



Schlichte Eleganz vereint mit hochwertiger Qualitätsarbeit – was die Kunden der Büttenpapierfabrik Gmund schon seit Jahrzehnten zu schätzen wissen, wurde nun auch in einem aktuellen Ranking des Magazins ›Focus‹ bestätigt: Unter den ›exquisiten Trendsettern‹ der besten Manufakturen Deutschlands ist das Traditionsunternehmen vom Tegernsee der unerreichte Spitzenreiter. Für die Studie ›Luxury Pearls 2012‹ befragte die Unternehmensberatung Biesalski & Company 124 Experten aus Handel, Verbänden und Hochschulen, die unter den deutschen Manufakturen wählten. Dabei flossen die Bekanntheit der Unternehmen, die Wahrnehmung im Wettbewerb und der Erfolg im Markt ein.



**120
MILLIONEN**

Euro Umsatz wurden in den ersten neun Monaten 2011 mit Fotobüchern erzielt. Dies ist eine Steigerung um mehr als 20% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Rückläufig ist jedoch die Anfertigung von Einzelbildern. Der Umsatz sank aufgrund rückläufiger Preise um 10% auf 157 Mio. Euro.

Quelle: GfK Panel Services 23. 11. 2011

bvdm

**PRINT POWER
FÜR DAS JAHR 2012**

2012 soll nach Ansicht des Bundesverbandes Druck und Medien das Jahr für eine umfassende Imagekampagne für Print werden. Auch der bvdm unterstützt nun die europäische Print Power-Initiative, die mit Anzeigenmotiven (siehe auch Seite 19), Imagebroschüren, Messe- und Presse-Events bei Marketingentscheidern für das Medium Print wirbt. Zur drupa präsentiert sich Print Power auf einem 160 m² gro-



ßen Messestand und täglichen Veranstaltungen der Partner. Träger von Print Power Deutschland sind der Bundesverband des deutschen Papiergroßhandels (BvddP), der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Heidelberger Druckmaschinen, manroland, SAPPI, Papierfabrik Scheufelen, UPM-Kymmene, der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) und der Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF). Auf europäischer Ebene wird Print Power für die Feinpapierhersteller durch Cepifine, für die Produzenten von Publikationspapieren Cepiprint, für die Druckindustrie von Intergraf und für den Papiergroßhandel von Europa getragen.

› www.print-power.info



MetsäBoard

M-Real wird künftig Metsä Board heißen. Der neue Name steht für ein Unternehmen, das seinen Schwerpunkt auf die Herstellung hochwertiger, umweltverträglicher Kartonprodukte legt. Die Wörter Metsä Board setzen sich zusammen aus Metsä, dem finnischen Wort für Wald, und aus Board, dem englischen Wort für Karton. Ein Elchkopf aus gefalteten Karton-Elementen symbolisiert als Bewohner des skandinavischen Waldes den Metsä und das Material. Bei genauem Hinsehen ist das Geweih des Elchs der Wald selbst. Das frische Grün des Logos soll die Verbindung zum Wald untermalen und steht zugleich für Erneuerung.

› www.metsaboard.com



**12000
TONNEN CO₂**

kompensierten die 330 Druckereien in Deutschland und Österreich, die den Klimarechner der Druck- und Medien-Verbände einsetzen. Dies sei eine Steigerung um 200% gegenüber dem Vorjahr, teilte der bvdm mit. Welche Mengen an CO₂ durch nachhaltige Maßnahmen von Druckereien reduziert (statt kompensiert) wurden, ist nicht bekannt. Dazu gibt es offensichtlich kein Zahlenmaterial. Schade.



›Druckmarkt‹ wird im März gemeinsam mit dem Media-Mundo-Beirat ein Sonderheft zum Thema ›Nachhaltige Medienproduktion‹ veröffentlichen, quasi als Leitfaden für Agenturen und Druckereien, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit näher befassen wollen.



Einmal mehr hat die Papierfabrik Scheufelen einen traumhaft schönen und großformatigen Jahreskalender vorgelegt. Perfekt gestaltet und ebenso perfekt gedruckt. Dabei dreht sich alles um das Thema ›Perfektion‹ und bezieht sich auf Dinge, die wir als Kreisrund kennen: die Sonne, den Mond, die Erbse, die Schallplatte oder die Uhr (wie das Motiv oben zeigt).



Die Achilles Präsentationsprodukte GmbH bietet unter den Namen »create packaging solutions« neue Möglichkeiten in der Kreation und Herstellung individueller Verpackungslösungen. Mit einer modernen Verpackungssoftware, dem Einsatz mehrerer Druckverfahren und einem neuen Cutter werden auch Kleinstauflagen auf Bedruckstoffen wie Kunststoff, Holz, Glas oder Keramik realisierbar. Ob die Schachtel für ein Spiel, das Werbeschild am Point of Sale, die Um- oder Verkaufsverpackung, ob Display oder EVP – individualisierte Präsentations- und Verpackungslösungen ab Auflage 1 lassen sich gestalten und produzieren. Mehr über Achilles lesen Sie auf Seite 38.

Die Heidelberger Bogenoffsetdruckmaschine Speedmaster CX 102 hat die Erwartungen übertroffen. Nun ging das 1.000. Druckwerk an die Druckerei Löhnert in Markranstädt bei Leipzig. Die Speedmaster CX 102 wurde von der Heidelberg auf

der Fachmesse Ipex 2010 vorgestellt und ist seither erfolgreich im Werbe- und Verpackungsdruck. Löhnert



Druck wurde 1990 gegründet und hat seither seine Mitarbeiterzahl verzehnfacht. Heute produzieren 20 Mitarbeiter in der Druckerei, die sich konsequent als Dienstleister im Format 70 x 100 cm positioniert hat. Auf der neuen Fünffarben-Maschine läuft die besonders hochwertige Produktion mit Schutz-, Spot- und Drip off-Lackierung sowie mit Sonderfarben.

Noch bis 13. Mai 2012 zeigt das Museum für Druckkunst in Leipzig eine Ausstellung über Drucktechniken des frühen Mehrfarbdrucks für Massenaufgaben zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Anhand der Ansichtskartenproduktion der Leipziger



Kunstanstalt Carl Garte um 1900 wird die frühe Farbtechnik der Chromolithografie erläutert. Ausgewählte Exponate veranschaulichen die arbeitsaufwendige Technik, während historische Ansichtskarten die farbenprächtigen Ergebnisse demonstrieren. Zudem wird die Frühphase des Offsetdrucks dargestellt, in den die Firma Carl Garte als einer der ersten Betriebe in Deutschland investierte. Zunächst wurde diese Drucktechnik nur für Plakate, Ansichtskarten, Verpackungen, Briefköpfe etc. eingesetzt, da sie sich besonders für farbige Illustrationen eignete. Diese frühen Verwendungszwecke werden durch zahlreiche Originale aus der Sammlung Hans Garte illustriert.

➤ www.druckkunst-museum.de

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.