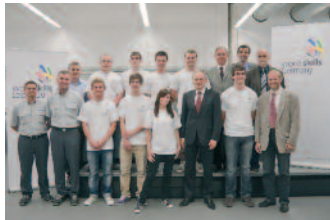




Auf der diesjährigen Jahrespressekonferenz legte der Bundesverband Druck und Medien bvdM die Zahlen von 2010 vor. Standen Rede und Antwort (von links): Dr. Nora Lauterbach, Volkswirtin des bvdM, Rolf Schwarz, Präsident des bvdM, Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM, und Gabi Schermuly-Wunderlich, Pressesprecherin des bvdM. Die Zahlen, Trends und Einschätzungen des Verbandes finden Sie in unserem Beitrag »Die nachlaufende Branche« auf Seite 10 dieser Ausgabe.



Das Hauchler Studio verabschiedete zwölf Berufsfachschüler nach ihrer Ausbildung oder Umschulung zum Mediengestalter Digital und Print sowie Drucker, 20 staatlich geprüfte Grafik-Designer des Berufskollegs Grafik-Design, 52 Absolventen der Fachschulen Druck- und Medientechnik mit Abschluss »Geprüfter Medienfachwirt« und »Geprüfter Industriemeister Digital und Print« aus Voll- und Teilzeitkursen. Nach altem Brauch gegautsch wurden vor dem Schulgelände die frischgebackenen Auszubildenden, Medienfachwirte und Industriemeister sowie englischsprachigen Trainees.



Vom 18. bis 21. Juli 2011 traten die acht besten Nachwuchsdrucker Deutschlands im Kundenvorführzentrum Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG, gegeneinander an. Die acht Finalisten aus Druckereibetrieben in Augsburg, Fulda, Heidelberg, Kempten, Nürnberg und Osnabrück waren aus rund 20 Bewerbungen ausgewählt und nach Heidelberg eingeladen worden. Sie mussten eine bis zum Wettbewerb geheim gehaltene Druckvorlage möglichst korrekt und sauber drucken. Dabei kam es nicht nur darauf an, dass alle Farbwerte stimmten, die Jury beurteilte auch den sparsamen Umgang mit dem Material und die Zeit, in der das richtige Ergebnis erzielt wurde.



Sascha Epp, Auszubildender bei Heidelberg, setzte sich im deutschen Finale gegen die starke Konkurrenz durch und wird Deutschland bei der 41. WorldSkills-Berufsweltmeisterschaft im Oktober 2011 in London vertreten. Dort werden sich über 1.000 Auszubildende aus über 50 Staaten in 45 Berufen messen.

Als manroland noch nicht einmal MAN-Roland, sondern noch Roland Offsetmaschinenfabrik Faber & Schleicher AG hieß, haftete dem Offsetdruck noch die Aura von Pioniergeist und Heldentum an. Und Feuchtwerte, die das Drucken mit



Alkoholzusatz erleichterten, waren eine absolute Neuheit, wie die Anzeige Mitte der 1960er Jahre zeigt. Das ist

nunmehr fast 50 Jahre her. Heute will kaum noch jemand mit Alkohol im Feuchtmittel arbeiten.

Im Gegenteil weiß man heute, dass der alkoholfreie Druck weit mehr als nur eine umweltgerechtere Produktion erlaubt. Neben der Einsparung von mehreren Tonnen IPA-Zusätzen hilft der Verzicht auf IPA auch bei der maschinenübergreifenden Standardisierung im Drucksaal und bietet damit konstante Qualität und hohe Produktionseffizienz. Mehr dazu ab Seite 30.

62 TONNEN CO₂

entstanden bei der Herstellung einer Fünffarbe-Speedmaster SM 52 Anicolor mit Lackierwerk, die über ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt in Vietnam ausgeglichen wurden. Die Druckerei Ahlfeldt & Company GmbH in Wiesbaden produziert seit Kurzem mit dieser klimaneutral gestellten SM 52 Anicolor.



Auf dem Hiflex-Anwendertreffen im Juni erläuterte Thomas Reichhart (Geschäftsführung Hiflex) die Architektur des Hiflex Cloud Computing. Dieses ermöglicht einen hochperformanten Internet-Zugriff auf das gesamte MIS-System und verwendet OpenOffice zur Gestaltung des Schriftverkehrs. Mehr auf Seite 40.



Strahlende Gesichter bei der Preisverleihung des zweiten Heidelberg ECO Printing Awards (von links): Dr. Achim Schorb, Jurysprecher, Christel und Rob Nugent, Vega Press, Australien (Gewinner der zukunftsweisenden Einzelslösung), Dr. Eckart Würzner, Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg, Stephan Plenz, Vorstand Equipment von Heidelberg, Michael und Ann Marie Keene, USA (Preis für das nachhaltigste Unternehmen), Rainer Litty, Jurymitglied und Beatrice Klose von Intergraf, Brüssel.



Ricoh Europe, Spezialist für Bürolösungen, Dokumentenmanagement und Produktionsdruck, präsentiert Europas erstes Eco Board, das zu 100% von Wind- und Solarenergie angetrieben wird. Es nutzt zwei natürliche Energiequellen und leuchtet nur dann, wenn ausreichend Energie vorhanden ist. Gleichzeitig demonstriert es das langjährige Engagement von Ricoh im Bereich nachhaltige Lösungen.



Bereits auf der Fespa 2011 stieß das euromedia Street Vinyl von Fujifilm auf großes Interesse. Die weiß glänzende Folie ist in Verbindung mit dem strukturierten euromedia Street Lamine für den Einsatz auf rauen Untergründen (Straßen, Gehwege etc.), Ausstellungen oder Sportveranstaltungen im Freien konzipiert. Das Laminat ist mit einer Anti-Rutsch-Oberfläche ausgestattet, die den Druck vor Abrieb und Verschmutzung schützt. Die reflexionsarme Oberfläche vermeidet zudem Spiegelungen. Die Folie ist ab 10°C verklebbar und besitzt eine Außenhaltbarkeit von bis zu sechs Monaten – je nach mechanischer Beanspruchung – und ist innerhalb dieser Zeit rückstandsfrei wieder ablösbar.

➤ www.fujifilm.eu

2,82

BILLIONEN EURO



Nach einer positiven Geschäftsentwicklung in den Jahren 2007 bis 2009 hat der italienische Feinstpapierhersteller Fedrigoni in ein neues Zentrallager in Oberhaching bei München investiert, das zugleich als deutsche Firmenzentrale fungiert. Am Abend des 7. Juli 2011 wurde die Eröffnung der neuen Deutschland-Zentrale mit über 300 Papierinteressierten und Freunden des Hauses unter dem Motto ›Papier ist unsere Leidenschaft‹ in italienischem Ambiente gefeiert.

geben Unternehmen weltweit jährlich für IT aus – für Hardware, Software, Service, Mitarbeiter und inzwischen auch ›Cloud-Computing‹. Im Vergleich zum Jahr 2005 haben sich die Kosten damit laut einer Studie des amerikanischen IT-Unternehmens EMC verdoppelt.

Was sich sonst noch in der Informationstechnologie, bei Computern und im Internet tut, lesen Sie in den Beiträgen ab **Seite 35**.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin ›DRUCKMARKT impressions‹. Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

›DRUCKMARKT impressions‹ ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von ›DRUCKMARKT‹ erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des ›DRUCKMARKT‹ aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.