

DRUCK MARKT

1. Juni 2009

impressions 10

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



worldwide published

Titelbild: manroland AG • Fotograf: www.cromos.de

Print, Finishing und Veredelung

Jetzt neu!

Das erste PDF-Magazin der Branche.
Monatlich im Internet.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Neue Schriften: Von Kontrasten, Serifen und Handschriften
Bogenoffsetdruck und Veredelung
Neues aus Prepress und Print & Finishing
Termine, Events und Weiterbildung

Quark Publishing System®

Mehr Freiheit und Unabhängigkeit für Ihre tägliche Arbeit

Quark Publishing System® 8 setzt neue Maßstäbe für kreative und redaktionelle Workflows, indem es Marketingabteilungen, Agenturen, Corporate Publishern sowie Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen ermöglicht, sowohl QuarkXPress® mit QuarkCopyDesk® als auch Adobe InDesign® mit InCopy® in einem einzigen Workflowsystem zu verwenden.

QPS basiert auf offenen Standards und passt sich daher leicht den individuellen Bedürfnissen Ihres Unternehmens an. Die Benutzerfreundlichkeit und die einfache Installation ermöglichen eine nahtlose Integration in bestehende IT-Infrastrukturen. Die problemlose Anbindung an ergänzende Publikationsmodule machen QPS zur ersten Wahl für kosteneffizientes Publizieren.

QPS 8 ist gegenwärtig das flexibelste und am einfachsten anzuwendende Workflowsystem, das auf dem Markt erhältlich ist. Nur QPS bietet eine XML-basierte Job Jackets Technologie für die Prüfung von Layouts, um Fehler frühzeitig im Produktionsprozess zu vermeiden.

Kunden weltweit verlassen sich seit über 20 Jahren auf Quarks einzigartige Publishing-Lösungen. **Fordern Sie noch heute Ihre Testversion unter 040 / 853328-39 an, oder besuchen Sie uns im Web auf euro.quark.com/de**

©2008 Quark Inc. Alle Rechte vorbehalten. Quark, Quark Publishing System, QPS, QuarkXPress, QuarkCopyDesk, Job Jackets und das Quark Logo sind Marken oder eingetragene Marken von Quark, Inc. und der entsprechenden verbundenen Unternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Adobe, InDesign, InCopy und Flash sind entweder eingetragene Marken oder Marken von Adobe Systems Incorporated in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind das Eigentum der jeweiligen Besitzer.



Quark



Fachinformationen im Wandel

Inhalt:

	Markt & Zahlen
04	Nachrichten
06	Konjunkturtelegramm
	Premedia & Prepress
08	Nachrichten
10	Neue Schriften: Von Kontrasten, Serifen und Handschriften
14	Jungfer Druck: Alles geben für die Beilage
	Print & Finishing
18	Nachrichten
20	»Digital-Offset«
21	Druckwerker: Neue Märkte mit der Genius 52UV
22	Der Sprung in die Selbständigkeit
24	Heidelbergs »Peak Performance Class«
29	Varianteiches Allround-Muster für die Verpackung
30	4711 – das Kölnische Wasser soll Weltmärkte erobern
31	Optimierter Schutz vor Fälschungen
32	Wertigkeit neu erleben
	Termine, Bildung & Events
33	Terminabelle, Terminankündigungen und Nachrichten
	Business-to-Business
42	Prepress, EDV & Software, Print & Finishing, Beratung & Schulung
06	Impressum

Vor gut einem Jahr, einige Wochen vor der drupa, haben wir erstmals unseren Internet-Dienst »Druckmarkt impressions« veröffentlicht. Zu diesem Zeitpunkt ging es uns vor allem darum, die Flut der Messe-Ankündigungen zu bändigen, ständig zu aktualisieren und Ihnen vor Messebeginn alles zu bieten, was Wesentlich war, um gut vorbereitet nach Düsseldorf zu fahren. Inzwischen ist aus dem »Newsletter« ein richtiges Magazin geworden, ein PDF-Magazin, das zwischen den gedruckten Ausgaben von »Druckmarkt« und der Schwesterzeitschrift »Druckmarkt-Schweiz« aktuelle Meldungen, Berichte und Terminankündigungen berücksichtigt. Ausschließlich im Internet und nicht als Print-Version.

Dies machen wir nicht nur so, aus Spaß, sondern weil wir spüren, dass sich der Markt der Zeitschriften wandelt. Denn wir sind der Meinung, dass eine Fachzeitschrift im herkömmlichen Sinne für viele Leser zu viel Ballast mitbringt. Das heißt, Informationen, die er nicht benötigt oder die ihn momentan nicht interessieren. Deshalb wollen wir künftig mehr Themenhefte bieten, auch in »Druckmarkt impressions« Schwerpunkte bilden und – wie in dieser Ausgabe – bestimmte Themen hervorheben: in dieser Ausgabe sind es Bogenoffset und Veredelung (ab Seite 18) sowie – und das wird weiterhin fester Bestandteil von »Druckmarkt impressions« bleiben – Übersichten aktueller und anstehender Termine (ab Seite 33).

Und wir gehen sogar noch einen Schritt weiter. In der jetzt in Kooperation mit Value aufgelegten Reihe »Druckmarkt COLLECTION« werden ganz spezielle Themen aufgearbeitet (lesen Sie dazu auch die Seiten 46 und 47). Diese Publikationsreihe wird für all diejenigen interessant sein, die sich schnell und aktuell über eine Technologie, ein Thema oder einen Trend informieren wollen.

Wir werden mit unseren Publikationen also noch vielfältiger und aktueller werden. Dabei sind wir fest davon überzeugt, dass dies im Sinne aller Leser und Informationssuchender ist.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





Rettungsschirm für Heidelberg DRUCKMASCHINENHERSTELLER ERHÄLT STAATLICHE HILFE

Nach Berichten verschiedener Medien hat sich Heidelberg offensichtlich erfolgreich um eine staatliche Finanzhilfe bemüht. Demnach soll Heidelberg eine Bürgschaft in Höhe von 400 Mio. € erhalten sowie einen Kredit über 300 Mio. €. Für Heidelberg durchaus positiv, spiegelt es aber gleichzeitig die verfahren Situation in der Wirtschaft wider. In einem Kommentar mit dem Titel »Doppelter Bürge« bringt es die FAZ auf den Punkt. Erst hat der Staat die Banken mit Milliarden gestützt, um nun Unternehmen zu helfen, die von den Banken im Stich gelassen werden. (ni)
 ▶ www.heidelberg.com

Personalanpassung in Radebeul NEUAUFSTELLUNG FÜR EINEN KLEINEREN MARKT

Die von KBA bereits Mitte November 2008 angekündigte Anpassung der Kapazitäten im Bereich Bogenmaschinen ist jetzt beschlossene Sache. Nach vielen wachstumsstarken Jahren zum größten Maschinenbaubetrieb in den neuen Bundesländern werden die Kapazitäten des KBA-Werkes in Radebeul bei Dresden durch die Reduzierung der Belegschaft um ein Drittel auf 1.401 Mitarbeiter für den durch die Finanz- und Wirtschaftskrise ge-

schrunpften Weltmarkt neu dimensioniert. Vorstandsvorsitzender Helge Hansen: »KBA hat die Wirtschaftskrise nicht verursacht, hat aber wie viele andere Exportunternehmen darunter zu leiden.«



Man müsse sich nun an das um gut 40% geschrumpfte Weltmarktvolumen anpassen müssen.
 ▶ www.kba-print.de

Presstek

STARKER VERLUSTE IM ERSTEN QUARTAL

Im 1. Quartal 2009 weist Presstek ein Minus aus. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Umsätze um ein Drittel eingebrochen. 1,2 Mio. \$ beträgt der Verlust, den Presstek von Januar bis März 2009 verzeichnen muss. Im 1. Quartal 2008 erzielte das Unternehmen, das für seine CtP- und DI-Technik bekannt ist, noch ein Plus von 0,2 Mio. \$. Vor allem das Geschäft mit Materialien ist deutlich eingebrochen. Hier beträgt der Umsatzrückgang 62%. Presstek erwirtschaftete 34,5 Mio. \$ im ersten Quartal: 32% weniger als im gleichen Zeitraum 2008. Derzeit versucht Presstek, die Sparte Laserlitho loszuschlagen, der Unternehmensteil, der Laserdioden fertigt, und bereits als eigenständige Firma agiert.
 ▶ www.presstek.com

HP-Gewinn geht zurück WEITERER STELLENABBAU VON 6.400 STELLEN

Der weltgrößte Computerhersteller Hewlett-Packard streicht weitere 6.400 Stellen. Das entspricht 2% der Gesamtbelegschaft. HP hatte bereits nach der Übernahme des IT-Dienstleisters Electronic Data Systems EDS im vergangenen Jahr den Abbau von 24.600 Arbeitsplätzen angekündigt. Der nochmalige Abbau sei darauf zurückzuführen, dass der Unternehmensgewinn im zurückliegenden Quartal um 17% abgesackt sei. Grund waren Verkaufsrückgänge bei Computern und im Bereich Druckerfarbe. Der Umsatz sank um 3% auf 27,4 Mrd. Dollar.
 ▶ www.hp.com

Mayr-Melnhof Karton BESSERE AUSLASTUNG, SCHLECHTERES ERGEBNIS

Abstellmaßnahmen Ende vergangenen Jahres haben die Auslastung bei Mayr-Melnhof Karton erhöht. Die Umsatzerlöse der AG sind jedoch im Vergleich zum Vorjahr im ersten Vierteljahr deutlich zurückgegangen. Im ersten Quartal des Vorjahres erwirtschaftete das Unternehmen mit Sitz in Wien noch 452,9 Mio. €, dieses Jahr waren es 384 Mio. €. Das kommt einem Rückgang von 15,2% gleich. Das Ergebnis fiel um 19,6% schlechter aus und lag bei 35,7 Mio. €. In den

ersten drei Monaten 2008 waren es noch 44,4 Mio. €.
 Für den weiteren Jahresverlauf prognostiziert Mayr-Melnhof Karton eine abnehmende Nachfrage. Die Auswirkungen der sinkenden Beschäftigungszahlen und damit der Abnahme der Kaufkraft auf den Konsum stünden erst bevor. Auch der Preisdruck wird sich nach Einschätzung des Konzerns noch verstärken. Eine Marktberaumung stünde erst noch bevor.
 Der Rückgang in der Kartonnachfrage in Europa hat sich Anfang des Jahres fortgesetzt. In den ersten drei Monaten wurden 334.000 Tonnen abgesetzt, im Vorjahr waren es noch 427.000 Tonnen. Im Bereich Packaging ist das 1. Quartal stabil verlaufen, so Mayr-Melnhof. Verarbeitet wurden 163.000 Tonnen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 165.000 Tonnen.
 ▶ www.mm-karton.com

Wifag STELLENABBAU BEIM BERNER ROLLENOFFSETHERSTELLER

Der Schweizer Rollenoffsethersteller Wifag muss angesichts stagnierender Auftragseingänge insgesamt 90 seiner 647 Stellen abbauen. Dabei wird das Unternehmen nach einem Bericht der »Berliner Zeitung« auch nicht um Entlassungen herumkommen; auch wenn ein Personalabbau über Frühverrentung und Fluktua-

Aussergewöhnliche Produkte erfordern aussergewöhnliche Scans

Höchste Scan-Qualität bis zu einer Länge von 190 cm.

Erfahren Sie mehr unter: www.finescan.ch



Das Cruse-Scan-Verfahren eignet sich besonders bei 3-D-Objekten, Kunstwerken mit dickem Farbauftrag, gerahmten Bildern, Grossformatigen Vorlagen oder bei höchstem Anspruch an die Farbwiedergabe.



tion angestrebt wird. Auch auf das Mittel Kurzarbeit wird die Wifag weiter setzen. Nachdem 150 Mitarbeiter bereits seit drei Monaten kurz arbeiten, sollen weitere folgen.
 ▶ www.wifag.ch

Vor allem Zofingen betroffen MÜLLER MARTINI BAUT IN DER SCHWEIZ PERSONAL AB

Nach Bericht Schweizer Medien verlieren 150 Angestellte der Firmengruppe Müller Martini, Hersteller von Druck- und Druckverarbeitungstechnik, ihre Arbeit. Vom Stellenabbau ist besonders der Standort Zofingen betroffen. Die bereits zum Jahresbeginn eingeführte Kurzarbeit werde dem Auftragseingang entsprechend in allen Werken weitergeführt, teilte Müller Martini mit. Als Grund für die Entlassungen gab die Konzernleitung die Wirtschaftskrise an, die das Unternehmen hart treffe. Die Entlassungen würden von der Konzernleitung außerordentlich bedauert. Müller Martini beschäftigt weltweit 4.000 Mitarbeiter, davon rund 2.000 in der Schweiz.
www.mullermartini.com

Xerox FÜHRUNGSWECHSEL IN DER CHEFETAGE

Bei Xerox kommt es am 1. Juli zu einem Führungswechsel in der Chefetage. Anne Mulcahy wird

ihren Posten als Vorstandsvorsitzende an Ursula Burns abgeben, die bislang schon die Nummer zwei im Unternehmen ist und seit einiger Zeit als designierte Nachfolgerin von Mulcahy gilt. Anne Mulcahy hatte 2001 die Führung des Unternehmens übernommen.
 ▶ www.xerox.com

Postprint Berlin MEHR BESUCHER, WENIGER AUSSTELLER

Auch die Messe unter dem Berliner Funkturm bekam 2009 die Krise zu spüren, doch scheint sich die Veranstaltung etabliert zu haben. Nur ein gutes halbes Jahr lag zwischen der letzten Postprint im September und der diesjährigen Veranstaltung vom 6. bis 8. Mai. Vielleicht lag es daran, vielleicht aber auch an der allgemeinen wirtschaftlichen Lage, dass die Zahl der Aussteller mit 105 unter der des Vorjahres (131) lag. Auch die Ausstellungsfläche hatte sich verringert; was aber durch den Umzug in andere Hallen auf dem Berliner Messegelände weniger auffiel. Dennoch konnte die Messe neue Aussteller gewinnen. Nach Angaben von Stefan Grave, Direktor der Messe Berlin, haben allerdings viele der Weggebliebenen bereits ihre Teilnahme für 2010 versprochen. Einen deutlichen Zuwachs gab es bei den Besucherzahlen: Unterm

Strich kamen mehr als 3.500 Fachbesucher zur Postprint Berlin und zu der parallel stattfindenden Fachmesse für Dialogmarketing, zur Directexpo Berlin.

»Die Post Print Berlin hat auch in schwierigen Zeiten Kontinuität und Stärke gezeigt«, lobt Stefan Grave seine Veranstaltung. Eine Neuheit war in diesem Jahr der Kongress »Media Mundo« des Fachverband Medienproduktions, der am 7. und 8. Mai parallel auf dem Messegelände stattfand. Thema war die umweltgerechte Produktion. 130 Teilnehmer nahmen an der Veranstaltung teil.
 ▶ www.postprint.de

Heidelberger Druckmaschinen 60 JAHRE STAHL

FALZMASCHINENBAU
 Stahl, das Ludwigsburger Herzstück von Heidelberg's Weiterverarbeitungssparte, kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Seit 10 Jahren gehört der Falzmaschinenspezialist Stahl zu Heidelberg; vor nunmehr 60 Jahren wurde das Unternehmen als Stahl & Co. Maschinenfabrik Ludwigsburg von Kurt Stahl und Adolf I. Döpfert gegründet. Heute ist Stahl Teil der Postpress-Produkte bei Heidelberg. Heidelberg-Technikvorstand Stephan Plenz würdigte die Sparte: »Postpress ist für uns ein integraler Bestandteil der Produktpalette mit

wachsendem Umsatzanteil«. Wir werden noch gesondert darüber berichten.

▶ www.heidelberg.com

Schweizer Werbemarkt MEDIA FOCUS WEIST EIN MINUS VON 18,6% AUS

Das Marktforschungsunternehmen Media Focus hat für den Werbedruck in der Schweiz im Monat April ein Minus von 18,6% von 396 auf 322 Mio. CHF gegenüber dem Vergleichsmonat des Vorjahres errechnet. Anfang der Woche hatte die Wemf AG für Werbemedienforschung ein Minus von 28,6% bei der Inserate-Statistik publiziert. Kumuliert beträgt der Rückgang des Werbedrucks seit Jahresbeginn 10,3%.

Die Zahlen von Media-Focus umfassen nicht nur Anzeigen in Printmedien wie die Wemf-Inserate-Statistik, sondern auch Werbung auf Plakaten, in Radio und TV sowie im Internet. Demnach hat die Tages- und die regionale Wochen- und Sonntagspresse 13% verloren und die Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse 18%. Aber auch TV (-6.6%) und Plakat (-20.5%) weisen einen negativen Trend aus. Positiv stehen die Mediengruppen Fachpresse (+7%) und Internet (+26.1%) da.





IMPRESSUM

DRUCKMARKT
 macht Entscheider entscheidungssicher.

Der »Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheint je 6 mal pro Jahr. Daneben publiziert »Druckmarkt« mindestens 12 mal jährlich seit Oktober 2008 das PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«, das im Internet veröffentlicht wird. Alle Angaben in unseren Ausgaben sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Redaktion:

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
 (Chefredakteur und Herausgeber)
 Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel
 Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36
 Telefax: +49 (0) 26 71 - 38 50
 nico@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
 www.druckmarkt.de
 © by Druckmarkt 2008

»Druckmarkt« erscheint im
 arcus design & verlag oHG
 Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel



Redaktionsbüro Schweiz
 Druckmarkt Schweiz
 Postfach 485, CH-8034 Zürich

Ansprechpartner:
 Jean-Paul Thalmann

thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
 Telefon: +41 44 380 53 03
 Telefax: +41 44 380 53 01
 Mobil: +41 79 405 60 77

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

www.druckmarkt-schweiz.ch

DRUCKMARKT
 VERLAG ZÜRICH

bvdm-Konjunkturtelegramm DIE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE IM MAI 2009

Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage hat sich gegenüber dem Vormonat wieder deutlich verschlechtert. Mit dem Minus von 16% wurde mit nunmehr –52 % im Mai ein Wert erreicht, der letztmalig im Krisenjahr 2003 übertroffen wurde. Die Produktions- und Nachfrageentwicklungen waren Ursache dafür, aber vor allem werden die Auftragsbestände mit –61 % fast wieder so schlecht wie Februar und März 2009 beurteilt.

Aus den Angaben des ifo-Konjunkturtests lässt sich ableiten, dass etwa 34% der befragten Druckereien im Auslandsgeschäft tätig sind. Ihre Beurteilung der Auslandsaufträge hat sich leicht auf –24 % verschlechtert. Letztes Jahr lag diese Einschätzung im Mai bei –16 %.



IM NÄCHSTEN QUARTAL: Das Geschäftsklima ist ein Indikator für die Entwicklung im nächsten Quartal. Es wird als Mittelwert aus aktueller Geschäftslage und den Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate berechnet. Der Geschäftsklimawert liegt unverändert bei –46 %. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft haben sich leicht auf –15 % verbessert, lagen aber im Mai 2008 noch bei –1 %.

IM NÄCHSTEN HALBJAHR: Die Geschäftserwartungen für das nächste halbe Jahr haben sich mit einem um 15% besseren Wert etwas aufgehellt, liegen aber noch immer mit –39 % deutlich im Negativbereich. Im Mai 2008 war der Antwortsaldo noch um 38 Prozentpunkte besser.

Nur 6 % der Unternehmer erwarten eine verbesserte, 45 % eine verschlechterte Geschäftslage, 49 % erwarten keine Änderungen. (bvdm)

➤ www.bvdm-online.de

Wirtschaftsausschuss des bvdm ENGE BEZIEHUNG ZUR HAUSBANK NOTWENDIG

Banken verschärfen die Bedingungen für die Kreditvergabe, die Anforderungen an Sicherheiten und Transparenz steigen. Dies nahm der Wirtschaftsausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien e.V. (bvdm) zum Anlass, auf seiner Frühjahrstagung über die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Finanzierungssituation von kleinen und mittelständischen Unternehmen zu beraten.

Unter der Leitung von Thorsten Anhalt (Fries Printmedien, Köln) und Ernst Zoller (C. H. Beck, Nördlingen) tagte der Ausschuss Ende April in Düsseldorf. Als Gastredner war Dr. Heiner Leberling von der Deutschen Bank AG, eingeladen. In seinem Vortrag erläuterte er die Rolle der Hausbank. Insbesondere in der Krise zeige sich deren Qualität. Hier komme es auf einen engen und offenen Dialog zwischen Unternehmen und Bank an. Durch eine zielgerichtete Kommunikation zwischen beiden Partnern bestehe die Möglichkeit einer breiteren Hilfestellung. Den Mitgliedsbetrieben empfiehlt der Wirtschaftsausschuss daher nachdrücklich den Aufbau und die Pflege einer guten Beziehung zur Hausbank. Dr. Leberling nahm aber auch die Banken in die Pflicht, ihrer Verantwortung als Hausbank gerecht zu werden: »In der Krise nimmt die Hausbank neben der Beraterrolle eine Moderatorenrolle ein«, so Dr. Leberling. Insbesondere die Antragstellung, Bearbeitung und Durchleitung von Fördermitteln werde nicht zufriedenstellend von vielen Kreditinstituten umgesetzt.

➤ www.bvdm-online.de



Gesprächsstoff für Ihre Zukunft.

FUJIFILM entwickelt immer wieder innovative Lösungen, mit denen die Wertschöpfungskette in den Bereichen Vorstufe und Druck erweitert wird. So setzen die Wide Format Inkjet-Drucker in unserem Vertriebsprogramm neue Maßstäbe für das Bedrucken unterschiedlichster

Materialien mit UV-Farben. Und mit unseren Drucksaal-Chemikalien bieten wir ein komplettes Produktspektrum für alle Anwendungen im Drucksaal. Kommen auch Sie mit uns ins Gespräch und fordern Sie uns. Wir freuen uns darauf, für Ihr Unternehmen die passende Lösung zu finden.



Fujifilm

CHEMIEFREIE VIOLETT-PLATTE SPEZIELL FÜR DIE ZEITUNG

Im Herbst 2007 präsentierte Fujifilm erstmals seine chemiefreie Violett-Platte Fujifilm Brillia HD Pro-V. Nach der Markteinführung der Brillia HD PRO-V zur drupa 2008 stellte Fujifilm auf der Ifra 2008 in Amsterdam die Brillia PRO-VN vor, eine speziell für die Zeitungsindustrie konzipierte chemiefreie arbeitende Violettplatte vor. Die Platte bietet Zeitungshäusern mit Violett-CtP-Systemen die Vorteile hoher Qualität bei gleichzeitig chemiefreier Produktion. Die Druckplatte basiert auf der neuen »High Sensitiv Polymerisation Technology«, bietet bessere Umweltverträglichkeit, einfaches Auswaschen, geringe Wartung und wenig Abfall. Die Empfindlichkeit, Produktivität und die Farb-Wasser-Balance sei identisch mit bisherigen violetten CtP-Platten der Brillia-Reihe, so Fujifilm. Dabei sei die Brillia HD PRO-VN kompatibel mit aktuellen Violett-CtP-Systemen, stehe für eine Auflagenhöhe bis 200.000 Exemplaren (abhängig von den Druckbedingungen) und biete die Vorteile einer chemiefreien Platten-Produktion bei gleichzeitig verbesserter Umweltfreundlichkeit. Die Platte ging im Dezember 2008 bei einem Zeitungshaus im Süden Deutschlands in Produktion. Die kommerzielle Verfügbarkeit der im Werk Tilburg produzierten Platte gibt Fujifilm mit dem 1. Quartal 2009 an.

➤ www.fujifilm.de

Chemielose Agfa-Druckplatten AZURA UND AZURA TS SETZEN SIEGESZUG FORT

In der Druckindustrie sind ökologische Produktionsverfahren zu einem wichtigen Thema geworden. Eine Rekordzahl neuer CtP-Systeme für die chemielose Azura-Druckplatte wurden vor diesem Hintergrund im 1. Quartal installiert. Dies teilte Agfa Graphics mit und verweist darauf, dass sich seit der Markteinführung im Jahr 2004 der Absatz der Azura-Druckplatten nahezu jährlich verdoppelt hat. Inzwischen arbeiteten weit über 2.000 Kunden mit der ThermoFuse-Technologie. Sie alle hätten einen signifikanten Rückgang der Produktionskosten in der Druckvorstufe festgestellt. »Es liegt auf der Hand, dass der Rückgang beim Chemieverbrauch zu den wichtigsten Vorteilen der Thermo-Fuse-Technologie gehört«, so Marc Op de Beek, Leiter Vertrieb und Marketing bei Agfa Graphics. »Darüber hinaus lässt sich der Energieverbrauch ohne weiteres um 50 % und mehr reduzieren. Da bereits der thermische Laser der Plattenbelichter die fertigen Druckbilder auf dem Aluminiumträger fixiert, müssen in der Gummereinheit nur noch die nicht druckenden Bereiche ausgewaschen werden. Weder eine Temperaturkontrolle im Prozessor noch Entwicklerchemie oder Fixierung sind erforderlich. Das alles spart Zeit und Energie. Darüber hinaus gibt der hohe Kontrast der druckfertigen Platten den Druckern Sicherheit während des Einspannens in die Druckmaschine.«

➤ www.agfa.com/de

PicBoxPro

BESTELLPORTAL FÜR BÜCHER, BROSCHÜREN UND CO.

Bedarfsgerechtes Publizieren von Broschüren, Büchern und Zeitschriften in kleinen Auflagen sind heute im Digitaldruck optimal zu lösen. Mit PicBoxPro hat that's it Solutions Liedermann aus Neckartailfingen jetzt eine Web-To-Print-Lösung vorgestellt, die auf dieses Sparte abgestimmt ist.

Das Web-Frontend ist frei an ein Design anpassbar, ebenso auch die Anzahl und die Art der Produkte,



die über das Portal angeboten werden sollen. Kalkuliert wird nach einem auf die Produktion abgestimmten Schema. Fixe und variable Kosten werden über das Verwaltungs-Backend in einer SQL-Datenbank gepflegt.

Bei einer Preisanfrage füllt der Kunde ein übersichtliches Onlineformular aus, der kalkulierte Preis wird in das Angebot übernommen. Über ein persönliches Login kann der Kunde seine Anfragen bearbeiten, die Bestellung auslösen oder die Daten an die Druckerei übermitteln. Bestellungen stehen zur Nachverfolgung bereit.

Die PicBoxPro bietet zudem Helfer, die einen Standbogen mit dem berechneten Buchrücken bei der Anfrage mitliefern oder das Jobticket für die Druckerei mit allen Produktionsparametern, die als XML in externe Systeme übergeben werden können.

➤ www.thatsit-solutions.de

➤ www.picboxpro.de

Fujifilm

NEUE THERMALPLATTE LH-NN2 FÜR ZEITUNGEN

Im Rahmen der Philosophie, dem Kunden die Wahl der Plattentechnologie zu überlassen, umfasst das Fujifilm Brillia CtP-Druckplattenportfolio sowohl Violett- als auch Thermal-Druckplatten. Das Programm bietet dabei den konventionellen Entwicklungsprozess, das chemiefreie Auswaschen und die prozesslose Technologie. Die Reihe bietet Druckplatten mit einer Tonwertwiedergabe von 1% bis 99% für den konventionellen Raster bis 200lpi oder 20 µm FM-Raster. Jetzt hat Fujifilm eine neue Thermalplatte für Anwendungen in der Zeitung vorgestellt. Die Brillia LH-NN2 sei geeignet für die Bebilderung mit 830 nm Laserdioden, biete einen breiten Verarbeitungsspielraum und eine Auflagenstabilität bis zu 300.000 Exemplaren.

➤ www.fujifilm.de

Lüscher und Agfa Graphics GEMEINSAMES MARKETING FÜR ALUVA-DRUCKPLATTEN

Die Lüscher AG hat die neue Aluva-Druckplattenreihe von Agfa für ihre UV-Plattenbelichterfamilie freigegeben. Diese Freigabe gilt sowohl für die positiv arbeitende Aluva P-Platte als auch für die negativ arbeitende Aluva N. Beide Unternehmen haben nun vereinbart, die Druckplatte für die XPose!-UV-Plattenbelichter gemeinsam zu vermarkten.

➤ www.luescher.com

Enfocus und Alwan PDF STANDARDIZER FÜR FEHLERFREIE PDFs

Enfocus und Alwan Color Expertise, in den Bereichen PDF-Qualitätssicherung, Farboptimierung und Standardkonformität aktiv, haben gemeinsam den PDF Standardizer entwickelt, eine Anwendung für die Standardisierung und Prüfung von PDF-Dateien. Der PDF Standardizer soll die Erstellung voraussagbarer und fehlerfreier PDF-Dateien erleichtern. Darüber hinaus könnten Quelldateien vor der Produktion



noch einfacher geprüft werden, so die Hersteller. Der PDF Standardizer soll ab Januar 2009 unter dem Namen Alwan PDF Standardizer über die Vertriebspartner wie impressed erhältlich sein und 8.000 € kosten.

- www.alwancolor.com
- www.impressed.de

Enfocus Instant PDF BEI IMPRESSED AUF DEUTSCH ERHÄLTICH

Enfocus hat mit der Version 08 von Instant PDF seine Produktaktualisierung abgeschlossen. Instant PDF liegt nun auch in der deutschen Version vor und unterstützt aktuelle Versionen von Adobe Acrobat und QuarkXPress 8. Ebenso ist Instant PDF 08 mit allen 08er-Versionen von PitStop Professional 08, PitStop Server 08 und Enfocus Switch 08 auf dem gleichen Stand. Instant PDF erzeugt, überprüft und korrigiert PDFs.

- www.impressed.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP & KNAPP & BÜNDIG

ver.di, eine der größten freien Einzelgewerkschaften der Welt, produziert seine Mitgliederzeitung ver.di PUBLIK mit Quark Publishing System 8 (QPS 8) und setzt damit seine siebenjährige erfolgreiche Produktion mit QPS durch ein Upgrade fort. • **OneVision**, Anbieter von Software-Lösungen für die Druck- und Medienproduktion, hat die Verfügbarkeit von neuen Funktionen für sein Software-Programm Amendo bekanntgegeben. • **ORIS Color Tuner/ Web 1.0**, das erste webbasierte Digitalproofsystem des Herstellers von Farbmanagement-Lösungen, Digitalproofsystemen und Verbrauchsmaterialien, **CGS Publishing Technologies International**, ist seit April lieferbar. Kurz nach Beginn der Auslieferung startete der neue Web-auftritt von CGS mit deutlich erweitertem Informationsangebot. • **Apple** hat ein Update des Xserve vorgestellt, der das bis zu Zweifache der Leistungsfähigkeit des Vorgängersystems bietet. • **Markzware**, Entwickler von Softwarelösungen für Preflight und Datenkonvertierung, hat ein Upgrade für sein Dienstprogramm MarkzTools v8 für QuarkXPress 8 herausgebracht. MarkzTools ist ein XTension-Modul, das dabei hilft, beschädigte QuarkXPress-Dokumente zu reparieren. • Mit DirectSmile Cross Media präsentiert **DirectSmile** jetzt eine integrierte Lösung für personalisiertes Crossmedia Marketing mit messbaren Resultaten. Mit Hilfe von DirectSmile Cross Media lassen sich persönliche Websites, E-Mails und Print-Mailings nahtlos miteinander verbinden und effizient für den automatisierten Kundendialog nutzen. • Das Dortmunder **Institut für Journalistik (IfJ)** bereitet seine Studierenden mit einem neuem Ausbildungskonzept auf die crossmediale Berufswelt vor. Ab dem Sommersemester lernen die Nachwuchsjournalisten in Deutschlands modernster Crossmedia-Redaktion auf 20 K4-Arbeitsplätzen des Hamburger Herstellers **vjoon GmbH**. • **Linotype** hat die Version 2.0 der »GoldEdition« veröffentlicht. Die DVD beinhaltet alle PostScript- und TrueType-Fonts aus den Schriftenbibliotheken von Linotype, Monotype und ITC. • Die **Impressed GmbH**, für den deutschsprachigen Raum zuständiger Distributor von **WoodWing**, startet mit der WoodWing Academy ein Schulungsangebot zum Redaktionssystem WoodWing Enterprise. • Die Flexographic Technical Association **FTA** hat das **Kodak Flexcel NX Flexographic System** als einziges Produkt mit dem 2009 Technical Innovation Award prämiert. • **Elpical** hat die Version 6 der Claro-Produktreihe in den Handel gebracht. Die Technologie kommt mit einer erweiterten Unterstützung für PSD-Dateien. •

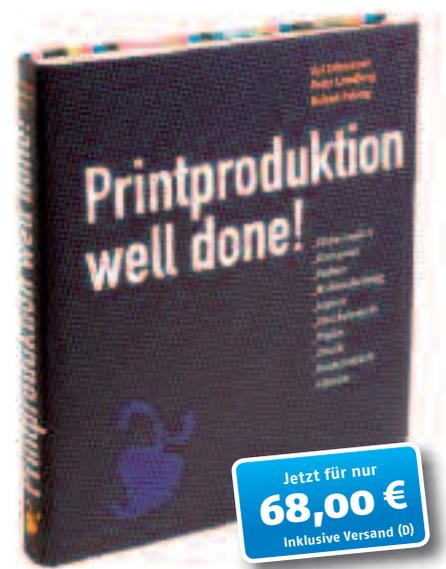
NEU!

cleverprinting®

www.cleverprinting.de - der Online-Shop für Grafik und PrePress: Fachbücher, Lern-DVDs, Equipment. **Umfangreiche Probekapitel zu allen Büchern gratis im PDF-Format, viele Stunden kostenlose Demo-Schulungsvideos.** Bestellungen ab 20,- Warenwert liefern wir portofrei, bis zu einem Bestellwert von 198,- Euro beliefern wir Sie bequem auf Rechnung (nur in D). Sie zahlen erst nach Erhalt der Ware.

Unser Buchtipp 2009:

Printproduktion well done! Auf über 400 durchgehend farbigen Seiten erklärt das Buch nahezu jeden Produktionsschritt in der Druckproduktion. Es eignet sich als Lehrbuch und als Nachschlagewerk. Grafikdesigner und Drucker finden hier Antworten auf nahezu alle Fragen zum Thema Print - zurecht ein Bestseller!



Printproduktion well done!

2. vollkommen überarbeitete, ergänzte Auflage
416 Seiten mit über 1.000 Abbildungen
Format 21 x 25 cm, Festeinband
Preis: **68,00 Euro**, Best-Nr: HS-731-5

www.cleverprinting.de



Neue Schriften: Von Kontrasten, Serifen und Handschriften

Linotype stellte 2009 vier neue Schriften vor: Erweiterungen der Nautilus und Diotima und komplett neue Fonts wie die Libelle oder Opal.

KONTRASTE STATT SERIFEN

Hellmut G. Bomm erweitert die Nautilus

Zehn Jahre nach dem Design der ersten »Nautilus« veröffentlicht Hellmut G. Bomm bei Linotype zwei zusätzliche Schriftfamilien. Mit der Nautilus Text und der Nautilus Monoline aktualisiert und erweitert der 1948 geborene Schriftdesigner das ursprüngliche Design. Dabei sind eine Text- und eine korrespondierende Display-Schrift entstanden, die sich besonders durch ihre Lesbarkeit auszeichnen. Beide Nautilus-Familien sind serifenlos und umfassen acht beziehungsweise zehn Schnitte. Der Entwurf der Nautilus basiert auf einer Handschrift zum Zeichen »Li« aus dem I Ging, dem ältesten der klassischen chinesischen Texte.

Klare Schrift ohne Serifen

Beim Design der Nautilus verfolgte Bomm das Ziel, eine klare und gut lesbare Schrift ohne Serifen zu schaffen. Die meisten serifenlosen Schriften sind in gleichförmigen Strichstärken aufgebaut, was beim Lesen langer Texte die Augen ermüdet. Bomm zeichnete die Buchstaben der Nautilus Text daher mit starken Kontrasten. Für diesen Effekt verwendete er eine Breitfeder. Wie bei Serifenschriften üblich, enthalten die Formen der Nautilus Text



vielseitige Zeichenformen, die ihr zusammen mit den Kontrasten eine komfortable Lesbarkeit verleihen. Die schmalen Buchstaben und großen Zeichenabstände ermöglichen viel Text auf wenig Raum. Dennoch vermitteln die mit der Nautilus gesetzten Texte einen offenen Eindruck des Schriftbildes. Die Schnitte der Nautilus Monoline-Familie hat Bomm für die Verwendung als Display-Schrift entworfen. Die Buchstaben der Familie haben die gleichen Gesamtproportionen wie die der Nautilus Text, sind je-



doch monolinear, das heißt, ohne die Kontraste in den Strichstärken gezeichnet. Dadurch eignet sich die Nautilus Monoline für alternative Überschriften, die sich hervorragend mit der Nautilus Text kombinieren lassen.

Beide Familien sowie das ursprüngliche Design der Nautilus sind Teil der Linotype Originals Bibliothek.

EINE NEUE ENGLISCHE SCHREIBSCHRIFT FÜR DAS 21. JAHRHUNDERT

Die Libelle von Linotype bietet vielfältige Zeichensatzvariationen durch OpenType-Funktionen.

Linotype hat mit der »Libelle« eine neue Schrift des Designers und Meisterkalligraphen Jovica Veljovic in seine Bibliothek aufgenommen. Libelle ist eine Englische Schreibschrift, die für die Verwendung mit modernen Designprogrammen entwickelt wurde und dem klassischen Schreibstil neues Leben einhaucht. Im Gegensatz zu den sonst eher starren Englischen Schreibschriften ermöglichen die OpenType-Funktionen der Libelle Variationen im Schriftbild, was die perfekte Handschrift des Kalligraphen erkennbar macht. Veljovic zeichnete fast 400 zusätzliche Glyphen, darunter alternative Formen vieler Buchstaben sowie spezielle Wortanfangs- und Wortendzeichen, Ligaturen und Ornamente. Als OpenType-Font bietet

die Libelle außerdem eine Reihe typografischer Funktionen wie kontextabhängige Zeichenersetzung und sprachspezifische Ligaturen.

Nautilus
expands
into two new families



Funktionen in OpenType

Die typografischen Funktionen des OpenType-Formats bieten dem Anwender auf Wunsch das Zeichen, das ein optimales Schriftbild in der jeweiligen Zeichenfolge erzeugt. Der kontextabhängige Satz beispielsweise ersetzt automatisch die Standardform eines Buchstabens durch eine Alternative, je nachdem welches Zeichen direkt davor oder danach im Wort steht. Mit aktivierten Ligaturen werden die normalen Kombinationen automatisch durch den passenden Ligaturverbund ersetzt, etwa die Kombination »fi« durch die Ligatur »fi«. Die Ligaturen sind dabei dynamisch an die Sprache des Textes angepasst, um die Besonderheiten der Sprache bei der Zeichenfolge zu berücksichtigen. So ist die türkische »fi«-Ligatur eine andere, da der i-Punkt einen Unterschied in der Bedeutung macht. Die Funktion »bedingte Ligaturen« geht noch einen Schritt weiter und zeigt zusätzliche Ligaturen auch für ungewöhnliche Buchstabenkombinationen wie »ct« oder »ll« an, was das Schriftbild weiter verbessert. Zum erweiterten Zeichensatz der Libelle gehören auch eigene Zeichenformen für den Anfang und das Ende einer Textzeile. Eine Besonderheit des Fonts stellen die

Formatsätze dar. Da es sich bei der Libelle um eine Schreibschrift handelt, haben nicht alle Buchstaben die gleiche Anzahl alternativer Zeichen. Mit den Formatsätzen können Anwender die Zeichen bestimmen, mit der ein Buchstabe im Textfluss standardmäßig ersetzt werden soll. Der Font umfasst insgesamt zehn Formatsätze. Die OpenType-Funktionen der Libelle stehen bei Produkten der Adobe Creative Suite ab Version 3 oder Quark Xpress zur Verfügung. Die Formatsätze werden von Quark Xpress bisher nicht unterstützt.

DIOTIMA – DIE SCHÖNE IN NEUEM GEWAND

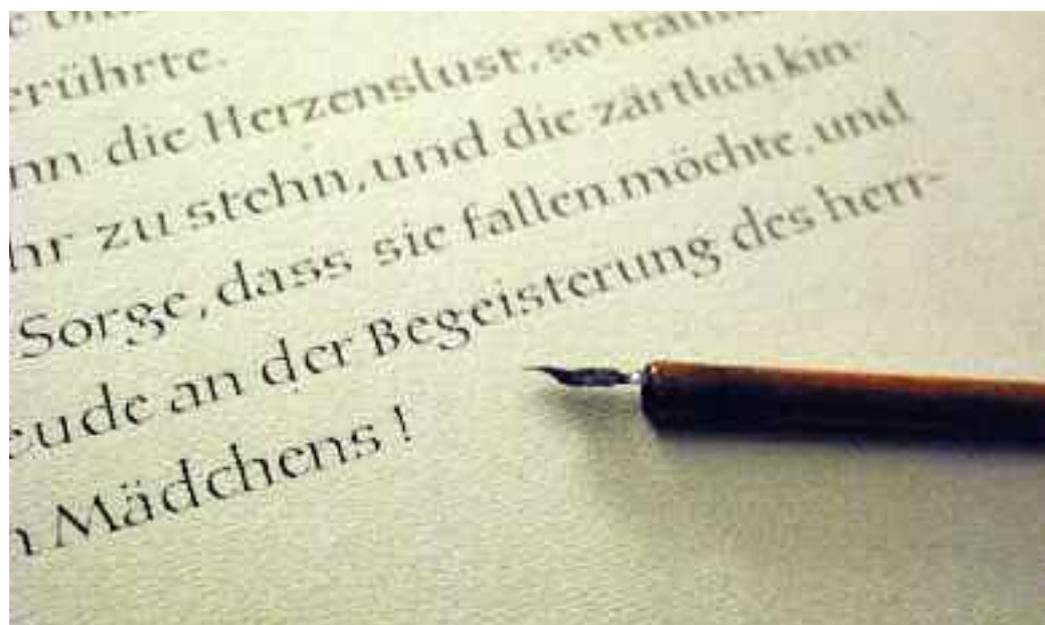
Gudrun Zapf von Hesse und Akira Kobayashi bauen Klassiker zur Schriftenfamilie aus

Linotype hat eine neue Version des Schriftenklassikers »Diotima« vorgestellt. Die Diotima Classic-Familie ist in ihrem Schriftbild gegenüber der Diotima etwas schmaler und besteht aus vier verschiedenen Strichstärken: Light, Regular, Bold und Heavy. Für alle Fetten enthält die Familie passende Italic Versionen. Der Regular-Schnitt ist für die Verwendung in Lesetexten mit robusteren Serifen und dickeren Haarlängen ausgestattet worden, wodurch er bei kleineren Schriftgrößen besser lesbar ist. Mit der Diotima Classic, an der auch der künstlerische Leiter von Linotype, Akira Kobayashi, mitgearbeitet hat, ist eine elegante Text- und Auszeichnungsschrift entstanden.

Elegante Textschrift

Zapf von Hesse zeichnete die erste Version der Diotima bereits 1939. Ihren Namen verdankt die Schrift

dem Text, den die damalige Buchbinderin mit dieser ersten Kursiv-Variante schrieb: Friedrich Hölderlins »Hyperion an Diotima«. 1948 fügte Zapf von Hesse der Familie einen Regular-Schnitt hinzu. Die Diotima AG veröffentlichte die Diotima Anfang der 50er-Jahre in Metall für den Handsatz. Mit seinen lediglich zwei Schnitten war das Originaldesign der Diotima für festliche Anlässe, Einladungen und Gedichte entworfen worden. Die schlanken Buchstaben und Serifen sehen in Display-Größen sehr elegant aus, eignen sich aber nicht für die kleineren Schriftgrößen bei Fließtexten. Die Buchstaben der neuen Diotima Classic sind harmonischer und stärker ausbalanciert, die kursiven konsistenter als im Entwurf von 1939. Außerdem wurde die Form der Ziffern optimiert, der Zeichenabstand verbessert, und die Versalziffern wurden an den Kapitälchen ausgerichtet. Gudrun Zapf von Hesse feierte im vergangenen Jahr – wie ihr Mann – ihren 90. Geburtstag. Sie ist seit 58 Jahren mit dem Schriftdesigner Hermann Zapf verheiratet.





OPAL:
NEUE SCHRIFTFAMILIE BERLINER NACHWUCHS-DESIGNER
 Script-Schnitt bietet elegante Alternative zu kursiven Schriften

Mit der »Opal« hat Linotype eine neue Textschrift mit Serifen des jungen Berliner Designers Hannes von Döhren vorgestellt. Das Design der Opal erinnert an Schriften aus der Renaissance, ist aber von Grund auf neu entwickelt worden. Die Schriftfamilie ist in vier Basisschnitten erhältlich: Regular, Italic, Bold und Script. Im Script-Schnitt sind die Buchstaben wie bei einer Schreibschrift verbunden. Damit eignet er sich als elegante Alternative zu kursiven Schriften. Jeder Schnitt der Opal-Familie beinhaltet Ligaturen, die den Abstand zwischen den Buchstaben verringern und so die Lesbarkeit erhöhen. Die Regular-, Italic- und Bold-Fonts verfügen außerdem über Kapitälchen. Italic und Script besitzen geschwungene Alternativbuchstaben (Swash Letters). Zusätzlich enthalten alle



Schnitte Rahmenelemente und Ornamente, die man je nach Bedarf der gewünschten Größe und Form anpassen kann.
 Der Designer Hannes von Döhren wurde 1979 in Berlin geboren. Seit 2008 ist er freiberuflich als Grafik- und Type-Designer tätig. Als erste Schrift von Döhrens wurde die Quench im vergangenen Jahr in der Bibliothek von Linotype veröffentlicht. Im Februar 2009 kamen die gemeinsam mit dem ebenfalls in Berlin arbeitenden Designer Raimo Böse entworfene Snoogle und die Opal hinzu.
 Ausgeprägte Oberlängen verleihen der Opal ein nobles Flair und geben Texten zusätzlichen Ausdruck. Mit schwingenden Linien und scharfen Ecken wird ein Scherenschnitt-Effekt erzielt. Einkerbungen an den Linienübergängen lassen die Schrift in großen Formaten noch robuster wirken. Der Schwerpunkt liegt bei allen Buchstaben auf den Senkrechten und Waagerechten. Aufgrund ihrer Oberlängen, die deutlich über die Großbuchstaben hinausragen, sollte die Opal mit großzügigem Zeilenabstand gesetzt werden.

➤ www.linotype.com



Handschriften

SOFTMAKER BIETET ZWEI SAMMLUNGEN INDIVIDUELLER HANDSCHRIFTEN

Schriften verleihen einem Text erst den richtigen Charakter. Und wer Briefe, Urkunden oder andere Dokumente persönlicher gestalten möchte, greift gern zu einer digitalen Handschrift. SoftMaker sorgt jetzt für den nötigen Nachschub und stellt gleich zwei Sammlungen mit Handschriften vor. Diese Font-Pakete lassen sich unter Windows, auf Mac- und Linux-Rechnern nutzen.

Es kommt nicht darauf an, besonders viele Schriften auf die Festplatten zu schaufeln. Wichtig ist es, darauf zu achten, dass sie auch etwas Besonderes sind – und dazu in der Lage, einem Dokument eine eigene Note zu geben.



SoftMaker stellt Gelegenheits- und Vielschreibern gleichermaßen nicht nur seit längerem die Textverarbeitung SoftMaker Office zur Verfügung, sondern auch mehrere Schriftensammlungen. Jetzt legt das Software-

haus nach und stellt zwei neue Schriftensammlungen vor. Handschriften gehören nicht zum Standardangebot der verschiedenen im Handel erhältlichen Font-Kollektionen und sind gelegentlich auch schwierig zu finden. Deshalb legt das Unternehmen in einem ersten Paket 20 und im zweiten Paket 38 Handschriften vor.



Martin Kotulla, Geschäftsführer der SoftMaker Software GmbH: »In unseren Handschriftenpaketen bieten wir dominante und verspielte Schriften an, kurvige und kantige, dezente und aggressive, dynamische und zurückhaltend romantische. Dank der großen Bandbreite der Handschriften ist da leicht für jeden Einsatzbereich der passende Font gefunden. Ganz egal, ob eine markante, eine freche oder eine pffiffige Handschrift gesucht wird.«

➤ www.softmaker.de ➤ <http://www.softmaker.de/hand.htm>

Anmerkung der Redaktion: Diese Schriften sind natürlich nicht vergleichbar mit Handschrift-Kunstwerken wie denen von Jovica Veljovic oder Prof. Hermann Zapf, dürften ihren Zweck aber durchaus für die eine oder andere Drucksache erfüllen. Denn nicht immer ist feinste Typografie und Kalligrafie gefragt, sondern durchaus auch einmal etwas derberes.

Fogra Praxis-Report RICHTLINIEN ZUR ABNAHME VON CTP-ANLAGEN

Der Praxis-Report 80 basiert auf der Untersuchung zur »Entwicklung von Richtlinien zur Abnahme von CtP-Anlagen mit Violett-Dioden sowie für CtP-Anlagen für entwicklungschemiefreie Druckplatten«. Berücksichtigt werden folgende Plattentechnologien:

- Violett-sensitive Fotopolymerplatten (mit Preheat- und mit Entwicklungsschritt);
 - Thermoplastisch arbeitende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Entschichtung in einer Auswaschstation);
 - Thermisch vernetzende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Entschichtung in der Druckmaschine);
 - Ablativ arbeitende Druckplatten (ohne herkömmliche Entwicklungschemie, Reinigung in einer Auswaschstation);
 - Positiv und negativ arbeitende Thermaldruckplatten (ohne/mit Preheat- und mit Entwicklungsschritt);
 - Konventionelle Druckplatten (mit positiv oder negativ arbeitendem Entwicklungsschritt);
 - Silberhalogeniddruckplatten auf Metall- und Polyesterbasis.
- Fogra-Mitglieder erhalten die Praxis-Reports kostenfrei, Nichtmitglieder gegen eine Gebühr von 50 € zzgl. Versandkosten und MwSt.

➤ www.fogra.org

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Das Dortmunder **Institut für Journalistik (IfJ)** bereitet seine Studierenden mit einem neuem Ausbildungskonzept auf die crossmediale Berufswelt vor. Ab dem Sommersemester lernen die Nachwuchsjournalisten in Deutschlands modernster Crossmedia-Redaktion auf 20 K4-Arbeitsplätzen des Hamburger Herstellers **vjoon GmbH**. • Die **Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft** erweitert ihr bestehendes P3-Vertriebssystem durch das Beilagen-Logistik-Modul der **HUP AG**. • Unter Einsatz von Modulen aus der **JORG Production.Suite** erwarb die Schweizer Druckerei **Landolt** als erstes Unternehmen weltweit das PDF/X-Ready-Output-Classic-Zertifikat CMYK+Spot. • Die **Brüder Neumeister GmbH** wurde von der Tageszeitung **New York Daily News** beauftragt, Registersanz- und Biegegeräte sowie Plattenautomatisierungstechnik für die neue **KBA Commander CT** zu liefern. • Die **bi medien GmbH** vertraut auch zukünftig auf das Verlags-Know-how der **HUP AG** und wird die neueste Generation der HUP Zeitschriften- und Buchverlagssoftware einsetzen. • Die **New York Post** hat sich für die WebCMS Plattform von **Eidos-Media** für die Produktion des Portals **nypost.com** und anderer Websites entschieden. Das Hauptportal **NYP** ist eine der Top 10 Nachrichten Websites in den USA mit mehr als vier Millionen Unique Users und 56 Millionen Pageviews pro Tag. • Vor dem Jahreswechsel hat sich die **Fränkische Landeszeitung** aus Ansbach für die Migration auf das unique Verlagssystem der **HUP AG** entschieden. Das System des Braunschweiger Softwarehauses beinhaltet die Vertriebslösung inklusive Aboverwaltung, Einzelvertrieb, Beilagenverwaltung und CRM. Auch die **European Magazine Distribution GmbH E.M.D. GmbH**, Serviceanbieter für Verlagssdienstleistungen, hat sich für die Abonnentenverwaltung der **HUP AG** entschieden. • **Quark Inc.** teilte mit, dass sich Hallpressen, eine der führenden regionalen Zeitungsgruppen in Schweden, entschieden hat, bei ihren neun Zeitungen für mehr als 170 Lizenzen ein Upgrade auf **QuarkXPress 8** durchzuführen. •

NEU!

cleverprinting®

PDF/X UND COLORMANAGEMENT

AUSGABE 2009

CREATIVE SUITE 4
ACROBAT 9
QUARK XPRESS 8
TESTFORM 2009

EIN WORKSHOP
FÜR DIE PERFEKTE
ERSTELLUNG VON
DRUCKDATEN

Der PrePress-
Bestseller mit über
150.000
Downloads!

PDF/X und Colormana- gement 2009

Ein Workshop für die
perfekte Erstellung von
Druckdaten

...„es gibt keine Veröffentlichung, die so anschaulich, präzise und auf das Wesentliche konzentriert diese wichtigen Themen der Vorstufe beschreibt“...

Eike Hagemann, Ausbildungsleiter
am BBZ 2 in Saarbrücken.

- 148 Seiten topaktuelles PrePress- und Grafik-Know-how
- Erweiterte und komplett überarbeitete Ausgabe 2009
- Creative-Suite 4, Acrobat 9, XPress 8, neue ISO-Profile
- Neue Testform, neue Themen, viele neue Specials

Jetzt **KOSTENLOS**
als PDF downloaden!

www.cleverprinting.de



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ... **DRUCKMARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher.



Alles geben für die Beilage

High Volume im Druck und davor: Rollenoffsetdruckerei Jungfer mit Workflow- und CtP-Komplettlösung von Kodak

Sorgfältig abwägen, selbstbewusst entscheiden, konsequent umsetzen. Damit haben Wolfgang Schreiner und seine Mitgesellschafter Erfahrung. Und Erfolg. »Bei uns hat sich im Grunde genommen alles verändert«, sagt der für die Technik verantwortliche Geschäftsführer der Jungfer Druckerei und Verlag GmbH, Wolfgang Schreiner.

Die Fokussierung auf das Geschäft mit Werbebeilagen bedeutete die Abkehr vom Zeitungsdruck und den Rückzug aus dem Zeitschriftenmarkt. Mit der Beilagenproduktion hat sich das in Herzberg am Harz ansässige Unternehmen für das laut Schreiner am härtesten umkämpfte Segment des Druckmarktes entschieden. Diese Massenproduktion erforderte eine Reorganisation des gesamten Betriebes, die zur Einstellung des Bogenoffsetdrucks, des Coldset-Rollenoffsetdrucks sowie der Druckweiterverarbeitung führte. Über ausgeklügelte Schichtsysteme wurden die betroffenen Mitarbeiter aufgefangen und in die 24/7-Produktion integriert.

Um im Kerngeschäft Beilage agieren zu können, wurde die Heatset-Rollenoffset-Kapazität mit einem umfangreichen Investitionsprogramm arrondiert und auf High-Volume-Kurs getrimmt.

Neueste Vertreter dieser Produktionsphilosophie sind eine 80-Seiten- und eine 64-Seiten-Rotation, die das Unternehmen im Herbst 2008 in Dienst stellte. Für die größere der beiden Rollenoffsetanlagen, die bis zu 2.060 mm breite Papierbahnen bedruckt, wurde eine zusätzliche Werkshalle errichtet. Diese Maschinen stammen wie eine weitere 80-Seiten- sowie eine 48-Seiten- und zwei 32-Seiten-Rotationen aus der Lithoman-Serie von manroland. Gemeinsame Merkmale der Maschinen mit je vier Doppeldruckwerken sind Makulatur senkende Einrichtungen, stromlinienförmige Abläufe und Automatisierung wo immer möglich – Kriterien, die auch in der Druckvorstufe höchsten Stellenwert haben.

Dort läuft die Plattenproduktion neuerdings über zwei CtP-Linien von Kodak, die vollständig automatisiert sind. Einem Anfang 2007 installierten Kodak Plattenbelichter Magnus VLF Quantum wurde im Sommer 2008 ein weiteres Modell desselben Typs zur Seite gestellt. Gleichzeitig erfolgte die Erneuerung und Kapazitätserweiterung der Server-Hardware des Kodak Prinergy Workflow-Systems. Die Belichter im Format bis maximal 1.296 mm x 2.083 mm können als F-Speed-Modelle jeweils über 20 Platten dieses Formats pro Stunde bebildern.

Konzentration auf das Beilagen-geschäft, Neuausrichtung der Drucktechnik, größtmögliche Verschlinkung der betrieblichen Abläufe – das sind die Eckpfeiler einer Strategie, durch die sich bei der Jungfer Druckerei und Verlag GmbH binnen zwei Jahren fast alles verändert hat. Auch in der digitalen Druckvorbereitung, wo die Zeichen auf Automatisierung stehen.





An jeder der sechs Rollenoffsetmaschinen das gleiche Bild: Massenproduktion von Werbebeilagen, gedruckt mit der Kodak DITP Gold Thermoplatte.



ROLLENOFFSET MIT SPEZIELLER FOKUSSIERUNG



Wenn es bei der Jungfer Druckerei und Verlag GmbH in den vergangenen zwei Jahren eine Konstante gab, war es die Veränderung. Zur Jahresmitte wurde die Unternehmensnachfolge durch ein Management-Buy-out realisiert. Der Technische Geschäftsführer Wolfgang Schreiner (2. von links), der kaufmännische Leiter Guido Lang (links) und der Leiter der Finanzbuchhaltung Roger Mellinghausen (rechts) übernahmen das Unternehmen als alleinige Gesellschafter von der Verlegerfamilie Jungfer. Gleichzeitig wurden alle Geschäftsanteile der Tageszeitung »Harz Kurier« an die »Braunschweiger Zeitung«, eine Tochter der WAZ Mediengruppe, veräußert. Die Abkehr vom Zeitungsdruck bedeutete den Wandel zum reinen Akzidenzbetrieb. Im Rollenoffsetbereich hatte Jungfer bereits vor einiger Zeit die Weichen in Richtung High-Volume-Produktion gestellt. Man verabschiedete sich vom Konzept der koppelbaren 16-Seiten-Maschinen (bis zu vier Bahnen konnten für 64-seitige Produkte auf einen Falzapparat gefahren werden), für das die Druckerei in der Szene bekannt war. Demgegenüber ist das High-Volume-Konzept produktiver, weniger personalintensiv und wirtschaftlicher.

Bei Jungfer sind rund 260 Menschen beschäftigt. 40 Personen arbeiten in der Verwaltung, die übrigen Mitarbeiter in der Technik. Produziert wird vor allem für Auftraggeber aus Deutschland, 10% werden exportiert.

Eine Veränderung mit Signalwirkung war der Eintritt von Andreas Wulf (2. von rechts) im Oktober 2008 als stellvertretender technischer Geschäftsführer und Mitgesellschafter. Der Technik-Experte und erfahrene Rollenoffset-Manager ist designierter Nachfolger von Wolfgang Schreiner. Der Stabwechsel ist für 2013 geplant. Wolfgang Schreiner gehört dem Unternehmen seit dem Beginn seiner Druckerlehre im Jahr 1966 an.

Stabilität und Sicherheit

Nach den positiven Erfahrungen mit CtP-Lösungen von Kodak bleibt Jungfer weiter der Thermo-CtP-Technologie treu. Ausschlaggebende Faktoren sind für Wolfgang Schreiner die Betriebszuverlässigkeit der Plattenbelichter, Präzision und Reproduzierbarkeit der Bebilderungstechnologie, die die Grundlage für eine prozessstabile Druckformherstellung schafft. In Herzberg weiß man zudem die vorteilhaften Auswirkungen des dynamischen Autofokus und der automatischen Temperaturkompensation der Kodak CtP-Systeme zu schätzen.

Warum all dies für den Beilagendruck so wichtig ist, begründet Wolfgang Schreiner mit den Rahmenbedingungen des Geschäfts: »Die Preisfrage ist das eine, die absolut pünktliche Lieferung mit hochqualitativen Produkten bei immer kürzeren Vorlaufzeiten das andere. Heute geht es mehr um Zuverlässigkeit. Der Kunde muss in dieser Hinsicht absolut zufrieden gestellt werden.« Zu den damit einhergehenden Anforderungen führt Schreiner weiter aus: »Normalerweise erhalten wir die Daten eines Auftrags 24 Stunden vor Druckbeginn, im Extremfall erst zwölf Stunden vorher. Das verlangt uns Schnelligkeit und Flexibilität ab. Dann kann es

immer noch vorkommen, dass der Kunde kurzfristig den Umfang erhöht oder die Auflage um zwei Millionen aufstockt. Solche Herausforderungen müssen wir bewältigen und dafür brauchen wir die Sicherheit, dass unsere Maschinen immer laufen. Was das anbelangt, haben uns die CtP-Systeme von Kodak noch nie enttäuscht.« Deshalb hat das Unternehmen für die Plattenbelichter und Workflow-Systeme mit Kodak Serviceverträge abgeschlossen, über die regelmäßige Wartungsmaßnahmen und im Bedarfsfall eine reaktionsschnelle Service-Unterstützung abgedeckt sind.

Druckplatten maßgeschneidert für die Beilage

Jeder der zwei Magnus VLF Quantum Plattenbelichter wird von einer Mehrkassetteneinheit (MCU) vollautomatisch beliefert. Mit je vier Vorkassettensätzen genügen die MCUs in puncto Formatvielfalt den Anforderungen des Unternehmens. Nach der Modernisierung ihrer Rollenoffsettechnik kommt Jungfer mit nur drei Formaten aus. Da alle Druckplatten eingebrennt werden, sind in beide CtP-Linien Auftragstationen für die Einbrennlösung sowie Durchlauf-Einbrennöfen integriert. ▶



Die Bebilderung und Verarbeitung der Druckplatten auf den identisch konfigurierten CtP-Linien erfolgt weitgehend bedienerlos. Aufgrund der Stabilität des Verarbeitungsprozesses wird täglich nur eine Thermoplatte einer



Routinekontrolle unterzogen. Dank der hohen Automatisierung des Kodak Prinergy Workflows können die Mitarbeiter der Druckvorstufe vorwiegend Kontroll- und Datenmanagementaufgaben erledigen.

Den Spitzenbedarf beziffert Holger Friebe, Leiter der Druckvorstufe, mit etwa 30 Platten pro Stunde, während im Normalfall 15 bis 20 Stück pro Stunde anfallen. Die relativ moderaten Anforderungen an den Ausstoß der CtP-Abteilung hängen mit der Auftragsstruktur zusammen. Zwischen 300.000 und 20 Millionen Exemplaren bewegen sich die Auflagen – der Durchschnitt liegt bei immerhin 4,5 Millionen, so dass es keine häufigen Plattenwechsel gibt. Bei solch hohen Auflagen ist es plausibel, dass die Druckplatten eingebrannt werden, zumal sie in den Rotationen mit rauen Bedingungen konfrontiert sind – maßgeblich verursacht durch das Papier. Es ist auf Kostengründe zurückzuführen, dass die Kunden ihre Beilagen zu annähernd 80% auf Zeitungs- oder B-Stoff-Papieren drucken lassen. Dennoch ist eine hohe, gleich bleibende Bildqualität gefragt.

Deshalb schwört Wolfgang Schreiner auf die langjährig verwendete Kodak DITP Gold Thermoplatte, der er eine optimale Auflösung, Stabilität und Auflagenleistung bescheinigt. Nach den Erfahrungen der Drucker lassen sich mit dieser negativ arbeitenden Preheat-Platte bei den schwierigen Bedruckstoffen bis zu 1,2 Millionen Überrollungen erreichen. Dazu kommt die Eignung der

Platte für die Bebilderung und den Druck mit der Kodak Staccato Rasterung in der Stufe mit 20-µm-Punkten. Verschiedene Großkunden pochen selbst bei Zeitungspapier auf die FM-Rasterung, damit beispielsweise Möbel-Details oder technische Motive so plastisch wie möglich herauskommen. Ansonsten wird je nach Papierqualität mit AM-Rasterweiten zwischen 45/cm (Zeitungspapier) und 60/cm (LWC) gearbeitet.

Automatisierung lindert Termindruck

Analog zur betrieblichen Organisation bestehen in der Vorstufe schlanke, flexible Strukturen. Tagsüber sind hier meist zwei Mitarbeiter tätig, während der Nachtschicht nur einer. Da die CtP-Plattenherstellung weitgehend bedienerlos vonstatten geht, kümmern sich die Vorstufenmitarbeiter vor allem um die Prüfung und Organisation der Dateien. Unterstützung finden sie durch die Kontrollroutinen und Automatisierungsfunktionen des Kodak Prinergy Workflow Systems. Dessen Preflight-Routine unterzieht eingehende Dateien einer umfassenden Überprüfung. Ergibt der PDF-Datei-Preflight, dass die Spezifikationen nicht erfüllt werden, erhält der Bediener entsprechende Fehlermeldungen. Die auto-

matistische Beseitigung von Problemen bei PDF-Dateien, die nicht ordnungsgemäß sind, verringert Verzögerungen und nachträglichen Bearbeitungsaufwand.

Da die Arbeitsprozesse in der Druckvorstufe standardisiert sind, bedient man sich in Herzberg der Möglichkeiten der regelbasierten Automatisierung (RBA) des Prinergy-Systems, mit dem sich Prepress-Abläufe automatisieren lassen. Über die Benutzeroberfläche können ganze Ketten von Aufgaben miteinander verknüpft und deren automatische Ausführung von Regeln oder Bedingungen abhängig gemacht werden. Beispielsweise sorgt RBA für die korrekte Zuordnung der Dateien zum jeweiligen Ausschreiber, die Platzierung von Nutzen oder die Ausgabe von Proofs. Selbstverständlich stellt der Prepress-Workflow auch den Leitstandsystemen der Rollenoffsetmaschinen die Daten für die Farbzennovoreinstellung zur Verfügung. Angesichts der kurzen Vorlaufzeiten ist in der Vorstufe jedes Instrument willkommen, das einen Zeitgewinn bringt. Deshalb wurde der Prepress-Workflow um das Kodak Insite Prepress Portal ergänzt. Über dieses Webportal können Kunden oder deren Agenturen fertige Layoutdateien in den Druckvorstufen-Workflow la-

den. Die übermittelten Dateien werden einer Preflight-Kontrolle unterzogen und vom Workflow dem richtigen Job zugeordnet. Das spart Zeit und vermeidet Rückfragen sowie Bearbeitungsfehler.

In umgekehrter Richtung ermöglicht das Kodak Smart Review System den Kunden unabhängig von geografischen Distanzen eine schnelle und komfortable Überprüfung der Seiten. Die bereitgestellten Seiten lassen sich mithilfe verschiedener Softwaretools messen oder kommentieren und für die Produktion freigeben. Damit erübrigt sich ein langwieriges Hin und Her von Hardcopy-Proofs oder eine mühselige e-Mail-Kommunikation mit angehängten PDFs.

Beilagen haben Zukunft

Für Wolfgang Schreiner besteht kein Zweifel, dass das Druckprodukt Beilage Zukunft hat: »Mit der Beilage realisieren unsere Kunden ihre Umsätze. Hier ist sogar ein leichtes Wachstum zu verzeichnen. Außerdem haben wir im eigenen Haus genügend Ideen, um unser Kernprodukt kreativ weiterzuentwickeln.«

- www.jungfer-druck.de
- www.graphics.kodak.com





Bringen Sie neben Farben auch Gänsehaut, Herzklopfen und weiche Knie aufs Papier.

Wecken Sie Emotionen – mit hochwertigen **Inline-Veredelungen** von manroland.

Innovative Technologien von manroland machen Ihre Druckerei zur Produktionsstätte guter Gefühle. Veredelungen wie die Kaltfolienapplikation mit dem ROLAND InlineFoiler Prindor, Effekt- und Funktionslackierungen oder die Nutzung von UV-Farben und -Lacken lassen hochwertige und außergewöhnliche Druckprodukte entstehen. So wandelt sich jeder Druckbogen zu etwas ganz Besonderem: einer Visitenkarte Ihrer Druckerei. WE ARE PRINT.®



**Goss International
TRILINER FÜR DEN UMSTIEG INS
KOMPAKTFORMAT**

Mit einem neuen Konzept will Goss International Zeitungsverlagen die Umstellung auf ein Kompaktformat erleichtern. Bei der Goss-Triliner-Technologie werden Zeitungsmaschinen, die bisher zwei Seiten im Zylinderumfang aufnahmen, für die Produktion von drei Seiten im Umfang konvertiert. Die neue Technologie ermöglichte Verlagshäusern Papiereinsparungen sowie eine Steigerung von Produktivität und Farbfähigkeit, so Goss. Zudem erlaube das Konzept nach wie vor die Aufteilung in Broadsheet-Lagen und das Einfügen von Werbebeilagen im Standardformat. Dazu werden die Plattenzylinder so umgerüstet, dass sie drei kürzere Zeitungseiten im Zylinderumfang aufnehmen können.

Ein Goss-Super-Berliner-Falzapparat ermöglicht außermittige Falzvarianten, und in der Druckweiterverarbeitung können Beilageneinstecksysteme entsprechend für die Aufnahme der kleineren, asymmetrisch gefalzten Zeitungen angepasst werden. Installierte Doppelumfangmaschinen lassen sich für die Produktion von Zeitungen umrüsten, deren Abschnittlänge nur zwei Drittel der bisherigen Abschnittlänge beträgt. Aber auch für neue Maschinen ist die Triliner-Technologie erhältlich. Die Anbindung einer Maschine an zwei Falzapparate bietet die Flexibilität zur Herstellung von Produkten sowohl im Doppel- als auch im Dreifachumfang, indem einfach die Anzahl der auf der Druckplatte angeordneten Seiten variiert wird.

➤ www.gossinternational.com

**Kama
HEISSFOLIEN-PRÄGESYSTEM
FÜR FLACHBETTSTANZE PRO**

Kama hat ein Heißfolienprägesystem für die Pro Cut 53, eine automatische Flachbettstanze im Format A3 auf den Markt gebracht. Es veredelt feine Schriften und Designs mit Heißprägefolien bei einer Leistung von bis zu 5.000 Bg/h. Anwender können nach Angaben des Herstellers auch zwischen den Applikationen »Heißfolie flach« und »Heißfolie Relief« wählen. Das neue Heißfolien-Prägesystem arbeitet mit vier separat steuerbaren Heizzonen und wird mit wahlweise ein oder zwei voneinander unabhängig kontrollierbaren Folienzügen angeboten. Während mit der Pro Cut 53 Stanzungen bis zu einem Format von 510 x 380 mm möglich sind, können



Heißfolienprägungen bis zu einer Größe von 510 x 360 mm durchgeführt werden. Die Aufheizzeit ist mit fünf bis zehn Minuten angegeben.

Das Umrüsten vom Stanzen zum Heißprägen dauert laut Kama nur zehn Minuten. Dabei werde der isolierte Rahmen mit den Heizplatten einfach gegen den Schließrahmen für Stanzwerkzeuge ausgetauscht. Die Heißprägeeinrichtung wird einfach auf die Pro Cut 53 ausgesetzt, die so 25 cm an Höhe dazugewinnt.

➤ www.kama.info

**Weihnachtsgrüße mit Nachhall
KARTE VON KURZ GEWINNT
GOLD LEAF AWARD**

Die Weihnachtskarte 2008 des Prägefolienherstellers Kurz wurde mit einem Gold Leaf Award der Foil & Specialty Effects Association (FSEA) ausgezeichnet. Der Preis wurde Anfang Mai 2009 in Atlanta vergeben. Seit 16 Jahren prämiert die FSEA jährlich die besten Druckveredelungen. Die Produkte werden nach Design, Ausführung und Schwierigkeitsgrad beurteilt. Die Kurz-Weihnachtskarte wurde in der Rubrik Grußkarten



als Produkt mit der kreativsten Anwendung der Heiß-prägetechnik bewertet. Die vom Nürnberger Designer Udo Bernstein gestaltete Karte zeigt ein im Relief geprägtes Initial aus dem Fraktur-Initial-Buch des Schriftmeisters Johann Neudörffer der Ältere. Das Motiv wurde vom

Germanischen Nationalmuseum Nürnberg zur Verfügung gestellt. Das Besondere an der Karte ist die Darstellung des gesamten Reliefprägeprozesses. Die Seiten eins und zwei der sechsseitigen Karte stellen Vorder- und Rückseite des Reliefstempels dar, die Seiten drei und vier das heißgeprägte Relief, die Seiten fünf und sechs zeigen die Patrizie des Prägestempels. Umgesetzt wurde das Projekt von der Druckerei Herrmann aus Zirndorf in Zusammenarbeit mit dem Erlanger Druckveredler Denglanz.

➤ www.kurz.de

**Hubertus Wesseler
»MIT DRUCK ZUM
AUFSCHWUNG«**

185 Teilnehmer kamen dieses Jahr zur Hausmesse der Hubertus Wesseler GmbH. 22 Aussteller präsentierten an drei Tagen ihre Produkte. Zudem fanden verschiedene Seminare statt. Während der Maschinen-Vorführungen konnten sich die Besucher von den Offsetdruckanlagen Komori Lithrone S 529 H + LW, Komori Lithrone S 440 H, vom CTP-Belichter Kodak Trendsetter 400, der Entwicklungsmaschine Kodak

Mercury 850, den Programmen Kodak Prinergy 5.0 und Efi Colorproof sowie von der Agfa C95 Gummierstation und der Azura TS-Platte ein Bild machen.

Die Seminare informierten über Ideen und Möglichkeiten für den Umgang mit Kunden und Partnern am Telefon und im Verkauf. Ein Thementag widmete sich dem Format 50/70.

➤ www.wesslerer.com

**Atlantic Zeiser Omega
SIEBEN MODELLE ARBEITEN MIT
UV-HÄRTENDEN DRUCKFARBEN**

Die Omega-Inkjetdrucksysteme von Atlantic Zeiser sind nun weltweit erhältlich. Alle sieben Druckermodele der Serie arbeiten mit den herstellereigenen UV-härtenden Druckfarben Smartcure und können mit einer Auflösung zwischen 360 und 720 dpi bei einer Druckbreite von 36 mm bis 210 mm Barcodes und Schriftgrade bis 4 Punkt wiedergeben. Die möglichen Substrate reichen nach Herstellerangaben von Papier und Karton bis zu Aluminium, Metall, Polymerfolien, Kunststoff oder Glas. Sie können sowohl in Rollen- als auch in Bogendruckmaschinen angewendet werden.

➤ www.atlanticzeiser.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Im Dezember 2008 bestellte **Iran Chap** aus Teheran vier Rapida-Bogenoffsetmaschinen. Das im Jahr 1966 gegründete Verlags- und Druckhaus, in dem bereits Rotationen von **Koenig & Bauer** produzieren, hat sich damit erstmals auch für Bogenoffsetmaschinen von KBA entschieden. • Mit Feinzoning bis hinunter auf einzelne Straßenzüge hat sich die kanadische **Metroland**-Gruppe einen Namen als Beilagen-Spezialist geschaffen. Dazu setzt Metroland in sieben verschiedenen Werken 15 AlphaLiner von **Müller Martini** ein. • **Buhrs**, Anbieter von Mailing- und Fulfillment-Lösungen, hat Aufträge über sieben BB700 Pocket Zweikanalsysteme von einer japanischen Sozialversicherung erhalten. • Der in Moskau ansässige Medienkonzern **KP Group** hat drei **Goss** Community-Rotationen für Druckbetriebe in verschiedenen Regionen der Russischen Föderation geordert. • Die auf den Druck von Briefmarken spezialisierte Druckerei **Royal Joh. Enschedé** im holländischen Haarlem setzt auf eine stufenlos formatvariable Alprinta 52V. Mit zehn Offset-Druckwerken ist sie eine der längsten Druckmaschinen von **Müller Martini** in Europa. • Verlag und Druckerei **Main-Echo** in Aschaffenburg wird den seit Jahren im Verlag erfolgreich eingesetzten **ppi**-Workflow nun auch auf den Zeitungsdruckbereich ausweiten. • Die Zeitungsgruppe Dazhong Daily hat eine aus zwei Maschinensektionen bestehende Commander-Produktionslinie bei der **KBA** bestellt. Mit einer täglichen Auflage von 400.000 Exemplaren ist das in Jinan verlegte Blatt eine der größten Provinzzeitungen Chinas. • Das Druckhaus **Wetzel Brothers** in den USA investiert in eine **manroland**-Achtfarben ROLAND 900 XXL mit Lackmodul zur Produktion von Beschilderungen und Displays. • Die österreichische Magazindruckerei Ferdinand **Berger & Söhne** Ges.m.b.H. wird in Kürze in Horn eine **Goss** M-600 installieren. • Auf dem Weg zur modernen Zeitungsherstellung beauftragt das **Mittelbayerische Druckzentrum**, Regensburg, die **ppi Media** GmbH mit der Installation der Ausgabensteuerungslösung printnet OM. • Der Spezialist für Postbearbeitung **Pitney Bowes** wird der Krankenkasse **DAK** 800 Frankiermaschinen liefern. • Um die hohe Produktivität bei der Weiterverarbeitung seiner Wochenzeitschriften aufrechterhalten zu können, investiert **Log & Print Gráfica e Logística** S.A. in São Paulo in zwei neue Sammelhefter Tempo 22 von **Müller Martini**. • Bei der ältesten Tageszeitung Ecuadors **El Telégrafo** in Guayaquil wird bereits Ende 2009 eine Zeitungsoffsetrotation vom Typ **KBA** Colora die Produktion aufnehmen. • Die **Brune-Mettcker** Druck- und Verlags GmbH in Wilhelmshaven entschied sie sich für eine **Müller Martini**-Lösung mit Einstecksystem ProLiner und Vorsammler CoLiner. •

Offset

Sushi statt Bockwurst ●

Ryobi. Über Geschmack lässt sich bekanntlich nicht streiten. Tatsache ist: Immer mehr Drucker zwischen Genf und Wien finden Geschmack an einer japanischen Bogenoffsetmaschine der Marke Ryobi. Für qualitativ hochstehenden Akzidenz- oder Verpackungsdruck, auf Dünndruckpapier oder Karton, kunterbunt, veredelt oder schlicht und ergreifend für Einfarbedrucke. Ryobi-Druckmaschinen sind längst mit vollautomatischem Plattenwechsel zu haben und dadurch in Rekordzeit umgerüstet. Und Sie als Drucker somit bestens ausgerüstet. Es muss nicht immer Bockwurst sein.

chromos

starke Marken, starke Lösungen



»Digital-Offset«

Straub Druck und APM arbeiten mit der 52DI von Presstek: Die Digital-Imaging-Offsetdruckmaschine erweitert die Druckkapazitäten der Druckereien

Untersuchungen von InfoTrends zufolge schließt die Presstek DI die Lücke zwischen konventionellen Offsetmaschinen und tonerbasiereten Digitaldruckmaschinen. Dabei ermöglichen sie Kosteneinsparung von durchschnittlich 50% pro A4-Seite gegenüber einer auflagenstarken digitalen Farbdruckmaschine. Gegenüber einer konventionellen Offsetdruckmaschine bringe sie zudem eine um 13% höhere Auftragsrentabilität.

Erweitertes Angebot

Um die Lücke zwischen konventionellem Offsetdruck und den digitalen Drucktechnologien zu schließen, hat die Straub Druck + Medien AG eine Presstek 52DI installiert, teilt der Hersteller mit. Die 52DI produziere hochwertige Auflagen zu Kosten, die bei Mengen bis 20.000 Stück zu den niedrigsten pro A4-Seite zählen.

Die vor mehr als 120 Jahren gegründete Straub Druck + Medien AG hat ihren Sitz in Schramberg und beschäftigt 82 Angestellte. Sie verfügt über einen internationalen Kundenstamm in der pharmazeutischen Industrie, im Gesundheitswesen, in der Automobilindustrie

und in der Modebranche. Straub Druck konzentriert sich auf Offset- und digitale Druckdienstleistungen, die von umfassenden Kapazitäten für die Druckvorstufe sowie die Veredelung und Weiterverarbeitung unterstützt werden.

»Die Presstek 52DI stellt eine ideale Ergänzung unseres Drucksaales dar und erweitert sowohl unsere Druckkapazitäten als auch unser Angebotsportfolio. Jetzt sind wir in der Lage, Kundenanfragen nach qualitativ hochwertigen Kleinformatdrucken in kleineren Auflagen noch effizienter und rentabler zu erfüllen. Die hervorragende Druckqualität dank der Auflösung von 120 l/cm und der FM-Rasterung, kurze Lieferzeiten und die Möglichkeit, Auflagen bis zu 20.000 Stück in hoher Qualität herzustellen, ergänzt unser Angebot, das die Kunden von uns erwarten«, erläutert Francisco Martinez, Vorstandsvorsitzender der Straub Druck + Medien AG. »Straub Druck ist von der Passergenauigkeit der chemiefreien Druckplatten, die direkt auf der Maschine bedruckt werden, überzeugt. Durch die automatisierte wasserlose Offset-Technologie der DI wird bereits auf den ersten 30 Bögen eine brillante und präzise Druckqualität erreicht. Das umweltfreundliche Design der DI-Druckmaschinen von Presstek be-

wirkt eine drastische Verringerung des Chemikalieneinsatzes und der Makulatur und passt zur Umweltverantwortung von Straub Druck«, so Ray Hillhouse, Vertriebsleiter von Presstek Europe.

Neue Märkte erschließen

Auch die APM GmbH hat im September 2008 den bisher rein auf den Digitaldruck ausgerichteten Maschinenpark um eine Presstek DI 52 erweitert. Vorrangiges Ziel des Druckdienstleisters aus Brehna im Großraum Leipzig war für das im Jahr 2002 neu ausgerichtete Unternehmen, auch bei Auflagen ab einer Größenordnung von 300 beziehungsweise 500 Stück hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und den ge-

stiegenen Qualitätsanforderung mit dem Wettbewerb mithalten zu können. Zugleich öffnet die wasserlose Offsetdruckqualität der Presstek 52DI den Einstieg in Märkte, die APM aufgrund einiger limitierender Faktoren des Digitaldrucks bisher verschlossen waren.

Als Geschäftsführer der APM GmbH blickt Peter Euchner auf langjährige Erfahrungen im Bogenoffset zurück. Seine »Agentur für Printmedien«, kurz APM, hat er mit dem Digitaldruck unter der Prämisse des 24-Stunden-Druckdienstleisters im Groß- und Kleinformat gegründet. Der Kleinbetrieb beschäftigt heute sechs Mitarbeiter und bedient neben Druckereien und Werbeagenturen rund 800 aktive Kunden. Produziert werden neben werbe-



Roland Hess, Presstek Territory Sales Manager, Marcus Goerlitz, Presstek Regional Sales Manager, und Francisco Martinez, Vorstandsvorsitzender von Straub Druck vor der Maschine. In der Abbildung unten: Die digitale Offsetdruckmaschine Presstek 52DI eröffnet der APM GmbH neue Marktchancen.

technischen Anwendungen im Großformat klassische Akzidenzen von der Visitenkarte über Broschüren und Flyern bis hin zu Büchern.

» www.presstek.com





Druckwerker: neue Märkte mit der Genius 52UV

Was im Jahr 1999 im Herzen Wiens in einem kleinen Copyshop mit zwei Mitarbeitern begonnen hat, entwickelte sich bereits wenig später durch den Einsatz einer leistungsfähigen Digitaldruckmaschine zur Digitaldruckerei.

Von Johannes Schaeben

Schon 2000 wurde der Copyshop aufgegeben: Angesagt waren nur noch digitale Druckjobs. On demand individualisierten die Druckwerker beispielsweise Eiskarten mit Foto und Logo verschiedener Eisdielen für Österreichs beliebtesten Eishersteller Eskimo. Weitere Investitionen in zwei zusätzliche Farbdigitaldrucker mit einem Output von mehr als 10.000 A4 Seiten je Stunde und in die Weiterverarbeitung machten das Unternehmen fit für die Zukunft. Insbesondere die kleineren Auflagen sind es, die auf den digitalen Drucksystemen die unterschiedlichsten Substrate von gestrichenem oder geripptem Papier bis zu Kunststoffetiketten und PVC drucken. Die gesamte Weiterverarbeitung läuft heute in-house. Schneiden, Rillen, Falzen, Broschürenfertigung, Klebverbindungen, Stanzen, Oberflächenveredelung (ein- und zweiseitige Cellophanierung), Wire-O-Bindungen – keine Arbeit, die nicht selbst erledigt werden könnte.

Ungewöhnliche Substrate

Seit dem Umzug in ein Druckereigebäude mit knapp 1.000 m² im 2. Bezirk ist das Team um Druckwerker Geschäftsführer Hannes Fischer vorbereitet für neue Geschäftsaktivitä-

ten. Die Investition in eine Genius 52UV von KBA-Metronic stellte 2008 neue Weichen. «Wir sind jetzt in der Lage, für Offsetdrucker recht ungewöhnliche Substrate aus Kunststoff oder spezielle irisierende Papiere zu bedrucken», freut sich Hannes Fischer. »Unsere Kunden wünschten sich die bewährte Qualität auch im mittleren Auf-lagensegment. Dieses konnten wir bisher aber mit unseren Digitaldruckmaschinen nicht anbieten. So suchten wir eine Maschine, die nicht nur Papier für Flyer und Prospekte aller Art, sondern auch andere Substrate



Drucker Markus Fritz (l.) und Peter Nowak (r.) vor der neuen Genius 52UV von KBA-Metronic.

wie Kunststoffetiketten und PVC-Folien bedrucken kann. Die wasserlose Genius 52UV von KBA-Metronic ist hierfür ideal geeignet.»

Neue Absatzmärkte

Seit sich herumgesprochen hat, was die Druckwerker mit Hilfe der Genius 52UV alles bedrucken können, sind Hannes Fischer und sein Team ein gefragter Geschäftspartner auch für Druckereien und Dienstleister aus der Werbemittelbranche. Aufgrund seiner gewachsenen Kompetenzen bedient das Unternehmen Industrie und Gewerbe weit über die Grenzen von Wien hinaus. Der Betrieb mit heute 16 Mitarbeitern stößt damit heute in Absatzmärkte vor, die ihm zuvor verschlossen blieben.



Die Genius 52UV arbeitet mit fünf Kurzfarbwerken und UV-härtenden Farben. Im 5. Druckwerk werden neben Sonderfarben, Deckweiß und Lack auch Gold- und Silberfarben verdruckt. Vor allem die Rüstzeitverkürzungen gegenüber dem konventionellen Druck sorgen für schnelles Reaktionsvermögen. Die Maschine ist schnell in Farbe und kommt ohne Farbzonen, Wasser und Isopropylalkohol (IPA) aus. Das wirkt sich nicht nur positiv auf die Umweltbilanz sondern auch auf den Makulaturverbrauch aus. »Bereits nach wenigen Bogen steht die Farbe«, schwärmt Hannes Fischer, obwohl er das vom Digitaldruck her gewohnt ist.

Die Farbe hält sich dank Kurzfarbwerktechnologie sowie der Temperierung der Anilox-Rasterwalze und des Plattenzylinders bis zum letzten Bogen stabil. Die integrierten Trockner sorgen für eine sofortige Aushärtung der Farben. Die UV-Technologie ermöglicht es, Materialien wie PVC, ABS, PC, PS, Magnet-, Adhäsionsfolien oder metallisierte Papiere zu bedrucken. Substrate, die zuvor dem Siebdruck vorbehalten waren, werden nun problemlos mit UV-härtenden Farben bedruckt. Vor allem ist die Genius 52UV im mittleren Auf-lagensegment gegenüber den Digitaldrucksystemen wirtschaftlicher. Die Verarbeitung von Materialien bis zu einer Dicke von 0,8 mm ist möglich. »Genial«, sagt Hannes Fischer, »so dicke Materialien verarbeitet in der Regel in diesem Format kein Offsetdrucker und auch der Digitaldruck muss da passen.« Zudem sind Feineraster bis 120 L/cm oder frequenzmodulierter Raster möglich.

- › www.kba-metronic.com
- › www.druckwerker.at





Kein Karnevalscherz: Der Sprung in die Selbständigkeit

Finanz- und Wirtschaftskrise hin oder her. Anfang Dezember 2008 wagte Peter Knappertsbusch zusammen mit Ibrahim Tastan und Martin Ronneberger den Sprung in die Selbständigkeit. Der Kölner gründete mit den beiden Männern vor Ort als fünfte Druckerei in Radebeul bei Dresden die Firma »Printion« und investierte in eine nagelneue Rapida 75 von KBA.

Von Martin Dänhardt

Gibt man den Namen »Printion« in eine Internet-Suchmaschine ein, findet man außer der Anschrift kaum etwas. Erst nach dem Anklicken mehrerer Adressportale wird man fündig: Unter www.karnevalsdrukerei.de gibt es schließlich Informationen zum Portfolio des noch im Aufbau befindlichen Unternehmens.

Anfang Dezember 2008 begann die Geschichte von Printion mit der Anmietung von ca. 400 m² Hallenfläche, am 12. Dezember kam die neue KBA Rapida 75 mit fünf Druckwerken, Lackturm und Auslageverlängerung. Ein gebrauchter Plattenbelichter, RIP und Rechner sowie eine Schneidemaschine wurden ebenfalls installiert. Danach begannen die Werksleiter Ibrahim Tastan und Martin Ronneberger (beide haben sich in einem Dresdner Druckunternehmen kennengelernt) mit ersten Druckversuchen: nach Bedienungsanleitung und mit der Erfahrung, die Ronneberger von anderen Halbformatmaschinen mitbrachte. Am 7. Januar kam der Instruktor – und schon ging es richtig los mit der neuen Druckerei. Einen guten Monat später waren über 100 Aufträge produziert und fast 500.000 Bogen bedruckt. Planos, Hefte, Flyer, Akzidenzen aller Art: Die kleinste Auflage betrug 300 Bogen, die bisher größte bestand aus 34.000 Exemplaren einer umfangreichen Broschur. Fast alle Drucksachen sind für Kunden aus dem Handel, der Industrie und diversen Vereinen bestimmt. Karnevalsvereine sind mit etwa 10% am Auftragsvolumen beteiligt. Tendenz steigend. Denn auf der Website werden Kalender, Sessionshefte und -bücher, Infoblätter sowie Eintrittskarten zu Festpreisen angeboten. Eine weitere Website ohne närrischen Bezug soll folgen, um auch andere Auftraggeber gezielter anzusprechen.

PLÄNE FÜR AUFBAU UND WACHSTUM Im Moment werden die Aufträge über die Website und persönliche Kontakte akquiriert. Die Vorbereitung der Drucksachen erfolgt im Kölner Büro von Geschäftsführer Peter Knappertsbusch. Dann gehen die Daten digital nach Radebeul, werden vor Ort gerippt und nach der Plattenbelichtung gedruckt. Die Weiterverarbeitung erfolgt zur Zeit noch bei Kollegenbetrieben. Aber eine Falzmaschine soll schon bald installiert werden ebenso wie weitere Drucktechnik im A3-Format – in ein bis zwei Jahren vielleicht auch im Mittelformat. Alle zwei Monate soll ein neuer Mitarbeiter dazustoßen. Am Ende könnten es etwa 30 sein: ein Elferrat, zehn Funkenmariechen und neun Mann, die schaffen!

Aber Spaß beiseite: Weitere Drucker für einen durchgehenden Zweischichtbetrieb, Vorstufenexperten und Kundenbetreuer müssen den drei Männern



Ibrahim Tastan (rechts) und Martin Ronneberger zeigen erste Drucke des Unternehmens: Plakate für Industriebetriebe und die Broschur eines Karnevalsvereins.

der ersten Stunde schon bald zur Seite stehen. Ende Februar soll die zweite Schicht laufen.

SELBSTERKLÄRENDE TECHNIK

»Die Entscheidung für die Rapida 75 ist uns relativ leicht gefallen«, sagt Ibrahim Tastan. Es kamen nur zwei unterschiedliche Modelle infrage. KBA konnte mit dem Standortvorteil punkten. »Außerdem ist die Maschine selbsterklärend. Im Notfall hätten wir sie ohne Instruktor in Betrieb nehmen können«, ist er sich fast sicher. Natürlich sprachen auch Preis und Leistung für die Rapida 75. Auf-

grund der häufig benötigten Sonderfarben wurde das fünfte Farbwerk bestellt und Lack soll fast durchgängig zum Angebot gehören: sowohl als Spotlackierung für einzelne Gestaltungselemente als auch für die Veredelung mit Matt-/Glanzeffekten beispielsweise im Drip Off-Verfahren. »Das machen bisher noch relativ wenige Betriebe«, hat Tastan festgestellt. Dass die Rapida 75 mit für diese Formatklasse geringem Energiebedarf auskommt, kommt dem jungen Druckbetrieb nebenbei zugute. Das Hausnetz war nicht für Druckmaschinen ausgelegt. Die Rapida 75 selbst kam dennoch damit zurecht, nur für die Trockner in der Auslageverlängerung musste eine andere Lösung her.

Auch wenn Drucksachen für Karnevalsvereine nur ein spezielles Angebot von Printion sein sollen, ist es doch erstaunlich, dass die Ansiedlung des Unternehmens nicht in einer der deutschen Karnevalshochburgen, sondern in Radebeul, wo man die fünfte Jahreszeit fast nicht kennt, erfolgte. »Wir könnten überall sein, sogar in Rio«, ist sich Ibrahim Tastan sicher. »Denn die Logistik ist das geringste Problem.« Da beruhigt es doch, wenn sich wenigstens ein paar Mal pro Tag die historischen Dampfzüge laut schnaufend und pfeifend vom nahe gelegenen Bahnhof Radebeul in Richtung Radeburg aufmachen – der bekanntesten Karnevalshochburg Sachsens.

› www.kba-print.de





We Make Your Business More Profitable

KBA Complete – Kompetenz, Beratung, Optimierung

Sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen, heißt mit optimierten, vernetzten und durchgängigen Prozessen innovative Dienstleistungen und Produkte anzubieten. Das Team von KBA Complete hilft Ihnen dabei, alle Geschäftsprozesse effizienter, wirtschaftlicher und transparenter zu gestalten. Auf Basis von individuellen Lösungen zur Prozessoptimierung wird in Ihrem Unternehmen ein offener JDF-basierter Workflow implementiert. Dabei spielt der Einsatz eines Management Information Systems (MIS) eine zentrale Rolle. Zukunftsorientierte E-Business-Lösungen ermöglichen die Etablierung neuer Geschäftsmodelle, die Ihnen konkrete Wettbewerbsvorteile verschaffen.

KBA Complete – We make your business more profitable!



Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 44 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba-complete.com





»Peak Performance Class«

Speedmaster XL 105 mit Wendeeinrichtung überzeugt durch Höchstleistungen in einem Durchgang • Erstanwender profitieren von Produktivität und Qualität

Schnelle Lieferzeiten auch bei kleiner werdenden Auflagenhöhen, hohe Qualität und aufs Feinste veredelte Produkte sind die Anforderung an eine moderne, industrialisierte Druckerei. Unternehmen, die ihren Drucksaal mit der Speedmaster XL 105 mit Wendeeinrichtung auf dem neuesten technologischen Stand halten, sehen sich hier im Vorteil. Die Maschine der von Heidelberg so genannten Peak Performance Class, die mit Wendeeinrichtung erstmalig auf der drupa 2008 vorgestellt wurde, entwickelt sich durch ihre Automatisierungskomponenten offensichtlich zur Benchmark im Format 70 x 100.

Entscheidend trägt dazu die modulare technologische Plattform bei. So ist beispielsweise das spektralfotometrische Inline-Messsystem Prinect Inpress Control als Option erhältlich. Dieses Modul misst und regelt automatisch Farbe und Passer in der Maschine und gibt erforderliche Korrekturen direkt an den Maschinenleitstand Prinect Press Center weiter. Berücksichtigt werden dabei Skalenfalten, Sonderfarben und Passer im Druckkontrollstreifen.

Die vollautomatische Wendeeinrichtung und die Automatisierung vieler Prozessschritte minimieren die Rüst-

zeiten und steigern die Produktivität. Mit dem neuen Hochleistungs-Leitstand Prinect Press Center und der völlig neuen Maschinensteuerung Sheetfed Control lassen sich Einstellungen der Maschine bequem und zentral durchführen. Die innovative prozessorientierte Bedienung Intellistart hilft dabei, Rüstzeiten bei Auftragswechseln zu reduzieren.

Akzidenzen

»Mit dieser Maschine sind wir in der Lage, eine Produktivitätssteigerung von 10 Millionen Bogen pro Jahr zu erreichen«, berichten Christian und Stefan Aumüller, Aumüller Druck, Regensburg. Die Akzidenzdruckerei beschäftigt 100 Mitarbeiter und hat gleich vier XL 105-Wendemaschinen installiert. »Kostengünstige Produktion und wettbewerbsfähige Preise erzielen wir durch die hohe Produktivität und Flexibilität dieser Maschinen«, so die beiden Inhaber weiter. Die Speedmaster XL 105 mit Wendung ist ein durchgängiges Komplettsystem mit einer Geschwindigkeit von 15.000 Bg/h, das Bedruckstoffstärken von 0,03 mm bis 0,60 mm verarbeitet.

Auch die Druckerei Franz Kuthal in Mainaschaff hat ihren Drucksaal auf die XL 105-Technologie von Heidelberg umgestellt. Dort produzieren

Bei den Langperfektoren im Format 70 cm x 100 cm ist die SM 102 mit Wendeeinrichtung seit Jahren führend. Über 1.500 installierte Maschinen mit acht und mehr Druckwerken produzieren weltweit. Mit der Speedmaster XL 105-P hat Heidelberg sein Portfolio im Bereich 70 cm x 100 cm erweitert und spricht damit Kunden an, die ihren Fokus auf maximale Produktivität und Wirtschaftlichkeit setzen.





»Mit dieser Maschine sind wir in der Lage, eine Produktivitätssteigerung von 10 Millionen Bogen pro Jahr zu erreichen«, berichten Christian und Stefan Aumüller, Aumüller Druck, Regensburg (Abbildungen links).

Andrew Jones, Geschäftsführer der britischen Druckereigruppe Stephens & George produziert bereits mit der zweiten langen Wendemaschine XL 105-Zehnfarben mit CutStar und Prinect Inpress Control.



29 Druckwerke dieser Baureihe, darunter auch eine Zehnfarben-Wendemaschine. »Die Maschine liefert in einem Durchgang beidseitig 5-farbig bedruckte Bogen in einer überzeugenden Qualität«, bestätigen die Inhaber Helmut Kraft und Stefan Glaab. Mit 320 Mitarbeitern produziert Kuthal unter anderem Werbeprospekte, Produktbroschüren und Geschäftsberichte. Die XL 105-P arbeitet mit einer vollautomatischen Dreitrommel-Wendeeinrichtung mit variablem Übergabezylinder und exzentrischer Wendetrommel, die durch einen präzisen und absolut schonenden Bogenlauf ergänzt wird. Das variable AirTransfer System und die wechselbaren Mantelsegmente für Druck- und Umföhrzylinder sorgen dafür, dass die beidseitig bedruckten Bogen markierungsfrei durch die Maschine geführt werden.

Akzidenz-Zehnfarben in den USA

Seit kurzem produzieren die 180 Mitarbeiter der amerikanischen DS Graphics in Lowell, Massachusetts, mit der ersten Speedmaster XL 105-P in den USA vorwiegend Akzidenzen. Die Zehnfarbenmaschine arbei-

tet mit Prinect Inpress Control, das bei laufender Produktion die Farbe und das Register steuert. Pro Woche werden mit der Maschine über eine Million Bogen produziert. »Wir wollen unseren Kunden mehr Qualität und kürzere Lieferzeiten bieten«, erklärt Jack McGrath, Leiter Vertrieb und Marketing bei DS Graphics. »Die Produktion in einem Durchgang und die geringere Makulatur durch die hohe Automatisierung helfen uns auch, nachhaltiger zu drucken«, so McGrath, der sich für das Green Printing einsetzt.

Dänemark: Alkoholfrei

Das Thema Nachhaltigkeit war mit ein ausschlaggebendes Kriterium für die Druckerei Rolf Ottesen AS Grafisk Produjsjon in Oslo, die Anfang des Jahres die erste Speedmaster XL 105 mit Wendung in Norwegen erhielt. Mit der Achtfarbenmaschine will die Druckerei mit null Prozent Alkohol produzieren, wie dies bereits mit den zwei vorhandenen Speedmaster CD 102-Vierfarben praktiziert wird. Das Unternehmen bezog eine neue Produktionshalle, in der zusammen mit der Druckerei Joker Grafisk AS produziert wird. Beide Firmen setzen auf den Prinect Workflow. So wurde

die Speedmaster XL 105-P mit dem Prinect Pressroom Manager ausgeliefert, und alle Maschinen werden in der neuen Halle mit dem Prinect Integration System verbunden.

Englische Zeitschriftendruckerei mit Rollenquerschneider CutStar

Die britische Druckereigruppe Stephens & George in der Nähe von Cardiff produziert mit ihrer zweiten langen Wendemaschine Speedmaster XL 105-Zehnfarben mit CutStar. Im Drucksaal steht bereits eine XL 105-Achtfarben mit CutStar. Stephens & George druckt auf den beiden Maschinen in erster Linie Zeitschriften und unterstützt damit eine SM 102-12-P.

»Beide Maschinen sind mit Prinect Inpress Control ausgestattet und wir sind beeindruckt, wie die Maschinen in kürzester Zeit Spitzenqualität erreichen und über die komplette Auflage aufrechterhalten«, so Andrew Jones, Geschäftsführer der Gruppe. »Die Maschine läuft kontinuierlich mit Geschwindigkeiten von 15.000 Bogen pro Stunde und ist in Verbindung mit dem CutStar eine industrialisierte Lösung«, so Jones weiter. Dem Unternehmen zufolge lässt sich mit der Speedmaster XL 105 eine um mindestens 30% höhere Produktivität erzielen als mit den Druckmaschinen der SM-102-Reihe. Ende

letzten Jahres hat die XL 105 Achtfarbenmaschine die Marke von 5 Mio. Drucken pro Monat geknackt. »Da unsere Kunden nach wie vor die Preise drücken, müssen wir immer schneller laufen, um im Geschäft zu bleiben. Unser Umsatz lag im letzten Jahr bei 20 Millionen Pfund. Für das aktuelle Geschäftsjahr rechnen wir mit einer leichten Steigerung«, zeigt sich Jones zuversichtlich.

Verpackungs- und Akzidenzdruckerei veredelt inline

Über die gleiche Zuversicht verfügt auch die Sandler Print & More & Co KG im österreichischen Marbach. Die Druckerei beschäftigt 25 Mitarbeiter und hat alleine in den letzten beiden Jahren 5 Mio. € investiert. Unter anderem in eine XL 105 Sechsfarben mit Lack, hochgesetzt und mit Materiallogistik ausgestattet, die hauptsächlich Verpackungen druckt. Kurz danach wurde eine XL 105-P Achtfarbenmaschine installiert, ausgestattet mit Lackwerk, Rollenquerschneider CutStar, dem FoilStar-Modul zur Kaltfolienveredelung und Papierlogistik. Beide Maschinen lösen nach intensiven Praxistests Produkte eines anderen Herstellers ab. »Wir haben in der Praxis gesehen, dass die Produk-



Die XL-Technologie überzeugte Hannes (links) und Johann Sandler aufgrund ihrer Produktivität, die um 30 bis 40 Prozent höher ist als bei Maschinen der vorherigen Generation.

tivität der Speedmaster XL 105 um 30 bis 40 Prozent höher ist als bei Maschinen der vorherigen Generation«, fasst Geschäftsführer Hannes Sandler seine Entscheidung zusammen. Neben den technischen Vorteilen konnte Heidelberg das Unternehmen auch mit dem Konzept des Systemservice 36 Plus überzeugen. »Wir kaufen nicht nur Maschinen, sondern wir kaufen auch die Sicherheit, dass die Maschinen unseren Kunden uneingeschränkt zur Verfügung stehen«, so Sandler weiter. Der Rollenquerschneider CutStar und das Inlinemessgerät Prinect Inpress Control sind dabei eine Antwort auf die knappen Margen im Akzidenzdruck. »Wir produzieren Großauflagen und können das Potenzial einer Wendemaschine in Kombination mit dem CutStar voll ausschöpfen. Mit der XL-Technologie erzielen wir im Akzidenzdruck wieder die Margen, die man in der Druckindustrie zum Überleben benötigt.« Mit der Wendung und mit dem CutStar fährt die Maschine konstant 15.000 Bogen in der Stunde. Obwohl der Preisunterschied zwischen Bogen- und Rollenpapier nicht allzu groß ist, rechnet sich der CutStar bei Sandler durch die konstant hohe Fortdruckgeschwindigkeit und die optimierte Lagerhaltung.

Das Thema Veredelung gewinnt sowohl im Verpackungs- als auch im Akzidenzdruck immer stärker an Bedeutung. An der Speedmaster XL 105 lassen sich beispielsweise metallische Effekte inline mit dem FoilStar-Modul zur Kaltfolienveredelung realisieren. Durch das Überdrucken der Folien entstehen wahre Blickfänge am Point of Sale. Das FoilStar-Modul ist auf der Achtfarbenmaschine installiert. Damit können bei Sandler die Kaltfolien mit bis zu sechs Farben überdruckt werden, was in Österreich ein Novum darstellt. »So können wir mit der Achtfarben den High-Quality-Markt und den hochvolumigen Akzidenzmarkt bedienen.«

Mit Prinect Inpress Control wird sowohl die Produktivität gesteigert als auch das hohe Qualitätsniveau der beiden Druckmaschinen gesichert. Diese Anwendung wurde bei der Druckerei Sandler von der Fogra nach ISO 12647-2 zertifiziert. Beide Speedmaster XL 105 sind in den Management- und Produktions-Workflow der Druckerei Sandler eingebunden. Das Management-Informationssystem (MIS) Prinect Pinnacle und der Printready Workflow sind die zentralen Komponenten, die für einen reibungslosen Informationsaustausch zwischen Administration und Produktion sorgen. Den nächsten Schritt auf dem Gebiet der

Vernetzung stellt die Installation des Prinect Pressroom Managers mit der Option »Scheduler« – einer elektronischen Plantafel im Prinect Workflow – dar.

Heute bewältigen zwei Speedmaster XL 105 das Druckvolumen, für das früher drei Druckmaschinen benötigt wurden. »Während andere Druckereien mit ihren Wendemaschinen im Dreischichtbetrieb 25 Millionen Bogen im Jahr bedrucken, produzieren wir dieses Volumen in ein bis zwei Schichten. Im Dreischichtbetrieb wäre es möglich, über 60 Millionen Bogen im Jahr zu bedrucken«, ist sich Hannes Sandler sicher.

Schweizer PMC zukünftig ohne Alkohol

Ähnliche Effekte erhofft sich auch die Schweizer PMC Print Media Corporation in Oetwil am See, die eine Speedmaster XL 105-5-P+LX3 bestellt hat. Die Fünffarbenmaschine mit Lackierwerk und DryStar-Trockneranlagen in der dreifach verlängerten Auslage wird ab August dieses Jahres zwei Maschinen eines anderen Herstellers ablösen.

Mit der Investition in modernste Bogenoffsettechnik will das Unternehmen weiter wachsen, wobei die vollständige Erneuerung des Ma-

schinenparks im Drucksaal unerlässlich ist, um die Ziele in qualitativer und quantitativer Hinsicht zu erreichen. Neben dem Bogenoffset produziert die PMC Print Media Corporation im 2- bis 3-Schichtbetrieb auf einer 16-Seiten-Rollenoffsetrotation mit fünf Doppeldruckwerken.

Der Investitionsentscheidung ging ein aufwändiges Auswahlverfahren voraus. »Wir haben Vorgaben in den Kategorien Technik, Service sowie Kosten/Leistung definiert und so die Grundlagen für eine objektive Bewertung geschaffen«, erklärt Geschäftsführer Erwin Lüber. »Die XL 105 hat in der Gesamtbeurteilung am besten abgeschnitten, wobei wir uns durch das Business Consulting von Heidelberg in den eigenen Berechnungen bestätigt sahen«, so Lüber weiter.

Die bestellte XL 105 ist für ihre Aufgabe bestens ausgestattet. Dazu zählen unter anderem die Einregelung von Passer und Farbführung im Inline-Verfahren über Prinect Inpress Control sowie der simultane Plattenwechsel mit Autoplate XL. Bedient wird das Drucksystem am Maschinenleitstand Prinect Press Center, das die Maschinenfunktionen und den Produktionsstatus am großen Wallscreen anzeigt. Für die Farb-



Handschlag auf die Partnerschaft: der Geschäftsführer der PMC Print Media Corporation, Erwin Lüber mit Reginald Rettig (rechts), Leiter Heidelberg Schweiz AG.

Geschäftsführer Hannes Schleich will die Kosten- und Marktführerschaft von Mayr-Melnhof Packaging Austria weiter ausbauen.



werktemperierung und die Aufbereitung des Feuchtmittels wird der neue CombiStar 3000 Pro eingesetzt. Ziel ist es, mit der zweistufig arbeitenden Feuchtmittelfiltration (Beta-F-Filter) in Zukunft ohne Alkohol zu produzieren und damit die Gesundheit der Mitarbeiter und die Umwelt zu schonen.

Die PMC Print Media Corporation ist ein Unternehmen der WRH Walter Reist Holding AG, zu der auch die Ferag AG, Anbieter von Systemen für die industrielle Druckweiterverarbeitung, gehört. Der PMC-Produktionsbetrieb in Oetwil am See ist auch Alpha-Testzentrum für Ferag-Neuentwicklungen und ein weltweit beachtetes Schaufenster für neueste Technologie in Druck und Weiterverarbeitung.

Mayr-Melnhof: Materiallogistik

Mayr-Melnhof Packaging Austria investiert in ihren Hochleistungsstandort in Wien-Strebersdorf. Mit einer neuen Druckmaschine und einer vollautomatischen Materiallogistik will das Unternehmen seine Qualitäts- und Kostenführerschaft bei der Herstellung von Faltschachteln weiter ausbauen.

»Wir stehen als Faltschachtelhersteller vor der Herausforderung, hohe und konstante Qualität zu liefern und aufgrund des harten Wettbewerbs alle Rationalisierungspotenziale auszuschöpfen«, erklärt Geschäftsführer Hannes Schleich, der bei Mayr-Melnhof Packaging für die Region Österreich, Rumänien und Türkei verantwortlich ist. Gerade in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld sei es enorm wichtig, sämtliche Prozesse zu optimieren, um den Wettbewerbsvorsprung langfristig abzusichern. Vor diesem Hintergrund wird bei Mayr-Melnhof Packaging Austria gerade ein mehrere Millionen Euro schweres Investitionspaket abgeschlossen. Eine Heidelberg Speedmaster XL 105 soll einen deutlichen Produktivitätsschub bringen und ein neues Niveau in der Qualitätssicherung erschließen. Zusätzlich versteht das Management das Investitionspaket als ein deutliches Signal an den Markt, dass Mayr-Melnhof Packaging Austria ein starker und verlässlicher Partner ist. Die Packaging-Division der Mayr-Melnhof-Gruppe ist mit 28 Standorten der mit Abstand größte Faltschachtelhersteller Europas. Jährlich werden rund 650.000 Tonnen Karton verarbeitet. Die Unternehmensgruppe verzeichnete in den letzten Jahren ein starkes Wachstum, erst unlängst wurde ein weiterer Produk-

tionsstandort in der Türkei übernommen. Am Standort in Wien-Strebersdorf werden hauptsächlich veredelte Verpackungen für die Lebensmittelindustrie hergestellt, wovon 50% in den Export, insbesondere nach Deutschland, Frankreich oder Osteuropa gehen.

»Es ist uns äußerst wichtig, unseren Kunden konstant hohe und dokumentierbare Qualität zu liefern«, so Hannes Schleich. Deshalb wurde die XL 105 mit Prinect Inspection Control ausgestattet. Das System analysiert jeden einzelnen Bogen und hilft bei der Vermeidung von Produk-

tionsfehlern. »Durch das Inspektionssystem wird für unsere Kunden ein neuer Standard eingeführt, der eine sehr hohe und gleichbleibende Qualität sicherstellt. Dies schafft Sicherheit auf beiden Seiten und ist für den Verpackungsdruck in diesem Umfang ein absolutes Novum«, betont Hannes Schleich.

Aufgrund des hohen Automatisierungsgrades trägt die neue Druckmaschine aber auch zu einem schonenden Ressourcenumgang bei und unterstützt Mayr-Melnhof Packaging, die ökologischen Ziele besser zu erreichen.

Die Prozessoptimierung geht aber über den reinen Druck hinaus und umfasst auch die gesamte Materiallogistik an und von der Druckmaschine, wodurch die Produktivität im Druck weiter gesteigert wird. Durch den Einsatz von Robotertechnik und vollautomatischen Umreifungs- und Stretchautomaten wird zudem eine optimale Transportsicherung erzielt und der gesamte Materialfluss nachhaltig verbessert.

- › www.heidelberg.com
- › www.stephensandgeorge.co.uk
- › www.sandler.at
- › www.pmcoetwil.ch

Wissen, wo es lang geht.

DRUCK+MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



**topp + möller GmbH
GENIUS 52UV VON KBA-
METRONIC**

Die topp + möller GmbH in Detmold hat sich für eine Genius 52UV von KBA-Metronic, entschieden. Vor kurzem wurde die wasserlos arbeitende und mit Anilox-Kurzfarbwerken ausgestattete UV-Bogenoffsetmaschine im Formatbereich 36 cm x 52 cm ihrer Bestimmung übergeben. Das Unternehmen, das sich weit über die Grenzen von Ostwestfalen-Lippe hinaus einen Namen gemacht hat, erweitert damit seine Druckkapazitäten von 14 auf 19 Druckwerke. Mit der Genius 52UV soll die Angebotspalette in Richtung Folienruck erweitert werden und überwiegend nichtsaugende Substrate mit sensiblen Oberflächen aus Kunststoffen sowie Papier und Karton bedrucken. Ausgestattet mit einem Lackierwerk und einer verlängerten Bogenauslage bietet die Genius 52UV durch hohe Glanzgrade beim Lackieren interessante Möglichkeiten der Drucksachenveredelung. Die Genius 52UV arbeitet mit fünf Kurzfarbwerken und UV-härtenden Farben. Im fünften Druckwerk können neben Sonderfarben Deckweiß, Gold- und Silberfarbe verdruckt werden. Vor allem die beachtlichen Rüstzeitverkürzungen gegenüber dem konventionellen Offsetdruck waren bei topp + möller mit entscheidend, die Maschine aufzustellen. Die Genius 52UV liefert bereits nach zehn Bogen Anlaufmakulatur ein verkaufbares Ergebnis, kommt ohne Farbzonon, Wasser und Isopropylalkohol (IPA) aus. Die integrierten UV-

Trockner sorgen nach dem Druck für die sofortige Aushärtung der Farben und ermöglichen eine zügige Weiterverarbeitung der Drucke. Die UV-Technologie erlaubt es Materialien wie PVC, ABS, PC, PS, Magnet-, Adhäsionsfolien oder metallisierte Papiere bis zu einer Bedruckstoffstärke von 0,8 mm zu verarbeiten. Gedruckt wird mit Rastern bis 120 L/cm oder auch frequenzmoduliert.

»Jetzt können wir unseren Kunden noch mehr hochwertig bedruckte Materialien anbieten«, schwärmt



Geschäftsführer
Thomas Schurzfeld.
»Der Kreativität sind kaum mehr Grenzen gesetzt. Substrate, die

zuvor dem Siebdruck vorbehalten waren, werden nun mit UV-härtenden Farben auf der Genius 52UV bedruckt.«

topp + möller bietet mit seinen Druckkapazitäten bis zum Format 74 x 104 cm hochwertige Akzidenzen: Kataloge, Magazine, Broschüren, Werke, Mappen, Poster sowie Verpackungsanwendungen gehören zum breiten Produktportfolio. Im Mailingbereich ist das Unternehmen auf Falzmailings sowie ausgefallene Duftmailings spezialisiert. Aber auch der Digital- und Großformatdruck sowie Kreativleistungen bis hin zur Gestaltung von Internetauftritten gehören zum Leistungsspektrum.

➤ www.kba-metronic.com

Lebensmittelverpackungen

MANROLAND UND PARTNER INFORMIERTEN ÜBER LEBENSMITTELKONFORMEN DRUCK

Die Herstellung von lebensmittelkonformen Verpackungen stellt besondere Anforderungen an Druckereien. Wie ein sicherer Produktionsprozess gewährleistet wird, zeigten manroland und Partner aus der Druckindustrie am 12. März beim PraxisDialog 23 in Offenbach. Beim Verpackungsdruck hat die Gesundheit des Kunden stets Priorität. Lebensmittel dürfen weder durch den Geruch des Verpackungsmaterials noch durch die Migration von chemischen Bestandteilen belastet werden. Schließlich sollen Lebensmittelverpackungen nicht nur appetitlich aussehen, sondern auch gesundheitlich unbedenklich sein.

Im lebensmittelkonformen Druck trägt jeder Prozessbeteiligte Verantwortung für eine sichere Verpackung. Wechselwirkungen von Bedruckstoff,



Lebensmittelverpackungen sollen nicht nur appetitlich aussehen, sondern auch gesundheitlich unbedenklich sein.

Druckfarbe und Lack sind ebenso zu beachten wie von Verbrauchsmaterialien und Hilfsstoffen beim Druck. Auch die Veredelung mit Effektpigmenten und Heiß- oder Kaltfolie sowie Lagerung und Transport beeinflussen die Qualität der Verpackung. Eine sichere Produktion bedarf der intensiven Zusammenarbeit zwischen Lebensmittelhersteller und Druckerei. Neben praxisrelevanten Informationen zur Anwendung der Verpackungskomponenten erfuhren die 90 Teilnehmer viel über die gesetzlichen Bestimmungen in europäischen Ländern sowie über Druckmaschinen- und Trocknertechnologien, die eine lebensmittelkonforme Herstellung unterstützen. Die Praxisanwendung im Print Technology Center zeigte, wie schön eine Pralinenverpackung lebensmittelkonform mit migrationsarmen Farben und Lacken gedruckt und inline mit Kaltfolie veredelt werden kann. ➤ www.manroland.de





Varianteiches Allround-Muster für die Verpackung

Eine effektvolle Musterverpackung dient als Anschauungsobjekt für das vielseitige Produktprogramm des Druckfarbenherstellers Zeller+ Gmelin. Dabei handelt es sich um eine mehrteilige Verpackungslösung für Chocolate Cookies, die von verschiedenen Partnern realisiert wurde, die auf den entsprechenden Gebieten spezialisiert sind.

Die Schokoladenkekse sind einzeln in flexibler Folie eingepackt und befinden sich in einer Faltschachtel aus PET. Diese Schachtel wiederum steckt in einer klappbaren Außenverpackung aus Karton, die von einer Kunststoff-Banderole zusammengehalten wird. Sie besteht aus weißem Polyethylen und wurde auf einer schmalbahnigen Rollenmaschine Combat von Gidue vierfarbig bedruckt. Als Besonderheit beinhaltet die Folie eine Schicht eines lasersensitiven UV-Lacks, so dass sich die Banderole mit Hilfe eines CO₂-Lasers durch einen individuellen Aufdruck personalisieren lässt. Desweiteren hat die Banderole die Funktion, die zylindrische Außenverpackung zusammenzuhalten, die sich längs ähnlich wie ein Scharnier in zwei Hälften aufklappen lässt.

Diesen Teil der Verpackungslösung aus GC1-Karton (Printocart von Stora-Enso) mit 240 g/m² hatte Zeller+Gmelin, das sich im Bereich Druckfarben schwerpunktmäßig auf strahlenhärtende Farben und Lacke spezialisiert hat, in Zusammenarbeit mit der Firma Edelmann im UV-Offset auf einer Heidelberg CD 102 mit UV-Zwischen- und UV-Trocknung herstellen lassen. Zum Bedrucken waren drei Druckwerke belegt, auf denen UV-Offsetdruckfarben der Serie Uvalux U1 von Zeller+Gmelin verdruckt wurden. Diese Farbserie ist speziell für hohe Maschinengeschwindigkeiten im UV-Bogenoffsetdruck entwickelt, weist eine sehr geringe Neigung zum Nebeln auf und ist zudem geruchsminimiert. Somit ist die Farbserie vor allem auch für die Herstellung von Sekundärverpackungen im Lebensmittelbereich geeignet.

Zusätzlich ist die Verpackung mit einer Folienkaltprägung versehen, für die ein zweiter Arbeitsgang erforderlich war. Dieser Produktionsschritt erfolgte auf einer Bogendruckmaschine XL 105 von Heidelberg. Die Folie für die Kaltprägung vom Typ Alufin KPS stammt von der Firma Kurz. Da es sich um eine Verpackung für Schokolade handelt, die in sensorischer Hinsicht sehr kritisch auf jegliche geschmacksverändernde Stoffe reagiert, wurde der speziell für diesen Zweck konzipierte Kleber Euralux O0831 von Zeller+Gmelin verwendet. Dieser geruchs- und geschmacksneutrale Klebstoff ist für die Folienkaltprägung mit konventioneller Trocknung gedacht. Neben der Version Euralux O0831, die für die Verwendung von Silberfolien empfohlen wird, bietet Zeller+Gmelin auch Euralux O0830 für Goldfolien an. Beide Klebstoffe sind nach DIN EN 1230 (Robinson-Test) sensorisch geprüft.

Im Innenteil ist die Kartonverpackung so geformt, dass die Kunststoff-Faltschachtel der Chocolate Cookies genau darin eingepasst ist. Auch für die Herstellung dieser Schachteln arbeitete Zeller+Gmelin mit Partnern zusammen, die auf diese Produkte spezialisiert sind. Das Substrat, transluzentes



PET-GAG in einer Stärke von 250 µm, steuerte die Folienwerke Wolfen GmbH bei, der Druck fand bei der Seufert Transparente Verpackungen auf einer CD-102-Bogendruckmaschine von Heidelberg mit UV-Zwischen- und UV-Endtrocknung statt. Für das überwiegend aus Sonderfarben zusammengesetzte sechsfarbige Motiv der PET-Verpackung kam die Farbserie Uvalux U71 von Zeller+Gmelin zum Einsatz. Die neu entwickelte migrationsarme Serie für den UV-Bogenoffsetdruck ist speziell zum Bedrucken von nicht saugenden Bedruckstoffen wie alukaschiertem Karton, synthetischen Papieren und Kunststoffen gedacht. Wie bisherige Untersuchungen gezeigt haben, kann bei sachgerechter Anwendung ein Migrationswert von 10 ppb unterschritten werden. Zu den vorteilhaften Eigenschaften der Farben zählen weiterhin vor allem die gute Haftung und die schnelle Härtung.

► www.zeller-gmelin.de





4711 – das Kölnische Wasser soll Weltmärkte neu erobern

Wie eine Weltmarke relaunched wird und welche Rolle die Verpackung in der Kommunikation von Markenkernen spielt. Das kölnische Wasser gewinnt derzeit in aller Welt wieder neue, junge Kunden. Denn nach dem Übergang der Marke in die Hände der Duftprofis der Mäurer & Wirtz GmbH, Stolberg, wird die Marke revitalisiert und modernisiert.

Woran denken Sie, wenn Sie die vier Ziffern 4711 sehen? An die Großmutter, die »Echt Kölnisch Wasser« auf ihr Taschentuch tröpfelt, um sich damit zu erfrischen? An gestresste Menschen, die mit der ätherischen Wirkung der Hektik des Alltags entfliehen? Gleichgültig: 4711 mit dem Duft aus Bergamotte, Zitrone, Orange, Lavendel, Rosmarin und Neroli wird vielseitig verwendet.

JEDES JAHR kommen in Deutschland mehr als 100 neue Düfte auf den Markt, aber nur wenige überleben das erste Jahr nach der Markteinführung. Das 1792 kreierte »4711 Echt Kölnisch Wasser« gehört zu den Klassikern, die sich ganz oben auf den Topseller-Listen der Parfums in Deutschland halten und ist Synonym für Erfrischung geworden. Nach einer Marktuntersuchung entschied sich Mäurer & Wirtz für eine neue Positionierung von 4711: Das Wunderwasser. Denn die Untersuchung hatte ergeben, dass die Verwender insbesondere die Wirkung des Kölschen Klassikers schätzen. Für die Kommunikation eine diffizile Aufgabe: »Nichts ändert sich, aber alles wird anders.« So fasst Sandra Brinckmann, Produktmanagerin für die 4711-Produkte bei Mäurer & Wirtz ihre anspruchsvolle Aufgabe in der Markenführung zusammen. Denn an der Verpackung und der klassischen Flaschenform, der seit 1822 verwendeten sechseckigen »Molanus-Flasche«, wird nichts geändert. »Das Verpackungsdesign ist unsere Markenkonstante«, so Brinckmann, »und die muss bei neueren Produktentwicklungen berücksichtigt werden.«

AUG. HEINRIGS DRUCK + VERPACKUNG zeichnet für eine Vielzahl der Faltschachteln für 4711 verantwortlich. Die besonderen Anforderungen in der Herstellung und Veredelung der Umverpackungen liegen mit dem typischen »Bremer Blau« und der goldenen Ornamentik im Detail. So markant die Molanus-Flasche als Behältnis des Kölner Wassers, so schlicht wirkt seine Umverpackung – klassische Faltschachteln – auf den ersten Blick. Das Design jedoch stellt höchste Produktionsanforderungen. Die matte Optik des auf doppelt Deckweiß vorgelegten Bremer Blaus und die goldglänzende Ornamentik auf einem silberfolienkaschierten Material – hier wird eine gelb lasierende Farbe verwendet – sollen als Standard in immer wieder identi-



scher Druckqualität überzeugen. Aug. Heinrigs greift für die seit letztem Jahr in der Aachener Kellershaustraße produzierten 4711-Verpackungen auf einen der derzeit modernsten Drucksäle der Branche zurück. Der vollständig implementierte Heidelberg-Workflow sichert das hohe Qualitätsniveau, dass eine Marke wie »Echt Kölnisch Wasser« stellt. »Wir sind stolz, dass die Verpackung der Weltmarke aus Köln nun in Aachen entsteht«, sagt Hans-



Günther Heinrigs, geschäftsführender Gesellschafter der Aug. Heinrigs Druck + Verpackungen GmbH & Co. KG, die auf eine über 175-jährige Geschichte zurückblickt. Das Aachener Unternehmen hat als Spezialist für Faltschachteln und komplexe Verpackungssysteme aus Karton einen herausragenden Ruf in der Branche. Firmenchef Hans-Günther Heinrigs setzt mit rund 150 Mitarbeitern seine Philosophie der Verpackung für einen breit gefächerten Kundenstamm um: »Faltschachteln sind Maßanzüge für Produkte – mit der Verantwortung der Kommunikation zum Verbraucher.«

ALS GEHEIMNISVOLLES »AQUA MIRABILIS« begann 1792 die Erfolgsgeschichte des Parfums in der Kölner Glockengasse 4711, das erst im Zuge der französischen Besatzung seinen Markennamen 4711 erhielt und als »Eau de Cologne«-Gruß in die Heimat der französischen Soldaten geschickt wurde. Erst 1810, als Napoleon die Offenlegung aller Heilmittelrezepturen forderte, deklarierten die Erfinder des Kölnischen Wunderwassers das Produkt zum Duftwasser und entkamen so der Offenlegungsverpflichtung ihrer Rezeptur. Von da an begann der weltweite Siegeszug des Parfums.

› www.aug-heinrigs.de › www.4711.com





Optimierter Schutz vor Fälschungen

Das optische Sicherheitskennzeichen Trustseal aus dem Hause Kurz ermöglicht es, hochwertige Qualitätsartikel von gefälschter Massenware zu unterscheiden.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es besonders wichtig, Produkte anzubieten, die sich durch besondere Eigenschaften am Markt behaupten. Doch diese Einzigartigkeit ist ständig in Gefahr. Billige Imitationen verhindern nicht nur den Absatz der Originalware, sondern schaden auch dem Image der Marke.

Trustseal zählt zu den sogenannten OVDs (Optical Variable Devices), Elementen mit lichtbrechenden Eigenschaften, bei denen ein veränderter Lichteinfall Bildwechsel hervorruft. Trustseal ist ein OVD, das unter den verschiedensten Betrachtungswinkeln scharfe Bildkontraste aufweist. Seine Strukturen sind selbst unter ungünstigen Lichtverhältnissen wie Streulicht oder Dämmerung gut erkennbar. Dadurch bietet es dem Verbraucher eine einfache Möglichkeit der Produktidentifikation. Um den Sicherheitsgrad zu erhöhen, sind in das Trustseal Spezialelemente wie Linsen- und Kontrast-Effekte sowie versteckte Merkmale eingebaut, die nur unter bestimmten Betrachtungswinkeln oder bei sehr starker Vergrößerung sichtbar werden.

Sicherheits-Know-how

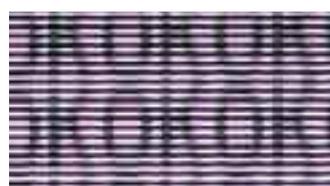
Als Hersteller optischer Sicherheitskennzeichen verfügt Kurz über ein Know-how, das kontinuierlich wei-

terentwickelt wird. Die Trustseal-Technologie zeichnet sich durch Design-Flexibilität und hohes funktionales Potenzial aus. Dadurch ist es möglich, immer wieder neue Elemente zu integrieren und neue Barrieren für Produktfälscher aufzubauen – nach dem Motto: »Dem Fälscher immer einen Schritt voraus zu sein, ist der beste Schutz vor Imitation.« Diesem Fälschungsschutz-Konzept entsprechend wurde Trustseal mit neuen, äußerst komplexen und schwer kopierbaren Merkmalen ausgestattet:

Latent Mirror ist ein Element, das sich bei normaler Betrachtungsweise als einfache metallische Spiegelfläche zeigt. Wird das Trustseal nicht frontal, sondern unter extrem flachem Blickwinkel betrachtet, ist ein blau-grünes Motiv zu erkennen. Unter Beibehaltung des schrägen Blickwinkels entsteht bei Drehung um 90 Grad eine Kontrastumkehr zwischen Motiv und Hintergrund.

Der Latent Flip ist ein Element, der unter extrem flachem Blickwinkel ein blau-grünes Motiv zeigt. Wenn man diesen Blickwinkel beibehält und das Trustseal zusätzlich um 90 Grad dreht, verwandelt sich das Bild in ein anderes Motiv.

Das Anticopy Dynakey-Merkmal erscheint mit bloßem Auge betrachtet als mattes gemustertes Feld, das unter fast allen Betrachtungswin-



Die Bilder von oben: Latent Flip-Effekt unter normalem Betrachtungswinkel. Latent Flip mit bei flachem Blickwinkel sichtbarem Image Flip. Latent Flip mit bei flachem Blickwinkel sichtbarem Image Flip. Das mit bloßem Auge betrachtete Dynakey-Element. Das durch einen Spezialfilter betrachtete Dynakey-Element.

keln erkennbar ist. Wird ein spezieller Filter über das Feld gelegt, zeigt sich eine Information in hoher Auflösung.

Contrast with Channeling ist eine spezielle Kombination von Bildwechseln. Wird das Trustseal frontal betrachtet, ist ein Motiv zu sehen. Kippt man das Bild nach links, erscheint ein zweites Motiv, kippt man es nach rechts, zeigt sich eine Variation des zweiten Motivs. Wird nun das Trustseal um 90 Grad gedreht, ist das erste Bild in Kontrastumkehr sichtbar.

Ein außergewöhnlicher Eyecatcher ist das Merkmal Image for Shelving, das unter wechselnden Blickwinkeln unterschiedliche dynamische Bewegungen und Farben zeigt. Diese Bewegungen werden unter verschiedenen steilen Betrachtungswinkeln sichtbar, wenn der Konsument die Warenregale passiert. Der Spezialeffekt kommt also insbesondere bei der Warenpräsentation zur Geltung. Wenn der Verbraucher durch die Regalreihen schlendert, wird das Produkt durch die fließenden Motivbewegungen zum Hingucker und sendet »Kauf-Botschaften« aus.

Optische Aufwertung schafft Kaufanreize

Der neue Image for Shelving-Effekt zeigt im Besonderen, wie sich Sicherheits- und Marketingaspekte vereinen lassen. Trustseal ist nicht nur als Kennzeichen zum Schutz und zur Identifikation von Produkten einsetzbar, sondern auch als Marketinginstrument. Das Kennzeichen bietet hohe optische Qualität, brillante Strukturen, raffinierte Motive und effektvolle Farb- und Bildwechsel. Damit schafft es einen optischen Mehrwert und wird zum Blickfang am Point of Sale.

› www.kurz.de





Wertigkeit neu erleben

Volkswagen hat für die Markteinführung des Golf VI neue Maßstäbe an die Qualität und Verarbeitung seiner Printmedien gesetzt. Heidenreich Print realisierte die »neue Dimension der Wahrnehmung« mit Hybrid-Techniken und dem Einsatz besonderer Lacke.

»Wertigkeit neu erleben« – damit wirbt Volkswagen für den neuen Golf. »Der Tastsinn spürt Unebenheiten von 0,01 Millimeter«. Dieser Aussage von Volkswagen musste demnach die Haptik der Druckausführung gerecht werden. Der Qualitätsoffensive entsprechend sollten außergewöhnliche Werbemittel diese neue Wertigkeit vermitteln. So wurden die Beilagen zur Vorstellung des Golf VI in einer bisher nicht da gewesenen Druck- und Veredelungsqualität erstellt. Glanz- Matt und Perleffekt-lacke mit perfekten Übergängen entsprachen dieser Herausforderung.

DIE ENTWICKLUNG UND REALISIERUNG von insgesamt 10,5 Millionen Beilagen wurde durch die Heidenreich Print GmbH aus Bünde geleistet. Der Spezialist für hochwertige Druckerzeugnisse setzte die Hybrid-Druck-technologie ein und überzeugte mit dem im eigenen Haus entwickelten Fachwissen um Farben und Lacke im Einklang mit moderner Hybrid-Druckmaschinen-Technik.



Realisiert wurde eine 12 seitige Beilage mit ausklappbarer Innenseite sowie anhängender Response-Karte. 5-farbig, Offsetdruck mit 4 verschiedenen Lacken – Inline in Hybrid-Technik.

Verschiedenste Lacktechniken wurden völlig neu interpretiert und nach einer experimentellen Phase in der Kombination so zueinander gesetzt, dass die Dynamik der Abbildungen unterstützt wurden.

DIE ANFORDERUNGEN VON VW nach Übersetzung der neuen Wertigkeit im Druckprodukt konnten so erfüllt werden. Eingesetzt wurden zwei unterschiedliche Matt-lacke: Glanzlack und Perleffektlack. Entscheidend dabei waren die Verläufe zwischen den unterschiedlichen Lackflächen. Die Produktdetails mussten herausgearbeitet werden, ohne dass dadurch eine optisch auffällige Separierung mit unzureichenden Trennungen hervorgerufen wurde.

Das Ergebnis konnte nach einer intensiven Entwicklungsphase erreicht werden. Die Anforderungen wurden in diesem Prozess immer wieder neu definiert, ohne Abstriche bei der Qualität zuzulassen. Im Gegenteil erhöhten neue Hybrid-Ergebnisse die Forderungen nach weiteren Bestleistungen in der optischen und haptischen Wirkung. Denn dies war das Ziel: Realitätsnahe und emotionalisierende Wiedergabe der Motive und Herausarbeitung von Details durch Print und Veredelung. Der gesamte Auftrag über die rund 10,5 Millionen Beilagen in zwei verschiedenen Formaten konnte von Heidenreich Print nicht alleine geleistet werden. Deshalb mussten die Rezepturen dokumentiert und an zwei weitere Druckereien weitergegeben werden, die dann etwa ein Drittel der Gesamtauflage produzierten.

Josef Foellmer GmbH NEUER REIBANLEGER FÜR FLACHE PRODUKTE

Die Josef Foellmer GmbH, Graphischer Maschinen- und Apparatebau, Villingen-Schwenningen, Hersteller von Aggregaten und Materialien für Druck und Weiterverarbeitung, hat einen neuen Reibanleger für das einfache Spenden von flachen Produkten vorgestellt. Die Produkte, die vereinzelt werden sollen, werden im Magazin mit verstellbaren Seitenanschlüssen gestapelt und durch Knopfdruck für die



Vereinzlung gestartet. Anwendungsbeispiele sind Beipackzettel, Postkarten, Booklets, Einzelblätter ab 80 g/m², Umschläge, Faltschachteln, Karton- oder Plastikzuschnitte, CDs, DVDs, Disketten, Minidiscs oder befüllte Kleinschachteln. Der Formatbereich liegt zwischen 80 x 60 mm und 300 x 235 mm, die Geschwindigkeit beziehungsweise Spendeleistung liegt (produktabhängig) bei 40 m/Min. bis 60 Produkte/Min. Der Produkt-Durchlass ist min. 0,1 mm, max. 5 mm, die Papierqualität sollte mindestens 80 g/m² betragen.

➤ www.foellmer.com

➤ www.heidenreich-print.de





HEI LIGHTS 2009

Open House bei Heidelberg

Entdecken Sie die HEI Lights für Ihr Unternehmen – live und ganz persönlich. Wir laden Sie herzlich ein. Kommen Sie zur Open House vom 10. bis 13. Juni und erfahren Sie, was HEI Performance und HEI Value für Sie und Ihren Betrieb bedeuten. Informationen und Anmeldung für die Open House 2009 unter www.ch.heidelberg.com/openhouse

HEIDELBERG



TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2009			
09. 06. - 12. 06. 2009	Graphitec & Convertec, 2009	Paris	www.graphitec.com
18. 06. 2009	VSD, 12. Forum der grafischen Industrie	Bern	www.vsd.ch
22. 06. - 24. 06. 2009	10. DOXNET, Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	www.doxnet.de
24. 06. - 25. 06. 2009	Mailingtage, 10. Fachmesse für Direkt- und Dialogmarketing	Nürnberg	www.mailingtage.de
25. 06. - 26. 06. 2009	Siebdruck-Symposium	München	www.bvdm-online.de
25. 08. - 27. 08. 2009	EMEX, Fachmesse für Marketing und Kommunikation	Zürich	www.suisse-emex.ch
07. 09. - 11. 09. 2009	Publishing Forum, Swiss Publishing Week	Winterthur	www.druckindustrie.ch
11. 09. - 17. 09. 2009	Print 09	Chicago	www.gasc.org
17. 09. - 18. 09. 2009	Schweizer Presse, Jahres-Kongress	Interlaken	www.schweizerpresse.ch
23. 09. - 26. 09. 2009	Labelexpo Europe, Messe für die Etikettenproduktion	Brüssel	www.labelexpo-europe.com
01. 10. - 02. 10. 2009	Print & Media Production Forum	Stuttgart	www.bvdm-online.de
01. 10. - 03. 10. 2009	viscom, Messe für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	www.viscom-messe.com
06. 10. - 10. 10. 2009	IGAS	Tokio	www.jgas.jp/eng
12. 10. - 15. 10. 2009	Ifra Expo 2009, Messe der Zeitungsindustrie	Wien	www.ifra.com
14. 10. - 18. 10. 2009	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	www.buchmesse.de
14. 10. - 17. 10. 2009	Druck+Form, 15. Fachmesse für die grafische Industrie	Sinsheim	www.druckform-messe.de
14. 10. - 16. 10. 2009	Forum Verlagsherstellung, Buchmesse Frankfurt	Frankfurt	www.bvdm-online.de
29. 10. - 03. 11. 2009	Polygraphinter, Messe für die Druckindustrie	Moskau	www.polygraphinter.ru
03. 11. - 04. 11. 2009	7. Web-to-Print-Forum	Mainz	www.web-to-print-forum.de
24. 11. 2009	DigitaldruckForum Congress	Mainz	www.digitaldruck-forum.org
2010			
18. 05. - 25. 05. 2010	IPEX, Messe für Print und Publishing	Birmingham	www.ipex.org
22. 06. - 26. 06. 2010	Fespa 2010	München	www.fespa2010.com
28. 09. - 03. 10. 2010	photokina, World of Imaging	Köln	www.photokina.de
04. 10. - 06. 10. 2010	Ifra Expo 2009, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	www.ifra.com
2012			
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de

DruckChemie
Die Quelle der
Druckqualität



DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert** und **entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

Entsorgungsangebot bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfassendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062 - 747 30 30
Fax 062 - 754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK  **CHEMIE**
Print Liquids Technology



Fachwissen tanken

FOGRA-VERANSTALTUNGEN 2009

Die Fogra, Forschungsgesellschaft Druck e.V., München, bietet 2009 Schulungen und Veranstaltungen.

Symposien 2009:

- Verpackung – Druck, Verarbeitung und Funktionalitäten: 22./23. Oktober im Arabella, München.

Schulungen 2009:

- Vorbereitung zur Zertifizierung ProzessStandard Offsetdruck: 8. Mai, 8. September und 30. November.
- Prozesskontrolle im Offsetdruck: 2./3. November.
- Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck: 4./5. November.
- Farbmanagement für Experten: 25. November.
- Grundlagen der Drucktechnik: 7. - 10. Oktober.
- Workshop Farbverbinderlicher Softproof : 26. Oktober.
- Grundlagen der Drucktechnik – kompakt: 23./24. November.
- Fehler an Druckerzeugnissen: 18. - 21. November.
- Farbmanagement für Druckeinkäufer: 5. Oktober.
- Farbsicherer Workflow mit PDF/X und FograCert PDF/X: 9./10. Dezember.
- Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien: 7. Mai und 9. November.
- Farbe im Druck richtig messen und bewerten: 19./20. Oktober.
- Grundlagen der Druckweiterverarbeitung: 7./ 8. Dezember.

➤ www.fogra.org

Kräfte gebündelt

«PUBLISHING FORUM» JETZT AN DER «SWISS PUBLISHING WEEK»

Das «Publishing Forum», die jährlich stattfindende Fachtagung mit themenspezifischer Ausstellung, findet dieses Jahr als Tag der Unternehmer und Entscheider innerhalb der «swiss publishing week» statt. Der Themenschwerpunkt dieses Jahr: Publishing 3.0 – Effizienz, Automation und Standardisierung in der Medienproduktion. Die Fachgruppe PPS des Verbandes Schweizer Druckindustrie VSD als Veranstalterin des «Publishing Forum» sowie die Organisatoren der «swiss publishing week» möchten mit der Kooperation Kräfte bündeln, Synergien nutzen und ein wichtiges Zeichen für einen einzigartigen Branchentreffpunkt setzen. Durch die Zusammenlegung zweier etablierter Veranstaltungen entsteht der bedeutendste nationale Branchenanlass mit internationaler Ausstrahlung.

Um dem neuen Umfang und der erweiterten Themenbreite gerecht zu werden, findet die diesjährige «swiss publishing week» vom 7. bis 11. September 2009 im Kongresshaus am Stadtpark in Winterthur statt. Der neue Veranstaltungsort mit mehreren Konferenzräumen bildet einen idealen Rahmen für die teils parallel stattfindenden Referate und Workshops. Die Intensivwoche stellt eine geballte Ladung an Expertenwissen auf allen Stufen zur Verfügung. Techniker und Anwender erhalten einen vertieften Einblick in die wichtigsten Publishing-Werkzeuge. Das «Publishing Forum» am Freitag bietet Fach- und Führungskräften Übersicht und Orientierung, um Chancen und Trends frühzeitig zu erkennen, Strategien zu entwickeln und Investitionen zu planen.

➤ www.druckindustrie.ch

Museum für Druckkunst Leipzig

DIE ZEITUNG IN DER KÜNSTLERKARIKATUR VON HONORÉ DAUMIER

Die Ausstellung im Museum für Druckkunst zeigt eine Auswahl von Karikaturen des französischen Künstlers Honoré Daumier (1808 – 1879). Aus seinem umfangreichen Werk wurden rund 50 Lithografien zum Thema Zeitung ausgewählt.

Seine Arbeiten für die satirische Zeitschrift »La Caricature« und die Zeitung »Le Charivari«, für die er ab 1831 tätig war, machten ihn berühmt und er gilt noch heute als der bekannteste französische Karikaturist des 19. Jahrhunderts. Eine scharfe Beobachtungsgabe, großes zeichnerisches Talent und die Fähigkeit, diese beiden Eigenschaften zu verbinden, prägen sein Œuvre. So überzeichnet und entlarvt Daumier in seinen Werken das Zeitungswesen des



Links: Les beaux jours de la vie Nr. 74, Kreidelithografie, Le Charivari 8. Oktober 1845.

Oben: Actualités, Nr. 115, Kreidelithografie, Le Charivari 31. Januar 1845.

© Europäisches Zeitungsmuseum Krefeld

19. Jahrhunderts, die Politiker und die Leserschaft. Ergänzt wird die Ausstellung durch rund 40 Werke von Zeitgenossen Daumiers, die die angesprochenen Themen bereichern und zusätzliche Aspekte beleuchten.

Das Museum für Druckkunst Leipzig vermittelt als aktives Museum besonders die Technik historischer Druckverfahren. Im Rahmen dieser Ausstellung können die Besucher die Technik der Lithografie, derer sich Daumier bediente, näher kennen lernen. Alois Senefelder, dessen Todestag sich 2009 zum 175. Mal jährt, erfand dieses Druckverfahren, das ein schnelles Arbeiten in sehr hohen Auflagen ermöglichte.

Die abwechslungsreiche Ausstellung wurde vom Deutschen Zeitungsmuseum in Wadgassen und dem Europäischen Zeitungsmuseum in Krefeld konzipiert.

Die Ausstellung im Museum für Druckkunst Leipzig, Nonnenstraße 38, läuft noch bis 19. Juli 2009. Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 10 bis 17 Uhr; Sonntag 11 bis 17 Uhr. Führungen: Jeden Sonntag um 12:00 Uhr mit Live-Vorführung der Lithografiertechnik, nicht am 31. Mai, dafür am 1. Juni 2009.

➤ www.druckkunst-museum.de





**IFRA Expo 2009
KLARE ORIENTIERUNG IN
UNRUHIGEN ZEITEN**

Zum zweiten Mal wird Wien Schauplatz der internationalen Leitmesse für die Zeitungsindustrie vom 12. bis 15. Oktober. In diesem schwierigen Jahr für die Zeitungsbranche läuft die IFRA Expo unter dem Motto »Your essential GPS« und will damit sowohl eine Standortbestimmung als auch Richtungsfindung ermöglichen. Der Veranstalter IFRA orientiert sich beim Messeprogramm an den aktuellen Herausforderungen der Branche. »Die IFRA Expo 2009 soll wie ein Navigationsgerät funktionieren: Auf der einen Seite erlaubt sie es Besuchern, den aktuellen Stand der Technik zu erkennen. Auf der anderen Seite ist sie die ideale Plattform, um Wege in eine erfolgreiche Zukunft zu erkennen – indem neue Geschäftsmodelle und ressourcenschonende Technologien präsentiert werden,« beschreibt Michael Heipel, IFRA Director Supplier Services, die Ausrichtung der Zeitungsmesse. Die IFRA Expo 2009 findet in den Hallen A und B der Reed Messe Wien statt. Halle A fokussiert auf digitale Themen, Systeme und Softwarelösungen. Dabei stehen das Anzeigengeschäft sowie neue Geschäftsmodelle durch mobile Dienste und Online-Lösungen im Blickpunkt. Halle B widmet sich der Zeitungsproduktion. Der »Solution Park Digital Systems« in Halle A sowie der »Ideas in Printing Square« in Halle B sprechen kleine und mittelständische Unternehmen mit spezialisierten Lösungen an. Aus dem vielseitigen Veranstaltungsprogramm sind zudem die Sessions zum Thema »Newspapers Today« sowie der Crossmedia-Wettbewerb IFRA XMA 2009 zu nennen.

- > www.ifraexpo.com
- > www.ifra.com/xma

**Print Media Academy
10. SUMMER UNIVERSITY 2009
IN HEIDELBERG**

Zum zehnten Mal ist die Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG Gastgeber der etablierten Summer University. Eingeladen zum fünftägigen Intensivtraining vom 13. bis 17. Juli 2009 sind internationale Manager der Printmedien-Industrie. Das Training vermittelt Strategien und Geschäftsmodelle und ermöglicht den Austausch von Erfahrungen und Erfolgsstrategien. Fokus der diesjährigen Summer University liegt auf der Vermittlung praktischen Wissens. Ein renommiertes Expertenteam zeigt auf, wie die Unternehmer ihre Firmen erfolgreich im zunehmend globaler werdenden Markt positionieren können und wie Geschäftsmöglichkeiten gewinnbringend genutzt werden. Das Thema Unternehmensleitung wird umfassend behandelt. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 limitiert. Die Kosten der Konferenz belaufen sich auf 2.700 € plus Mehrwertsteuer. Konferenzsprache ist Englisch.

> pma-seminare@heidelberg.com

**Langzeitarchivierung
3. PDF/A-KONFERENZ IM JUNI IN
BERLIN**

Das PDF/A Competence Center veranstaltet 2009 seine 3. internationale PDF/A-Konferenz, die vom 17. bis 19. Juni 2009 im Kosmos in Berlin stattfindet. Die Konferenz bietet Experten-Vorträge, Tracks für PDF/A-Schwerpunkte und Workshops zum praktischen Einsatz von PDF/A. Anwender aus Unternehmen unterschiedlicher Branchen und öffentlichen Einrichtungen berichten über ihre Erfahrungen.

> www.pdfa.org

**Bytes statt Buch?
FACHKONGRESS BUCH DIGITALE
IN BERLIN**

Die digitale Revolution hat die Verlagsbranche voll erfasst. Das klassische Verfassen, Produzieren, Publizieren, Vermarkten und Nutzen von Fachwissen steckt im Umbruch: Droht der Verlagsbranche jetzt eine Krise nach dem Muster der Musikindustrie? Dieser Frage stellt sich die Buch Digitale – Forum für neues Publizieren, die am 16. Juni 2009 erstmals in Berlin stattfindet. Wissen wird heute unter radikal veränderten Bedingungen produziert, veröffentlicht und verbreitet. »Wer heute Fachwissen publiziert oder nutzt, kommt an digitalen Medien nicht mehr vorbei: Neue Technologien und Plattformen zwingen Hochschulen, Wissenschaftler, Verlage, Bibliotheken und Buchhandel zum Umdenken«, so Prof. Dr. Miriam Meckel, Geschäftsführende Direktorin am Institut für Medien und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen. Die Buch Digitale ist ein branchenübergreifendes Forum und bringt die Akteure dieser Entwicklung zusammen. Ein Themenschwer-

punkt der Konferenz behandelt die Zukunft des wissenschaftlichen Arbeitens in Vorträgen wie »Open Access: Eine Chance für Universitäten?« oder »Wissen generieren und publizieren: Neue Wege für Fachautoren«. Prof. Dr. Günther Faltn, Professor für Entrepreneurship an der Freien Universität Berlin, sieht diese Zukunft in offenen wissenschaftlichen Datenbanken: »Statt mühsam in der Bibliothek nach wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu suchen, können Wissenschaftler und Studierende in den Repositorien den Stand der Forschung online abfragen.« Weitere Vortragsthemen sind »Digitales Publizieren und Vermarkten aus Sicht der Buchbranche« und »Märkte und Geschäftsmodelle für Fachverlage«. Danach stehen junge Unternehmen und Gründer im Mittelpunkt: Sie stellen neue Produkte und Geschäftsmodelle vor: von e-Publishing-Software über neue Online-Plattformen, innovative Lesegeräte bis hin zu neuen Print-on-Demand-Dienstleistungen. Veranstalter der Buch Digitale sind die Berliner Unternehmen SWOP. Medien und Konferenzen und Paper – Die Arbeitsplattform für Studierende und Wissenschaftler. Hochschulpartner sind die Freie Universität Berlin, die Universität St. Gallen und die Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin. Als Partner aus der Wirtschaft konnte Hewlett Packard gewonnen werden.

www.swop-berlin.de
www.leh-berlin.de



Die aktuelle Digitaldruck-Marktübersicht: Jetzt verfügbar in der neuen »Druckmarkt Collection«.
www.druckmarkt.com



IDEAS
FOR
PROFIT

DDF Congress 2009 24. November | Mainz

Unter dem Leitthema »Ideas for Profit« werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln das aktuelle Marktgeschehen, die sich daraus ergebenden Herausforderungen und neuen Geschäftsideen vorgestellt. Mehr als ein Dutzend hochkrätiger Marktkenner, Verlags-, Agentur-, Produktions- und Technologie-Experten sowie innovative Digitaldruckdienstleister beziehen Stellung, erläutern ihre Ansichten und Ideen, um neue Märkte und Anwendungsbereiche erfolgreich und gewinnbringend zu erschließen.



www.digitaldruck-forum.org/ddf-congress/2009

Rückfragen beantwortet:

Felix Ludes +49 61 31 | 2 88 98 17 • ludes@digitaldruck-forum.org

Partner & Förderer

Premiumpartner: Xerox Corporation | Partner: Konica Minolta Europe, Mondi Business Paper, Serviceplan, SunChemical, Xeikon, Bosch-Druck, Sommer Corporate Media und RheinMail | Förderer: iBrams, Messe Düsseldorf, Pitney Bowes





Cleverprinting

**42 SCHULUNGSTERMINE
BUNDESWEIT**

In den vergangenen Jahren hat sich die »Know-how-Tour« der Braunschweiger Schulungsfirma Cleverprinting zur festen Institution entwickelt. 2008 haben nach Angaben der Veranstalter über 600 Personen an der Tour teilgenommen. Auch 2009 wird die Schulungstour fortgesetzt, mit über 42 Terminen an bundesweit sieben Standorten. Die Themen Colormanagement, PDF/X sowie Grundlagen InDesign CS4 nehmen dabei jeweils einen Tag ein, so dass das gesamte Paket drei Schulungstage umfasst. Es können jedoch auch einzelne Tage aus dem Paket gebucht werden. Die Schulungen finden zwischen März und Dezember in Braunschweig, Berlin, München, Hamburg, Köln, Frankfurt/M und Düsseldorf statt.

➤ www.cleverprinting.de

**KIP Color 80 auf Tour
ROADSHOW 2009 MIT A0-
VIERFARB-LASERDRUCKER**

Der KIP Color 80 ist ein Vierfarb-Laserdrucker bis zum maximalen Format A0. Laut Hersteller benötigt er lediglich 17 Sekunden für einen vollfarbigen Ausdruck im Format A0. KIP zeigt den KIP Color 80 seit März in einer Roadshow. Die für 2009 noch ausstehenden Termine:

- 10.-11. Juni, Hamburg
- 9.-10. September, Ruhrgebiet.

Genaue Angaben können bei KIP in Aachen erfragt werden.

➤ www.kipcolor80.de

Ink Academy

**INFO-VERANSTALTUNGEN UND
ORTE 2009**

Die Info-Veranstaltungen der Ink Academy geben den Teilnehmern einen kurzen, leicht verständlichen Einblick in komplexe Themen. Damit möglichst viele davon profitieren können, finden sie in Veranstaltungsorten in ganz Deutschland statt. Die nächsten Termine:

- Herausforderung Farbtöne: Miesbach (18.6.), Köln/ Düsseldorf (23.6.), Stuttgart (24.6.), Bregenz (25.6.) und Augsburg (7.7.)
- Prozesskontrolle im Offsetdruck: Mannheim (4.6.)
- Feuchtung und Feuchtmittel / Alkoholreduziertes Drucken: Erlangen (30.6.).

Der genaue Inhalt der jeweils dreistündigen Seminare ist im Internet einzusehen.

➤ www.ink-academy.de

Medienkraftwerk

**OPEN HOUSE GEMEINSAM MIT
OCÉ**

Gemeinsam mit Océ lädt die medienkraftwerk GmbH zur 2. Open House nach Euskirchen. Auf der Hausmesse am 5. und 6. Juni 2009 stellt das Unternehmen Anwendungen aus Großformat-, Präsentations- und Werbedruck vor. Highlight der Präsentationsveranstaltung ist der extragroße Flachbett-Drucker Océ Arizona 350 XT.

www.medienkraftwerk.de.

Weiterbildung

**IN EINEM JAHR ZUM
INDUSTRIEMEISTER**

An der Städtischen Fachschule (Meisterschule) im Städtischen Beruflichen Schulzentrum Alois Senefelder in München beginnt im September 2009 wieder ein Lehrgang zur Vorbereitung auf die Meisterprüfung für Industriemeister/in Buchbinderei. Der einjährige Vollzeitlehrgang beginnt am 15. September und endet nach der Prüfung zum »Industriemeister Buchbinderei« vor der Industrie- und Handelskammer München im Juli 2010. Bewerber müssen eine erfolgreich abgelegte Gesellen- bzw. Facharbeiterprüfung im anerkannten Ausbildungsberuf Buchbinder/in haben und das Abschlusszeugnis der Berufsschule besitzen.

Anmeldungen für die Meisterausbildung sind bis spätestens 3. Juli 2009 zu richten an die Städtische Fachschule, Prankhstraße 2, 80335 München.

➤ www.senefelder.musin.de

Impressed

**SCHULUNGEN ZUM FARB-
MANAGEMENT**

Zwei Seminare beim Software-Fachhändler Impressed befassen sich mit dem Farbmanagement und der Farboptimierung. Sie finden von Juli bis Oktober dieses Jahres statt.

Die Schulung »Farbmanagement in der CS4« thematisiert Adobes aktuelles Softwarepaket. Der Kurs »Farboptimierung von Druckdaten für Dienstleister« behandelt die farbrichtige Konvertierung von Druckdaten.

Die Veranstaltung zur CS4 findet am 8. Juli und am 1. Oktober 2009 statt. Die Schulung zur Farboptimierung wird am 9. Juli und am 30. September 2009 angeboten.

➤ www.impressed.de

bvdm

**SIEBDRUCK-SYMPIOSIUM 2009
IN ISMANING**

Was kommt nach dem Film in der Siebdruckformherstellung? Dieser Frage wird sich das Siebdruck-Symposium 2009 am 25. und 26. Juni in Ismaning widmen.

Die Siebdruckformherstellung erlebt aktuell einen technischen Wandel sondergleichen. Eine feste Größe war bislang die analoge Filmherstellung, die aber zukünftig nicht mehr ohne Weiteres verfügbar sein wird. Siebdruckereien müssen sich daher heute mit den bestehenden Substitutionstechniken zur Filmherstellung auseinandersetzen. Daher wird sich das Siebdruck-Symposium explizit der Thematik Siebdruckvorstufe und -formherstellung widmen. Die Referenten des Symposiums beleuchten daher die Stationen in der Siebdruckerei nach den Kriterien einer filmfreien Produktion.

Daniel Mayerthaler (mayerthaler AG) ist spezialisiert auf den Bereich Proof und Datenhandling mit Erfahrungen im Siebdruck. Gino Bonafini (Bonafini GmbH) wird auf Voraussetzungen, Vor- und Nachteile von Computer-to-Film-Systemen (CtF) eingehen und aus der Praxis berichten. Thomas Schweizer (Signtronic AG) gibt eine Marktübersicht über CtF-Systeme. Besonderes Augenmerk auf die Anforderungen der Schablonenherstellung legt Patrick Brunner (Sefar AG). Werner Deck (Remco Chemie GmbH) berichtet über ein neues Verfahren der elektronischen Prozesskontrolle, das auf dem Einsatz von RFID-Technologie beruht. Wolfgang Ossenbrüggen (Gayen & Berns · Homann GmbH) wird versicherungstechnische Aspekte ansprechen. Das Symposium wird von Hellmuth Frey, dem Vorsitzenden des Fachbereichs Siebdruck, moderiert.

➤ www.bvdm-online.de

IRD-SEMINARE JUNI / JULI 2009

IRD-Unternehmerforum: NFC revolutioniert	09. 06.	D-München
Printprodukte	18. 06.	D-Hanau
Digitale Prozessverzahnung	16. 06.	CH-Bern
	23. 06.	D-Hanau
cockpitKMU: Dort steuern und beeinflussen, wo der Erfolg entsteht	23. 06.	D-Hanau
Auftragsmanagement in der Umsetzung	15. 07.	CH-Bern
Das ausführliche Seminarprogramm: ➤ www.ird-online.de		

Nürnberg,
24.-25.6.2009

Treffpunkt Dialog

Der
Kongress für
Kommunikations-
Experten

Datenschutz

Effizienz

Targeting

10
JAHRE IM
DIALOG

Erleben Sie heute das Dialogmarketing von morgen.

Begleitend zu den mailingtagen bildet der Kongress „Treffpunkt Dialog“ ein Highlight der Fachmesse. Hochkarätige, unabhängige Redner präsentieren neueste Ansätze zur Effizienzsteigerung: unter anderem durch Strategien zum Opt-In und gezielte Adressgenerierung. Außerdem alles über optimale Werbemittelerstellung und qualitative Zielgruppenselektion sowie erfolgreiche Methoden für operatives und strategisches Controlling. Profitieren Sie von der Verbindung aus Innovation mit hohem Nutzwert, dem brandaktuellen Up-Date und umfassenden Trendausblick – denn das und noch viel mehr bietet Ihnen der „Treffpunkt Dialog“. Seien Sie dabei!

Dialog in Vollendung – weitere Informationen und das ausführliche Kongressprogramm unter www.mailingtage.de/kongress


mailingtage
KONGRESS
Fachmesse für Direkt- und Dialogmarketing



Hauchler Studio

NEUE KURSE IN TEILZEIT UND VOLLZEIT AB SOMMER 2009

Das Hauchler Studio in Biberach bietet neue Kurse für die Aufstiegsfortbildung zum »Geprüften Medienfachwirt« und »Industriemeister Digital- und Printmedien« an. Beide Fortbildungen stehen Beschäftigten aus mediennahen Berufen offen.

Die Fachschulen Druck- und Medientechnik sowie Papier- und Kunststoffverarbeitung können in Vollzeitform vom 14. September 2009 bis 28. Juli 2010 sowie in berufsbegleitender zweijähriger Form an Samstagen vom 29. August 2009 bis 16. Juli 2011 in Biberach besucht werden. Zusätzlich wird in Heidelberg ein berufsbegleitender Teilzeitkurs an Samstagen vom 20. März 2010 bis 17. Dezember 2011 angeboten.

Neben dem theoretischen Unterricht sollen Exkursionen und Vorträge sowie praktische Demonstrationen in den Hauchler-Werkstätten die Fortbildungsinhalte praxisnah verdeutlichen.

Eine staatliche Förderung der Aufstiegsfortbildung ist über das Meister-Bafög möglich.

➤ www.hauchler.de

Standardisierung

SEMINARREIHE MIT KEE CONSULTANTS

Mehr denn je wird die Standardisierung von Workflows in der grafischen Industrie als wirkungsvollste und zuverlässigste Methode angesehen, um Produktionsprobleme zu überwinden. Allerdings wird der Standardisierungs-Prozess oft noch immer missverstanden und die Implementierung als kostenintensiv, langwierig und kompliziert angesehen. Viele Fachleute sind dennoch von der strategischen Bedeutung einer Standardisierung überzeugt und möchten gerne mehr darüber wissen, um richtige Entscheidungen treffen zu können.

KEE Consultants, eine Gruppe unabhängiger Farb- und Workflow-Consultants, beschäftigen sich mit dem ISO 12647 Standard in einer von Alwan, Enfocus und X-Rite gesponserten Seminarreihe, die den Teilnehmern einen besseren Einblick in die Einführung von standardisierten Abläufen vermitteln soll. Neben konkreten Tipps erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die am Markt erhältlichen Lösungen. Außerdem werden im 15-Minuten-Demo-Takt »Standardisierungsprozesse für Vorstufe und Drucksaal« vorgestellt.

Die kostenfreie Seminare finden am 30. Juni beim VDM Bayern und am 2. Juli beim VDM Nord statt.

Anmeldungen unter: symposium_iso@keeconsultants.com

➤ www.impressed.de

Standards

IM VERPACKUNGSDRUCK SINNVOLL UND MACHBAR?

Im Offsetdruck werden Druckstandards schon seit einigen Jahren erfolgreich eingesetzt. Druckereien, die nach diesen Standards arbeiten, berichten von vielen Vorteilen wie bessere Motivation der Mitarbeiter, klare Zuständigkeiten, bessere interne und externe Kommunikation, konstant hohe Qualität, weniger Ausschuss, weniger Nachdrucke sowie weniger Reklamationen. All dies führt zu Einsparungen an Material und Zeit, höheren Gewinnen und ist Grundlage für eine umweltfreundliche Produktion. Diese Vorteile sollen nun auch für die Verpackungsdrucker nutzbar gemacht werden.

Im Seminar »Standards für den Verpackungsdruck« zeigen Experten Ideen auf, wie Standards und Spezifikationen im Verpackungsdruck schon heute effizient genutzt werden können und wie zukünftige Anwendungen aussehen werden. Das Seminar wird vom IPI International Packaging Institute in Zusammenarbeit mit Ugra, dem Schweizer Kompetenzzentrum für Medien- und Druckereitechnologie, durchgeführt.

Das Seminar findet am Mittwoch, 10. Juni 2009, von 10.00 – 18.00 Uhr statt. Veranstaltungsort: IPI International Packaging Institute Victor von Bruns-Strasse 21 CH-8212 Neuhausen am Rheinfall Teilnahmegebühr: 420 € + MwSt.

➤ www.ipi.eu

KURZ & KNAPP & BÜNDIG

Ab 25. September startet zum 19. Mal die Weiterbildungsmaßnahme »Geprüfter Medienproduktionsfachwirt/f:mp«. Die branchenweit anerkannte Qualifikation wurde erneut den sich stetig verändernden Anforderungen angepasst und umfasst ein erweitertes Themenspektrum. • **ICE Europe**, Messe für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie, die vom 24. bis 26. November 2009 im Münchener M,O,C, stattfindet, ist mit 300 Ausstellern aus 17 Ländern bereits nahezu ausgebucht. • Der Annahmezeitraum für die **IFRA XMA Cross Media Awards 2009** wurde verlängert und endet in diesem Jahr am 15. Juni. Interessierte Zeitungsverlage können sich noch auf der Website www.ifra.com/xma registrieren und ihre Bewerbungsunterlagen zum diesjährigen Thema »Crossmediales Branding und Design« einreichen. • Ab sofort können sich Zeitungsverlage mit ihren Titeln für die Teilnahme am **International Newspaper Color Quality Club** Wettbewerb, dem Maßstab für Zeitungsdruckqualität, anmelden: www.colorqualityclub.org •

Schluss mit Basteln! Firmen, welche nachweislich den sicheren Umgang mit PDF/X-Druckdaten beherrschen:
www.pannenfrei.ch

PDFX-ready

Pannenfreie Druckproduktion:
www.pdfx-ready.ch



BDZV/IFRA-Kurzstudienreise NEWSROOMS DER NEUEN GENERATION

Moderne Redaktionen arbeiten heute für mehrere Kanäle: Zeitung, Internet, mobile Dienste, Radio- und Fernsehsendungen werden in integrierten Newsrooms gemeinsam produziert.

IFRA und BDZV laden ein, bei der Kurzstudienreise »Newsrooms der neuen Generation« vom 15. bis 18. Juni 2009 dabei zu sein. Die Reise führt nach München, Frankfurt und Berlin, wo Redaktionen besucht werden, die den Prozess der Restrukturierung gerade absolvieren oder bereits abgeschlossen haben. Auf dem Programm stehen

folgende Redaktionen:

- Die Abendzeitung, München;
- Süddeutsche Zeitung, München;
- Frankfurter Rundschau, Frankfurt;
- WELT Gruppe, Berlin, und
- BILD, Berlin.

Eine weitere Station ist IFRA in Darmstadt, die mit dem Newsplex Center weltweit über ein Cross-media-Kompetenzzentrum ersten Ranges verfügt.

► www.ifra.com/studytours

Mfg Award

BEWERBUNGSFRIST HAT BEGONNEN

Zum 18. Mal startet der Bundesverband Druck und Medien den Mfg Award, der die besten Geschäfts-

papiere und Formulare prämiert. Für den kreativen Nachwuchs wird ein eigener Preis ausgeschrieben. (dmnet) Teilnehmern dürfen Einsendungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der bvdm will durch den Wettbewerb die Qualität der Druckerzeugnisse fördern.

Einsendeschluss ist der 4. September 2009, verliehen werden die Preise am 18. November dieses Jahres. Es dürfen Geschäftspapiere, Briefbögen, Anträge, Fragebögen und Rechnungen als Wettbewerbsbeiträge eingesandt werden. Die Ausschreibungsunterlagen gibt es auch im Internet. Die Jury wird die Arbeiten nach der kommunikativen

Qualität, der typografischen Gestaltung, der sprachlichen Verständlichkeit, der organisatorischen Effizienz und der technischen Ausführung beurteilen. Für den Nachwuchs wird ein eigener Preis ausgelobt, der mit 500 Euro dotiert ist.

► www.bvdm-online.de

Weitere Termine in der nächsten Ausgabe, impressions 11. Dieses PDF-Magazin erscheint Ende Juni 2009.

Alles neu macht der Mai.



Ein heisser Sommer steht bevor, denn Eastman Kodak hat gleich vier neue digitale Offsetdruckplatten ins Spiel gebracht. So können wir Sie noch exakter auf die Anforderungen Ihrer Druckerzeugnisse abgestützt beliefern. Ganz egal, **ob prozesslos mit der Thermal Direct®**, 10my Kodak Staccato® mit der XD-Platte oder UV-Farben am Start stehen, wir haben die passende Lösung. Gerne offerieren wir Ihnen zu erfrischend kühl kalkulierten Konditionen unsere umfassende Palette digitaler Offsetdruckplatten. Sie werden staunen, wie umfassend wir Sie bei der Optimierung Ihres gesamten Workflows unterstützen. Mehr dazu unter www.ofsgroup.ch.

OF Schweiz AG - Brunnmatt - CH-6264 Pfaffnau - T 0848 888 558 - info@ofsgroup.ch



ofs group



PREMEDIA & PREPRESS

WWW.TYPE.XYZ.CH
TYPEDESIGN & FONTDEVELOPMENT
PRESENTS:

LACRIMA
SERIF, SENZA & *Italic*

TYPEDESIGN LESSON 2.2

Leading refers to the amount of added vertical spacing between lines of type. In consumer-oriented word processing software, this concept is usually referred to as «line spacing». Leading may sometimes be confused with tracking, which refers to the horizontal spacing between letters or characters.

The word comes from lead strips that were put between set lines. When type was set by hand in printing presses, slugs or strips of lead (reglets) of appropriate thicknesses were inserted between lines of type to add vertical space.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Leading>



iCtP™
PlateWriter™ 2000

- ▶ keine Chemie
- ▶ keine Umstellung beim Druck
- ▶ keine Probleme
- ▶ geringe Kosten

Der perfekte Einstieg in CTP.

Neuhofstrasse 10 • CH-8630 Rüti ZH
Telefon: 055 260 37 60 • Fax: 055 260 37 61
E-Mail: info@qualitrade.ch • www.qualitrade.ch



Die aktuelle Digitaldruck-Markt-übersicht: Jetzt verfügbar in der neuen »Druckmarkt Collection«.

www.druckmarkt.com

SOFTWARE & EDV



www.webbasierte-zeiterfassung.ch

DRUCKMARKT
wurde vom Verband Schweizer
Presse mit dem Gütesiegel
Q-Publikation ausgezeichnet.

Webhosting
Ihre Daten kostengünstig auf unseren
Servern mit 99,7% Verfügbarkeit

STAMM
EDV-Beratung & Schulung - St. Gallerstr. 3 - 9230 Fawil
071 393 27 40 - www.stamm-edv.ch

Die Windows-Kalkulation ab Fr. 3'450.-

- Vor- und Nachkalkulationen
- Aufbau der Festkosten (KN)
- Integrierte Handelslösung
- SMS versenden
- Papierverwaltung mit Einlesen der Papierlieferanten
Preislisten ab Diskette, CD oder via Internet
- Adressverwaltung mit Selektion und Mailing
- Schnittstelle zu: Abacus, Resam, Simultan und WinWam
- Debitoren mit Mahnwesen
- MwSt Abrechnung
- Kompatibel mit Windows Vista und Office 2007

Mehr als 500 erfolgreiche Installationen in der Schweiz

<p>Herstellung und Vertrieb: Malifax EP AG Jungholzstrasse 6 8050 Zürich Tel: 044 317 15 55 Fax: 044 317 15 50 Mail: winpress@bluewin.ch www.winpress.ch</p>	<p>Représentation pour la Suisse romande: Trace Distribution SA Route des Aras 2 1637 Charmey Tél: 028 927 30 57 Fax: 028 927 30 58 Mail: trace@cpianet.ch</p>
---	---



PRINT & FINISHING

schneider

Broschürenstrasse von Duplo

Mit dem Duplo System 5000 werden Broschüren schnell und zuverlässig zusammengetragen, geheftet, gefalzt und anschliessend beschnitten.

Das Resultat ist einwandfrei!



Schneider & Co. AG | CH-5630 Muri | 056 675 58 58 | schneidercoag.ch

Jetzt testen:
www.drucktuchtest.de

BIRKAN

Drucktuchtechnik GmbH
Blankets for Master Printers



GRIMM HANDELS AG



Grafische Materialien

G-Produkte

Feuchtwasserlösliche
Dispersionslacke
Reinigungsmittel

www.grimm-handel.ch

Grimm Handels AG 8732 Neutraub

Perfect Dot + Conti Tech

Druckzener
Umschlagbogen
Unterlagenfolien

www.grimm-handel.ch

Tel. 065 225 40 00 Fax: 065 225 40 81

www.ceruttibern.ch

Rollenoffset-
Rotationen



www.ceruttibern.ch

Längs-/Quer-
leimung
in Rotationen



aniva®

So brillant und knackig wie noch nie. Ein Meilenstein in der Farbtechnologie.

EPPLE Druckfarben → 8442 Hettlingen → T: 052 316 17 33 → F: 052 316 25 61
info@epple-druckfarben.ch





PRINT & FINISHING

Papierbohrer mit dem großen „F“
 Zudem Sie
 KUNNE
 know-how

Mit dieser neuen Präzisionsbohr-
 technik wird die Präzision der Bohrung und
 der daraus resultierenden Qualität des
 Werkstücks durch die Verwendung von
 Metallbohrern erreicht.

Neu: FOLIENBOHRER

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
 Rappoldsau, B-11401 56376 Ulmen
 Tel. +49 (0) 5676 93050 • Fax +49 (0) 5676 93051

www.foellmer.com

www.mkwgmbh.de

- **Zusammentragen**
- **Heften · Falzen**
- **Schneiden**
- **Kopf- & Fußbeschnitt**
- **Zwischenschnitte**
- **Kalenderstanzen**

MKW Maschinen- und
 Apparatebau

Am Weiher · D-56766 Ulmen

Streifen-Inschussgeräte
 für alle Druck-, Kartonagen- oder
 Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren · Lochen · Perforieren · Stanzen
 Nähen · Falzen · Kleben · Flügeln · streifen
 Heften · Ziehen · Streifen abschneiden
 Wägen · Korrekturen · Fälschen · Wälzen
 Falzen · Bandschneiden · Automatisieren
 Mähen · Mandrinieren · Zylinder-Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
 Rappoldsau, B-11401 56376 Ulmen
 Tel. +49 (0) 5676 93050 • Fax +49 (0) 5676 93051

www.foellmer.com

Gütesiegel

DRUCKMARKT
 wurde vom Verband Schweizer
 Presse mit dem Gütesiegel
 Q-Publikation ausgezeichnet.

www.ceruttibern.ch

GÄMMERLER

Post-Press-Solutions

www.ceruttibern.ch

EL-KO

**Hydraulische
 Farbzuführsysteme**

BERATUNG & SCHULUNG

Um die Druck- und Wofolkontrollelemente der aktualisierten
Visual Print Reference V2.2 auszuwerten, bringt die
 Ugra zugleich die erste Version des Ugra Proof and Certification
 Tool (UPCT) auf den Markt, das zusätzlich zur messtechnischen
 Auswertung eine Proffbewertung beinhaltet.

P/B/U
 Schulungen
 eLearning
 Dienstleistungen

Obstlerstrasse 1, CH-8153 Hünikera, Tel. +41 22 704 61 12 17, info@pbu.ch

**Als zertifizierter Partner von Ugra und System Brunner ...
 ...helfen wir Ihnen bei der Umsetzung**

Die **PBU** Beratungs AG zeigt Nutzen
 und Möglichkeiten dieser Applikation.

Nutzen Sie unser **KnowHow** auch im
 Bereich **Standardisierung** Ihrer Prozesse.

ISO-Zertifizierung
 B2-12547 7 Floor
 52, 12547-7 Street
 B2-12546, 48488 CH

System Brunner
 Certified Expert



Nutzen Sie die Erfahrung
 eines versierten Lead-
 Auditor beim Aufbau und der
 Pflege von prozessorientier-
 ten Management-Systemen:

- Qualitäts-Mangement nach ISO 9001
- Umwelt-Management nach 14001
- BRC/IoP für Verpackungen
- Arbeitssicherheit
- FSC
- Klimaneutrales Drucken

Als Experte für Audits mit intensiven Erfahrungen in der Druckindustrie kann ich Ihnen die Vorbereitung auf die Zertifizierung wesentlich erleichtern und das Optimierungspotential in Ihrem Unternehmen erschliessen.

Projektweise, tageweise, nach Bedarf stehe ich Ihnen als Berater und Mitarbeiter auf Zeit zur Verfügung. Gerne komme ich zu einem kostenfreien Informationsgespräch zu Ihnen ins Haus.



Unternehmensberatung
 Blattenstrasse 11c
 9052 Niederteufen
 Tel. +41 (0) 71 333 1882
 Fax +41 (0) 71 333 1882
 Mob. +41 (0) 79 335 1986
 ringise@bluewin.ch



BERATUNG & SCHULUNG



e
college

Prepress-**Lernvideos** und -Filmreportagen im **Abo.**

www.e-college.ch | mayerle@ulrich-media.ch

Ihr kompetenter Partner für
Kosten- und Leistungsmanagement, Betriebsorganisation und Branchen-Software

Benno Vogler

- Beratung
- Projektleitung
- Kalkulation

CH-5642 Fislisbach
Tennhölzli 395
Telefon +41 56 610 07 77
Fax +41 56 610 07 75
vogler.benno@bluewin.ch

Applikationsschulung
Mit Individualkursen schnell und
effizient zum Ziel

STAMM
EDV-Beratung & Schulung - St. Gallerstr. 3 - 9230 Flawil
071 393 17 40 - www.stamm-edv.ch



Zürich

Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 380 53 00
E-mail: admin@gib.ch
www.gib.ch

Kluge müssen nur bis **4** zählen.

Nur vier Semester berufsbe-
gleitend. Dann ist das Ziel
erreicht, die Prüfung zum
eidg. Druckkaufmann/-frau.



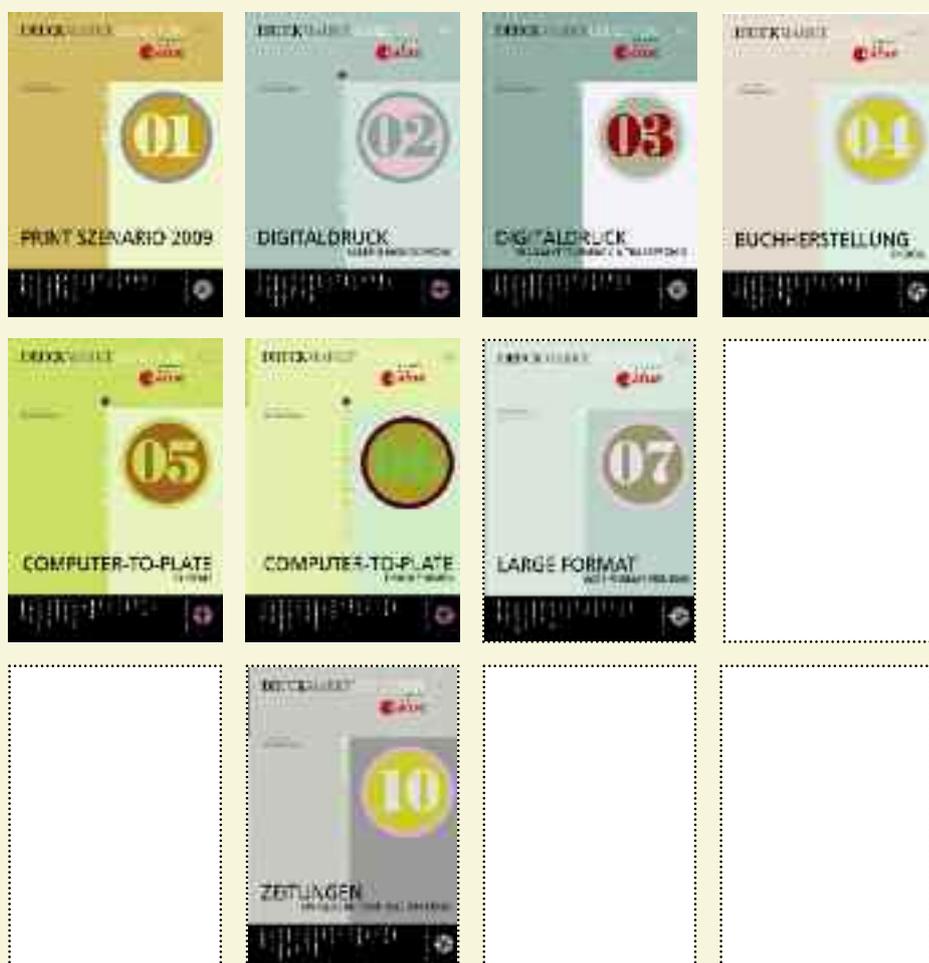
**immer
frisch!**

Das neue Format für Fachinformationen: unschlagbar aktuell.

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

In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln »DRUCKMARKT« und »VALUE« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Management
Kommunikation
Marketing & Werbung
Design & Typografie
IT & Computing
Digital Imaging
Medienproduktion
Prepress
Digitaldruck
Print
Finishing
Verpackung
Papier
Farbe
Geschichte
Glossar



Die ersten Ausgaben stehen bereit oder sind in Vorbereitung. Die Ausgaben erscheinen in loser Reihenfolge und sind nur im Abonnement oder als Einzelexemplare zu beziehen.

Übrigens: Druckmarkt COLLECTION 01 können Sie kostenlos als gedrucktes Exemplar beziehen unter:

www.druckmarkt.com
www.value-communication.com
www.druckmarkt-schweiz.ch

Hier finden Sie ab Ende April stets aktualisierte Informationen und Leseproben zur Fachthemen-Reihe.

www.druckmarkt.com
www.value-communication.com
www.druckmarkt-schweiz.ch

**immer
frisch!**

Druckmarkt COLLECTION im Abonnement: unschlagbar sparen.

Kennen Sie die Reclam-Heftchen – damals eine echte Revolution und noch heute der preiswerte Zugang zu klassischer und zeitgenössischer Literatur.

Druckmarkt und Value wollen mit der Marke »Druckmarkt COLLECTION« ähnliches bieten: aber nicht mit massenhaften Auflagen, sondern mit einem zeitgemä-

ßen, individuellen Angebot: Mit »Druckmarkt COLLECTION« entsteht eine Sammlung ausgewählter Fachthemen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Themen werden unter theoretischen, praktischen und technischen Aspekten beleuchtet, lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.



Zurzeit stehen erste Ausgaben bereit, 80 Themenhefte sind jedoch bereits in Arbeit und werden im Laufe der nächsten Monate verfügbar sein. Die Hefte, die derzeit kurz vor der Veröffentlichung stehen, sind:

Investitionskompass »Digitaldruck«
Dossier »Transpromo«
White Paper »Digitale Buchherstellung«
Investitionskompass »Computer-to-Plate«
Investitionskompass »Druckformenherstellung«
Dossier »Large Format Printing«
Investitionskompass »LFP und Wide Format«
Dossier »Zeitungen – ein Geschäftsmodell am Ende?«

Weitere Ausgaben aus den Bereichen Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing folgen.

Abonnieren Sie die Collection – und Sie erhalten 12 mal jährlich neue Hefte und Updates zu Ihrem jeweiligen Interessensgebiet.

Einzelheft: 25,00 €
jährlich 12 Hefte im Abo: 125,00 €

Sie sparen gegenüber dem
Bezug von Einzelheften: 175,00 €

Weitere Informationen zum Beispiel über anstehende Veröffentlichungen oder ein Probe-Abo unter:

www.druckmarkt.com
www.value-communication.com
www.druckmarkt-schweiz.ch

Management
Kommunikation
Marketing & Werbung
Design & Typografie
IT & Computing
Digital Imaging
Medienproduktion
Prepress
Digitaldruck
Print
Finishing
Verpackung
Papier
Farbe
Geschichte
Glossar

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit
Value

**»Wer aufhört zu werben,
um Geld zu sparen,
kann ebenso
seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.«**



Henry Ford

Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die richtigen Impulse fehlen. Das Unterbrechen der Werbe-Kommunikationen ist bewiesenermaßen mit hohen Risiken verbunden.

Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise in der gedruckten Ausgabe wie im Internet.