Poing lockten. So lieferten die ›Summits‹ wertvolle Anregungen für den Produktionsalltag einer nach wie vor lebendigen Druckbranche: und das im Offsetdruck wie im Digitaldruck.

Die Wirkung von Print ist unbestritten

So trifft das Resümé von Dr. Rall voll und ganz zu: »Print ist heute so kreativ und effizient wie nie zuvor. Unzählige Veredelungsvarianten, Düfte, Augmented-Reality-Elemente, 3D-Darstellungen, Individualisierungen und Personalisierungen sowie eine nahezu grenzenlose Vielfalt an Substraten. Die Wirkung von Print ist unbestritten.«

Sollten die Besucher der Events von manroland und Océ diese wertvolle Erkenntnis mit nach Hause genommen haben, dürfte dies nicht nur aus Sicht der Veranstalter ein überaus zufriedenstellendes Ergebnis sein, sondern für die gesamte Branche.

- › www.oce.de
- › www.manroland.com





Drucken wieder cool und erfolgreich machen

Wir arbeiten anders. Wir kommunizieren anders. Also brauchen wir auch andere Medienkanäle und deren Kombinationen. Die neue Dimension in der Kommunikation ist die Interaktion von Print, mobilen Medien und Internet. Diese Symbiose von Print und elektronischen Medien hat sich das IRD auf die Fahnen geschrieben.



»Drucken hat viele Vorteile. Digitale, elektronische Medien auch. Wenn wir beide zusammenbringen, wird's hochinteressant«, sagte der IRD-Vorsitzende Michael Kleine auf der Jahrestagung des IRD in Salzburg.



IRD-Institutsleiter Eckhard Bölke diskutierte mit den Teilnehmern und Geert de Vries, Geschäftsführer der ac brains, die Initiative ›Print-to-Web‹, die den Druck und das Internet verbindet.

Die Zeichen sind gesetzt. Nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis. Das haben die IRD-Jahrestagung in Salzburg und das nachfolgende IRD-Forum in der Schweiz nachhaltig unterstrichen. Statische Druckprodukte bieten durch die Verlinkung mit elektronischen Inhalten über das Web eine interaktive Zweiwegkommunikation. Genau das und nicht weniger fordern heutige und künftige Kommunikationsstrategien der Kunden. Denn Informationsflut und neue Technologien haben das Kommunikationsverhalten in einer Dynamik verändert, die sich nicht mehr beiseiteschieben lässt. Und an den Auswirkungen kommt heute keiner mehr vorbei, der sich mit Geschäften rund um das Thema Kommunikation befasst.

SCHLÜSSELWORT INTERAKTION Die Smartphone- und Tablet-PC-Lawine rollt. Allein im 4. Quartal 2010 wurden mehr Smartphones als Personal Computer verkauft. Unter Smartphones versteht man tragbare Computer, die man immer dabei hat, mit denen man fotografieren, surfen, kommunizieren und schließlich auch telefonieren kann. Die schnelle Verbreitung stellt nicht nur einen technologischen Umbruch dar, sondern verändert das Kommunikationsverhalten insgesamt.

Denn das Schlüsselwort heißt Interaktion. Und genau hier könnte das Dilemma unserer Branche liegen: Aus Kundensicht wird das Printmedium als reines ›Offline-Medium‹ gesehen, das nur die klassische Einbahnkommunikation erlaubt. Etwas pauschaliert ausgedrückt, sind daraus folgend die Konse-

quenzen klar: Der Stellenwert des Printproduktes sinkt und damit verbunden das Volumen, wenn dem nichts entgegengesetzt werden kann. Zwar lassen sich da, wo gewünscht, Response-Elemente wie Coupons etc. einbauen. Die aber passen in ihrer klassischen Form nicht mehr zu den neuen Kommunikationsverhalten und Medien – weder im B2B-, noch im B2C-Bereich.

DIE ANTWORT: PRINT-TO-WEB Doch das ›Entweder Print oder elektronische Medien‹ war gestern. Heute zählt die direkte Vernetzung beider Medien in allen Kommunikations-, Informations- und auch Schutzkonzepten. Möglich wurde dies durch vielfältigste Technologien, sichtbare und unsichtbare Merkmale, gedruckt oder über integrierte Chips. Dies revolutioniert alle Druckprodukte, egal in welcher Anwendung.

Print-to-Web ist also die konstruktive Antwort auf die klar fixierte Weiterentwicklung im Kommunikations- und Informationsverhalten. Und damit betrifft es auch jedes Druckunternehmen. Seit über zwei Jahren begleitet das IRD zusammen mit Geert de Vries, Geschäftsführer der ac brains, diese Entwicklung, in Interaktion mit Kunden, Druckern und Technologie-Lieferanten. Hier hat die ›print2web-alliance‹, gebildet von den Mitgliedern des IRD-Arbeitskreises Print-to-Web, die praktische Umsetzung erfolgreich vorangetrieben – überzeugende Beispiele wurden auf der Jahrestagung gezeigt. Und das Fazit aus der Praxis ist eindeutig: Nicht die Fixierung auf eine bestimmte Funktion oder Technologie ist entscheidend, wichtig ist das richtige

10. – 12. Oktober 2011, Wien, Reed Messe Wien

IFRA Expo 2011

**Media
Port**

Publishing Trends
Online, Mobile, Print –
auf der IFRA Expo 2011

Konzept, das dann mit den geeigneten Werkzeugen umgesetzt wird. Um Kunden begeistern zu können und Print zum Portal in die digitale Welt zu etablieren, sind keine neuen Maschinen notwendig, sondern nur ein wenig Investition in Zeit und die eigene Kreativität.

DAS FAZIT AUS DEN AKTIVITÄTEN Jetzt ist es für die Druckindustrie an der Zeit zu handeln. So, wie es die Mitglieder des IRD-Arbeitskreises ›Print-to-Web‹ bereits praktizieren. Weil mit Print-to-Web die neuen Kommunikationsstrategien punktgenau umgesetzt werden und damit in vielen Bereichen alternativlos ist, wenn Druckprodukte nicht als ›Looser‹ gebrandmarkt werden und weiter an Bedeutung und Volumen verlieren sollen.

»Drucken hat viele Vorteile. Digitale, elektronische Medien auch. Wenn wir beide zusammenbringen, wird's hochinteressant. Und genau das ist jetzt möglich. Stabil und sicher, für Werber und das gesamte Produktmarketing extrem attraktiv. Damit zeigt Druck Stärke, damit wird Drucken wieder cool und erfolgreich«, brachte es der Vorsitzende des IRD, Michael Kleine, auf den Punkt. Denn es wird sich nach seiner Einschätzung noch viel verändern und die Marktanteile von Print und Online-Medien könnten sich weiter verschieben. Doch Print sei keineswegs chancenlos oder ein »notwendiges Übel«. Im Gegenteil könnten wir alle mithalten, weil die Kombination von Print und Web eine neue Dimension sei. »Unbestritten ist dies für Printprodukte einer der wichtigsten Weiterentwicklungen, vielleicht auch die Basis des künftigen Erfolgs. Und richtig angefasst, kann dies auch für die Prozessvernetzung mit Kunden erhebliche Vorteile bringen. Investieren Sie in Know-how und Ideen«, forderte Michael Kleine die Teilnehmer auf. Denn: »Dienstleister in Sachen Kommunikation – das ist und bleibt das Leitbild unserer Branche.«

PROZESSOPTIMIERUNG BLEIBT AUFGABE NUMMER EINS Das IRD bietet über seine Veranstaltungen hinaus umfangreiche Angebote für alle Druckereien, die von den wichtigen Weiterentwicklungen profitieren wollen. Denn weiterentwickeln müsse sich auch die Kommunikation von Druckereien mit ihren Kunden, stellte Eckhard Bölke beim IRD-Forum Schweiz fest.

Entscheidend dabei sei, dass sich aus Kundensicht die vielfältigen und unterschiedlichen Werkzeuge der Partner, mit denen man zusammenarbeitet, harmonisieren müssten und dass alle Prozesse, die einem ›fertigen‹ PDF vorgeschaltet sind, mit einzubeziehen seien. »Nur wenn die gesamte Prozesskette gesteuert wird, ergeben sich spürbare Erfolge in Time-to-Market und Kostenreduktion«, erklärt Bölke.

Zudem sei es nach wie vor die Aufgabe Nummer eins für Druckereien, die Prozesse zu beherrschen und zu optimieren. Hilfreich dabei ist auch der Performance-Test des IRD, der als ›Prozessrating Druck‹ auf große Resonanz gestoßen ist. Auf der IRD-Jahrestagung wurden übrigens erstmals die Sieger des IRD-Prozessratings mit dem ›Top Performance-Award‹ ausgezeichnet. *nico*



Dossier

Print Szenario 2011

Die Kommunikation im Umbruch. Die Chancen und Stärken von Druck und Werbung.

März 2011

28 Seiten, A4

19,90 €/ 24,90 CHF.

Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

› www.ird-online.de

› www.print2web.org



www.ifraexpo.com



Hartung erkennt Laminier-Potenzial

Hamburger Druckerei verstärkt Druckweiterverarbeitung mit Horizon

René Geyer ist einer von vier Geschäftsführern der Hamburger Offsetdruckerei Hartung, die sich nach einer schwierigen Phase mit einem wahren Fitnessprogramm in Maschinen, Organisation und Qualität den Herausforderungen des Marktes stellt. In den letzten drei Jahren investierte Hartung in den Ausbau des Gebäudes, in die Vorstufe und den Drucksaal: Zu der bestehenden Achtfarbenmaschine kamen im Austausch für zwei Sechsfarben eine Zehnfarben-Speedmaster mit Lack sowie eine Fünffarbenmaschine Printmaster für das A3-Format. René Geyer: »Wir wollen unsere Fachkompetenz in allen Bereichen des Drucks ausbauen und vertiefen. Die Druckweiterverarbeitung gehört selbstverständlich dazu. Wir haben früher viel fremd vergeben, möchten aber mehr Wertschöpfung im Haus generieren. Dazu haben wir beschlossen, neben unserer Kernkompetenz im Drucken auch die Weiterverarbeitung komplett ins eigene Haus zu holen. Die Vorteile für unsere Kunden liegen klar auf der Hand: Frachtkosten werden gesenkt, wir sind flexibler in den Durchlaufzeiten und haben die Qualität unter Kontrolle. Druckweiterverarbeitung im eigenen Betrieb bedeutet geringere Reibungsverluste, höhere Termintreue – und der Gewinn bleibt im Haus.«

Dreischichtige Produktion

Hartung Druck+Medien arbeitet im Druck und im kompletten Weiterverarbeitungsbereich dreischichtig. Seit wenigen Wochen gehört neben dem Horizon-Klebebinder BQ-270 PUR der Laminator Castor 530 SF von Horizon zum Maschinenpark. Der Bedienerin Maike Rupsch fällt die Arbeit mit dem Laminator leicht: »Die Maschine arbeitet sehr präzise, da kann man kaum was falsch machen.« Verarbeitet werden in erster Linie Softcover-Umschläge, Speisekarten, Broschüren, Postkarten oder Flyer. Das Laminiergeschäft ist gut angelaufen, die Druckerei sieht in dieser Form der Veredelung von Printprodukten einen Wachstumsmarkt. »Auch bei schwierigeren Materialien sind die Laminierungsergebnisse präzise und sauber«, sagt René Geyer. »Außerdem arbeitet die Maschine wirtschaftlich bei großen, mittleren oder kleinen Auflagen, denn wir produzieren praktisch keine Makulatur. Durch die Anti-Curl-Mechanik liegen die Bogen immer plan. Zudem bietet die Maschine kurze Rüstzeiten. Dazu kommt die Bedienung über den Touchscreen, die klar aufgebaut ist und damit auch zur Effizienzsteigerung beiträgt.«

Die Hartung Druck+Medien GmbH hat ihr Kerngeschäft Bogenoffset mit digitaler Vorstufe und Druckweiterverarbeitung zum vollstufigen Fertigungsbetrieb ausgebaut. Heute glänzt die Druckerei mit breiter Fertigungstiefe und verlängerter Wertschöpfungskette. Neu im Programm: Klebebinden, Schneiden, Laminieren mit Maschinen von Horizon.





Die weltweite Leitmesse für Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie

- Beschichtung / Kaschierung
- Schneide- / Wickeltechnik
- Trocknung / Härtung • Software
- Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme
- Behandlung • Konfektionierung
- Materialien • Maschinenzubehör
- Retrofits / Runderneuerte Anlagen
- Fabrikmanagement • Consulting
- Lohnveredelung / -verarbeitung
- Flexo- / Tiefdruck

8. - 10. November 2011

Neue Messe München

Neues
Gelände

E-Mail: info@ice-x.de

www.ice-x.de

René Geyer, Geschäftsführer von Hartung Druck+Medien (I.), mit Horizon-Produktleiterin Laminieren Marisa Dütsch und Horizon-Gebietsleiter Marvin Berg.



Palettenan- und -auslage

Für den zuverlässigen Transport der Bogen sorgt ein Saugkopf, der mit kombinierten Hub- und Schleppsaugern arbeitet. Dabei ist die Höhe der Transportsauger, der Luftstrom auf dem Stapel und die Saugkraft ganz einfach einzustellen, sodass ein zuverlässiger und kontinuierlicher Papiertransport gewährleistet ist. Der Laminator für das Format B2 (530 x 740 mm) überzeugt: Er kann Materialstärken zwischen 115 g/m² und 500 g/m² und – bei optimaler Produktion – 4.200 B2-Bogen/h verarbeiten. Zur Leistungssteigerung hat sich Hartung den »Castor« mit Palettenanleger und Palettenauslage ausstatten lassen. Für die mittleren und großen Auflagen bedeutet dies einen deutlich geringeren Arbeitsaufwand.

Die Abbildungen zeigen (von links) die Bogenseparation, den Touchscreen, den Druckregler für den Kalandrier des Horizon-Foliant-Laminators 530 SF und den Hubsauger im Saugkopf des Laminators.

René Geyer: »So wird das Laminieren für uns ein Gewinn – aber auch für unsere Kunden, denn wir liefern perfekte Produkte.« Termingerecht, versteht sich. Oder auf Vorrat, denn die 55 Mitarbeiter zählende Druckerei hat einen modernen Service im Bereich Logistik und Bestandsmanagement entwickelt: Nach dem Motto »Logistik ist mehr als termingerechte Auslieferung« baute die Druckerei eine Lagerhalle mit 600 Palettenstellplätzen, die auch den Kunden angeboten werden. Regelmäßig benötigte Produkte können so eingelagert und bei Bedarf abgerufen werden. Über eine internetbasierte Bestandsverwaltung können die Kunden online Waren abrufen oder Bestände kontrollieren. Die Auslieferung der Produkte übernimmt die Hamburger Druckerei zum gewünschten Termin – just in time – an jeden beliebigen Ort. Immer häufiger sind die Produkte mit einer hotmeltbeschichteten Folie laminiert.

» www.horizon.de





Frische-Detektive inklusive

»Smart Packaging« ist zum Thema geworden: Intelligente gedruckte Verpackungen und Etiketten liegen im Trend

Bei ihren »Güggeli«, ihren heiß geliebten Hähnchen, sind die Schweizer zu keinen Kompromissen bereit. Werden sie nicht tierfreundlich aufgezogen, regelmäßigen Gesundheitskontrollen unterzogen und sind sie nicht absolut frisch, kommen sie nicht auf den Tisch. Das Schweizer Unternehmen Ernst Kneuss Geflügel hat sich für die wählerischen Eidgenossen daher etwas Besonderes einfallen lassen: Es druckt ein sogenanntes OnVu-Etikett, einen Zeit-Temperatur-Indikator, auf die Kartonschachtel seiner »Bachofe-Güggeli«, das die Hähnchen auf ihrer Reise in den Handel begleitet. Eine spezielle Pigmentfarbe im Inneren eines Apfelsymbols wird beim Verpacken mit UV-Licht bestrahlt und erscheint blau. Anschließend beginnt die Farbe abhängig von Zeit und Temperatur auszubleichen. Je länger ein Güggeli warm gelagert wurde, desto schneller erfolgt der Farbumschlag. Ist das Innere des Apfels blasser als die Referenzfarbe des Randes, weiß der Verbraucher: Das Hähnchen sollte nicht mehr gegessen werden.

»Mit den Etiketten machen wir die Frische und Qualität unserer Produkte für die Kunden überprüfbar und unterstreichen damit unsere Qualitätsphilosophie«, erklärt Kneuss-Chef Daniel Kneuss. Der Geflügel-

hersteller führte das OnVu-Etikett bereits 2008 ein, andere Unternehmen wollen nun nachziehen. »Wir verhandeln weltweit mit Fastfood- und Handelsketten«, sagt Martin Angehrn, Leiter OnVu bei BASF. Der Chemiekonzern erwarb 2008 den Schweizer Farbspezialisten Ciba, der den Indikator gemeinsam mit dem deutschen Maschinenbauer Bizerba entwickelt hatte.

Mindesthaltbarkeitsdatum reicht nicht

Wer seinen Kunden absolute Produktsicherheit garantieren will, muss die gesamte logistische Kette von der Produktion bis zum Verbraucher überwachen. Das gilt besonders für leicht verderbliche Nahrungsmittel und pharmazeutische Produkte. Immer wieder zeigt sich: Die Gefahr durch Gammelware oder unbrauchbare Medikamente ist groß. Bisher können sich Verbraucher nur am Mindesthaltbarkeitsdatum orientieren. Es zeigt an, wie lange ein Produkt bei regelgerechter Lagerung ohne Qualitätseinbuße verwendet werden kann. Das Problem: Wird die Kühlkette unterbrochen oder dringt Feuchtigkeit ein, wird es vorzeitig unbrauchbar und kann die Gesundheit der Verbraucher gefährden. Auf der anderen Seite sind Nahrungsmittel nach Ablauf

Neue Verpackungen benötigen bei besserer Stabilität weniger Material und lassen sich effizienter handhaben. Integrierte Zeit-Temperatur-Indikatoren oder Mikrochips geben Auskunft über den Zustand des Produkts und aktive Systeme können die Qualität des Inhalts während der Lagerung sogar noch verbessern.



Um die Qualität des »Güggeli« zu garantieren, setzt der Schweizer Geflügelhersteller Kneuss auf OnVu-Etiketten auf der Kartonschachtel des »Bachofe-Güggeli«, die den Zustand des Inhaltes anzeigen.

Quelle Text und Bilder: Messe Düsseldorf, Fachartikel zur Interpack 2011.



»OnVu ICE« heißt der Zeit-Temperatur-Indikator, den die BASF jetzt speziell für tiefgekühlte Produkte auf den Markt bringt. Die intelligenten OnVu-Etiketten auf der Lebensmittelverpackung überwachen die Kühl- beziehungsweise Tiefkühlkette und machen den aktuellen Zustand des Produkts sichtbar: Abhängig von der Temperatur wechselt das Etikett die Farbe. (Foto: BASF)



des Mindesthaltbarkeitsdatums oft noch frisch, werden aber vorsichtshalber entsorgt – oder unnötig verschwendet. Zeit-Temperatur-Indikatoren zeigen den Frischegrad exakt an und können Müll vermeiden. »Somit tragen sie auch zur Nachhaltigkeit bei«, sagt Angehrn.

Großes Wachstum erwartet

Weil immer mehr Verbraucher Wert auf gesunde und grüne Produkte mit Zusatznutzen legen, wird mit einem erheblichen Wachstum des »Smart Packaging«-Marktes gerechnet. Der US-Marktforscher MarketsandMarkets schätzt, dass der weltweite Umsatz mit intelligenten Verpackungen im Zeitraum zwischen 2010 und 2015 um jährlich 8,2% auf rund 24 Mrd. US-Dollar steigen wird. Wobei die Analysten neben den farbigen Etiketten auch die Radiofrequenztechnik RFID auf dem Vormarsch sehen. In die Verpackungen integrierte Mikrochips sollen über

Sensoren stetig Informationen über den Zustand eines Produktes wie Feuchte oder Temperatur sammeln und bei Über- oder Unterschreitungen programmierter Schwellenwerte Alarm schlagen. Oder die Chips helfen Patienten, Medikamente in der richtigen Dosierung und pünktlich einzunehmen: Ist es Zeit für die Arznei, ertönt ein Signal. Die Prozessoren können aber noch mehr: Gefüttert mit Daten wie Abfüllort oder Herstellungsdatum, lassen sich Produkte lückenlos zurückverfolgen – eine wichtige Maßnahme gegen Fälschungen. Die Industrie sieht großes Potenzial in den Chips und treibt ihre Entwicklung eifrig voran. Die Organic Electronics Association OE-A zum Bei-

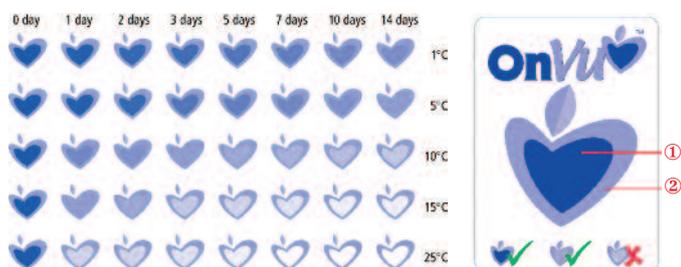
spiel, eine Arbeitsgruppe im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau VDMA, arbeitet an der Kommerzialisierung druckbarer organischer Elektronik. »Preiswerte, dünne, flexible Elektronik, die sich in Verpackungen integrieren lassen, werden künftig aus dem Handel nicht mehr wegzudenken sein«, sagt der OE-A-Vorsitzende Wolfgang Mildner. Mit RFID könnten große Informationsmengen über Waren blitzschnell abgerufen werden und stehe für Echtheitsgarantie und Distributionssicherheit.

Frische aus der Folie

Verpackungen sollen künftig noch mehr leisten: Sie treten in Wechselwirkung mit dem Inhalt, eliminieren

Sauerstoff und Mikroben und verbessern Haltbarkeit und Qualität der Produkte.

In Japan werden Sauerstoff absorbierende Kissen, sogenannte Sachets, seit Jahren zum Haltbarmachen von Gemüse oder Fisch genutzt. Europäer und Amerikaner akzeptieren die Verpackungselemente mit der Aufschrift »Nicht essen!« jedoch nicht so bereitwillig. Forscher des Fraunhofer-Instituts für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV in Freising haben daher elegantere Konservierungs-Lösungen entwickelt. »Wir integrieren Sauerstoffabsorber wie Eisen in die Polymermatrix des Packstoffs«, sagt IVV-Materialentwickler Sven Sängerlaub. ▶



Bei der Verpackung der frischen Lebensmittel wird das OnVu-Etikett mithilfe einer UV-Lichtquelle aktiviert. Ein photochromes Pigment in der Mitte des Etiketts ① wird blau – die Uhr beginnt zu ticken: die Verfärbung der temperaturempfindlichen Farbe ist abhängig von Zeit und Temperatur. Als eine Art »Temperaturgedächtnis« macht es die gesammelte Zeit-Temperatur-Historie des verpackten Lebensmittels sichtbar. Solange der mittlere Bereich dunkler gefärbt ist als die ihn umgebende Referenzfarbe ② ist das Produkt frisch. Sobald der Kern heller wird als der Apfel, ist das Produkt nicht mehr für den Verzehr geeignet.



Smart Wallet: Bosch hat einen Weg gefunden, komplexe Faltschachteln für Arzneimittel schnell und kostengünstig zu fertigen. (Bild: Bosch)

Mehr Sicherheit: Der MediFilter von Körper hilft dank eines integrierten Kalenders sowie Tag- und Nachtsymbolen bei der pünktlichen Medikamenten-Einnahme und verhindert zudem Kontaminationen durch klare Trennung der verschiedenen Arzneien. (Bild: Körper)



So seien sauerstoffempfindliche Getränke wie Bier oder Fruchtsäfte in derart präparierten PET-Flaschen länger genießbar. Zudem bietet das IVV der Industrie eine antimikrobiell wirksame Folie an. Sie gibt Sorbinsäure an die Oberfläche des Lebensmittels, den primären Angriffspunkt

für Kontaminationen, ab und konserviert es auf diese Weise. Kritiker argumentieren, bei aktiven Verpackungen beeinträchtigen zusätzliche Chemikalien die Natürlichkeit der Produkte. Dem entgegnet Sven Sänglerlaub: »Für den Lebensmittelschutz werden nur harmlose

geruchs- und geschmacksneutrale Stoffe verwendet.« Zudem könne durch antimikrobielle Stoffe wie Sorbinsäure die Einarbeitung von Konservierungsstoffen in das Produkt vermieden werden. »Gerade das fördert einen gesunden Lebensstil.«

Neue Ideen auch im Maschinenbau

Verpackungsspezialisten und deren Zulieferer rechnen trotz allen technischen Aufwands damit, dass der Bedarf an »Smart Packs« anzieht. »Zwar erfordern neue Produkte und Kampagnen hohe Investitionen, doch verspricht die wachsende Nachfrage nach Waren mit Mehrwert langfristig Gewinne«, sagt der OE-A-Vorsitzende Mildner.

Die Hamburger Albis Plastic etwa bietet Verpackungsmittelproduzenten unter dem Namen »Shelfplus O₂« einen nach eigenen Angaben hocheffizienten Sauerstoffabsorber, der dem Kunststoff je nach Lebensmittel und Verpackungsform beigemischt wird. Der österreichische Dosenhersteller Pirlo wiederum versteckt ein Silicagel-Kissen in einen perforierten Kunststoffeinsatz im Deckel seiner Weißblechdose »DryCan« für Kaffee und Tee. Der neue Verpackungsbestandteil wirkt feuchtigkeitsregulierend und unterbindet Klumpenbildung in pulverförmigen Produkten.

Auch bei intelligenten Verpackungen werden Neuheiten rasch umgesetzt. Der Bosch-Konzern bietet mit dem »Smart Wallet« eine Umverpackung für feste Arzneimittel, die sich mit einem Mikrochip ausstatten lässt. Den Namen trägt die Schachtel nicht nur wegen der integrierbaren Intelligenz, sondern auch, weil sie leicht und kostengünstig zu fertigen sein soll. »Die Anlage zur Herstellung von Smart Wallets hat eine kleinere Grundfläche als herkömmliche Wallet-Verpackungsmaschinen und erfordert eine geringere Investition«, erklärt Bosch-Produktmanager Helmut Deichert. Die Effizienz der Smart Wallets liege in der vorgeklebten äußeren Hülle, die auf einer herkömmlichen Kartoniermaschine aufgestellt und mit einer Blister-Sichtverpackung für Tabletten beladen werden. So ließen sich bis zu 300 Wallets pro Minute herstellen.

➤ www.interpack.de

➤ www.messe-duesseldorf.de



SOS-Kinderdorf-Stiftung
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Eine Zustiftung ins Dachkapital der SOS-Kinderdorf-Stiftung hat großartige, nachhaltige Wirkung: Denn dank Ihres Beitrags werden Jahr für Jahr die daraus erwirtschafteten Erträge ausschließlich für die Zukunft nachfolgender Generationen verwendet.

Kontaktieren Sie uns für mehr Informationen!
SOS-Kinderdorf-Stiftung - Petra Träg
Renatastraße 77 · 80639 München
Tel. 089-126 06 109 · stiftung@sos-kinderdorf.de

Bankverbindung:
DAB-Bank - Filiale München
Konto Nr. 307 065 4003 · BLZ 701 204 00
Verwendungszweck: „Zustiftung“ und Ihre Adresse



Quark Publishing System 9

Design und Publishing für iPad, ePUB, Print, mobile Geräte und das Web

Selbst konfigurierbare iPad Kiosk-App mit integriertem In-App-Purchase

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen

Revolutionizing Publishing. Again.™



Quark



DESIGN & TYPOGRAFIE



→ 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



Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten für Offset - direkt und indirekt

- Aussparungen mit Plotter oder manuell, alle Formate lieferbar für alle Offsetmaschinen
- Basisplatte Alu oder Polyester
- für Dispersions- und UV-Lacke



NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

Tullastr. 23/1 - D 77933 LAHR
Tel. +49 (0)7821-41424
Fax +49 (0)7821-956623
www.strip-plate.com
E-Mail: info@strip-plate.com

DIENSTLEISTUNGEN

32x46.de
CLEVER DIGITAL DRUCKEN
Druckbogen für Druckprofis
Ab sofort mit UV-Lack! www.32x46.de

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Blockleimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENECKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 50

TECHKON
Alle Farben perfekt im Griff ...



- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
Wiesbadener Str. 27 • 61462 Königstein
Tel. 06174-9244 50 • Fax 06174-9244 99
info@techkon.com • www.techkon.com

DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Jetzt alle 14 Tage mit Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDENMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

PUR-Klebebinder mit Schlitzdüse:
Fotobücher, Digitaldruck und gestrichenes Papier sicher binden.

Binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstrasse 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711-35845-45 · Fax 0711-35845-46
e-mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



Tel. +49 (0)2676 93050
www.mkwgmbh.de

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

Mit den von uns hergestellten Hochleistungs-Papierbohrern in allen Größen und Beschreibungen für alle Maschinen-Fabrikate liefern wir promot ab Lager die Weiterverarbeiter weltweit.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENECKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 50

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

IMPRESSUM

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Print- und Medienindustrie und erscheint 6 mal pro Jahr. Zusätzlich wird »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin etwa alle 14 Tage im Internet publiziert. In den Heften der Reihe »Druckmarkt Collection« werden spezielle Themen aufbereitet und erscheinen als Dossier, White Paper oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten. Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Heft-Einzelverkauf:
12,00 € plus Versandkosten.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredakteur und Herausgeber)
Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2011

»Druckmarkt« ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel



Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.

www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT
VERLAG ZÜRICH