

DRUCK MARKT impressions 15

18. Januar 2010

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



worldwide published



**Auf ein Neues!
Es geht wieder rund**

Neu!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin im Internet.
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Druckindustrie: Chancen zur Profilierung nutzen
Prepress & Print: Vielseitig kompetent
Digitaldruck: Pixart ante portas
Druck: 1.000 Großformat-Rapida in Wustermark
Papier: »Think big« – der Scheufelen-Kalender 2010

www.druckmarkt.com  www.druckmarkt-schweiz.ch 

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.





Es geht wieder rund. Hoffentlich aber nicht im alten Trott.

Inhalt:

Markt & Zahlen

- 04 Chancen zur Profilierung nutzen
- 08 Nachrichten

Prepress

- 18 Vielseitig kompetent
- 21 Weit entfernt von nüchterner Präsentation
- 22 Nachrichten

Print & Finishing

- 26 Neubau, neues Format und neuer Partner
- 28 Blickfang am Point of Sales
- 30 1.000 Großformat-Rapida in Wustermark
- 32 Nachrichten
- 39 Stets die neuesten Maschinen

Papier

- 40 Nachrichten
- 43 Der Scheufelen-Wandkalender 2010: »Think big«

Digitaldruck

- 44 Pixart ante portas

Termine, Bildung & Events

- 48 Termine & Events

- 16 Impressum

Das Jahr ist noch jung, die Situation aber dennoch gewohnt. 2010 wird für die Druckindustrie wohl kaum besser als 2009, glauben Vertreter der Verbände und Wirtschaft – und auch die Lieferanten der grafischen Industrie scheinen sich allesamt auf ein dauerhaft schwaches Geschäft eingestellt zu haben. Trotzdem geht es wieder rund. Der Kreisel dreht sich nach seiner kurzen Pause zum Jahreswechsel wieder.

Gerade zum Jahreswechsel ist von zahlreichen Vertretern der Branche zu hören, Print müsse sich besser darstellen, müsse sich besser vermarkten, man müsse die Attraktivität von Print stärker bewerben. Oder man müsse die Möglichkeiten von Print im Multichannel-Marketing deutlicher herausstellen und stärker nach außen kommunizieren. Da liest man von Vielfalt, von Einzigartigkeit, von Wertigkeit und vielem mehr.

All dies ist richtig. Aber wer tut es denn? Wo sind die Kampagnen, die die Eigenschaften der Drucksache in der Öffentlichkeit bewerben? Wo finden zwischen den Verbänden, die Drucker, Zeitschriften- und Zeitungsverleger repräsentieren, Gespräche statt, gemeinsam für das Medium Print zu werben? Und was machen die Drucker selbst? Erschreckend, was zu Weihnachten und zum neuen Jahr an Karten oder Kalendern ins Haus flatterte – falls überhaupt, nachdem viele dazu übergegangen sind, aus Kostengründen nur noch Mails zu versenden.

Damit tut sich die Branche keinen Gefallen. Das ist alles andere als die Darstellung drucktechnischer Kultur. Der Teil der Branche, der sich so darstellt, hat es nicht besser verdient, als ignoriert zu werden. Wären da nicht die Ausnahmen, die noch immer zeigen, dass es die exzellent konzipierte und produzierte Drucksache gibt. Drucksachen, die Emotionen transportieren, die informieren und gleichzeitig unterhaltsam sind.

Bleibt zu hoffen, dass sich der Kreisel nicht wieder genau so weiter dreht wie in der Vergangenheit und dass sich die Branche dieses Jahr auf ihre Tugenden besinnt und selbst Botschafter für exzellente gedruckte Kommunikation wird.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





Chancen zur Profilierung nutzen

Hohe Anforderung an Betriebe und Verbände im Jahr 2010 – bvdv greift Strategie- und Technologie-Themen auf

Zwar liegen noch nicht alle statistischen Daten auf dem Tisch, aber eine erste Bilanz des abgelaufenen Jahres zeige, dass für die deutsche Druckindustrie mit einem Umsatzrückgang von etwa 6% zu rechnen sei, führte Thomas Mayer aus. In einigen Bereichen wie dem Tiefdruck könne das Minus noch weit deutlicher ausfallen.

Ob und wie sich die Krise im aktuellen Jahr fortsetzt, hängt auch davon ab, wie stark das Instrument der Kurzarbeit noch eingesetzt werden kann. In den ersten drei Quartalen 2009 waren laut bvdv insgesamt 11.122 Personen und 1.228 Betriebe in der Druckindustrie von Kurzarbeit betroffen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich damit die Zahl der von Kurzarbeit betroffenen Betriebe und Beschäftigten mehr als verfünffacht.

Von Insolvenz betroffen waren nach den vorliegenden Zahlen (bis Ende des 3. Quartals 2009) insgesamt 170 Betriebe. Dies entspricht einer Zunahme von 11,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Zahl erreicht nach Angaben des bvdv allerdings nicht den Negativrekord von 2003. In dem Jahr mussten 366 Betriebe den Weg in die Insolvenz wählen.

Für das Jahr 2010 rechnet der Verband mit einer weiter schwierigen Situation. Die Zahl der Insolvenzen könnte noch einmal leicht ansteigen, wenn eine Marktbelebung ausbleibt oder die Finanzwirtschaft die Betriebe bei steigender Auftragslage nicht mit ausreichenden Finanzmitteln ausstattet, um das vorhandene Auftragsvolumen abzuarbeiten.

Zeichen stehen auf Neuausrichtung

»Auf fast allen Ebenen der Betriebsführung und der Verbandsarbeit stehen die Zeichen Anfang des neuen Jahres auf Neuausrichtung. Die wirtschaftlichen und strukturellen Umbrüche in der Branche erfordern besonders flexible Betriebe und einen starken Spitzenverband, der die Leitthemen aufgreift«, so Mayer bei der Vorstellung des Jahresprogramms des bvdv am 12. Januar in Wiesbaden.

Der Status quo zeige die Herausforderungen: Onlinemedien nehmen Druckmedien weiter Marktanteile ab, der internationale Wettbewerb wird härter, der Umwelt- und Klimaschutz wird – ob freiwillig praktiziert oder staatlich auferlegt – immer mehr zum Pflichtthema in den Unternehmen. Betriebe suchen nach kürzeren, schnelleren, sicheren Produktionsmethoden und nach neuen

Was kommt nach dem Krisenjahr 2009? Stagnation, langsamer Aufschwung, die Umstrukturierung der Branche? »Die Aufgaben sind gewaltig. Wir packen sie an,« so Thomas Mayer, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien. »Das Jahr 2009 wirft lange Schatten, Prognosen sind schwer – deshalb bleibt nur die Vermutung, dass auch 2010 für die Branche wieder schwierig wird«, so Mayer.



Stellten die Aktivitäten des bvdm für 2010 vor (von links): Dipl.-Ing. Torben Thorn, Umweltschutz-Experte im bvdm, Dipl. Ing. Frank Dieckhoff, Abteilung Technik und Forschung, Hauptgeschäftsführer Thomas Mayer, Gabi Schermuly-Wunderlich, Pressesprecherin des bvdm, und Tanja Mett-Bialas, Projektmanagerin bvdm-Klimarechner.



Wegen zu ihren Kunden; und dies technisch ausgereift und wirtschaftlich hocheffizient.

Zu diesen Themen – von der Technik bis zur Betriebswirtschaft, den arbeits- und sozialrechtlichen Belangen, dem Aufbau von Fachkräfte-Know-how und dem Umweltschutz – hat der bvdm für 2010 ein umfangreiches Arbeitsprogramm zusammengestellt.

Druck, Veredelung und Proof

Der Trend zur Inline-Veredelung hält an. Über die Hälfte aller Bogenoffsetdruckmaschinen wird heutzutage

mit Lackierwerken ausgeliefert. Der bvdm hat deshalb bei der Fogra ein Forschungsprojekt zu Abnahmerichtlinien für Lackierwerke in Auftrag gegeben. Diese allgemein anerkannten Abnahmekriterien sollen Betrieben als Vertragsgrundlage für den Maschinenkauf dienen und die Funktionsfähigkeit der Lackierwerke im Zusammenspiel mit den übrigen Maschinenbestandteilen sicherstellen, schilderte Dipl. Ing. Frank Dieckhoff die Arbeit der Abteilung Technik und Forschung.

Auch dem Thema Softprooflösungen an der Druckmaschine widmet sich der Verband, da diese zunehmend in

der Produktion bis zum Auflage-druck eingesetzt werden. Eine Ablösung des Hardcopy-Proofs durch Soft- oder Monitorprooflösungen wird nach Einschätzungen des Verbandes in den nächsten vier bis acht Jahren stattfinden und neue Einsparpotenziale erschließen. Eine in diesem Jahr begonnene Studie des bvdm eruiert Einsatzmöglichkeiten, Anforderungen zur technischen und rechtlich einwandfreien Realisierung und bietet Anwendern Handlungsanleitungen, auch zum Zusatznutzen für den Kunden.

Neu präsentierte der bvdm zur Pressekonzferenz den Medienstandard

Druck. Eingearbeitet in den Standard wurden die neuen Charakterisierungsdaten und Profile für den Illustrationstiefdruck sowie den Offsetdruck. Er steht unter www.bvdm-online.de zum Download zur Verfügung.

Zusammenarbeit mit dem ALR

Large Format Printing ist ein Wachstumsmarkt. Hier bündelt und stärkt der bvdm sein Engagement durch eine Kooperation mit dem ALR, dem Verband professioneller Bilddienstleister. Dieser wird mit Beginn des neuen Jahres seinen Verbandssitz

Wir schlagen den Bogen DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN	arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.
	arcus design & verlag oHG Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel +49 (0) 26 71 - 38 36 www.arcusdesigns.de



nach Wiesbaden, in das Haus des bvdM verlegen. Als Geschäftsführer wird Frank Dieckhoff bestellt, der auch die Geschäfte der Interessengemeinschaft Digitaldruck digicom führt. Im Rahmen dieser Kooperation zwischen dem bvdM mit digicom und ALR sollen künftig gemeinsam neue Themen im Bereich des großformatigen Digitaldrucks aufgegriffen werden. Geplant ist die Bildung einer Fachgruppe für den Großformatdruck und »FineArt«.

Fespa Compass-Sessions

Mit den Compass-Sessions zur Fespa in München (22. bis 26. Juni 2010) greifen der Verband und die Bundesinnung für das Siebdrucker Handwerk auch die wichtigsten Entwicklungen im großformatigen Digitaldruck und Siebdruck auf. Diese geben an vier Tagen (23. bis 26. Juni) jeweils von 9 bis 11 Uhr zum Beginn des Messtages Orientierung zu Märkten, Technologien, Materialien und Umweltthemen.

Print – eine grüne Industrie

»Der bvdM-Klimarechner hat sich binnen eines Jahres zum Marktführer in der Branche entwickelt«, so Projektmanagerin Tanja Mett-Bialas. Mittlerweile setzten über 140 groß- und mittelständische Betriebe der Branche auf die Software zur Berechnung der CO₂-Emissionen eines Druckauftrages und nutzen die Kompensationsmöglichkeiten. Mit dem CO₂-Rechner der Druck- und Medienverbände lassen sich Druckaufträge im Bogen- und Rollenoffset, im Zeitungs- und Digitaldruck sowie in Kürze auch im Tiefdruck bilanzieren. Nutzer können diese direkt aus dem web-basierten Rechen-Tool kompensieren. Das bedeutet, die entstandene CO₂-Menge wird global wieder neutralisiert.

Bislang exklusiv nur für Mitglieder der Druck- und Medienverbände, wird der CO₂-Rechner ab sofort auch für Nicht-Mitglieder zugänglich gemacht. Hintergrund hierfür ist das Bestreben, einen Branchenstandard mit vergleichbaren Rechenschritten, Werten und Ergebnissen zu entwickeln und zu nutzen. Hierbei ist der bvdM auch auf internationaler Ebene tätig: Bestrebungen zur Entwicklung einer ISO-Norm werden forciert.

Neue Aufgaben für den Verband und die Betriebe schafft auch Reach (REACH = Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals). Druckereien haben nach der EU-Verordnung Informations- und Meldepflichten und müssen Maßnahmen zur Risikominimierung bei der Anwendung der Stoffe ergreifen. Zudem dürfen Stoffe, die bei der Registrierung für ein Anwendungsgebiet nicht deklariert worden sind, dort nicht eingesetzt werden. Der bvdM erarbeitet gemeinsam mit anderen Partnerverbänden und Institutionen Expositionsszenarien für Druckerei

chemikalien in den verschiedenen Druckverfahren. »Damit wird unseren Mitgliedsbetrieben ein gewaltiger Aufwand erspart,« berichtete Dipl.-Ing. Torben Thorn, Umweltschutz-Experte im bvdM.

Neue Publikationen und Kongresse

Technische Orientierung will der bvdM auch mit seinen Veranstaltungen und Fachkongressen aufzeigen. Leitcharakter soll das 1. Forum Media Publishing am 24. März in Frankfurt haben. Die Wiederverwertung von Inhalten ist im Publishing eine wichtige Anforderung. Dies gilt für Zeitungen-, Zeitschriften- und Buchverlage, die neben den künftig weiter dominanten Printprodukten über e-Book und Mobil-Anwendungen nachdenken. Dasselbe gilt für Industriekunden, die alle Medienkanäle mit ihren Werbemaßnahmen bedienen wollen. Der Kongress soll aufzeigen, wie Drucker für ihre Kunden aus Verlagen und Industrie XML-basierte Publishing-Workflows aufbauen.

Die Themen ePrint und Web-to-Print greift der Verband zum 2. ePrint-Portal-Forum am 10. und 11. Mai 2010 in Mainz auf. Vom 22. bis 24. September 2010 beleuchtet der dreitägige Print Media Congress die Themen Produktion, Strategien und Veredelung. Der Kongress verbindet das Print Media Production Forum mit Markt- und Workflow-Themen zwischen Druck und Weiterverarbeitung. »Mit dem neuen Kongressformat wollen wir den veränderten Produktionsmethoden und den übergreifenden Themen zwischen Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung Rechnung tragen,« so Gabi Schermuly-Wunderlich, Pressesprecherin des bvdM. Alle drei Kongresstage können separat und je nach

Schwerpunkt des Unternehmens und der Teilnehmer gebucht werden.

Kalkulation und Kostenrechnung

Außer technischen Informationen erarbeitet der bvdM 2010 auch viele betriebswirtschaftliche Grundlagen und Hilfsmittel für die Betriebe. Dazu gehören neben den jährlichen Kosten- und Leistungsgrundlagen für Klein- und Mittelbetriebe auch neue Systematiken und Grundlagen zur Kalkulation der Leistungserstellung in der Druckvorstufe, eine Systematik zur Digitaldruckkalkulation, sowie einen digitalen Kosten- und Leistungskatalog Druckindustrie. Dieser enthält Platzkostenrechnungen und durchschnittliche Leistungstabellen für verschiedene Maschinen und Arbeitsplätze.

»Mit unseren Themen sind wir gut aufgestellt für die Herausforderungen des kommenden Jahres«, resümiert bvdM-Hauptgeschäftsführer Thomas Mayer. Er appellierte an die Druck- und Medienunternehmen, sich auch in Zukunft in den Druck- und Medienverbänden zu engagieren. »Einzelkämpfertum bringt niemanden langfristig voran. Gemeinsam geht es uns um die langfristige Stärkung des Gedruckten in den Informations- und Kommunikationsmärkten der Zukunft.«

► www.bvdM-online.de



GWA PRODUCTION AWARD 2010



JETZT EINREICHEN!

Nur wer einreicht, kann auch gewinnen!

Die Einreichung zum GWA Production Award 2010 läuft noch bis zum 28. Januar. Informationen dazu finden Sie unter: www.gwa.de > Awards und Events

Der Award wird unterstützt von namhaften Unternehmen wie:

Adobe, Deutscher Fachverlag, HP, Samsung, Sappi, Xerox, Druckmarkt, HORIZONT, Value Communication.



Geschäftsfeld ausgebaut FUJIFILM ÜBERNIMMT DIEMER & KOCH

Fujifilm Europe hat sämtliche Anteile an der Diemer & Koch GmbH mit Sitz in Bielefeld übernommen. Diemer & Koch ist ein Handelsunternehmen mit einer breiten Palette an grafischen Produkten und Verbrauchsmaterial. Damit will Fujifilm die Business Domain Grafische Systeme als eines ihrer Kerngeschäftsfelder ausbauen.

Pantone: Farbe des Jahres TÜRKIS VERMITTELT EIN GEFÜHL DER GEBORGENHEIT

Pantone hat Türkis zur Farbe des Jahres 2010 gekürt. Türkis vereine den ruhigen Charakter der Farbe Blau und die belebenden Impulse von Grün, erinnere an entspannende Orte, an denen man den Alltagsstress hinter sich lassen könne und wirke sich positiv auf das Wohlbefinden aus.



Heidelberg vertraut Symantec MEHR SICHERHEIT, WENIGER KOSTENDRUCK

Aus Acht mach Eins: Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat acht Anbieter durch Symantec ersetzt und konnte so bis zu 40% Lizenzkosten einsparen, meldet Symantec. Im Rahmen der Standardisierung wurden 15 Einzelprodukte von den Symantec-Lösungen abgelöst. Dank zentraler Administration sank der Management-Aufwand.

Canon Deutschland GUTES GESCHÄFTSJAHR FÜR LARGE FORMAT

Der Large Format Printing Bereich konnte sich nach Angaben von Canon 2009 behaupten. Insbesondere im 3. Quartal seien gute Verkaufszahlen bei Rollensystemen der imagePROGRAF Serie erreicht worden. Canon habe die LFP Units im Vergleich zum Vorjahr um 15% steigern können – die LFP Marktanteile seien um 4% gestiegen.

Bündelung der Fertigung in Oppenweiler

PRODUKTIONS- UND FERTIGUNGS-KONZENTRATION IN DER MBO-GRUPPE

Die MBO Gruppe wird ihre Fertigung in Deutschland auf den Standort Oppenweiler konzentrieren und in Bielefeld ein Kompetenzzentrum mit Herzog + Heymann Vertriebs- und Servicefunktionen führen. Vor diesem Hintergrund wird die bisher in Bielefeld ansässige Produktion von Falzmaschinen für Kleinst- und Überformate sowie Spezialanlagen bis zur Jahresmitte 2010 sukzessive in Oppenweiler in neuer Form aufgebaut und eingegliedert. Parallel dazu werden im Sinne größtmöglicher Kundennähe in Bielefeld alle marktnahen H+H-Funktionen fortgeführt. Neben dem Projekt-Management sind dies Marketing und Vertrieb, Auftragsbearbeitung sowie der komplette Service. Dazu erläuterte Manfred Minich,



Sprecher der MBO-Geschäftsführung:

»Wenn man Krisen etwas Positives abringen muss, ist es der Handlungszwang, der Schritte vorausnimmt, die auf lange Sicht wahrscheinlich ohnehin sinnvoll gewesen wären. Durch diese Neu-

ausrichtung kann jeder Standort seine Stärken besser ausspielen.« Nach dem umfassenden Aus- und Neubau in Oppenweiler sei man in der Lage, die H+H Produktion effizient zu integrieren und deutliche Synergie-Effekte zu nutzen. So folge dieser Optimierungsschritt einem Restrukturierungsplan, dessen Umsetzung die MBO-Gruppe nachhaltig stärke. Zwar seien die dafür unabwendbaren Maßnahmen nicht gänzlich ohne Stellenabbau zu bewerkstelligen. Hier werde man jedoch einen sozialverträglichen Konsens mit den Verhandlungspartnern erarbeiten. Dabei wolle man alle Interessen abwägen und zum Wohle der langfristigen Unternehmens-Performance und Marktpräsenz vorgehen. »Unsere Kunden werden davon profitieren. Denn zukünftig

werden die Fertigungsabläufe noch effizienter und dabei die Betreuung, der Service sowie die technische Präsentation den gewohnt hohen Standard halten oder noch übertreffen«, so Andreas Ringhofer, Geschäftsführer Herzog & Heymann. MBO bezeichnet sich als technologieführenden Spezialisten für Falztechnik. In der Unternehmenszentrale in Oppenweiler sowie in den internationalen Tochtergesellschaften in China, Frankreich, Portugal und USA sind derzeit rund 630 Mitarbeiter tätig. Innerhalb der MBO-Gruppe konzentriert sich Herzog + Heymann auf Sonderlösungen für die Mailingproduktion sowie Spezialmaschinen und Ehret Control auf Web-Finishing-Module.

► www.mbo-folder.com



Papierfabrik Scheufelen INVESTITIONEN IN LENNINGEN GEPLANT

Knapp ein Jahr nach der Übernahme durch den Investor Powerflute zeigt Scheufelen, traditionsreicher Hersteller von Premiumpapieren, wieder Investitionsbereitschaft. Am Standort Lenningen werden in den nächsten Monaten mehrere Millionen Euro in Maßnahmen investiert, die den hohen Qualitätsanspruch von Scheufelen sicherstellen sollen. Dabei werden die Fertigungskapazitäten auch weiterhin der Marktsituation angepasst. Der im Dezember 2009 neu bestellte Scheufelen-CEO Dr. Spallert schätzt die derzeitige Situation realistisch ein: »Angesichts des massiven Kostendruckes im Energiesektor, den erneut gestiegenen Rohstoff-Preisen und der Logistik wird Scheufelen in nächster Zukunft mit einer Preisanpassung reagieren müssen.«

Das 1855 gegründete Unternehmen Scheufelen stellt mit rund 500 Mitarbeitern bis zu 300.000 Tonnen pro Jahr hochwertiges gestrichenes, holzfreies Premiumpapier aus FSC- und PEFC-zertifiziertem Zellstoff her und erzielt einen Umsatz von rund 230 Mio. Euro.

► www.scheufelen.com



32.000 Anzeigen weniger ZEITSCHRIFTEN BEENDEN 2009 MIT MINUS 16,4%

Die anhaltenden Verluste im Anzeigengeschäft bescheren den Verlagen eine negative Jahresbilanz. Laut der Zentralen Anzeigenstatistik (ZAS) des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ schließen die Publikumszeitschriften das Jahr 2009 mit 16,4% weniger Anzeigen-seiten als im Vorjahr ab. Zu den Titeln, die traditionell die größten Anzeigenvolumina auf sich vereini-gen, zählen die Nachrichtenmaga-zine wie der »Stern« (-24%), »Der Spiegel« (-23%) oder »Focus« (-27%). Auch die so genannten People-Zeitschriften wie »Gala« (-11%) oder die »Bunte« (-14%) verloren Anzeigen-seiten. Die anzeigenstarken Titel sind gleichzeitig die größten Verlierer. Nach absoluten Verlusten verbucht die »Wirtschaftswoche« die deut-lichsten Einbußen und hat mit rund 1.889 Anzeigen-seiten 1.012 weni-ger als im Vorjahr – das entspricht einem Minus von rund 35%. Zu den Gewinnern des Jahres 2009 zählen Frauen- und TV-Zeitschriften sowie die Regenbogenpresse. So



Foto: UPM

erzielten beispielsweise die Maga-zine »Bella« einen Zuwachs von +24%, »TV Klar« +141% und »Das Neue« +39%. Stabile Anzeigenvolumina verzeich-neten 2009 laut VDZ vor allem die wöchentlichen Frauenzeitschriften und Elternmagazine. Der VDZ geht davon aus, den »Tief-punkt der Entwicklung« gesehen zu haben, blickt aber dennoch zurück-haltend in das neue Jahr. Man rech-ne mit keiner schnellen Erholung des Werbemarktes in Deutschland, da die Etats nach wie vor unter er-heblichem Kostendruck stünden.

► www.vdz.de

Millionenschaden durch Papierkartell

115 DRUCKEREIEN KLAGEN GEGEN PREISABSPRACHEN

Ende Dezember 2009 reichte die Nürnberger Rechtsanwalts-gesell-schaft G&P beim Langericht Mann-heim eine Klage gegen die Papier-händler G. Schneider & Söhne GmbH & Co. KG, Schneidersöhne Deutschland GmbH & Co. KG und die Papyrus GmbH ein. G&P vertritt die Ansprüche von 115 deutschen Druckereien, die sich gegen eine Kartellbildung und überhöhte Preise im Papiergeschäft wehren wollen. 36 Akten umfasst die Klageschrift, die eingereicht wurde. Der Klage-vorwurf: Durch Preisabsprachen hätten sich Papiergroßhändler wie die Schneidersöhne-Gruppe von Druckereien für Bilderdruck- und Offsetpapier überhöhte Preise zah-len lassen. Gegen diese Kartellab-sprache wehren sich nun die 115 deutschen Druckereien. Die Geschä-digten verlangen Schadenersatz, was seit dem Jahre 2005 nun auch in Deutschland in solchen Fällen gesetzlich vorgesehen ist. Die Höhe des Schadenersatzes wird zwar vom Gericht festgelegt, die Berech-nung der Kläger geht jedoch ein-schließlich Zinsen von einem Betrag bis zu 1,5 Mio. € aus.

Die in der Klageschrift dargestellten Preisabsprachen beziehen sich auf die Jahre 1995 bis 2000.

»Im Markt ist ein Millionenschaden entstanden – die Klage beleuchtet nur einen Ausschnitt. Das Verhalten ihrer Lieferanten müssen sich die Druckereien nicht bieten lassen. Ein Kartell ist kein Kavaliersdelikt. In einigen Fällen geht es hier um Exis-tenzen im sowieso stark gebeutel-ten Druckermarkt«, so Rechtsan-walt Robert Nentwich, Partner von G&P. Matthias Ilske, Begründer der Internetplattform der Interessens-gemeinschaft Geschädigter Drucke-reien e.V. macht seiner Verärgerung ebenfalls Luft: »Viele Jahre haben Drucker zähneknirschend die über-höhten Preise gezahlt. Nun wehren wir uns – mit professioneller Hilfe.«

► www.druckermachendruck.de

► www.gplaw.de



HIFLEX
MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems



HIFLEX GmbH
T +49 241-1683-0
info@hiflex.com
www.hiflex.com

FCP, f:mp. und CTVA**MEDIENVERBÄNDE GRÜNDEN NEUEN DACHVERBAND**

Das Forum Corporate Publishing (FCP), der Fachverband Medienproduktioner (f:mp.) und die Corporate TV Association (CTVA) werden einen gemeinsamen Dachverband gründen. Damit entsteht eine Verbandskonstruktion, die mehr als 700 Unternehmen unter einem gemeinsamen Interessensdach bündeln wird.

PrintCity**NEUES WEBLINE-MAGAZIN DER ALLIANZ**

Eine neue Ausgabe des Weblin-Magazins ist jetzt bei den Allianz-Mitgliedern manroland, MEGTEC, Océ, Procemex, Sun Chemical, Trelleborg und UPM erhältlich.

Bestellungen: weblin@printcity.de

**Fujifilm Europe****SUPPORT-CENTER FÜR XML-WORKFLOW**

Fujifilm hat ein europäisches Support-Center für seinen Crossmedia-Workflow XMF eröffnet. Das Center ist der Zentrale von Fujifilm UK in Bedford angegliedert, wird von sechs Mitarbeitern betreut und ist Teil der Initiative zur Erweiterung des Supports für diese Workflow-Lösung, die eine steigende Anzahl an Installationen vorweisen kann.

Apple App Store**ÜBER 3 MILLIARDEN DOWNLOADS**

Apple hat Anfang Januar bekannt gegeben, dass mehr als drei Milliarden Apps von iPhone- und iPod-touch-Nutzern auf der ganzen Welt aus dem App Store heruntergeladen worden sind.

**Doppelter »HP Indigo Channel Partner Award« für Chromos****BESONDERE PARTNER – BESONDERE AUSZEICHNUNGEN: HOHES WACHSTUM IM DIGITALDRUCK**

Gleich im Doppelpack wurde die Chromos AG anlässlich des internationalen Masterclass-Meetings von HP Indigo in Singapur ausgezeichnet. Die Auszeichnung erfolgte zum einen mit dem »Best Channel Partner«-Award für die EMEA-Länder (Europe, Middle East & Africa), zum anderen mit dem »Best Service Partner«-Award EMEA. Grundlage für die Auszeichnung »Best Channel Partner« sind Wachstum und Geschäftsentwicklung im jeweiligen Heimmarkt des ausgezeichneten Partners. Mit der Auszeichnung »Best Service Partner« werden die technischen und betreuerischen Leistungen im Rahmen des Kundenservices gewürdigt. Die Ermittlung des Preisträgers für den »Best Service Partner« erfolgt aufgrund einer Kundenumfrage durch ein unabhängiges Unternehmen. Beide der im November 2009 verliehenen Awards beziehen sich auf das zurückliegende HP-Geschäftsjahr, das im Oktober endete. Chromos schloss 2008 mit 20% über Budget ab.

Karl Fust, Mitglied der Chromos-Geschäftsleitung, kommentiert: »Wir wurden mit dieser doppelten Auszeichnung regelrecht überrascht; sie erfüllt uns mit Stolz, weil damit die Leistung eines kleinen Landes – in Relation zu viel größeren Märkten – gewürdigt wird. Anerkennung findet mit diesem doppelten Award auch die Geschäftsphilosophie der Chromos, die dem Service höchsten Stellenwert beimisst.« Der Channel-Partner-Award wird alljährlich verliehen; 2009 erfolgte die Preisverleihung zum dritten Mal in Folge. Mit der Verleihung der Partner Awards fördert HP Indigo die fortschreitende Etablierung des qualitativ hochstehenden digitalen Offsetdrucks.



Alon Bar-Shany, CEO HP Indigo (Bildmitte). Das Chromos-Team (von links): Andy Stettler, Daniel Broglie, Karl Fust, Adrian Meyer.

Digitaldruck wächst

In diesem Zusammenhang sind folgende Zahlen von Interesse: Der Zuwachs der gedruckten Seiten betrug in der Periode 2008/09 +17%; der HP-Marktanteil weltweit beträgt nach Angaben des Herstellers 49% und das Hardware-Wachstum wird mit 20% beziffert. Dabei lag die Anzahl der in Betrieb genommenen HP-Indigo-Maschinen vom Typ 7000 seit der drupa 2008 bei 300 Maschinen in 30 Ländern. Für das Jahr 2009 rechnet HP mit 726 Maschinen, 2010 sollen rund 900 Maschinen verkauft werden. Die Zuwächse im Jahr 2009 gehen nach Angaben von HP Indigo zum Teil auf Kosten herkömmlicher Druckverfahren. Gemäß einer Pira-Studie verlieren der Bogenoffsetdruck 4%, der Rollenoffsetdruck 3%, der Tiefdruck 4% und der Flexodruck 1%. Dagegen legt der Digitaldruck um 14% zu.

► www.chromos.ch

Ricoh erhält Auszeichnung**WETTBEWERB UM DEN LUDWIG-ERHARD-PREIS**

Im Wettbewerb um den Ludwig-Erhard-Preis 2009 (LEP) hat Ricoh Deutschland bei seiner ersten Teilnahme in der Kategorie »Große Unternehmen/Organisationen mit über 500 Mitarbeitern« den 2. Platz erreicht. Mit dem LEP werden ganzheitliche Managementleistungen ausgezeichnet, die auf den Grundgedanken der Business Excellence – Kundenorientierung, Prozessoptimierung und Innovation – aufbauen und die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen fördern. Die Preisverleihung fand am 26. November 2009 im Rahmen des Deutschen Excellence Forums in Berlin statt.

2009 hatten sich rund 70 Unternehmen um den LEP beworben, von denen 22 in die Endausscheidung kamen. Der LEP wird von der »Initiative Ludwig-Erhard-Preis« getragen. Dahinter stehen die Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft, die Ludwig-Erhard-Stiftung, die Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ) und der Verein Deutscher Ingenieure (VDI).

► www.ilep.de

► www.ricoh.de



Nach erfolgreichem Audit GEORG KOHL ERHÄLT DATENSCHUTZSIEGEL

Der Daten- und Druckdienstleister Georg Kohl erhält nach erfolgreichem Audit als eines der ersten deutschen Unternehmen ein Datenschutzsiegel. Es wurde von den TÜV-zertifizierten Auditoren des Bechtle Competence Center Datenschutz und Datensicherheit verliehen. Das Datenschutzsiegel bestätigt Georg Kohl organisatorische und technische Sicherheit im Um-



V.l.n.r.: Helene Hübert, Bechtle Datenschutzbeauftragte, Ulrike Hausmann, Vorsitzende der Geschäftsführung von Georg Kohl und Heiner Golombek, Leiter des Bechtle Competence Centers Datenschutz und Datensicherheit bei der Überreichung des Datenschutzsiegels.

gang mit sensiblen Kundendaten. Das Datenschutz-Siegel setzt verschiedene Anforderungen voraus. Zu den Prüftiteln gehören technische und organisatorische Aspekte sowie Themen wie Datendiebstahl oder das Löschen von Datenbeständen. Auch der vertrauliche Umgang mit Mitarbeiterdaten waren Inhalt des Audits.

► www.georgkohl.de

Steinbeis Papier HOCHMODERNES KRAFTWERK VERSORGT PAPIERHERSTELLER

Ein hochmodernes Kraftwerk am Standort Glückstadt versorgt Steinbeis Papier seit Ende Oktober mit Energie für die Produktion von Recyclingpapier. Mit dem Kraftwerk werden beim Hersteller von Büro- und Magazinpapieren aus 100% Altpapier jedes Jahr 55.000 Tonnen Kohle weniger verbraucht und CO₂-Emissionen im Umfang einer mittelgroßen Stadt vermieden. Das Kraftwerk mit Kraft-Wärme-Kopplung verbrennt Ersatzbrennstoffe mit hohem biogenen Anteil aus dem Papierherstellungsprozess. Dabei wird der Wirkungsgrad der thermischen Energieerzeugung durch die gleichzeitige Nutzung des Stroms und des erzeugten Dampfes auf 87% gesteigert. Das Kraftwerk ist aufgrund des hohen Wirkungsgrades ein von der Politik unterstütztes Beispiel für ökologisches und ressourceneffizientes Wirtschaften. So werden die CO₂-Emissionen direkt und indirekt um 48% oder absolut um bis zu 200.000 Tonnen pro Jahr reduziert. Diese Einsparung entspricht einem jährlichen CO₂-Ausstoß von etwa 16.000 Haushalten. 100 Mio. € hat das Unternehmen in seine moderne Energieversorgung investiert. Die Anlage wird die Wettbewerbsfähigkeit des Papierherstellers und damit Arbeitsplätze am Standort Glückstadt sichern und ein weiteres gesundes Wachstum ermöglichen.

► www.stp.de

bvdm Außendienststudie POTENZIALE WERDEN NICHT AUSGESCHÖPFT

Unternehmen schöpfen das Potenzial ihrer Vertriebsmitarbeiter nicht voll aus. Häufig erhalten Verkäufer keine leistungsabhängige Vergütung. Damit werde ein wichtiger Motivationsfaktor zu wenig genutzt. Dies ist ein Ergebnis der Studie »Leistungen und Kosten des Verkaufs in der Druck- und Medienindustrie 2009«. Durchgeführt wurde die Studie vom Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm), den Verbänden Druck und Medien in Deutschland sowie den Partnerverbänden aus Österreich und der Schweiz. An der Studie beteiligten sich insgesamt 91 Unternehmen. Die Ergebnisse basieren auf Angaben zu 214 Vertriebsmitarbeitern, die von den Unternehmen gemeldet wurden.

Weitere Ergebnisse der Studie: Mitarbeiter in Unternehmen mit Vergütungssystemen nach erfolgsabhängigen Kennzahlen sind stärker motiviert. Die Umsatzleistung des Verkäufers war in zwei Drittel der Fälle das Erfolgskriterium. Kennzahlen zur Berechnung der variablen Vergütung wurden von maximal 16% der deutschen Teilnehmer genannt. In der Qualifizierung von Verkaufsmitarbeitern besteht in vielen Unternehmen Verbesserungsbedarf. Lediglich 16% gaben an, dass die Verkaufsmitarbeiter regelmäßig an internen oder externen Schulungen teilnehmen.

► www.bvdm-online.de

100%-Beteiligung GOEKE GMBH WIRD NEUES CANON BUSINESS CENTER

Vorbehaltlich der Zustimmung durch das Bundeskartellamt wird aus der Goeke GmbH, Dortmund, ein neues Canon Business Center (CBC). Goeke zählt zu einem der erfolgreichsten Systemhäuser in Deutschland.

Nach der Gründung 1983 als erster Canon-Fachhändler in Dortmund, war das Unternehmen seit 1998 ein unabhängiges Systemhaus mit derzeit 155 Mitarbeitern und einem Umsatz von 41 Mio. €.

Mit dieser Akquisition schließt Canon die im Jahr 2006 angekündigte Strategie der 100-Prozent-Beteiligungen an Fachhändlern ab.



Jeppe Frandsen, Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH, kündigte an:

»Für 2010 haben wir uns neue Ziele gesetzt. Wir wollen uns nun auf CBC-Partner konzentrieren und fünf bis zehn unabhängige CBC gründen.« Unter einem CBC-Partner versteht Canon Fachhändler, an denen sich Canon nicht beteiligt. Im Bereich IT-Solutions bleibt der CBC-Partner unabhängig, im Outputmanagement vertreibt der CBC-Partner nur noch Canon Systeme.

► www.canon.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die KAMA GmbH hat eine Vertriebskooperation mit Heidelberg Australia/New Zealand abgeschlossen. Danach werden die Stanz- und Prägeautomaten sowie die Falt-/Klebmachines des Dresdner Herstellers erstmals auf dem fünften Kontinent vermarktet. • Die PDF-Technologie-Anbieter Appligent Document Solutions und callas software haben eine strategische Partnerschaft geschlossen, um den Bekanntheitsgrad der Produkte beider Anbieter zu steigern. • Kyocera möchte seine Fachhändler motivieren, in Zukunft Umweltstandards umzusetzen. Bereits 60 Fachhandelspartner haben sich mit dem Label »Kyocera Green IT-Händler« zertifizieren lassen. • Zum 1. Januar 2010 kündigte Södra eine Preiserhöhung für Zellstoff in Höhe von 30 \$ je Tonne bekannt. • Mitsubishi HiTec Paper erhöht weltweit die Preise für mattgestrichene Inkjetpapiere der Marke jetscript um 5%. Die Preisanpassung tritt am 1. Februar 2010 in Kraft. • Der Fachverband Faltschachtel-Industrie e.V. FFI hat die Baumer hhs GmbH und die IMG Brousse Europe B.V. als neue Assoziierte Mitglieder aufgenommen.



Wikipedia

EINE MILLION DEUTSCH- SPRACHIGE ARTIKEL

Die deutsche Ausgabe von Wikipedia hat die Marke von 1 Million Einträgen erreicht. Die deutsche Wikipedia-Version ist nach der englischsprachigen mit über drei Millionen Artikeln die zweitgrößte. Insgesamt sind in den Wikimedia-Projekten mehr als 13 Millionen Artikel in über 250 Sprachen abrufbar.

Internet-Nutzung

GOOGLE BAUT SEINEN VORSPRUNG AUS

Googles Dynamik ist ungebrochen. Im vergangenen Jahr hat die Suchmaschine die Zahl ihrer Nutzer in aller Welt um 131 Millionen auf 890 Millionen erhöht und erreicht damit rund drei Viertel der 1,2 Milliarden Internetnutzer auf der Erde, wie das Marktforschungsunternehmen Comscore für die FAZ ermittelt hat.

Elektronische Silvestergrüße

FAST JEDER ZWEITE VERSCHICKT MAIL ODER SMS

46% der Bundesbürger haben zum Jahreswechsel Neujahresgrüße auf elektronischem Weg verschickt. Nach Informationen des Hightech-Verbandes BITKOM haben die klassischen Medien aber noch nicht ausgedient. Fast 70% übermitteln ihre Neujahrsgrüße telefonisch und 37% Prozent schreiben einen Brief oder eine Karte.

GfK-Studie

WENIG BEREITSCHAFT FÜR INTERNETINHALTE ZU ZAHLEN

13% der Internetnutzer, die privat Zugang zum Internet haben, wären nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung GfK bereit, für Informationen im Internet zu bezahlen, 8% würden Bezahlinhalte ohne Werbung und 5% würden einen kostenpflichtigen Informationszugang auch mit Werbung akzeptieren.

Bundesdruckerei

ERSTMALS DUFT-BRIEFMARKEN IN DEUTSCHLAND

Mit dem Finger über die Briefmarke reiben und schon entfaltet sich der Obst-Geruch. Über Duftkapseln und ein nach Angaben der Bundesdruckerei spezielles Druckverfahren werden die Wohlfahrtsmarken mit den Düften Apfel, Erdbeere, Zitrone und Heidelbeere zum Duften gebracht. Vor der Produktion der Marken fanden zahlreiche Druck-Tests mit Duftproben der Obstsorten statt. Dabei stellte die Druckerei

auf die Marken bringen, ohne bei der Produktion zu viele Kapseln zu zerstören«, erklärt Ansgar Spratte, Verantwortlicher der Bundesdruckerei für die Herstellung der Wohlfahrtsmarken.

Im Auftrag der Deutschen Post AG hat die Bundesdruckerei nicht nur das Verfahren für das Aufbringen der Duftstoffe entwickelt. Gleichzeitig musste sichergestellt werden, dass sich die Duftmarken im Post-



fest, dass das Flexodruckverfahren die besten Ergebnisse erzielt. »Mit diesem Verfahren können wir die größtmögliche Menge Duftkapseln

Betrieb einwandfrei verwenden lassen und eine gesundheitliche Unbedenklichkeit besteht.

Erstausgabetag der Duftmarken war der 2. Januar 2010.

➤ www.wohlfahrtsmarken.de

➤ www.bundesdruckerei.de

Cross Media Publishing Studie

DATEN MACHEN AUCH IM VERTRIEB DEN UNTERSCHIED

53% der Unternehmen sehen die Online-Verfügbarkeit von Produktinformationen sowie die Bereitstellung qualitätsgesicherter Produktdaten aus einer zentralen Datenquelle als wichtige Aspekte der crossmedialen Vertriebsunterstützung an. 68% der befragten Entscheider sind bereit, Geld in eine verbesserte Datenqualität zu investieren.

Zu diesem Ergebnis kommt die »Cross Media Publishing Marktstudie 2009: Datenmanagement«, herausgegeben von e-pro solutions und dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), bei der sich etwa 180 Entscheider aus deutschsprachigen mittelständischen Unternehmen beteiligten.

Nach der Studie haben 50% der Vertriebsleiter bereits wirtschaftliche Nachteile durch eine niedrige Datenqualität erfahren. Der Ruf nach schnell verfügbaren, qualitätsgesicherten Produktdaten wird lauter. In Vertrieb und Marketing steigt die Akzeptanz für eine IT-gestützte Bereitstellung von Produkt- und Kundendaten. Schneller Zugriff und hohe Datenqualität sind nach der

Studie Trümpfe, die im Wettbewerb für die Mehrzahl der Befragten die Voraussetzung für eine erfolgreiche Produktpräsentation und Beratung im Vertriebsprozess sind. 74% der Befragten bewerten kurze Reaktionszeiten auf Kundenanfragen als besonders wichtig. Bislang bieten jedoch erst 61% der Unternehmen ihrem Vertrieb den mobilen Zugriff auf Produktdaten an.

Neben Geschwindigkeit und Qualität stellt eine crossmediale Bereitstellung korrekter und in sich schlüssiger Daten eine wesentliche Herausforderung für die Unternehmen dar. Deutlich wurde in der Befragung, dass sich der Erfolg mit dem Einsatz von Systemen für das Datenmanagement, wie etwa Produkt-Informations-Management-Systemen, deutlich steigern ließe. Rund die Hälfte der befragten Teilnehmer haben dies erkannt, weil die Daten gegenwärtig redundant in zwei und mehr Systemen vorliegen. Nicht selten liegt hier die Ursache für fehlerhafte und widersprüchliche Daten.

➤ www.e-pro.de



Zukunft der Druckindustrie

VERBÄNDE IN EUROPA ARBEITEN GEMEINSAM

Im Dezember startete in Brüssel ein Projekt zur Zukunftsausrichtung der Druckindustrie in Europa. Das Projekt wird von der Europäischen Kommission unterstützt und von Intergraf, der europäischen Dachorganisation der Druckindustrie, federführend geleitet. Die Initiative geht auf eine Anregung des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) zurück. Projektpartner sind neben dem bvdm für Deutschland die Arbeitgeberverbände der Druck- und Medienindustrie in den Niederlanden (KVGO), Italien (Assografici), nationale Gewerkschaftsverbände sowie der europäische Gewerkschaftsdachverband Uni Europa Graphical. Ziel des in dieser Form neuen Projektes ist es, künftige Herausforderungen für die Branche zu eruieren und Lösungsansätze für Restrukturierungen sowohl für Großbetriebe als auch klein- und mittelständische Unternehmen zu entwickeln. Ein erster Workshop mit der Zielgruppe von Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten findet am 18. und 19. März 2010 in Mailand statt, eine zweite Konferenz für Betriebe mit unter 50 Beschäftigten am 22. und 23. April in Mailand. www.bvdm-online.de

Vertrauenskrise

WERBEBRANCHE WILL NEGATIVIMAGE AUFPOLIEREN

Die Werbebranche macht sich Sorgen um ihr Image. Einer Studie aus England zufolge haben weniger als 15% der Erwachsenen »Vertrauen in Werbung«. Um das angekratzte Image wieder aufzubessern, will die britische Advertising Association AA eine eigene Foundation ins Leben rufen, die mit verbreiteten Negativvorurteilen aufräumen soll. »Für die Werbeindustrie ist die Zeit gekommen, die eigene Reputation wieder herzustellen«, erklärt Tim Lefroy, CEO der AA, sonst bestünde die Gefahr, dass es bald mehr Werbegegner als Befürworter gebe. Allerdings müsse zwischen dem Image der Werbemacher selbst und dem der Werbungsinhalte unterschieden werden, so Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW). Zwar hätten Werbeberufe generell ein schlechtes Image und lägen in der Beliebtheitsskala nur knapp hinter Politikern, das Image dessen, was die Werbefachleute produzieren, sehe hingegen ganz anders aus. Daten der Verbraucheranalyse zeigten, dass das Ansehen der Werbeinhalte im Laufe der vergangenen Jahre gestiegen sei, so Nickel. Demnach stimmten 2009 rund 59% der deutschen Bürger darüber überein, dass Werbung hilfreich für den Verbraucher sein kann. Der entsprechende Wert lag 2004 noch bei lediglich 44%. www.presstext.de



Universität Hasselt

KBA ALS TECHNOLOGIEPARTNER FÜR LUMOZA

Beim offiziellen Start der Firma Lumoza, einem Spin-Off der belgischen Universität Hasselt, der IMEC, einem der größten Forschungszentren für Nanotechnologie, und der Firma Artist Screen, stellte sich die Koenig & Bauer AG am 17. November als Technologiepartner im Bereich Druck vor. Hauptprodukt des neuen Unternehmens soll gedruckte Elektronik sein, unter anderem für neuartige Werbemittel oder für Luxus-Artikel. Dies sind beispielsweise ultradünne animierte Poster, die selbst leuchten, oder DVD-Hüllen, die in dunklen Aufstellern präsentiert Lichteffekte ausstrahlen. Die Effekte, die durch elektrische Trennschichten zwischen den einzelnen aufgetragenen Druckfarben entstehen, eröffnen der Innen- und Außenwerbung sowie der Verpackungsindustrie ganz neue Möglichkeiten zur Produktwerbung und Präsentation. Daneben ist eine große Palette weiterer völlig neuer Produkte im Druck denkbar. www.uhasselt.be/lumoza

Neuer Verband

ZUSAMMENSCHLUSS HAT EUROPA IM FOCUS

I&P Europe – Imaging and Printing Association e.V. ist der neue Name des europäischen Verbandes der Hersteller von Produkten und Technologien zur Bilderzeugung sowie zur technischen Reproduktion von Druckvorlagen. Hervorgegangen ist I&P Europe aus dem deutschen Chemieverband Imaging, Printing und Photo e.V. (CIPHO) und der European Photo and Imaging Asso-

ciation (EPIA). Das Tätigkeitsgebiet soll sich auf europäische Themen ausrichten sowie Umwelt, Produktsicherheit und Compliance. Vorstandsmitglieder sind Matthias Hübener, Tetenal (Vorsitzender), Wilfried Bauder, Fujifilm (stv. Vorsitzender) und Dr. Manfred Thomas, Agfa-Gevaert. Geschäftsführer ist Björn-Markus Sude. Sitz von I&P Europe ist Frankfurt/Main. www.ip-europe.com

MENSCHEN & KARRIEREN

Walter Fleck, Abteilungsleiter Technik + Forschung/Umweltschutz beim bvdm ist am 30. September nach 33-jähriger Tätigkeit beim Verband in den Ruhestand getreten. • Nach acht Jahren Tätigkeit als Geschäftsführer verlässt **Jörg Adomat** auf eigenen Wunsch zum Jahresende die Hahnemühle FineArt in Dassel. Sein Nachfolger wird **Udo Hollbach**. Hollbach verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Papierbranche und ist seit Jahren in leitender Stellung tätig. • **Dr. Michael Spallart** ist seit dem 1. Dezember neuer CEO der Papierfabrik Scheufelen. Er tritt damit die Nachfolge von **Kim Jokipii** an, der noch für einige Zeit aktiv im Unternehmen bleibt, um eine geregelte Übergabe zu gewährleisten. Danach wird er dem Scheufelen-Aufsichtsrat beitreten und andere Aufgaben innerhalb der Gruppe übernehmen. • Mit Wirkung vom 1. Januar 2010 hat **Norman Sack** den dreiköpfigen Vorstand der technotrans AG mit dem Zuständigkeitsbereich Technik ergänzt. Im gleichen Zuge ist **John Stacey** als Vorstand ausgeschieden. Stacey hat seit 1990 in verschiedenen Managementfunktionen die Entwicklung des Konzerns mitgestaltet und zuletzt die internationalen Tochtergesellschaften betreut.



33 Blätter eingestellt GRATISZEITUNGEN AUF DEM RÜCKZUG

Erstmals seit über zehn Jahren ist die Zahl der Gratiszeitungen nach Berechnungen des holländischen Medienexperten Piet Bakker gesunken. 2009 wurden 33 kostenlose Tageszeitungen eingestellt, zwei Drittel davon in Europa. Gratiszeitungen erscheinen noch in 56 Ländern. Die Auflage sank um 18% auf nun 37 Mio. Exemplare.

Lebensdauer verdoppelt MEHR ALS EINE MILLION UMDREHUNGEN

Xerox-Wissenschaftler haben einen Weg gefunden, die Lebensdauer von Druckerkomponenten zu verlängern, indem sie eine Beschichtung zum Schutz der lichtempfindlichen Photorezeptoren in xerografischen Systemen entwickelt haben. Vor Verschleißerscheinungen geschützt, verdoppelt sich die Lebensdauer des Photorezeptors.

Laserdruckermarkt RÜCKGANG IN DEUTSCHLAND UM 15%

Die schwierige wirtschaftliche Lage beeinflusst laut den jüngsten Zahlen von IDC nach wie vor den Laserdruckermarkt. Insgesamt ist der Absatz im 3. Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14,8% zurückgegangen. Dabei gingen die Verkäufe von Farbsystemen um 13,7% zurück, der Markt für Schwarzweißdrucker um über 15%.

Arctic Paper PAPIERFABRIK GRYCKSBO GEKAUFT

Arctic Paper erwirbt 100% der Anteile an der Grycksbo Paper Holding. Die Übertragung der Anteile soll am 1. März 2010 erfolgen. Mit dieser Übernahme steigert Arctic Paper seine Produktionskapazität auf über 800.000 Jahrestonnen. Grycksbo produziert jährlich etwa 260.000 t gestrichenes Feinpapier.

Ottweiler Druckerei O/D

SELFMAILER JETZT AUCH IN FRANKREICH ZERTIFIZIERT

Viele werbungtreibende Unternehmen setzen auf Selfmailer für den Versand gedruckter Werbebotschaften. Doch was hierzulande selbstverständlich ist, war in Frankreich bislang nicht der Fall. Die französische Post transportierte nur rundum geschlossene Aussendungen zu den günstigsten Portokosten. Dies hat sich seit 1. Januar 2010 geändert. Ab diesem Stichtag ist der Selfmailer der Ottweiler Druckerei O/D von der französischen Post zertifiziert und kann maschinell verarbeitet werden. Direkt- und Dialogmarketer können nun auch bei Sendungen an französische Kunden von den günstigen Portokosten sowie von dem günstigeren Herstellungsprozess gegenüber kuvertierten Mailings profitieren, werden doch Kuvertiervorgang sowie Briefhülle eingespart.



Damit die Zustellung reibungslos funktioniert, verfügt die O/D über eine spezielle Software, die die Portooptimierung für Frankreich durchführt. Je nach Adressverteilung liegt das Porto zwischen 0,266 € und 0,294 € je Sendung. In Frankreich ist im Portopreis eine Rückführung nicht zustellbarer Adressen enthalten. Die Aussendung wird direkt im Briefzentrum in Metz aufgeliefert.
➤ www.derdelfmailer.de ➤ www.selfmailer.fr

EWA-Rollenoffsetdrucker entrüstet über Mac Geiz

BESINNING AUF DIE WERTE DES EHRBAREN KAUFMANNS GEFORDERT

Die Versuche, die schwierige Situation der Druckindustrie und anderer Lieferanten mit äußerst fragwürdigen Methoden auszunutzen, treiben immer neue Blüten. So fordert das Unternehmen »Mac Geiz, Der Haushalts-Discounter« in einem Schreiben an seine Lieferanten im November 2009 einen Bonus rückwirkend für bereits hart verhandelte und fakturierte Umsätze aus 2009 von 2,5%. Das Schreiben will nicht auf eine Antwort warten, sondern stellt im letzten Satz ultimativ fest: »Ihr Einverständnis vorausgesetzt, würden wir die Beiträge ermitteln und im Laufe der kommenden 14 Tage in Rechnung stellen.« Die Unternehmer der European Web Association, der privatwirtschaftlich organisierten Interessenvertretung des Rollenoffsets und einiger Tiefdrucker mit einem Umsatzvolumen von ca. 3,3 Mrd. €,

zeigen sich entrüstet. Der Sprecher der EWA, Unternehmensberater Michael Dömer: »Der Drucker hat die Wahl zwischen Pest und Cholera. Entweder er zahlt oder er fällt in Ungnade mit der

Gefahr, den Auftrag nicht mehr zu bekommen. Diese auch rechtlich fragwürdige Aktion ist zumindest ein Zeichen von Sittenverfall in der Wirtschaft, die mit ehrbarem Kaufmannsgeist nichts zu tun hat.« Nach Informationen von Michael Dömer haben die betroffenen Drucker das Ansinnen zurückgewiesen. Ein Rollenoffset-Unternehmer: »Die Dreistigkeit ist kaum zu überbieten. Ich hoffe, dass auch andere Kollegen sehr genau überlegen, mit wem sie als Partner zusammenarbeiten. Die Branche braucht auch in der Krise Selbstbewusstsein.« Michael Dömer: »Der Bürger, der billig einkauft, muss viel mehr erfahren, was die ›Geiz ist Geil‹-Anbieter tun, was zum Verlust von Arbeitsplätzen führen kann. Ich bezweifle, dass man dann dort noch einkauft.«

➤ www.ewa-print.de





Druckereien wollen Arzneien sicher machen

MIT OPTIMIERTEN VERPACKUNGEN VOR FÄLSCHUNGEN SCHÜTZEN

Mittlerweile überschwemmen Fälschungen vor allem aus osteuropäischen und südasiatischen Werkstätten den Weltmarkt für pharmazeutische Produkte. Sie wirken im besten Fall überhaupt nicht, können aber auch äußerst schädliche Mischungen enthalten. In jedem Fall stellen sie eine potenziell Gefahr für Verbraucher dar. Es wird geschätzt, dass 2010 in der EU jedes fünfte Medikament im Handel eine Fälschung sein wird und der weltweite Umsatz mit der gesundheitsgefährdenden Medizin bei 68 Mrd. € liegen soll. Der Cluster Druck und Printmedien Bayern will deshalb die Initiative ergreifen, um in Zusammenarbeit mit der Pharmaindustrie, der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, Verbraucherschützern und der Politik bessere Lösungen zu entwickeln, die es unmöglich machen, dass gefälschte Medikamente in den legalen Handel gelangen. Auch soll über einen Anwendungsstandard bereits verfügbarer Sicherheitslösungen nachgedacht werden.

In dem bayerischen Hightech-Netzwerk arbeiten Unternehmen, die die gesamte Wertschöpfungskette der Branche repräsentieren, einschließlich ihrer Zulieferer, Forschungseinrichtungen und Hochschulen. Der Cluster leistet als Innovationsmotor Forschung und Entwicklung für Druckunternehmen.

»Unsere Cluster-Unternehmen verfügen über einen in dieser Konzentration einmaligen Sachverstand in Sachen Sicherheitstechnologie für unterschiedlichste Anwendungen«, erklärt Karl-Georg Nickel, Sprecher des Cluster Druck und Printmedien Bayern und Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Verbandes Druck und Medien Bayern e. V. (vdmb). »Wir haben hier nicht nur die Entwickler ausgeklügelter Sicherheitsvorkehrungen gegen Fälschungen, wir haben auch Hersteller der notwendigen Ausrüstung, um etwa fälschungssichere Verpackungen oder Etiketten für Medikamente zu produzieren.«

➤ www.cluster-print.de

Ricoh Document Governance Index

UMWELTBEWUSSTSEIN BEIM DRUCKEN »AUSGESCHALTET«

Führungskräfte europäischer Unternehmen vergeben häufig die Chance, sowohl die Effizienz als auch die Umweltbilanz ihres Unternehmens durch ein zentralisiertes Dokumentenmanagement zu verbessern. Dies zeigt eine von Coleman Parkes Research im Auftrag von Ricoh durchgeführte Studie.

67% der Führungskräfte europäischer Unternehmen setzen sich zwar konkrete Ziele beim Dokumentenmanagement, doch nur 41% von ihnen berücksichtigen in ihren Strategien auch Umweltaspekte wie Energieeffizienz und Recycling. Sie unterschätzen dabei die positiven Auswirkungen, die eine Kostenreduzierung auch auf die Unternehmensziele im Bereich Nachhaltigkeit haben kann. Die meisten Unternehmen gehen ihr Dokumentenmanagement dezentralisiert an und nur 39% haben diesbezüglich überhaupt eine konkrete Strategie umgesetzt. Eine Überlegung, die dabei nicht in Betracht gezogen wird, ist, dass sich mit einer zentralisierten Lösung eine unmittelbare, positive Wirkung in punkto Nachhaltigkeit erzielen lässt. Denn ein zentralisierter Ansatz mit neu gestalteten Prozessen für ein maßgeschneidertes, unternehmensweites Dokumentenmanagement bietet kurz- und langfristige Vorteile: Kostensenkungen, geringere Umweltbelastungen, erhöhte Dokumentensicherheit und eine bessere Ressourcenverteilung. Somit können sich Führungskräfte besser auf die Weiterentwicklung des eigentlichen Kerngeschäftes konzentrieren.

Zum Thema Papier sparen legt die Studie folgende Zahlen vor: 32% der Führungskräfte geben an, dass ihre Mitarbeiter hinsichtlich Duplex-Drucks keine Vorgaben einhalten müssen, und nur 18% der Unternehmen haben eine unternehmensweite Regelung dazu. Nahezu die Hälfte (47%) der Führungskräfte kennen die Recycling-Richtlinien ihres Unternehmens nicht und 40% kennen die Richtlinien ihres Unternehmens für das Recycling von Toner nicht.

➤ www.ricoh.de

bvdm Konjunkturtelegramm: GESCHÄFTSLAGE HAT SICH VERBESSERT

Die Beurteilungen zur aktuellen Geschäftslage waren im Dezember 2009 deutlich besser als im Vormonat und haben einen Aufwärtssprung um 21% auf –14% gemacht. Im Dezember 2008 war der Wert mit –11% nur geringfügig besser. Grund ist die Verbesserung der Einschätzung zu den Produktions- und Nachfrageentwicklungen im Vormonat. Auch die Beurteilung der Auftragsbestände ist um 12% auf nunmehr –35% wieder besser geworden. Ungefähr 36% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilung der Auslandsaufträge hat sich leicht um 3% auf –22% verbessert.



Der Geschäftsklimawert für das nächste Quartal, ein Mittelwert aus aktueller Geschäftslage und den Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate, hat sich gegenüber dem Vormonat um 6% auf –14% verbessert. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind jedoch von 0% auf –4% gesunken. Die Geschäftserwartungen für das nächste halbe Jahr sind wieder um 9% auf –13% gesunken. Im gleichen Vorjahresmonat 2008 lagen sie allerdings bei –49%.

13% der Unternehmer erwarten eine verbesserte, 26% eine verschlechterte Geschäftslage, 61% erwarten keine Änderungen.

➤ www.bvdm-online.de



Neue Server-Technologie

1&1 STARTET DYNAMIC CLOUD SERVER

Mit dem Dynamic Cloud Server startet die 1&1 Internet AG als erster Provider in Deutschland ein neuartiges Server-Modell. Anwender können Arbeitsspeicher, Prozessorleistung und Festplattenplatz im Rahmen der Server-Kapazität frei wählen und diese Einstellungen bei Bedarf flexibel anpassen.

Druckproduktion

MVD-DRUCKEREIEN STARTEN NACHHALTIGKEITSPROJEKT

Die im MVD Print-Partner-Netzwerk zusammengeschlossenen Druckereien haben eine Nachhaltigkeitsinitiative ins Leben gerufen. Ziel sei es, so Lucas Franzot, Initiator und Koordinator des MVD, »eine nachhaltig klima- und umweltverträgliche Printproduktion nach Standards anzubieten«.

► www.mvd-online.net

Auf Wachstum eingestellt

FLINT GROUP ERWEITERT POLNISCHEN STANDORT

Um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden und den Service weiter zu verbessern, erweitert Flint Group ihren Produktionsstandort für Verpackungs- und Bogenoffsetdruckfarben in Polen. Im Mai 2009 begannen die Bauarbeiten des neuen Lagers, einer Produktionshalle und Bürogebäuden, die bis Mitte 2010 fertig sein sollen.

Reorganisation soll Kosten senken

GRAFIX KONZENTRIERT SEINE FERTIGUNG IN UNTERLÜß

Die Grafix GmbH mit Sitz in Stuttgart konzentriert ihre Fertigung in ihrer niedersächsischen Niederlassung Unterlüß. In Unterlüß werden seit fast 20 Jahren Bestäuber und Baugruppen für das Produktportfolio wie Trocknerschaltsschränke hergestellt sowie seit gut einem Jahr Feuchtmittelaufbereitungs- und Farbwerktemperiersysteme. Aufgrund der Serienreife der neuen Hi-Cure-UV-Trockner wurde nun auch die Verlagerung der Trockner-



sparte möglich. Mit dieser Reorganisation verspricht sich Grafix nach

eigenen Angaben eine Verschlan-
kung des Fertigungsprozesses auf
hohem Qualitätsniveau. Die lang-
jährige und positive Erfahrung,
in Eigenregie jenseits der Kon-
struktion zu fertigen, habe die
Grafix-Geschäftsführung bewogen,
die Fertigung auf dem historischen
Firmenareal aufzugeben, um da-
durch Kosten einzusparen. Im
strukturschwachen Unterlüß steht
mit über 4.500 m² Fläche in drei
modernen Hallen ausreichend Ka-
pazität zur Verfügung.

Mit diesem Schritt reagiere Grafix
auf den künftigen Bedarf der Bran-
che, heißt es in der Unternehmens-
information. Eine Auslandsfertigung
komme aufgrund der Anforderun-
gen an Qualität, Flexibilität und
Produktentwicklung nicht in Be-
tracht. In Stuttgart bleiben Verwal-
tung und Verkauf, Konstruktion und
Entwicklung sowie der Service. ►
www.grafix-online.de

Dossier Transpromo- und Transaktionsdruck



Hintergrundwissen, Erläuterungen
und eine Marktübersicht der
relevanten Maschinen in Heft 04
der »Druckmarkt Collection«.

www.druckmarkt.com

MedienStandard Druck 2010

TECHNISCHE RICHTLINIEN FÜR DATEN, PROOF UND DRUCK

Der neu vorgelegte MedienStandard Druck 2010 (33 Seiten A4, PDF-Datei) ist Grundlage für eine reibungsarme Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern, Vorstufe und Druckereien auf Basis internationaler Normen (ISO 12647 ff) und des ProzessStandard Offsetdruck (PSO). Der MedienStandard Druck enthält Informationen über Datei- und Farbformate, Standard-Druckbedingungen, typische Arbeitsabläufe, Prüfmittel und Normen. In der Ausgabe 2010 sind drei neue Standard-Druckbedingungen für den Offsetdruck, neue Normen (ISO 13655, ISO 5) und ihre praktische Umsetzung dokumentiert. Die Standard-Druckbedingungen umfassen zwei Charakterisierungsdateien (Fogra) und ICC-Profilen (ECI) für den Rollenoffsetdruck (LWC-Papiere, Typ 3) sowie eine für Bogenoffsetdruck auf ungestrichenem Papier (Typ 4). Damit sind alle Standard-Druckbedingungen für den Offsetdruck nach ISO 12647-2 in aktualisierter Form verfügbar, die von bvdn, ECI, Fogra und Ugra erarbeitet und zur Anwendung empfohlen werden. Der MedienStandard Druck 2010 steht kostenlos als PDF-Datei bereit.

► www.bvdm-online.de

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

Julius Nicolay

julius@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de
© by Druckmarkt 2010

»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

**Know-how
aktuell!**

Das neue Format für Brancheninformationen: **FACHWISSEN KOMPAKT.**

Mit der »Druckmarkt COLLECTION« wächst zurzeit 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, werden gerade aktualisiert oder sind in Vorbereitung. Bis zum Jahresende werden die hier abgebildeten Ausgaben (und je nach Aktualität weitere) in loser Reihenfolge erscheinen und sind als Einzelexemplare im Internet zu bestellen.

Hier finden Sie stets aktualisierte Informationen und Leseproben zur Fachthemen-Reihe:

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

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

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit

value



Vielseitig kompetent

Photomec Elgg, Winterthur, bietet ein vielseitiges Leistungsprogramm rund um den Druckformenservice für den Verpackungs- und Akzidenzdruck

Bei Photomec ist Vielseitigkeit angesagt. Rund 80% des Umsatzes werden mit Arbeiten für Verpackungsdruckereien, die im Flexodruck und Offset arbeiten, erzielt, der Rest vorwiegend mit Akzidenzaufträgen von Offsetdruckbetrieben, die Zeitschriften, Kataloge und sonstige Werbe-drucksachen produzieren. Der Betrieb mit Geschäftsführer Heinz Kellenberger an der Spitze setzt beim Prepress-Workflow und der gesamten Ausgabetechnik für die Druckformherstellung auf Systeme von Kodak. Außerdem hat sich das Kodak InSite Prepress Portal System zu einem unverzichtbaren Arbeitsmittel für die Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt.

»Wir bieten eine optimale Kombination von Wissen, Erfahrung und Technik. Die richtige Anwendung der Technik durch erfahrene Mitarbeiter verspricht sichere und effiziente Produktionsabläufe«, heißt es im Porträt auf der Website. Wie zum Beweis dafür runden einige spezielle Aufgaben das Leistungsangebot des insgesamt siebenköpfigen Teams ab. Dazu gehören Testformen und Platten, die Photomec Elgg im Auftrag von Druckmaschinenherstellern für interne Tests, Kundenvorfürhungen und Maschinenabnahmen fertigt.

CtP-Dienstleistung mit Kodak Technologie

Photomec, dieses Kürzel im Firmennamen darf als Reminiszenz an die klassische »Herstellung von Druckformen auf photomechanischem Weg« verstanden werden. Elgg lautet der Name der Gemeinde, in der das Unternehmen ursprünglich angesiedelt war. Das ist seit 2001 Geschichte, als das damals zehn Jahre junge Unternehmen nach Winterthur umzog und die photomechanische Offset-Druckformherstellung recht zügig durch Computer-to-Plate ablöste – mit einem Kodak Trendsetter 800 Quantum Plattenbelichter. Das halbautomatische Thermo-CtP-System im 8-Seiten-Format leistet nach wie vor zuverlässige Dienste. So zuverlässig, dass Photomec Elgg mit dem Thermoplatenbelichter für mehrere Bogenoffsetdruckereien in der Gegend die Backup-Sicherung für deren CtP-Produktion leistet. Zudem wird der CtP-Service von Akzidenz- und Verpackungsbetrieben in Anspruch genommen.

Neben druckfertigen Platten für den Bogen- und Rollenoffsetdruck, die alle eingebraunt werden, liefert Photomec Elgg Flexoplaten sowie – für Verfahren wie Sieb- und Tampondruck – weiterhin Film. Für die digitale Bebilderung von LAMS-Flexodruckplatten wurden Anfang April

Wer Druckvorstufenleistungen als eigenständiges Angebot am Markt positioniert, muss entweder hoch spezialisiert sein oder eine ungleich größere Bandbreite von Produktionsverfahren abdecken als übliche Prepress-Abteilungen von Druckereien. Auf die Photomec Elgg AG trifft beides zu – ebenso wie eine strikte Kundenorientierung.



Heinz Kellenberger, gelernter Buch- und Offsetdrucker sowie langjähriger Abteilungsleiter Bogenoffsetdruck, ist Gründer, Inhaber und Geschäftsführer der Photomec Elgg AG.



2009 ein Kodak ThermoFlex Mid II Plattenbelichter und eine Anlage für die thermische Plattenverarbeitung in Betrieb genommen. Damit stieg das Unternehmen in die Druckformherstellung für den Flexodruck ein. Davor hatte Photomec Elgg Mattfilme für die konventionelle Flexoplattenherstellung geliefert. Diese wurden auf einem Dolev 800 V2 Filmbelichter hergestellt, der heute nur noch gelegentlich produziert.

Gestiegene Qualitätsanforderungen eines wichtigen Kunden im mehrfarbigen Flexodruck veranlassten Heinz Kellenberger zu Überlegungen, die schließlich in die Anschaffung eines Kodak ThermoFlex Mid II Plattenbelichter mündeten: »Die Herausforderung war, bei Gebäckbeuteln, die aus einer Kombination von Papier und Transparentfolie bestehen und bei denen die Druckmotive über die zwei Bedruckstofftypen laufen, die Umstellung auf den mehrfarbigen Rasterdruck zu bewerkstelligen. Das

sind Sujets mit fünf Farben plus Deckweiß. Die hätten wir mit dem entsprechenden Aufwand zwar auch weiter mit Film bewältigt, aber es war einfach an der Zeit für Flexo-CtP.« Davon profitiert, wie der Geschäftsführer erklärt, auch das Geschäft mit der Klischeeherstellung für den Etikettendruck.

Bei Verpackungsaufträgen erhält Photomec hauptsächlich Einzelnutzen-PDFs als Ausgangsbasis für die weitere Bearbeitung. Die wichtigsten Arbeiten sind dann das Anpassen der Verpackungssujets an die Stanzform, Klebelaschen-Aussparungen, Konvertieren von Farben für die Prozessfarben des Druckverfahrens, Überfüllungseinstellungen, das Anlegen der zusätzlichen Farbe Weiß oder das Erstellen von Formen für eine Speziallackierung beziehungsweise die Inline-Folienveredelung. »Die diffizilsten Aufgaben«, erklärt Heinz Kellenberger, »ergeben sich aus kundenspezifischen Bedürf-

nissen und Besonderheiten. Doch das meistern unsere Mitarbeiter mit ihrer Erfahrung und ihrem profunden Expertenwissen.«

Prepress-Workflow mit Web-Anschluss

Auf dem ThermoFlex Mid II Belichter, der sich für bis zu 1.016 x 1.200 mm große Formate eignet, bebildert Photomec Elgg digitale Flexoplatten in den Stärken 1,14 und 2,84 mm. Zwar werden die meisten Flexoplatten auftragsbedingt mit einem 32er-

AM-Raster produziert, doch ist man mit dem Flexo-CtP-System in der Lage, selbst Rasterweiten von 70/cm mit dem vollen Tonwertumfang auf die Platten zu bringen. Das Unternehmen verwendet Platten mit Abmessungen von 900 x 1.200 mm. Dieses Format versucht man natürlich möglichst gut auszunutzen, indem die gerippten Daten von mehreren Farbauszügen eines Jobs oder von mehreren Jobs, die in der gleichen Plattenstärke zu produzieren sind, unmittelbar vor der Flexoplattenbebilderung mit dem TIFF Assem-

Rod
Krün
Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Jörg Stadler, Photolithograph, bei der Datenaufbereitung eines Verpackungsjobs.



Nachdem CtP-Operator Toni Spring die in der TIFF Assembler Montagesoftware gerippten Daten zusammengestellt hat, bereitet er eine Flexoplatte für die Bebilderung auf dem Kodak ThermoFlex Mid II Plattenbelichter vor.

bler der Kodak ThermoFlex TIFF Front End Software zusammenstellt. »Wir haben jetzt viel digitale Technik von Kodak im Haus. Ich bin überzeugt, dass alles umso reibungsloser läuft, je mehr aus einer Hand kommt«, sagt Heinz Kellenberger. So ist es nur folgerichtig, dass bei allen Ausgabeprozessen ein Kodak Prinergy Workflow System Regie führt. Der digitale Produktionsworkflow hat über das auf einem separaten Server betriebene Kodak InSite Prepress Portal System Anschluss an das Internet.

Photomec Elgg nutzt das InSite-System, um Kunden und deren Werbeagenturen beziehungsweise Designern einen Online-Zugang zu bieten, über den Datenbestände direkt in die Produktion übermittelt werden können – jederzeit und unab-

hängig von den normalen Geschäftszeiten. Einen fast noch höheren Stellenwert hat das Webportal im Hinblick auf eine effiziente Zusammenarbeit mit den Kunden, die in vielen Fällen weiter entfernt oder im Ausland ansässig sind. Gerade für das Überprüfen von einzelnen Dateien, ganzen Druckformen oder neu entwickelten Testformen hat sich das InSite System mit den Funktionen der Smart Review Software als ein unschätzbares Hilfsmittel etabliert, das Korrekturzyklen bis hin zum »Gut zum Druck« stark beschleunigt. Der Bedeutung angemessen, ist auf der Website der Link zum Kodak InSite Prepress Portal System an prominenter Stelle platziert.

Wie Heinz Kellenberger erläutert, will man das InSite System auch ver-

stärkt für die Kooperation mit Verpackungskunden einsetzen. Er denkt dabei zum Beispiel an die Zusammenarbeit mit einer Falt-schachteldruckerei, die für internationale Unternehmen aus der Back- und Süßwarenbranche produziert. Hier kann das Webportal den Abstim- und Freigabeprozess unter den verschiedenen Beteiligten vereinfachen, obwohl sich Heinz Kellenberger gerade für das Durchsehen und Nachprüfen von Verpackungs-jobs noch einige ganz besondere Funktionen wünscht. »Das kommt daher, dass wir immer wieder mit neuen Spezialitäten konfrontiert sind. Aber es sorgt auch dafür, dass die Sache spannend bleibt«, gibt Heinz Kellenberger abschließend zu bedenken.

► www.photomec-elgg.ch

Ilg AG in Wimmis

JUBILÄUMS-SUPRASETTER A75 IN DER SCHWEIZ

Der 100. Suprasetter der A-Serie von Heidelberg, ein Suprasetter A75, ging kürzlich an die Ilg AG in Wimmis. Seit Mitte November 2009 werden eine Speedmaster CD 74-5+L sowie eine Speedmaster SM 52-4 mit der chemiefrei arbeitenden Druckplatte Saphira Chemfree versorgt. Es handelt sich um den ersten Belichter der dritten Generation, der mit 22 Druckplatten pro



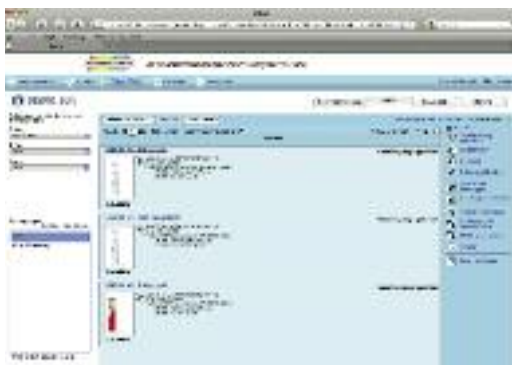
Der 100ste Suprasetter der A-Reihe, ein Suprasetter A75, produziert bei der Ilg AG in Wimmis. Der Inhaber und Geschäftsführer Thomas Ilg (rechts) mit Ruedi Schulthess von der Heidelberg Schweiz AG.

Stunde das Vorgängermodell leistungsmäßig um 50% übertrifft. Die Ilg AG ersetzt mit ihrem Suprasetter A75 ATL einen Topsetter und erzielt somit mehr als eine Verdoppelung der bisherigen Geschwindigkeit. Inhaber und Geschäftsleiter Thomas Ilg: »Anlässlich eines Besuchs in Heidelberg fiel mir der neue Suprasetter A75 auf. Dabei überzeugte vor allem das System für die automatische Plattenbeschickung. Dank der autonomen Arbeitsweise können wir künftig auf Überstunden verzichten und die Platten auch während der Nacht produzieren«. Die Ilg AG hatte als eine der ersten Firmen in der Schweiz 1996 in einen Belichter des damaligen US-Herstellers Gerber investiert.

► www.ilg.ch

► www.ch.heidelberg.com

Photomec Elgg nutzt das Kodak InSite Prepress Portal System für die Kommunikation und Zusammenarbeit mit Kunden. Mit der Smart Review Software des Kodak InSite Prepress Portal Systems wickelt Photomec Elgg auch für Verpackungsaufträge den Korrektur- und Genehmigungsprozesse ab.





Weit entfernt von nüchterner Präsentation

Zu seiner letztjährigen Anwenderkonferenz hatte der MIS- und Web2Print-Anbieter HIFLEX seine Kunden Mitte Oktober 2009 eingeladen, um intensiv über neue Workflow-Ansätze, strategische Lösungen und Zukunftsvisionen in der Druckindustrie zu diskutieren sowie Erfahrungen auszutauschen. Hiflex-Anwender aus 16 Nationen waren der Einladung nach Aachen gefolgt.

Die Anwenderkonferenz stand ganz im Zeichen von Erfahrungs- und Wissensaustausch sowie neuen Lösungen im Geschäftsprozess der Druckindustrie. Hiflex-Anwender aus vier Kontinenten waren zum zweitägigen Event angereist, um Neues über die Produkte Hiflex MIS, Hiflex Webshop und Hiflex Print Support zu erfahren, miteinander zu diskutieren oder auch voneinander zu lernen. Dieser Erfahrungs- und Wissensaustausch hilft jedem, angesichts des raschen Wandels in Technologie und Branche auf dem Laufenden zu bleiben.

WERTVOLLE ANREGUNGEN Auch wenn neue und künftige Anwendungen immer ein spannendes Thema sind, bieten praktische Anwendungen dem Anwender den größten Nutzen beim täglichen Umgang mit der Software. Dies schlug sich auch im Programm der Konferenz nieder. An den beiden Tagen konnten die Teilnehmer das für sie jeweils Interessanteste aus insgesamt 32 Workshops wählen. Dabei wurden von den Referenten Lösungen vorgestellt, die Hiflex in den vergangenen Monaten entwickelt hat.

Die 32 Workshops boten den Praktikern relevante Informationen und Tipps aus dem Erfahrungsschatz anderer Anwender und dem Management wertvolle Anregungen für weitere strategische Schritte. Die Kurse reichten von der Kalkulation einschließlich Ausschließen, Auftragsbearbeitung, Datenanlieferung und Prüfung über Disposition, Betriebsdatenerfassung und Materialwirtschaft bis hin zur Versandabwicklung. Daneben wurden Erfolgsfaktoren bei der JDF-Anbindung vermittelt, die Vorteile des Beschaffungs-Tools Hiflex Print Support erörtert, und die gesamtheitliche und komplexe Automatisierung samt JDF-Integration diskutiert.

Highlights waren zudem die neuen Funktionen des Release 2009, die Planung der Hiflex Software-Entwicklung bis zum Jahr 2011, offene und geschlossene Webshops samt deren Vermarktung sowie die Lösungen zum Customer Relationship Management und Vertriebscontrolling.

WEIT ENTFERNT VON NÜCHTERNER PRÄSENTATION Dabei war die Anwenderkonferenz weit entfernt von nüchternen Software-Präsentationen und -Demos, sondern bot Chancen für einen konstruktiven Gedankenaustausch und die Möglichkeit, persönliche Kontakte mit Kollegen und dem Hiflex-Team zu knüpfen oder zu pflegen. Selbst wenn viele Kunden weitblickend denken und handeln, sind Diskussionen mit Kollegen durchaus hilfreich, Fakten und Facetten über Branchentrends zusammen zu tragen und Meinungen auszutauschen.

Zum anderen nutzt Hiflex die Kommentare, Anregungen und Vorschläge seiner Kunden und Anwender. Dazu Thomas Reichhart: »Die Konferenz war für alle Beteiligten ein Erfolg. Unsere Kunden konnten aus erster Hand erfahren, wie sich die Lösungen aus unserem Haus weiter entwickeln. Und für Hiflex ist die Zeit für persönliche Gespräche mit den Kunden unbezahlbar. Die Diskussionen und der direkte Gedankenaustausch werden sicherlich Einfluss auf die Lösungen haben, die wir in Zukunft entwickeln.«

- › www.hiflex.com
- › www.printsupport.com





Fujifilm

»PURE PDF« FÜR DEN XMF-WORKFLOW

Fujifilm hat das Konzept »Pure PDF« angekündigt. Damit legt sich Fujifilm weiter auf die Adobe PDF Print Engine fest, die seit der Markteinführung von XMF 2007



die Basis des Workflows darstellt und interessante Erweiterungen erwarten lässt.

Linotype

VERÖFFENTLICHT NEUE HELVETICA ARABIC

Linotype hat sein Angebot an arabischen Schriften um einen Neuzugang erweitert. Die Neue Helvetica Arabic übersetzt die Ästhetik der Helvetica ins Arabische. Entworfen hat die neue Schrift Nadine Chahine, Expertin für arabische Schriften bei Linotype in Bad Homburg. Die Schriftfamilie umfasst die Schnitte Light, Regular und Bold.

CGS

PROZESS-STANDARD TIEFDRUCK V2 ZERTIFIZIERT

CGS Publishing Technologies International gab bekannt, dass von der Fogra insgesamt sechs Oris Color Tuner/Web Konfigurationen nach den Kriterien der ISO 12647-7 für Contract Proofing Systeme zertifiziert wurden. Zugrundegelegt wurde dabei der neue ECI-Referenzfarbraum Tiefdruck (PSR – Prozess Standard Tiefdruck V2).

SCREEN TRUEFLOW SE V7.0

GRÖßERE FLEXIBILITÄT IM WORKFLOW

Screen kündigt die Version 7.0 der Workflow-Lösung Trueflow SE an. Im Mittelpunkt des PDF/JDF-basierten Workflow steht die Adobe PDF Print Engine 2, die die Verarbeitung nativer PDF-Dateien ohne eine Konvertierung zu PostScript erlaubt. PDF bleibt somit unkonvertiert und geräteunabhängig bis zur endgültigen Ausgabe.

Linotype goes Shirt

LEIPZIGER KREATIVPLATTFORM BRINGT LINOTYPE-FONTS AUF KLEIDUNG

Viele Ideen passen auf ein Shirt. Damit diese Ideen auch typografisch gut aussehen, hat die Firma Spreadshirt jetzt weitere Fonts von Linotype lizenziert. Das Leipziger Unternehmen ermöglicht es jedermann, personalisierte Kleidung herzustellen. Auf über 100 unterschiedlichen Textilien können sich Kunden ihrer Umwelt mitteilen. Außerdem bietet Spreadshirt Grafikern, Designern und Unternehmen Raum, selbst gestaltete Mode über eigene Online-Shops zu vermarkten. Den weltweit 500.000 Shop-Betreibern stehen insgesamt 25 Fonts aus der Schriftenbibliothek von Linotype zur Verfügung.

Anders als auf Papier müssen Fonts, die für die Verarbeitung auf Textilien verwendet werden, bestimmte technische Kriterien erfüllen. Eine minimale Schriftgröße von 50 bis 60 Punkt ist nötig, um Textpassagen lesbar darzustellen. Die Strichstärken dürfen eine Mindestbreite nicht unterschreiten, da die Buchstaben einzeln auf Textilfolien geplottet und die überschüssigen Teile

dieser Folien dann von Hand abgezogen werden. Bleiben Buchstaben Teile daran haften, muss die Folie neu gedruckt werden. Gerade die Form und Größe von geschlossenen Punzen, also den Innenflächen von Buchstaben wie »a« oder »o«, stellen eine Herausforderung dar. Auch sie werden im Produktionsprozess manuell entfernt.

Im Vorfeld der Lizenzierung hat Spreadshirt daher verschiedene Linotype-Fonts auf ihre Eignung als Shirt-Font getestet. Dabei spielten neben technischen auch Modekriterien eine Rolle. »Unsere Kunden wollen sich individuell ausdrücken und gestalten Tag für Tag Mode. Dazu gehört auch ein ordentliches Schriften-Sortiment mit dem man so viele Anwendungsfälle wie möglich abdecken kann. Des Weiteren ließen wir unsere Erfahrungen einfließen, welche Schriftarten unsere

Kunden am liebsten verwenden«, beschreibt Robert Schulz von Spreadshirt den Prozess der Vorauswahl.

Mehr als 200 Schriften wurden gefiltert, geplottet, entgittert, bedruckt und geprüft, bevor letztlich 25 Kandidaten übrig blieben. Neben einer Freestyle oder einer Comic Sans finden sich im Spreadshirt-Angebot Klassiker wie eine Zapf Chancery von ITC oder eine Eurostile von Linotype. Ausgefallene Schriften wie die Frakturschrift Beluga von Linotype sind ebenso dabei wie eine ITC Simran, die deutliche Anleihen an das indische Sanskrit nimmt. Auch Zeichensätze mit Außenkontur, beispielsweise die Linotype Cutter, können gewählt werden. Spreadshirt-Kunden, die einen schlichten Font bevorzugen um ihre Message zu verbreiten, gestalten Kleidungsstücke mit einer Arial oder einer Futura.

► www.linotype.com



Kodak

UNIFIED WORKFLOW INNOVATION TOUR

In den ersten beiden Novemberwochen war Kodak auf Unified Workflow Innovation Tour. An sechs Stationen zwischen Hannover und München standen integrierte Softwarelösungen von Kodak im Blickpunkt, die im Zusammenspiel moderne Workflows für die grafische Kommunikation ausmachen. Bei den Tagesveranstaltungen kombinierte Kodak das Nötigste an Theo-



rie mit breit angelegten Demonstrationen der Kodak Unified Workflow Lösungen. Als Protagonisten standen dabei die allerneueste Version des Kodak Prinergy Workflow Systems in Verbindung mit der Kodak Colorflow Software, das Kodak Insite Prepress Portal System sowie das Kodak Insite Storefront System für das Web-to-Print-Geschäft im Rampenlicht. Zudem wurde die Kodak Preps Ausschließsoftware in der topaktuellen Version 6.0 vorgestellt.

► www.kodak.com



Zeit sparen mit PDF-Formularen NEUES ADOBE FORMULARPORTAL

Unternehmen können bei der Abwicklung ihrer Prozesse in vielen Bereichen wertvolle Zeit einsparen, wenn sie auf PDF-Formulare setzen. Dies zeigt eine im Oktober 2009 durchgeführte Umfrage unter 75 Unternehmensvertretern aus verschiedenen Branchen. 41% der Befragten gaben an, dass sie Routineaufgaben mittels PDF-Formularen um bis zu 60% schneller abwickeln können. Viele Unternehmen setzten früher auf Papier oder Excel- beziehungsweise Word-Formulare oder bildeten die Prozesse unstrukturiert via e-Mail oder Telefon ab. 16% der Befragten sparen nach der Umstellung auf PDF-Formulare sogar mehr als 60% der vorher benötigten Zeit. Die Einsatzbereiche der PDF-Formulare reichen dabei durch alle Unternehmensbereiche.

Um sich einen Eindruck von der Leistungsfähigkeit und dem Nutzen moderner Formulartechnologie verschaffen zu können, bietet Adobe ab sofort Formulare zum Download an.

► www.adobe-solutions.de

That's it Solutions & natureOffice KLIMANEUTRALES DRUCKEN MIT WEB2PRINT-LÖSUNG I-PRINTER

Mit dem »i-Printer« bietet That's it Solutions Liedermann eine Web-to-Print-Lösung für Druckereien, die in einem Online-Shop eine reale Druckereikalkulation abbildet. Die Zusammenarbeit mit natureOffice macht es nun möglich, auch klimaneutrales Drucken als Bestelloption zu integrieren. Voraussetzung ist jedoch ein CO₂-Audit der dahinterstehenden Druckerei für das natureOffice-Verfahren für klimaneutrale Druckerzeugnisse. Beim Bestellvorgang kann sich der Kunde entscheiden, ob er durch den klimaneutralen Druck einen Beitrag zum freiwilligen Klimaschutz leistet. Der Mehrpreis, der sich erfahrungsgemäß zwischen 0,5 und 1% des Auftragswertes bewegt, wird dann direkt in CO₂-einsparende Klimaschutzprojekte investiert. Die Berechnung der Emissionswerte und das Buchen der klimaneutralen Druckjobs erfolgt über offenen Schnittstellen. Für die transparente Abwicklung der Kompensation sorgt natureOffice mit dem gewohnten Qualitätsprozess: für jedes Druckobjekt wird eine ID-Nummer zur Nachverfolgung vergeben, als Klimaschutzprojekte kommen Gold Standard Kandidaten aus dem Bereich der erneuerbaren Energien zum Einsatz, das Kennzeichnungslogo »klimaneutral gedruckt« steht für Qualität im freiwilligen Klimaschutz.

► www.thatsit-solutions.de

► www.natureoffice.com

FontExplorer X Pro Version 2.0.3 FONT-MANAGEMENT-SOFTWARE VON LINOTYPE

Linotype hat die Version 2.0.3 der Font-Management-Software FontExplorer X Pro veröffentlicht. Diese ist jetzt auch mit Mac OS X 10.6x, Snow Leopard, kompatibel. Darüber hinaus fügte Linotype zahlreiche Verbesserungen hinzu und eliminierte bekannte Probleme. Die Version 2.0.3 ist beispielsweise in der Lage, in den Schrifteninformationen die vom ausgewählten Zeichensatz



unterstützten Sprachen anzuzeigen. Zudem ist es möglich, aus dem FontExplorer X Pro den Font-Cache von QuarkXPress 8 zu löschen. Der FontExplorer unterstützt die Verwaltung von Schriften und bietet eine Vielzahl von Funktionen, mit denen sich die Nutzung von Fonts kontrollieren lässt. Mit dem Programm können Fonts anhand vorgegebener Kriterien aktiviert und deaktiviert werden. Zudem lässt sich der Zugriff auf die Schriften nach einem benutzerdefinierten Schlüsselwort konfigurieren.

► www.fontexplorerx.com

Kodak ERGÄNZUNG DES FLEXCEL NX SYSTEMS

Kodak stellt eine neue Ergänzung des digitalen Kodak Flexcel NX Flexographic Systems vor, die für eine konstantere Druckfarbübertragung in der Flexorotation sorgt. Durch die Anwendung der neuen Kodak Digicap NX Rasterung auf das gesamte Druckbild können Anwender digitale Kodak Flexcel NX Flexoplaten herstellen, die über den gesamten Tonwertbereich für eine bessere Druckqualität und einen größeren reproduzierbaren Farbumfang sorgen. Damit bietet das Kodak Flexcel NX System neben konstanten Verhältnissen im Druck und der Übertragung feiner Hochlichtdetails nun auch die Wiedergabe intensiverer Farben. Diese neue Funktion, die in der Kodak TIFF Front End Software zur Anwendung kommt, nutzt die hohe Auflösung der Kodak Squarespot Bebilderungstechnologie und das 1:1-Reproduktionsvermögen des Flexcel NX Systems, um die druckende Oberfläche mit einer Mikrostruktur zu versehen. Anwender, die Flexodruckformen herstellen, können nun problemloser Vollton- und Rasterflächen auf ein und derselben Platte mischen.

► www.kodak.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Mit Update 8 hat **Enfocus** eine überarbeitete Version von Switch 08 freigegeben. Sie ist bei **Impressed** verfügbar. Enfocus Switch automatisiert den Empfang und den Versand, die Sortierung, Filterung und Verteilung von Daten. • **Editorial Televisa**, weltweit größter spanischsprachiger Verlag, stellt seine Produktion auf **vjoon K4** um. • Die neue Version 4.6 von **GMG ColorServer** und **GMG InkOptimizer** ist seit Kurzem im Fachhandel erhältlich. • **ColorLogic** hat den Farbserver **ZePrA** auf Version 1.2.5 aktualisiert. Neben der Unterstützung der aktuellsten Betriebssysteme von **Apple** und **Microsoft**, wurden auch Verbesserungen in der Integration mit MIS- und Workflow-Systemen eingebaut. Die neue Version ist bei **Impressed** erhältlich. • Die europäische Tochter von **Hallmark Cards** automatisiert ihren Workflow mit **Enfocus** Switch. Zum Einsatz kommt eine individuell abgestimmte Kombination aus Enfocus FullSwitch und PitStop Server. • **Sefas Innovation**, Hersteller der Software Suite Open-Print, setzt die Partnerschaftstrategie fort und unterschrieb mit Birdie Printing Consultancy BV und MaiosÓros einen Distributionsvertrag für die Niederlande, Belgien, Luxemburg, Deutschland, die Schweiz und Österreich.

callas software**UPDATE FÜR SOFTWARE
PDFTOOLBOX 4**

callas hat die vierte Version der pdfToolbox 4-Produktreihe mit PDF-Werkzeugen freigegeben. Bei voller Kompatibilität mit Mac OS X Snow Leopard und Windows 7 verfügt die Software über Module wie Transparenz-Reduzierung, optimierte Ausschneide- und ein neues Lizenzierungsverfahren.

➤ www.callassoftware.com

Linotype Library**ITC CHINO – EIN BERLINER
KIND**

Linotype hat mit der ITC Chino die Arbeit der beiden Berliner Designer Hannes von Döhren und Livius Dietzel veröffentlicht. Sie hatten sich zum Ziel gesetzt, eine Schrift zu schaffen, die ihre Heimatstadt widerspiegelt. Die Bandbreite der Schnitte reicht von fantasiereichen, an Handschriften erinnernde Display-Designs bis zu klaren Varianten,



ten, die sich für den Textsatz eignen. Insgesamt umfasst die ITC Chino zwei Auszeichnungsschnitte und fünf Textschnitte, von denen auch jeweils eine Italic-Version existiert. Die gesamte Familie ist im OpenType-Format mit automatischen Ligaturen, Kapitälchen und einem Ausbau für die meisten mitteleuropäischen und viele osteuropäischen Sprachen erhältlich.

➤ www.linotype.com

➤ www.itcchino.com

EskoArtwork**KONGBERG XP24 BEI DER STI GROUP
INSTALLIERT**

Mehr Flexibilität in der Kleinserienproduktion ist der Grund für die Installation einer Kongsberg XP24 von EskoArtwork bei der STI Group am Standort Bad Homburg. Seit September erweitert der digitale Arbeitstisch die Digitaldruck- und Weiterverarbeitungsabteilung zur Produktion von Kleinserien, die unter anderem über den neuen STI-Onlineshop für POS-Displays vertrieben werden. Mit dieser Online-Plattform greift die STI Group die wachsende Nachfrage nach individuell gestalteten Kleinserien auf und bietet dem Markt die Möglichkeit, aus einer Datenbank verschiedene Grundmodule auszuwählen, zu kombinieren und wahlweise mit einem vorgefertigten Motiv oder individuell gestaltet produzieren zu lassen.



In Kombination mit einer großformatigen HP Scitex-Digitaldruckanlage fertigt die 1.680 x 3.200 mm große Kongsberg Display- und Verpackungskonstruktionen ohne Stanzwerkzeugkosten. Durch die ebenfalls installierten Layoutanwendungen SignUp werden

die Nutzen auf dem Material möglichst platzsparend und effizient angeordnet. Für die STI Group ist die neue Kongsberg XP24 mittlerweile das vierte Weiterverarbeitungssystem von EskoArtwork.

Die Modelle der Kongsberg XP-Reihe sind Maschinen für die Kleinserienproduktion von Verpackungen und POS-Displays aus Wellpappe, Schaumstoff und Verbundplatten, Acrylglas, Displaykarton, Sperrholz und anderen starren Materialien bis zu einer Stärke von 50 mm. Die Kongsberg XP-Reihe ist in den Formaten 1.680 x 3.200 mm, 2.200 x 3.200 mm und 2.200 x 4.800 mm erhältlich.

➤ www.esko.com ➤ www.sti-group.com

GD-32X1 von JVC**NEUER SUPERFLACHER 32"-LCD-
MONITOR**

Der GD-32X1 von JVC ist ein flacher und leichter 32"-Full-HD-LCD-Bildschirm mit einem 10-Bit-Panel, der für eine brillante Bildwiedergabe konzipiert wurde. Bei einer Bautiefe von 6,4 mm an der dünnsten Stelle und einem Gewicht von 5,7 kg ist Monitor mit modernsten Technologien ausgestattet. Dabei reduziert die 100Hz/120Hz-Technologie die Bewegungsunschärfen erheblich. Durch die Reproduktion von 90% des Adobe RGB-Farbraums über-



zeugt der Monitor durch eine realistische Farbwiedergabe. Darüber hinaus arbeitet der GD-32X1 mit einem LED-Edge-Lighting-System, was sowohl die extrem flache und leichte Bauform ermöglichte.

➤ www.jvcpro.de

Kostenloser Download**CLEVERPRINTING-INDESIGN-
SCHULUNGSHANDBUCH**

Die meist verwendete InDesign-Version ist nach wie vor InDesign CS3. Viele Anwender haben sich das Update auf die CS4 scheinbar gespart, die neuen Funktionen der CS4 waren für viele Anwender kein zwingender Anlass für ein Update. Die Braunschweiger Schulungsfirma Cleverprinting hat jetzt ihr InDesign-Schulungshandbuch allen InDesign-Anwendern kostenlos zum Download bereitgestellt. Das 174-seitige, interaktive PDF erklärt die Arbeit mit InDesign in allen Details, von den Grundeinstellungen bis hin zur PDF-Ausgabe. Das Buch behandelt vorrangig die CS3-Version, ist aber auch für Anwender von InDesign CS2 oder CS4 interessant, da sich die InDesign-Versionen in vielen Punkten kaum unterscheiden. Auch für erfahrene Anwender lohnt sich der Download, denn die interaktiven Lesezeichen sowie die Suchfunktion ermöglichen ein schnelles Auffinden von Inhalten.

➤ www.cleverprinting.de



w&co erleichtert Briefing KATALOGSEITEN DIGITAL PLANEN

Mit dem PlugIn »OnlineBriefing« stellt w&co MediaServices in seiner integrierten Multichannel-Marketing-Lösung OnlineMediaNet allen Prozessbeteiligten eine Unterstützung zur virtuellen Planung von Werbemitteln und Publikationen zur Verfügung. Komplette Katalogseiten können hier mit Bildern und Texten bestückt werden. Zur Erstellung stehen Mustervorlagen zur Verfügung, aber auch die Erstellung neuer Templates ist ohne Programmierkenntnisse in wenigen Minuten möglich. Fotografen, Grafiker und Texter erfahren anhand dieser Vorlagen, an welchen Stellen sie Bilder sowie Textboxen positionieren sollen.

► www.w-co.de

Elmshorner Wirtschaftsakademie NEUER SCHNEIDPLOTTER FÜR AUS- UND WEITERBILDUNG

Die angehenden Verpackungsmittelmechaniker und Ausbilder des Fachbereichs Technik/Papierverarbeitung der Elmshorner Niederlas-



sung der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH erhielten im November 2009 einen Aristo Schneidplotter. Im Rahmen eines Ausbildertreffens mit Vorträgen des HPV und der DVS System Software GmbH erfolgte die Übergabe des CNC Cutters durch Herrn Winterl, Geschäftsführer Aristo Graphic System an die Leiterin der Niederlassung, Frau Mohr.

► www.dvserp.de

Mac OS X Snow Leopard

APPLE'S BETRIEBSSYSTEM SICHER BEDIENEN: IM BUCH NACHSCHLAGEN ODER PER VIDEOTRAINING

Kai Surendorf / Jens Martens

Zunächst zur klassischen Version des Buches – oder besser Nachschlagewerkes. Denn wer wird auch beim größten Wissensdurst ein Werk mit über 850 Seiten am Stück lesen (wollen)? Schließlich hat der Nachfolger des Bestsellers zur Leopard-Version rund 90 Seiten mehr, ist vollständig aktualisiert auf Mac OS X Snow Leopard, ist um alle Neuerungen und mit neuen Kapiteln erweitert. Das Buch, das immerhin fast 2 kg auf die Waage bringt, zeigt auf, wie der Mac unter Einsatz von OS X Snow Leopard optimal zu bedienen und zu konfigurieren ist, wie Benutzer, Netzwerke und Drucker zu administrieren, Aufgaben zu automatisieren und Probleme zu lösen sind. Umfassend, viele Tipps und Tricks, praxisbezogen: So lässt sich Kai Surendorfs Standardwerk zu Mac OS X am besten beschreiben.



► www.galileodesign.de
Galileo Design, 2010
856 Seiten, aktualisierte
und erweiterte Auflage,
gebunden
39,90 Euro
ISBN 978-3-89842-1475-9

Der Autor beschreibt wie sich effizient mit Finder, Terminal, Zugriffsrechten und Dateisystemen arbeiten lässt oder wie Programme wie Mail, iCal und Adressbuch optimal genutzt werden. Interessant auch das Kapitel, in dem Automatisierungen mit dem Automator und AppleScript beschrieben werden. Zudem werden Themen rund um das Vernetzen beschrieben, wie der Mac als Server eingesetzt wird, wie Windows und Linux auf dem Mac eingesetzt werden und wie Fehler

gefunden und selbst behoben werden können. Ein wertvolles Nachschlagewerk also, das sein Geld wert ist.

EINSTIEG IN DIE NEUE MAC-WELT

Wer das Betriebssystem (und weitere Apple-Produkte)

lieber durch Zuschauen und Mitmachen kennenlernen will, dem stellt der Verlag Galileo Design ein Video-Training zur Verfügung. Der Trainer Jens Martens zeigt im Video auf DVD mit einer Gesamtspieldauer von 14 Stunden jeden Arbeitsschritt. So lässt sich konkret verfolgen, was und wie der Trainer es macht. Und wer will, schaltet den Live-Modus ein, um die Lektionen in der eigenen Arbeitsumgebung nachzuvollziehen. Dabei lässt sich das Video-Training auf das individuelle Lerntempo einstellen. So wird Lernen individuell und kurzweilig!

Außerdem widmet sich das Training auch dem Office- und Multimedia-Angebot für den Mac und wirft einen Blick auf die Programme iLife 09 und iWork 09 sowie die Interaktion von Mac und iPhone. So gesehen, das Rundum-Sorglos-Paket für den Einstieg in die neue Mac-Welt!



► www.galileodesign.de
Galileo Design, DVD, 2010
14 Stunden Gesamtspielzeit
34,90 Euro
ISBN 978-3-8362-1503-9

Ysobel von Robin Nicholas TEXT- UND AUSZEICHNUNGSSCHRIFT IN EINEM

Linotype hat mit der Ysobel eine neue Schrift von Robin Nicholas veröffentlicht. Die Ysobel ist eine Serifenschrift, die von der Anfang des 20. Jahrhunderts erschienenen Century-Schriftfamilie inspiriert wurde. Der Entwurf begann mit der Textversion in vier Schriftstärken. Später erweiterte Nicholas die Familie mit der Ysobel Display um eine komplett neu gestaltete Aus-



zeichnungsschrift. Text- und Display-Version sind jeweils als Antiqua- und Kursiv-Variante erhältlich. Insgesamt umfasst die Schriftfamilie zwanzig Schnitte. Das Ziel, das Nicholas bei der Gestaltung der Ysobel verfolgte, war eine gut lesbare Schrift in einem sauberen und modernen Look zu schaffen.

► www.linotype.com

XPressMath für QuarkXPress 8

BALD ALS KOSTENLOSER DOWNLOAD ERHÄLTICH

Quark kündigte XPressMath an, eine kostenlosen XTension, die das Erstellen anspruchsvoller mathematischer Gleichungen in QuarkXPress-Projekten ermöglicht. Durch das einfache Menü sowie Zeichen- und Tastenfolgen können Text und mathematische Gleichungen effizient kombiniert werden, wodurch die Software zum idealen Tool für Verlage und Schriftsetzer wird.

► www.quark.com



Neubau, neues Format und neuer Partner

Mit der schweizweit ersten Speedmaster XL 145 steigt die Schläefli & Maurer AG in eine neue Formatdimension ein

Am 4. Juni 2009 unterzeichneten die Schläefli & Maurer AG und die Heidelberg Schweiz AG auf Schloss Kiesen den Vertrag über moderne Produktionstechnik in Vorstufe, Drucksaal und Weiterverarbeitung. Herausragendes Merkmal: mit der Bestellung der schweizweit ersten Großformatmaschine Speedmaster XL 145 in Fünffarbenaussführung plus Lackierwerk verdoppelte das stets auf Innovation bedachte Berner Oberländer Unternehmen das Format von bislang 72 x 104 cm auf 106 x 145 cm. Neben der Speedmaster XL 145 ging eine Speedmaster XL 105-5+L mit fünf Farbwerken und Lackierwerk in Produktion. Sie wird jenes Auftragsvolumen bewältigen, das bislang in Interlaken auf einer Speedmaster SM 74-10-P und einer SM 102-6-P produziert wurde. Der jetzige Investitionsschritt markiert zugleich den Abschied von der Wendetechnologie und die Hinwendung zu Bogenoffsettechnik für den reinen Geradeausdruck.

Überdurchschnittliches Wachstum

Für Rolf Hänni, der die Schläefli & Maurer AG seit 20 Jahren als CEO mit Erfolg leitet, öffnet der Schritt in

das Großformat neue Marktsegmente: »Mit unserer Investition in modernste Produktionstechnik von Heidelberg streben wir ein jährliches Wachstum von zehn Prozent an. Wir wollen die Speedmaster XL 145 für Kalender, Stadtpläne, Landkarten, Bücher, Zeitschriften, Geschäftsberichte und Imagebroschüren sowie für Plakate und Kartonnagen einsetzen«, hält Rolf Hänni fest. Großes Potenzial ortet er bei Standardaufträgen, die Schläefli & Maurer unter anderem über das Internet gewinnt und im Format 6 in Sammelformen noch günstiger produzieren kann.

Zum rechten Zeitpunkt auf modernstem Stand

Nach den Worten von Konrad Maurer, Delegierter des Verwaltungsrats, bringt Schläefli & Maurer ihre Produktionstechnik zum richtigen Zeitpunkt auf den modernsten Stand. »Ein derartiges Projekt verlangt Mut und Gottvertrauen, umso mehr, als die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen momentan nicht einfach sind. Mit dieser Investition schaffen wir allerdings die Voraussetzungen für ein solides Wachstum des Unternehmens. Es ist in jeder Hinsicht ein großer Schritt, der an alle Beteiligten organisatorisch, planerisch und technisch enorm hohe Anforderungen stellt«, so Konrad Maurer.

Uetendorf bei Thun ist zurzeit Ort von Schweizer Premierien. Neben der ersten Großformatmaschine Speedmaster XL 145 von Heidelberg feiert auch das CtP-System Suprasetter 145 seinen Einstand. Nachdem im Dezember 2009 mit der Einbringung und Montage begonnen wurde, steht die moderne Technik inzwischen im Produktionseinsatz.

Mit der Anlieferung des über 9 m langen Auslegers der Speedmaster XL 145-5+L wurde bei der Schläefli & Maurer AG die Montagephase am 8. Dezember 2009 eingeleitet.





Zufriedene Gesichter vor verschneiter Alpenkulisse: Rolf Hänni, CEO Schläefli & Maurer AG, flankiert von Carsten Heitkamp, CEO Heidelberg Schweiz AG (rechts) und Ruedi Schulthess, Key Account Manager Heidelberg Schweiz AG.



Mit der Anlieferung des über 9 m langen Auslegers der Speedmaster XL 145 – er bietet sieben DryStar-Trocknermodulen Platz – lief am 8. Dezember 2009 die zweite Phase des Großprojektes an. In den darauffolgenden Tagen und Wochen wurden die beiden Bogenoffsetmaschinen, die SM XL 145-5+L und die SM XL 105-5+L sowie das Computer-to-Plate-System SupraSetter 145 am neu bezogenen Produktionsstandort in Uetendorf bei Thun aufgebaut. In der Weiterverarbeitung ist die indus-

trielle Produktion im Großformat mit einer Kombifalzmaschine Stahlfolder 112 (vier Taschen plus Kreuzbruch) und einer Schneidstraße von Polar-Mohr mit dem Schnellschneider Polar 155 XT und vollautomatischem Rüttler Autojog sichergestellt.

Die Druckmaschinen sind Teil eines Klimatechnikkonzepts und werden über die effizient und sparsam arbeitende Star-Peripherie von Heidelberg mit Wärme, Luft, Kühlmittel und konditioniertem Feuchtwasser versorgt. Seit Mitte Januar wird auf den neuen Anlagen produziert.

Gemeinsam mit Wittwer Offset

Per Januar 2010 haben die auf Kartonnagen spezialisierte Wittwer Offset AG in Heimberg und die Schläefli & Maurer AG ihre Druckereien zu-

sammgelegt. Mit der Konzentration der Druckkapazitäten in Uetendorf schaffen die beiden Partner neue Synergien und nutzen die Großformatdruckkapazität auch für die Herstellung hochwertiger Verpackungen. In diesem Zusammenhang werden von Wittwer Offset Display-Erzeugnisse erwähnt, deren kaschierfreie Herstellung auf der SM XL 145 möglich ist.

Wittwer Offset bringt neben den bestehenden Kundenbeziehungen das gesamte Know-how rund um exklusive Kartonnagen in das gemeinsame Unternehmen mit ein. Die Arbeitsprozesse wie Kaschieren, Kleben und Stanzen verbleiben vorerst im nur wenige Kilometer entfernten Heimberg, mittelfristig sollen aber auch diese Fertigungsschritte nach Uetendorf verlegt werden.

Der Mitinhaber und Geschäftsführer Markus Wittwer: »Der Zusammenschluss macht für beide Unternehmen Sinn, zumal das Format und die Ausstattung der neuen Produktionsmittel exakt mit den Anforderungen der Wittwer Offset AG übereinstimmen und wir unsere Wettbewerbsfähigkeit stärken können. Wir freuen uns auch deshalb auf die Zusammenarbeit, weil wir uns von der Qualität und der Leistungsfähigkeit der neuen Produktionstechnik in Heidelberg selbst überzeugen konnten.«

Technisch und geografisch gut aufgestellt

Die Schläefli & Maurer AG legt ihren Produktionsschwerpunkt auf den Standort Uetendorf. Dieser Betrieb konzentriert sich auf die Formate 75 x 105 cm und 106 x 145 cm. Das A3-Format mit voll ausgebauter Druckvorstufe, einer Speedmaster SM 52-4 und der ganzen Beratungskompetenz verbleibt in Interlaken. Derzeit ist in Spiez der Farbdigitaldruck beheimatet, wobei das Team von dort aus zugleich die ganzheitliche Betreuung der Kundschaft aus den Marktgebieten Kandertal, Simmental und Wallis wahrnimmt.

Neben dem Heimmarkt Berner Oberland zählt die Schläefli & Maurer AG in der übrigen deutschsprachigen Schweiz auf eine treue Kundschaft. Mit der jetzt geschaffenen technischen und geografischen Konstellation sieht sich das Unternehmen für eine weiterhin prosperierende Entwicklung gut aufgestellt.

➤ www.ch.heidelberg.com

➤ www.schlaefli.ch

➤ www.wittwer-offset.ch

Ein Projekt der ganz neuen Dimensionen. Im Bild von links: André Dähler, Schläefli & Maurer AG; Urs Saner, Heidelberg Schweiz AG; Konrad Maurer, Schläefli & Maurer AG; Carsten Heitkamp, Heidelberg Schweiz AG; Rolf Hänni, Schläefli & Maurer AG; Ruedi Schulthess, Heidelberg Schweiz AG; Markus Wittwer, Wittwer Offset AG.





Blickfang am POS

Kaltfolie – eine echte Veredelungsalternative: Was man über den Kaltfolientransfer wissen sollte

Für den Kunden sind sie schön, anmutend, edel und attraktiv. Für die Druckerei stellen sie ein zusätzliches Wertschöpfungspotenzial dar: Hochwertige Kaltfolienapplikationen, die für Value Added Printing, den Mehrwert im Druck stehen.

Ob Verpackungen, Etiketten, Akzidenzen – sie alle können durch ein Überdrucken von Druckfarbe inline in den direkt nachfolgenden Druckwerken auf die metallischen Partikel weiterveredelt werden. Diese Partikel werden nur an den gewünschten Stellen von der Trägerfolie abgelöst und auf das Papier übertragen. Zusatzkosten für teure Prägeformen wie beim Heißfolienverfahren entfallen ebenso wie zusätzliche externe Produktionsschritte.

Das Kaltfolientransferv Verfahren

Die Kaltfolie kann inline verarbeitet werden, minimiert dadurch die Fertigungsschritte und der Auftrag kann schneller ausgeliefert werden. Im Vergleich zur Heißfolienprägung können mit der Kaltfolienapplikation feinste Linien und Elemente realisiert werden. Eine Eigenschaft, die sich im Verpackungsdruck auch bei der Integration von Sicherheitselementen bewährt hat.

Mit dem Roland InlineFoilier Prindor können Vollflächen, feinste Details und Strichelemente sowie Rasterflächen dargestellt werden. Volltonflächen sind im Vergleich zur Heißfolienprägung etwas weniger brillant, da der Hitzeeinfluss entfällt. Rasterflächen sind bis zu einer Rasterweite von 60 Linien pro Zentimeter qualitativ hochwertig darstellbar. Abhängig von eingesetzter Kaltfolie und Bedruckstoff können Flächendeckungen von 20% bis 80% wiedergegeben werden. Feine Linienelemente (0,25 p), Schriften (4 p) und Details werden in hoher Qualität und Randschärfe dargestellt. Ein nachträgliches Prägen der folienveredelten Bogen in einem zweiten Durchgang ist möglich.

Verbrauchsmaterialien

Welche Komponenten bei der Kaltfolienveredelung zum Einsatz kommen und wie sie sich von den Verbrauchsmaterialien im konventionellen Druck unterscheiden, hat manroland in einem Start-up-Set dokumentiert. Unter der Marke printcom werden alle verfahrenstechnischen Systemkomponenten für den technisch einwandfreien Betrieb des Roland InlineFoilier Prindor geliefert. Es kann aber auch auf Verbrauchsmaterialien anderer Hersteller zurückgegriffen werden.

Samstagabend, eine junge Frau sitzt vor dem Spiegel. Sie schminkt sich, ein Hauch Parfüm – sie hat sich ganz bewusst für den Duft entschieden, wegen des Geruchs. Aber neugierig wurde sie durch die Verpackung. Die war irgendwie attraktiver als gewohnt. Sie glänzt, hat Farbschattierungen, strahlt in

Metallictönen:
Kaltfolie lässt
niemanden kalt.





Das Kaltfolienveredelungsmodul InlineFoiler Prindor an einer Roland 700 HiPrint. Die rlc | packaging group, Hannover, veredelt hochwertige Körperpflege- und Kosmetikverpackungen mit dem Inline-Foiler.



Kaltfolie, Farben und Lacke

Kaltfolien sind in unterschiedlichen Farbtönen und Oberflächengüten (glänzend, matt) sowie mit holografischen Effekten erhältlich. Der prinzipielle Aufbau bleibt dabei gleich. Der jeweilige Farbeindruck entsteht durch das Kolorieren der Schutzlack-schicht. Die Zusammensetzung der Trennschicht (Silikon) ist maßgeblich für das Ablöseverhalten der Folie sowie die Überdruckbarkeit mit dem jeweiligen Farbsystem (konventionell/UV) verantwortlich. Einige Folientypen weisen eine so genannte Klebeschicht auf, die eine Verbindung zur adhäsiven Farbe eingeht und Einfluss auf das Trocknungsverhalten hat.

Durch den Inline-Überdruck der applizierten Folie mit den Prozessfarben CMYK kann ein beeindruckender Farbraum erreicht werden. Die meisten Jobs können daher mit nur einem Typ Silber-Folie produziert werden. Die Applikationen sind auf gestrichenem Papier, Karton, Naturpapier, saugenden oder strukturierten Bedruckstoffen möglich. Applikationen auf gestrichenen Bedruckstoffen können UV-überdruckt werden. Eine Schutzlackierung wird insbesondere beim Überdrucken mit hoher Farbbelegung empfohlen.

Gummituch

Zur Veredelung mit Kaltfolie wird anstatt des normalen Drucktuchs

ein spezifisches Tuch eingesetzt. Neben der verzugsfreien Folienführung im Applikationsspalt überzeugt das Gummituch mit der der optimalen Übertragung der metallisierten Flächen, Raster und Details durch spezielle Oberflächeneigenschaften.

Kaltfolienkleber

Der im Bogenoffset eingesetzte Kaltfolienkleber ist eine ölbasierende Druckfarbe mit reduzierter Anzahl an Pigmenten und einer höheren Zügigkeit. Dieser erhöhte Tack ist wichtig für eine vollständige Ablösung der Schmuckschicht vom Trägermaterial. Qualitätsschwankungen in der Produktion lassen sich über eine fortlaufende Farbregelung

der adhäsiven Farbe über die Auflage minimieren. Die Dichte lässt sich während der Produktion densitometrisch erfassen und regeln.

Upgrade

Die Druckwerke können als normale Druckwerke genutzt werden, wenn keine Folienapplikation erfolgt. Der Roland InlineFoiler Prindor ist für die Roland 500 ebenso als Upgrade erhältlich wie er für die Baureihen der Roland 700 HiPrint ab 2004 nachrüstbar ist.

► www.manroland.com



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst der Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay und Texten von Hans-Georg Wenke. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 €.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50





1000. Großformat-Rapida in Wustermark

Der Jubiläums-Jumbo startet im Druckhaus Berlin-Mitte

Diese Fünffarben-Rapida 162a wurde im neuen Werk Wustermark aufgestellt und Anfang Dezember 2009 in Betrieb genommen. Die Rapida 162a im Format 120 x 162 cm ist bereits der zweite Jumbo in dem für seine Innovationskraft bekannten Druckunternehmen, das neben dem Stammsitz in der Berliner Schützenstraße noch eine Niederlassung in Großbeeren unterhält.

Zur Einweihung des neuen Standortes und der neuen Maschine gaben sich zahlreiche Gäste und Lieferanten die Ehre. Schließlich wird nicht jeden Tag die 1000. Anlage einer Baureihe eingeweiht. Bei der Begrüßung wies Vertriebsleiter Martin Lind darauf hin, dass die Entscheidung für die neue Rapida 162a und den neuen Standort Wustermark in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld gefallen sei. Nicht nur die Maschinenbauer könnten von der zurückhaltenden Investitionsbereitschaft ein Lied singen, auch die Druckindustrie habe mit sinkenden Auftragsvolumen zu kämpfen. Das Druckhaus Berlin-Mitte sei aber gut aufgestellt. Besonders das beispielhafte Umwelt-Engagement des Unternehmens wird von den Auftraggebern und neuen Kunden immer

intensiver wahrgenommen. Mit den hohen Investitionen unterstreicht das Management von Berlin-Mitte seinen Optimismus für zukünftiges Wachstum durch eine nachhaltigen Unternehmenspolitik.

»Katharina die Große«

Prokurist Ronald Krögler vom Druckhaus Berlin-Mitte und KBA-Vertriebsleiter Michael Grieger taufen die große Maschine passend auf den Namen Katharina. Die hoch automatisierte Fünffarben-Rapida 162a mit Lackturm und verlängerter Auslage ist speziell für die Verarbeitung von Kartonagen und Mikrowelle ausgestattet. Sie steht auf einem 630 mm hohen Betonfundament und kann Stapelhöhen bis 2 m verarbeiten. Nonstop-Einrichtungen am Anleger und in der Auslage, Plattenwechselvollautomaten, Inklinal-Farbversorgung und Impact-Waschsysteme sorgen für eine hohe Produktivität. Über LogoTronic professional ist die Maschine mit der Druckvorstufe und dem Stammsitz des Druckhauses im Berliner Stadtzentrum vernetzt. Eine hohe Druckqualität wird durch Densitronic professional für die densitometrische und spektrale Farbmessung und -regelung sichergestellt. Den »Jungferndruck« mit einem schnellen Auftragswechsel modellierte KBA-Marketingleiter Jürgen

Zur drupa 1995 hat KBA die Rapida-Baureihe im Jumbo-Format eingeführt. 15.000 Bogen/Stunde und Automatisierungslösungen wie im Mittelformat führten in den Folgejahren zu starker Nachfrage. Im Herbst wurde nun schon der 1.000. Rapida-Jumbo ausgeliefert und ging an das auf vielen Gebieten innovative Druckhaus Berlin-Mitte.



Prokurist Ronald Krögler (rechts, neben KBA-Marketingleiter Jürgen Veil, und KBA-Vertriebsleiter Michael Grieger, links) startet den ersten Druckauftrag am 1000. Rapida-Jumbo.



Die Rapida am neuen Standort Wustermark des Druckhaus Berlin-Mitte ist höher gesetzt und voll automatisiert.

Veil. Von einer Weltkarte auf 135-Gramm-Papier erfolgte der Wechsel auf einen Weihnachtsbaum für Hobbybastler auf Karton.

Veil erläuterte dabei unter anderem den hoch automatisierten und kostensparenden Wechsel der Lackplatte. Daneben kommen in der Rapida 162a ausschließlich lebensmittelkonforme Schmiermittel zum Einsatz. Die Maschine ist darüber hinaus emissionsgeprüft und trägt das Öko-Label der BG Druck und Papierverarbeitung.

Mit dem Kapazitätswachstum ist das Druckhaus nun in der Lage pro Stunde 750.000 Seiten im A4-Format zu produzieren.

Herausragendes Umwelt-Management

Ökologische Druckproduktion ist ein zentrales Unternehmensziel beim

Kein neues Modell, sondern ein Signal bei der Produktionspremiere des 1.000. Rapida-Jumbos.



Druckhaus Berlin-Mitte. Das Druckhaus verfügt über vier Umwelt-Zertifizierungen und bietet auf Wunsch auch die klimaneutrale Druckproduktion (Climate-Partner-Prozess) an. Im Unternehmen kommen 25% FSC-Materialien zum Einsatz, obwohl auf Kundenwunsch nur etwa 3% der Produktionen mit FSC-Logo gekennzeichnet werden. Wie alle anderen Maschinen wird die Rapida 162a vom SID nach ProzessStandard Offset zertifiziert. Betrieben wird die Technik des Druckhauses Berlin-Mitte bereits jetzt mit Öko-Strom. Ab 2010 soll Elektroenergie aus reiner Wasserkraft eingekauft werden, um den Beitrag zur Verringerung des weltweiten Kohlendioxid-Ausstoßes weiter zu steigern.

Fachgespräche und ein Rundgang durch die mit moderner Kaschier- und Stanztechnik ausgestatteten Fertigungshallen des Kooperationspartners Panther-Display rundeten eine abwechslungsreiche Maschinen-Premiere ab.

» www.druckhaus-berlin-mitte.de
» www.kba.com



Im Verpackungsdruck wird weiterhin investiert

VERPACKUNGSDRUCKER SETZEN AUF KBA-BOGENOFFSETTECHNIK

Der Auftragseingang bei Bogenoffsetmaschinen hat bei KBA seit April 2009 angezogen und blieb auch über den Sommer hinweg auf einem ordentlichen Niveau, meldet KBA. Dazu habe nicht nur das 2009 besonders lebendige China-Geschäft beigetragen. Unter den Bestellungen und Lieferungen der letzten Monate im Mittel- und Großformat waren nach einer zwischenzeitlichen Flaute auch wieder viele Anlagen für Verpackungs- und Displaydrucker in Deutschland, Europa und Übersee.

So ging bei Thimm Display in Wörrstadt vor kurzem eine Rapida 142 mit sechs Farbwerken und Lackturm in Betrieb. Für eine Achtfarben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung entschied sich Bernholz Verpackungen in Bad Salzuflen. Mugler Werbe- und Verpackungsdruck aus Wüstenbrand erhielt eine höher gesetzte Sechsfarben-Rapida 106 mit Lackturm und Direktantriebstechnik DriveTronic SPC, Liebau Display & Verpackung aus Mühlhausen eine Siebenfarben-Rapida 105 mit Lackturm.

Gleich drei Doppellack-Jumbos haben polnische Verpackungsdruckunternehmen bestellt: Eine Rapida 162a mit sechs Farbwerken und zwei Lacktürmen wird an das Unternehmen Werner Kenkel Spolka in Krzycko Male, südlich von Poznan, geliefert. Eine nahezu baugleiche Maschine geht im Sommer 2010 an TFP in Poznan. Kartopak in Nova Sol erhält etwa zur gleichen Zeit ebenfalls eine KBA Rapida 142 in ähnlicher Konfiguration mit Doppellack.

Auch in Italien, den USA und Kanada gibt es trotz der Konjunkturprobleme wieder interessante Installationen und Neubestellungen. So erhielt zum Beispiel Industria Grafica Vedano aus Burago eine Sechsfarben-Rapida 142 mit Lackturm, Auslageverlängerung und Kartonpaket. W.G. Anderson in Hamel, Minnesota/USA, hat im Spätsommer eine Rapida 142 mit sieben Farbwerken, Lackturm, Nonstop-Automatik und Plattenwechsel-Automaten in Betrieb genommen. Eine gleichartige Maschine erhielt Master Packaging in Charlotte Town auf Prince Edward Island in Kanada. Beim kanadischen Verpackungsproduzenten Boehmer Box im Bundesstaat Ontario wurde eine Sechsfarben-Rapida 142 mit Lack installiert. Bei A.V.I.D. Ink in Los Angeles ist gerade eine Fünffarben-Rapida 162 mit Lackturm angelaufen, deren Drucke später im Transferverfahren auf Textilien übertragen werden.



» www.kba.com

Dank vieler Aufträge von Verpackungsdruckern aus aller Welt ist die Großformat-Montagehalle im KBA-Werk Radebeul gut gefüllt.



Mathias Bäuerle GmbH

PHARMAFALZEINRICHTUNG FÜR MINIMALE FALZLÄNGEN

Die vollautomatischen Falzmaschinen der Baureihe prestigeFold NET können ab sofort mit einer neuen Pharmafalzeinrichtung ausgerüstet werden. Durch diese Zusatzausstattung ist die Herstellung von Produkten mit einer minimalen Falzlänge von 28 mm möglich.

► www.mb-bauerle.de

»Schnabeleffekt« entfällt ORDNER UND RINGMAPPEN MIT VIERFACHNUTUNG

Achilles bietet Ordner mit Vierfach-Nutung an mit dem Vorteil, dass Vorder- und Rückseite eng beieinander liegen und der »Schnabeleffekt« entfällt.

► www.achilles-app.de



flyeralarm

TECHNISCHE ABNAHME DER NEUEN MASCHINEN

Mit hervorragenden Ergebnissen hat flyeralarm die technische Abnahme der beiden Großformat-Bogendruckmaschinen Heidelberg XL 145 abgeschlossen. Die Maschinenabnahme wurde vom Verband der Druckindustrie in Zusammenarbeit mit unabhängigen Gutachterfirmen durchgeführt.

► www.flyeralarm.de

Pecom-Vernetzung

NEWSPRINTERS AN DREI STANDORTEN

19 Colorman XXL-Anlagen von Newsprinters, der Produktionsfirma von Rupert Murdoch's »News International«, sind an drei Standorten über printnet vernetzt. Als Bestandteil von printnet steuert Pecom die Produktionen. Die Anlagen werden 24/7 präventiv durch Smartmonitoring überwacht.

► www.manroland.com

Heidelberg Großformatmaschinen

RUND 30 MASCHINEN VERKAUFT: »ZIEL ERREICHT«

»Wir haben das Ziel erreicht, etablierte Großformat-Nutzer durch ein neues Maschinenkonzept für Heidelberg zu gewinnen«, erklärt Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG. Seit der Markteinführung zur drupa 2008 wurden rund 30 Maschinen der neuen Großformate 145 und 162 weltweit ver-



kauft. »Besonders stolz sind wir, dass wir in dem für uns wichtigen Segment Verpackungsdruck mit den Großformatmaschinen Erfolge erzielen konnten«, so Schreier weiter.

Kürzlich hat sich einer der größten nordamerikanischen Verpackungsdrucker für die zweite Speedmaster XL 162 entschieden. Aktuell wird bei einer deutschen Verpackungsdruckerei die erste Speedmaster XL 145 mit Doppellack-Technologie installiert. Die Druckerei will mit der Maschine eine Vielzahl neuer Veredelungsmöglichkeiten umsetzen. Im Akzidenzbereich hat das Druckhaus Mainfranken, Tochterunternehmen von Schleunungdruck und des Online-Portals Flyeralarm, kürz-

lich die zweite XL 145-4 in Betrieb genommen. Beide Maschinen im 6er-Format verfügen über Prinect Inpress Control. Das spektralfotometrische Inline-Messsystem misst und regelt Farbe und Passer automatisch bei laufender Maschine und unabhängig von der Geschwindigkeit. Dies erhöht die Produktivität, da die beim Einrichten üblichen Prohebogen-Entnahmen und ein Anhalten der Maschine entfallen. Bei der Druckerei Biewald in Hannover steht seit Anfang des Jahres eine Speedmaster XL 162, die im großformatigen Akzidenzdruck eingesetzt wird. Die 7B-Maschine mit fünf Farben plus Lack produziert neben Akzidenzen insbesondere auch Displays. Rund die Hälfte aller bisher verkauften Maschinen ging in den Verpackungsbereich (Faltschachtel und Display). Die andere Hälfte wird im Akzidenz- und Verlagsdruck eingesetzt. Insgesamt befinden sich zwölf Maschinen bereits in Produktion. Spitzenreiter bei den Installationen und Verkäufen ist Deutschland, gefolgt von Frankreich, Italien und den USA.

► www.heidelberg.com

Premiumbereich erweitert

ROTEK IM VERTRIEB DER GRAFISCHEN SYSTEME

Die Grafische Systeme GmbH (GS) hat den Vertrieb für Rotatek im deutschsprachigen Raum und für Skandinavien übernommen. Als Zulieferer für die Etikettendruckindustrie kann GS mit den Maschinen von Rotatek das Programm im Premiumbereich erweitern.

Die neueste Entwicklung aus dem Haus Rotatek heißt »Universal« und ist eine rotative formatvariable Hybridmaschine. Neben Werken für Offset-, Flexo- und Siebdruck wird für die Universal auch Tiefdruck angeboten. Eine maximale Geschwindigkeit von 350 m/min und Druckformate zwischen 400 und 800 mm Länge bei 500 mm Breite gewährleisten hohe Produktivität. Formatwechsel werden mit Sleeves über Platten- und Gummituchzylinder vorgenommen.

Die »Brava« ist eine formatvariable Offsetdruckmaschine, die sowohl semirotativ als auch vollrotativ betrieben werden kann. Bei Bahnbreiten zwischen 150 und 450 mm und Formatlängen zwischen 120 und 350 mm wird eine maximale Geschwindigkeit von 65 m/min erreicht. Möglich ist auch die Kombination aus einem Bereich, der die Wahl zwischen semirotativ und rotativ läßt, mit einem zweiten, der immer rotativ läuft. Für die modulare Konfiguration stehen Nassoffset-, Flexo- und Siebdruckwerke, UV-Trocknung, Heißfolien- und Blindprägeeinheiten, Stanzwerke und Laminiereinheiten zur Verfügung.

► www.schischke.de





Flexibilität im Anzeigengeschäft KARTENKLEBER VALUELINER VON MÜLLER MARTINI

Karten sind ein kostengünstiger und einfach zu beschaffener Werbeträger und garantieren Werbetbotschaften eine hohe Aufmerksamkeit. Der »eye catcher«-Effekt auf der Vorder- oder Rückseite einer Zeitung erzielt hohe Rücklaufquoten und macht diese Werbeform für Anzeigenkunden interessant. Der Kartenkleber Valueliner steigert die Flexibilität im Verlagsmarketing und



verspricht, bei zusätzlicher Wertschöpfung im Versandraum, einen attraktiven ROI. Als Komponente des modularen Versandraum-Konzepts von Müller Martini kann der ValueLiner in bestehende Produktionslinien, unabhängig vom Lieferanten, integriert werden. Durch kurze Einricht- und Umrüstzeiten ist der ValueLiner flexibel einsetzbar. Ändern sich Zeitungsformat, Karten oder die Aufbringung auf Vorderbeziehungsweise Rückseite ist er mit wenigen Einstellungen umgerüstet. Der Arbeitsprozess findet auf Tischhöhe statt, wodurch die Maschine übersichtlich und ergonomisch zu bedienen ist.

➤ www.mullermartini.com

KBA Report Nr. 35 NOCH EINIGES LOS IN DER DRUCKINDUSTRIE

Der KBA Report Nr. 35 zeigt viele Beispiele, dass trotz Wirtschaftskrise in der internationalen Druckbranche noch immer eine Menge los ist. Druckbetriebe aus aller Welt werden in der Kundenzeitschrift vorgestellt. Der Inhalt reicht von der 1.000. Rapida-Großformatmaschine für das Druckhaus Berlin-Mitte über die Bogenoffset-Premiere des fliegenden Jobwechsels auf einer Rapida 106 im Allgäu (siehe auch Druckmarkt 61, Seite 32) bis zum 4-über-4-Magazindruck im 6er-Bogenformat in Frankreich und zum Hochleistungs-Bücherdruck von der Compacta-Rolle in Italien. Für Zeitungsdrucker sind die Neuigkeiten rund um die KBA Cortina interessant, ebenso der Bericht über die erste echte Berliner-Zeitungsrotation in den USA oder das Interview mit Fatih Altayli, dem Mitbegründer und Chefredakteur der türkischen Tageszeitung Habertürk, die in magazinähnlicher Form und Qualität produziert wird. Auch Anhänger der kleinen Maschinen Rapida 75 oder Genius 52UV finden im Report Anwenderberichte. Der deutschen Ausgabe liegt ein hilfreiches Glossar über Druckfarben bei. In sachkundiger und verständlicher Form erläutert Dieter Kleeberg Begriffe, Effekte, Anwendungen, Prüfmethoden.

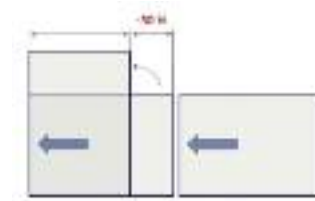
KBA Report kann beim zentralen Marketing angefordert werden.

➤ www.kba.com

Heidelberger Druckmaschinen AG

LEISTUNGSSTEIGERUNG DURCH QUERANLEGEN BEIM FALZEN

Durch einen einfachen Dreh um 90° der zu falzenden Bogen am Anleger, zusammen mit der neuen pneumatischen Doppelstromweiche vor der zweiten



Station, konnten die Entwickler der Heidelberger Druckmaschinen AG die Produktivität der Taschenfalzmaschinen der Stahlfolder TH- und TD-Serien steigern. Durch die geringere Einlauflänge des Bogens bei gleicher Maschinengeschwindigkeit liegt die Leistungssteigerung abhängig vom Bogenformat bei etwa 30%. Ohne die neue pneumatische Doppelstromweiche wurde bisher beim Queranlegen das Geschwindigkeitsproblem auf die zweite Station verlagert. Im Anleger und im ersten Parallelfalzwerk kam zwar die reduzierte Einlauflänge zum Tragen, jedoch musste auf der 90° gedrehten zweiten Station wieder die volle Einlauflänge transportiert werden. Darum war eine hohe Geschwindigkeit der zweiten Station notwendig, was zu Falzproblemen und Qualitätsminderungen führte. Die pneumatische Doppelstromweiche ermöglicht es, die Falzbogen auf der zweiten Falzstation parallel an zwei Linealen auszurichten und zu transportieren. Da auf diese Weise doppelt so viele Falzbogen transportiert werden, kann die Geschwindigkeit der zweiten Station somit um die Hälfte reduziert werden. Falzmaschinen der TD- und TH-Serien sind für den Einsatz der pneumatischen Doppelstromweiche optimal geeignet. Das Queranlegen der Falzbogen ermöglicht eine Anpassung der Falzschemata und bietet dadurch zusätzliche



Möglichkeiten der Einsparung von Papier und Zeit über den gesamten Produktionsstrang hinweg – von der Vorstufe bis zum fertigen Endprodukt.

➤ www.heidelberg.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Kürzlich hat die **Parzeller Druck- und Mediendienstleistungen GmbH & Co. KG** in Fulda eine doppeltbreite Commander-Rotation in 9er-Satellitenbauweise bei **Koenig & Bauer** in Auftrag gegeben. Bereits im Sommer 2010 soll die 32-Seiten-Maschine für den hochwertigen Vierfarbendruck in einem neuen Druckzentrum im Gewerbegebiet Eichenzell die Produktion aufnehmen. • Nach positiven Erfahrungen mit der im Juni am Hauptsitz des Druck- und Medienhauses **Schenkelberg** in Meckenheim bei Bonn installierten ProLiner-Linie entscheidet sich auch das Tochterunternehmen **Union Druckerei Weimar** für ein neues Versandraum-System von **Müller Martini**. • In Kokkola in Finnland entsteht mit **Botnia Print** eines der modernsten Druckzentren Europas. Ab Sommer 2010 produzieren die Partner Keski-Pohjanmaan Kirjapaino und HSS-Media ihre 15 Zeitungen und weitere Printprodukte auf zwei **Ferag**-Linien mit Roll-SertDrum-Technologie. • **Awal Press** in Bahrain orderte bei **manroland** einen Langperfektor, eine Achtfarben Roland 700 HiPrint für den Schön- und Widerdruck. •



Deutsche Mechatronics INFRAROT-TROCKNUNG MIT INTEGRIERTER KÜHLUNG

Mit einem fluidgeköhlten Infrarot-Trocknungsmodul bietet Mechatronics die Möglichkeit, IR-Strahler bei der Behandlung von wärmeempfindlichen Folienbahnen oder dem Trocknen von temperatursensiblen Gütern sicher und umweltfreundlich einzusetzen.

➤ www.deutsche-mechatronics.com

Größter KBA-Anwender im Iran GEBÄUDE GLEICHT RIESIGER RAPIDA

Der größte KBA-Anwender im Iran, Farang Aria Printing aus Teheran, der über fünf KBA-Maschinen im Halb- und Mittelformat verfügt, hat sein Produktionsgebäude dem Design einer Rapida angepasst.

➤ www.kba.com



GMG/Epson Digitalproofsystem HALBTON- UND RASTERPROOFS MIT WEISS

Die GMG Prooflösungen unterstützen den Drucker Epson Stylus Pro WT7900, so dass Verpackungsproofs in höchster Qualität erzeugt werden können. Die Proofsoftware ermöglicht auch Weißsimulation im Flexo-, Offset- und Tiefdruck. Die Epson-Weißtinte kann auch als Deckfarbe genutzt werden.

➤ www.gmgcolor.com

Verpackungsdruckerei Bauer MIT PRINECT DEN KUNDENSERVICE VERBESSERT

Die Druckerei Bauer aus Pfedelbach hat den CIPPI Award 2009 in der Kategorie »Bestes Kosten-Nutzen-Verhältnis durch Prozessautomatisierung« erhalten. Das Unternehmen hat mit dem Einsatz des Heidelberger Prinect-Workflows Qualitäts- und Produktivitätspotenziale erschließen können.

➤ www.heidelberg.com

Offsetdruck statt Tiefdruck bei Swiss Printers

GRÖSSTES SCHWEIZER DRUCKHAUS STELLT DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT

Die Swiss Printers AG stärkt ihre Position im Offsetbereich und investiert in eine 72-Seiten-Lithoman. Sie ersetzt als schweizweit erste 72-Seiten-Rollenoffsetmaschine die Tiefdruckanlagen ab Anfang 2011 am Standort Zofingen.

Am gleichen Standort entsteht zudem ein modernes Stangenzentrum mit insgesamt acht Stangenauslegern von Müller Martini. Damit setzt Swiss Printers AG einen auf ein neues Druckverfahren und zum anderen in der Rotationsabnahme auf das Stangen- statt Rollenprinzip. Die acht Stangenausleger bestehen aus sechs AvantiPlus und zwei Vivo mit jeweils dazu passenden Palettiersystemen. Von der neuen 72-Seiten-Lithoman von manroland, der ersten Rotation dieser Dimension in der Schweiz, werden die Bogen mittels Newsveyor-Transporteuren dem Stangenzentrum zugeführt und danach auf mehreren Sammelheftern und Klebebindern von Müller Martini weiterverarbeitet. Fertigprodukte werden im Doppelstock-Rotationsschneider Preciso DS geschnitten und in einem Doppelzellen-Palettierer Apila palettiert.

Pro Stunde können mit der neuen Rotation bis zu 3,2 Millionen vierfarbige DIN-A4-Seiten gedruckt werden.

Benchmark im Illustrationsrollenoffset

»Mit dem Ausbau der Rollenoffsetkapazitäten stärken wir unsere Markt- und Wettbewerbsposition im Offsetdruck weiter. Die Lithoman hat uns in allen Disziplinen überzeugt. Die Modernisierung des Maschinenparks verschafft unserem Unternehmen in technischer Hinsicht mehr Flexibilität und erlaubt uns, die Bedürfnisse der Kunden



noch besser zu erfüllen«, erläutert Rudolf Lisibach, Geschäftsführer Swiss Printers AG, die Entscheidung für eine weitere Maschine von manroland.

Die Swiss Printers AG ist mit 1.100 Mitarbeitern die größte Gruppe der grafischen Industrie in der Schweiz und vereint vier Druckereien: Ringier Print Zofingen AG, Zollikofer AG St. Gallen, NZZ Fretz AG Schlieren und Imprimeries Réunies Lausanne S.A.. Das Unternehmen produziert mit insgesamt sechs 16-Seiten-Anlagen von manroland. Zuletzt wurden im Jahr 2008 am Produktionsstandort St. Gallen eine 32-Seiten-Rotoman und 2009 in Zofingen eine 16-Seiten-Rotoman in Betrieb genommen. Mit der neuen 72-Seiten-Anlage setzt die Swiss Printers AG einen branchenweiten Benchmark im Illustrationsrollenoffset.

➤ www.manroland.com
➤ www.mullermartini.com
➤ www.swissprinters.ch

Ferag und Goss AUSRÜSTUNG FÜR TRANSCONTINENTAL

Hearst, der amerikanische Multimedia-Konzern, geht neue Wege. Seine auflagenstärkste Tageszeitung, der »San Francisco Chronicle« wird bei Transcontinental Northern California in Fremont gedruckt. Diese investiert in Fremont bei San Francisco 200 Mio. US-Dollar in ein neues Druckzentrum. Transcontinental setzt auf das Gespann Ferag/Goss.



Die beiden Goss Magnapak verfügen über eine Einsteckkapazität von je 30 Beilagen für zwei Hauptprodukte. Ferag liefert 50 Jet Feeder, fünf Einstecktrommeln MultiSertDrum mit RollStream (Einsteckkapazität von je zwölf Beilagen in ein Hauptprodukt), fünf DiscPool Wickel-/Abwickelsysteme, zehn Kreuzleger MultiStack und 20 Umreifungsmaschinen SmartStrap.

➤ www.ferag.com



Evers-Druck GmbH

WORKFLOW-SYSTEM CONNEX VON MÜLLER MARTINI

Nach der drupa 2004 leitete Evers-Druck mit einem JDF-Workflow, Systemmanager und einer Großanzeige für alle im Einsatz stehenden Sammelhefter den Umbruch ein. Die größte Rollendruckerei in Norddeutschland, die 350 Mitarbeiter beschäftigt und neben Meldorf drei weitere Standorte in Deutschland betreibt, machte mit der Installation des digitalen Workflow-Sys-



Tobias Müller, Leiter IT Systementwicklung bei Evers-Druck und Matthias Kandt von Müller Martini Deutschland (links).

tems Connex einen weiteren Investitionsschritt. Für Connex entschied sich der Full-Service-Betrieb laut Matthias Langenohl, »weil wir so wenig wie möglich selber programmieren und möglichst viele Komponenten bei einem Anbieter einkaufen wollten.« An das System angeschlossen sind zusammen mit zwei Sammelheftern eines anderen Anbieters auch vier Müller Martini-Sammelhefter der Prima-Reihe mit fünf bis zwölf Anlegern, Kartenkleber und Einstecksystem Biliner. www.mullermartini.com

Folex

LACKPLATTE FÜR LEBENS-MITTELVERPACKUNGEN

Verpackungsdrucker müssen seit einiger Zeit lebensmittelrechtliche Bestimmungen beachten, die insbesondere die menschliche Gesundheit schützen sollen. Es muss deshalb gewährleistet werden, dass alle Produktionsmittel sowie hergestellten Produkte diese Bestimmungen erfüllen. Die Forschungs- und Untersuchungsgesellschaft ISEGA (Aschaffenburg) bescheinigt Folex



die Unbedenklichkeit hinsichtlich der Inline-Lackierung im Lebensmittelbereich für seine Folacoat Plus-Serie. Ab sofort können Druckereien auch bei der Inline-Lackierung von Lebensmittelverpackungen auf die Folex-Produkte setzen. Folacoat Plus-Produkte erleichtern durch die optionale Schnitt-Visualisierung die Arbeit in der Vorstufe und sind in der Polyester- sowie in der abkantbaren Aluminiumversion mit einer zusätzlichen Schneideschutzfolie ausgestattet.

➤ www.folex.de

Wegener NewsDruk Brabant

WEITERVERARBEITUNG STARK AUTOMATISIERT

In Best (Niederlande) werden erstmals Ferag- und Segbert-Technologie kombiniert. Wegener investierte nicht nur in drei Wifag-Rollenrotationen, sondern trimmt auch die Plattenproduktion auf Effizienz und automatisiert die Weiterverarbeitung. Die gesamte Produktion ist in dem zentral gesteuerten Druckleitsystem VIP Dispo (Virtual Intelligent Plant) von EAE einge-



VPS (Veer Postpress Solutions B.V.), Ferag-Partner in den Niederlanden, v.l.n.r.: Rogier van der Heide, Lowie Stam (Monteure) und die Geschäftsleiter Niels van der Sloot und Nico van der Veer.

bunden. Vertragspartner VPS integriert das Ferag-PPM (PostPress-ManagementSystem) in das Druckleitsystem. Pro Linie fertigen drei MultiStack und drei SmartStrap die Pakete, Deckblatt inklusive. Fertige Pakete werden auf Segbert-Maschinen zu Lagen zusammengestellt, Lage um Lage aufgeschichtet und mit Folie umwickelt. Leere Paletten gelangen von außen auf Rollbändern in die Anlage, fertige Paletten werden automatisch wieder hinaus auf die Rampe befördert – voll automatisiert.

➤ www.ferag.com

KBA Compacta 215

LITOGRAFICA GONZALES AUF GRAN CANARIA

Auf den Kanaren kann man nicht nur in der Sonne liegen und erholsame Urlaubstage verbringen. Es werden auch über das ganze Jahr hinweg hochwertige Druckerzeugnisse erstellt. Zu den namhaftesten Druckereien auf der atlantischen Insel gehört das familiengeführte Unternehmen Litografica Gonzales in der Hauptstadt Las Palmas. Das Unternehmen hat nun in eine KBA



Compacta 215 investiert. Die neue 16-Seiten-Anlage mit vier Druckeinheiten und wellenloser Antriebstechnik wird mit einem Cut-off von 620 mm bei 1.000 mm maximaler Papierbahnbreite ausgestattet. Hinzu kommen ein F3-Greiferfalzapparat, Leim- und Softening-Einrichtungen sowie ein KBA Pastomat C-Rollenwechsler für Papierrollengewichte bis 1,8 t mit manueller Papierrollenzuführung Patras M. Der KBA ErgoTronic-Leitstand wird mit dem Produktions-Managementsystem LogoTronic und CIPLink für die Anbindung an die Druckvorstufe ausgestattet.

➤ www.kba.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Die nordchinesische Druckerei **Beijing Shengtong Printing Company** (»Shengtong«) hat ihre zweite **Goss** Sunday 2000 Rotation geordert. Die zur Auslieferung im Mai 2010 vorgesehene Maschine wird in einem neuen hochmodernen Betrieb installiert, der sich zurzeit noch im Bau befindet. • **Newnorth Print**, eine Akzidenzdruckerei im mittellengischen Bedford, ersetzt ihre Wendemaschine von einem japanischen Hersteller durch eine von **Heidelberg**. Das seit 40 Jahren bestehende Unternehmen hat eine Fünffarbenmaschine ausrangiert und durch eine Speedmaster SM 102-10-P ersetzt. • Nach einer Inspektionsreise nach Deutschland hat sich die **Beijing Daily Group** bei ihrem jüngsten Investitionsprojekt für die **Koenig & Bauer AG** als neuen Lieferanten entschieden. Die kürzlich bestellte KBA Comet mit drei Rollenwechslern, drei Drucktürmen und einem Falzwerk soll schon im Sommer 2010 die im letzten Jahr gegründete Gratiszeitung drucken. • **HT Media Limited** hat in eine Fünffarben Roland 700 HiPrint mit Lackwerk investiert. Im Leistungspaket enthalten ist TelePresence, das im Servicefall eine Ferndiagnose erlaubt.



Edelmann

KLIMAVERTRÄGLICHE VERPACKUNGSKONZEPTE

Edelmann-Kunden können ihr Umwelt-Engagement ab sofort durch ein neues Logo (»Verpackung CO₂ kompensiert«) dokumentieren. Verbraucher erhalten damit einen Hinweis auf die klimafreundliche Herstellung der Faltschachtel. Als Partner der Klimainitiative des bvd/m und First Climate hat Edelmann das Logo entwickelt.

Actega Rhenania

KLEBER AUF BASIS NACHWACHSENDER ROHSTOFFE

Actega Rhenania hat eine Serie Polyurethan-Klebstoffe für Verpackungsverbundfolien entwickelt. Sie benötigen keine Lösemittel, geringere Auftragsmengen als lösemittelhaltige Kleber, bestehen aus einem hohen Anteil an nachwachsenden Rohstoffen und sind auf üblichen Kaschieranlagen zu verarbeiten.

InterTech Award 2009

HOCHLEISTUNGS-LEITSTAND VON HEIDELBERG

Der Heidelberg-Leitstand »Prinect Press Center« hat den InterTech Award 2009 der Printing Industries of America (PIA) gewonnen. Die Funktion Intellistart und der Wall-screen überzeugten die Jury. Mit der prozessorientierten Bedienung lässt sich die Produktivität einer Bogenoffset-Maschine steigern.

Langenbach

NEUER GRAFIX HI-JET-HEISSLUFTTROCKNER

Die Schweizer Druckerei Langenbach produziert seit kurzem mit einem Hi-Jet-Heißlufttrockner von Grafix. Die Trockner bauen auf dem Runddüsenprinzip auf, besitzen aber verlängerte und ausrichtbare Düsen. Das System begnügt sich mit niedrigerer Gebläseleistung und senkt Energiekosten und Geräusentwicklung.

Polar Produktivitätsrekord

REKORDVERSUCH ÜBERTRIFFT EIGENE ERWARTUNGEN

Am 5. November verarbeitete ein Polar-Schneidsystem L-R-137-T PACE mit nur einem Bediener unter notarieller Aufsicht in 60 Minuten 43 Lagen – das sind mehr als sechs Paletten á 1 Meter Materialhöhe. Das Papier wurde im Rüttelautomaten manuell vorbereitet und über einen Puffer automatisch auf den Hintertisch geladen. Dort wurde das Material vollautomatisch an vier

begeistert: »Mit dieser Produktivität können wir locker behaupten, dass wir das schnellste Schneidsystem der Welt anbieten. Eine Zykluszeit von deutlich unter 90 Sekunden pro Lage im Rundumbeschnitt muss uns erst einmal jemand nachmachen«.

Am 19. November wurde der Produktivitätsrekord nochmals um zwei Lagen getoppt. Bei diesem

Baier & Schneider

DIAMANT MC 60 PRODUZIERT BRUNNEN-KALENDER

Mit der Marke Brunnen ist Baier & Schneider bekannt als Hersteller von Terminkalendern, Notiz- und Geschäftsbüchern in Europa. Seit einigen Monaten produziert das Unternehmen aus Heilbronn mit der neuen Buchlinie Diamant MC 60 von Müller Martini. Zum Brunnen-Angebot gehören Buchkalender im Format von 7 x 10 bis 22 x 30 Zentimetern. Brunnen bietet Buchblocks ab einer Dicke von drei Millimetern. Bei den Buchdecken

Hannanprint

MIT UNIDRUM DRITTE ANLAGE IN PRODUKTION

Seit neun Jahren arbeitet Hannanprint in Sydney mit der rotativen Sammelhefttechnik von Ferag. Die zwei Ferag-Trommeln leisten in 24 Stunden gut eine Million Produkte. Am Standort Noble Park, Victoria, ging im Oktober mit einer UniDrum die dritte Anlage in Produktion. Die verarbeiteten Volumen umfassen hauptsächlich Zeitschriften und Zeitungsbeilagen, die ihrerseits inline mit Einsteckprodukten und anderen Werbezusätzen ergänzt werden.



Marketingleiter Rolf Brand freut sich über das Ergebnis.

Seiten beschnitten und anschließend ebenfalls automatisch auf Palette abgestapelt. Michael Neugart, Geschäftsführer bei Polar, zeigt sich

Rekordversuch schaffte das Polar PACE-System 45 Schneidlagen in 60 Minuten. Das sind gerade 80 Sekunden je Lage für einen Rundumbeschnitt.

➤ www.polar-mohr.com



wählt der Kunde aus einer Palette, die von den Standardmaterialien Leinen und Karton über PU-Einbände und dünne Kunststoffdecken bis zu Leder reicht, das bei Baier & Schneider direkt aus den Tierhäuten gestanzt wird. Auch Metalldecken enthält das Brunnen-Angebot.

➤ www.mullermartini.com



Neben einer UniDrum 440 mit Schneidtrommel SNT-42 umfasst die Linie ebenso eine mit RollStream-Beschickung ausgerüstete RollSertDrum. Hannanprint hat die neue UniDrum mit dem neuesten verfügbaren Qualitätsüberwachungssystem (QualityEye) ausgestattet.

➤ www.ferag.com



Celock Originalitätsverschluss UNAUTORISIERTER ÖFFNUNG WIRD SOFORT SICHTBAR.

Professionelle Produktpiraterie durch Plagiate, Placebos oder Produktaustausch nimmt nach wie vor zu und richtet weltweit großen Schaden an. Hauptsächlich sind davon Marken- und Konsumgüterhersteller sowie zunehmend auch die Pharmaindustrie betroffen. Die Edelmann Forschung & Entwicklung beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema Fälschungssi-



cherheit und anderen Zusatzfunktionen bei Kartonverpackungen. Unter dem Namen Celock hat Edelmann nun einen neuen Originalitätsverschluss entwickelt, der bereits zum Patent angemeldet ist. Die Lösung ist maschinengängig auf Standard-Abpacklinien, ohne Verklebung und damit ohne Umstellung der vorhandenen Maschinen sofort einsetzbar. Durch den Celock Originalitätsverschluss können Markenprodukte vor allem effektiver über die Verpackung geschützt werden, denn die unautorisierte Öffnung wird sofort sichtbar, wenn die Verschlussfunktion zerstört wurde.

➤ www.edelmann.de

Lack statt Folienapplikation

EDLER GLANZ MIT UV-LACKEN VON HENKEL

Ob Broschüre oder Produktverpackung – damit Printerzeugnisse als »Eye-catcher« aus der Masse herausstechen, bedarf es einer optischen Aufwertung. Innovative Druckprozesse sind nötig, um den höchsten Ansprüchen gerecht zu werden. Für strahlenden Glanz von Papier- und Kartonoberflächen sorgen UV-härtenden Lacke der Henkel-Marke Miracure. Die Produktpalette wurde nun durch ein Sortiment an Matt-, Glanz-, Satin- und Silikon-Lacken für alle gängigen Druckverfahren erweitert. »Unsere Auswahl an UV-Lacken enthält sowohl Produkte, die klebefähig sind, als auch migrationsfreie Lösungen für Nahrungsmittelverpackungen«, so Beata Koniarska, Marketing Manager bei Henkel.

In Kooperation mit Maschinen-Partnern und Kunden auf der ganzen Welt ist es Henkel gelungen, Verpackungen von Zahnpasta, Rasierapparaten und anderen kosmetischen Artikeln perfekt in Szene zu setzen. Spezialprodukte wie der Metallic-Effektlack MiraFoil erfüllen ökonomische und ökologische Anforderungen an einen modernen Effektlack. Bestehend aus hoch reflektiven, mikrofeinen Aluminiumplättchen, verleiht der UV-Lack Papier- und Kunststoffuntergründen ein strahlendes Aussehen, ähnlich einer Silberfolie. Außerdem kann MiraFoil überdruckt werden. Durch den Auftrag einer Farbschicht lassen sich auf diese Weise metallische Farben in täuschend echter Optik erzeugen. Inspiration bietet Designern eine MiraFoil-Broschüre mit tausenden von verschiedenen Farbbeispielen zur Gestaltung von Faltschachteln, Verpackungen, Etiketten und vielen anderen Applikationen.

Eine vergleichbare Optik und Haptik ließ sich bisher nur durch eine zusätzliche Heiß- oder Kaltfolienprägung oder den Einsatz von Spiegelkartons erreichen. Mit dem von Henkel entwickelten UV-Lack lassen sich silberne, goldene oder metallisierende Oberflächen in einem Durchgang produzieren. Das spart Zeit und Geld und schont die Umwelt zudem durch den Wegfall der Präge-Stanzabfälle. Nicht verwendetes MiraFoil kann aus dem Druckwerk herausgepumpt und später wiederverwertet werden. Zudem kann es sowohl im Siebdruck- als auch im Flexodruck-Verfahren verwendet werden.

➤ www.henkel.com



»Symposium für Nachhaltigkeit« NEUEN REIHE VON INFORMATIONSV ERANSTALTUNGEN

Am 5. November fand der Auftakt einer Reihe von Informationsveranstaltungen im Showroom der Fedrigoni Deutschland statt. In Kooperation mit dem Druckhaus Berlin-Mitte und einem Gastreferenten der Stuttgarter Agentur Star Publishing, stand das Thema Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Dieter Ebert, Umweltbeauftragter im Druckhaus Berlin-Mitte, führte zu Beginn die Notwendigkeit vor Augen, jetzt

etwas für die Umwelt. Am Beispiel des seit Jahren für den Umweltschutz engagierten Druckhaus Berlin-Mitte wurde gezeigt, welche Möglichkeiten zum Umweltschutz in der Printproduktion bestehen. Benjamin Hillscher, von Star Publishing aus Böblingen, erläuterte das Konzept seines Hauses, auch international agierende Unternehmen für eine umweltschonende und nachhaltige Markenkommunikation zu interessieren. Er zeigte bestehende Hindernisse und Lösungsansätze auf, mit denen besonders Agenturen ihre Kunden für das Thema gewinnen können. Annette Tauschl, Fedrigoni, präsentierte Maßnahmen des italienischen Feinpapierherstellers zum Schutz der Umwelt und welche Papiere von Fedrigoni mit FSC-Zertifizierung angeboten werden.

➤ www.fedrigoni.de

➤ www.druckhaus-berlin-mitte.de

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Fairfax Media hat den Standort Ormiston, Australien, mit einem MultiSertDrum MSD2-C, einem rotativen Schneidsystem SNT-U und einer Heftkomponente StreamStitch von **Ferag** ausgestattet. • Der griechische Zeitungsverlag **Naftemporiki P. Athanassiades** hat zusätzliche Drucktürme und ein Maßnahmenpaket zur Modernisierung für die **Goss** Community bestellt, um mit den Anforderungen von Anzeigenkunden und dem Bedarf im Lohndruck Schritt zu halten. • **Frontprint** aus Arlöv bei Malmö bestellte eine Großformatmaschine von **KBA**, eine Rapida 162a mit sechs Farbwerken und Lackturm. • Die in Palma de Mallorca beheimatete **Impreshora** hat **Ferag** mit der Ausrüstung des Versandraums beauftragt. Ab April 2010 wird auf einer komplett ausgerüsteten Einstecklinie mit RollSertDrum, RollStream und MultiStack produziert. • Neu im Maschinenpark des brasilianischen Verpackungsdruckers **Brasilgrafica** nahe São Paulo ist eine Sechsfarben Roland 900 im Format 6. Die Großformatmaschine von **manroland** mit Kartonausstattung wird hochauflagige Verpackungen von Nahrungsmitteln, Körperpflegeprodukten und Reinigungsmitteln drucken.



Aus der Praxis für die Praxis

»PROFI TIPP« DER PRINT MEDIA ACADEMY ERHÄLTlich

Brillante und originalgetreue Farben auf edler Oberfläche – genau das zeichnet hochwertige Druckprodukte aus. Da allerdings viele Faktoren das Druckergebnis beeinflussen, ist es nicht immer leicht, dieses Ziel zu erreichen. Um eine konstante und reproduzierbare Druckqualität bieten zu können, muss der Anwender die einzelnen Einflussfaktoren kennen und kon-



trollieren. In einer neuen Ausgabe der Publikation »Profi Tipp« zeigt die Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG die häufigsten Fehlerquellen und gibt in acht Schritten wertvolle Tipps zur Abhilfe. Beginnend mit der Auswahl der Verbrauchsmaterialien über den Testdruck bis hin zur Ergebniskontrolle werden die einzelnen Zusammenhänge im Produktionsprozess betrachtet. Der Ratgeber richtet sich an Mitarbeiter in Druckereien und Vorstufenbetrieben, die die Probleme und Tücken des Farbmanagements aus ihrer täglichen Praxis kennen und nach Lösungen suchen.

➤ www.print-media-academy.com
➤ www.heidelberg.com

Paper in Box

INTEGRATION GROSSFORMATIGER PACKUNGSBEILAGEN

Die Ansprüche an die Verpackung steigen – immer größere Packungsbeilagen sollen möglichst kostengünstig integriert werden. Doch kurzfristiges Kostendenken kann teuer werden. »Wer einzig den Preis der einzelnen Komponenten im komplexen System der Verpackungsherstellung betrachtet, wird mögliche Effizienzsteigerungen nicht realisieren können«, sagt



Meino Adam, Leiter Verpackungsentwicklung Sparte Pharma bei Edelman. Bereits in der Entwicklungsphase der Faltschachtel können bestehende oder geplante Kunden-Abpacklinien berücksichtigt werden.

Bei »Paper in Box« wird die Gebrauchsinformation bereits in die Faltschachtel integriert. Großformatige Packungsbeilagen, aber auch Postkarten oder Sachets können dank dieser Lösung flexibel eingespendet werden. Auf diese Weise können noch weitere Bestandteile in die Verpackung integriert werden. Das Risiko von Störfaktoren entlang der Abpacklinie wird minimiert. Mit Paper in Box von Edelman kann die Packungsbeilage ökonomisch in die Faltschachtel integriert werden.

➤ www.edelmann.de

KURZ & KNAPP & BÜNDIG

Bei **United Printing & Publishing** (UPP) in Abu Dhabi/Vereinigte Arabische Emirate – einem der größten Druckunternehmen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck in der Golfregion – ist Mitte Mai eine von der **Koenig & Bauer AG** gelieferte große Hybridanlage KBA Continent in Produktion gegangen. Parallel mit der Inbetriebnahme eines dritten Zeitungs-Einstecksystems SLS3000 von **Müller Martini** setzt UPP seit Ende des Jahres 2009 auch einen Value-Liner ein. Der neue Kartenkleber von Müller Martini bietet attraktive Werbemöglichkeiten auf der Titel- oder Rückseite von Zeitungsprodukten. • Die Unternehmensgruppe **Billboard AG** aus Sofia, Bulgarien, produziert im neuen Druckhaus in Varna seit kurzem mit der ersten Roland 700 DirectDrive im Balkan. • Bei **Guangdong China Sunshine Media** hat der **Ferag** Standardtransporteur STR 100 die Entsorgung einer neuen Goss-Zeitungsrotation der 75.000er-Generation übernommen. • In Schweden wird weiter auf hochwertige Drucktechnologie gesetzt, um die Produktionseffizienz zu steigern: **Sjuhäradsbygdens Tryckeri AB** produziert ab sofort Zeitschriften auf einer Achtefarben Roland 700 HiPrint mit Wendung von **manroland**. • In der neuseeländischen Hafenstadt Auckland (aufgrund der höchsten Dichte an Segelschiffen weltweit wird Auckland auch City of Sails genannt) wurde kürzlich bei **Amcort Cartons** die erste Mittelformatmaschine **KBA Rapida 105** des Landes installiert und ist zum neuen Flaggschiff des Verpackungsdruckers geworden. • Das Europäische Patentamt hat den Einspruch eines deutschen Unternehmens gegen ein Patent der **Steinemann Technology AG**, St. Gallen, zurückgewiesen. Somit bleibt das Patent »Verfahren und Vorrichtung zum Trennen eines Laminates« uneingeschränkt bestehen. • Die **Höhn Paper Print GmbH**, Biberach, und die **Höhn Digital Services GmbH**, Ulm, wurden im Oktober 2009 erfolgreich nach dem Prozess-Standard-Offset zertifiziert. Beide Unternehmen garantieren damit eine vorhersehbare und optimale Qualität ihrer Druckprodukte. • Am 29. Oktober ging die diesjährige **KBA-Roadshow** in China mit insgesamt elf Seminartagen zu Ende. Die Themen reichten von der Inline-Qualitätsüberwachung über Markenschutz (Brand Protection), Plastikdruck bis zur hochwertigen Inline-Lackveredelung. • Seit Oktober 2009 produziert **Prinovis** in Liverpool mit einer PolyStream-Linie von **Ferag** (siehe auch Druckmarkt 61, Seite 44). Die Anlage ging im Rahmen einer Testpartnerschaft in Betrieb und ist Teil der Produktionstechnik für monatlich 40 Millionen Polybags. • Ende Oktober fand beim Druckmaschinenhersteller **Komori** in der Europazentrale in Utrecht die Hausmesse 2009 statt. Die deutschen Komori-Vertretungen **Hubertus Wesseler** und **Grafitech** konnten über 100 Personen aus Deutschland an der Hausmesse begrüßen. • Die zum Tschechischen Verlagshaus **Mafra** gehörende Druckerei **Mafraprint** hat die Kapazitäten mit einer dritten **Ferag**-Linie ausgebaut. Damit kommt Mafraprint in Prag und Olomouc auf insgesamt sieben Linien mit dem MSD-Einstecksystem.



Stets die modernsten Maschinen

Bei der Druckerei Laubengaier wird seit August 2009 mit einer Nagel Foldnak 100-Linie gearbeitet. Die hohe Fertigungstiefe der Druckerei reicht von der Bearbeitung schwieriger Dateien, über den Druck anspruchsvoller Printprodukte auf unterschiedlichsten Materialien bis zu aufwändiger Konfektionierung und Logistikvarianten.

Die Druckerei Laubengaier wurde 1962 in Leinfelden durch den Schriftsetzermeister Fritz Laubengaier im umgebauten Stall des elterlichen Bauernhofes gegründet. Mit zwei Buchdruckmaschinen, einem Heidelberger Tiegell und einem Heidelberger Zylinder, startete die Produktion. Seitdem entwickelt sich die Druckerei, die nun vom Sohn Bernd Laubengaier weiter geführt wird, konstant weiter und arbeitet immer mit modernsten Maschinen – im Offset und im Digitaldruck samt Stanzen, Prägen etc. – das alles mit High End Messtechnik. Kundenservice und Kundenberatung stehen im Mittelpunkt des gesamten Prozesses – in allen Bereichen von Vorstufe, Druck, Finishing und Service.

DIE WEITERVERARBEITUNGSLINIE bei Laubengaier besteht aus zwei S8 Zusammentragtürmen, Frontbeschnitt-Modul Trimmer 100, Rückenpress-Modul SP+, einem speziellen Aussteuerfach und dem Broschürenfertiger Foldnak 100 in der Ausführung mit Hohner Heftköpfen und Touchscreen.

Für die verschiedensten Anwendungen werden unterschiedliche Formate in variierenden Auflagen gedruckt und weiterverarbeitet. Dies und auch die einfache Bedienbarkeit des Touchscreens, der den Bedienern das Arbeiten mit der Foldnak-Linie erleichtert, sprachen für die Foldnak 100-Linie.

Der leistungsstarke Broschürenfertiger der neuen Foldnak-Generation bietet der Druckerei mit seinen vielzähligen Funktionen ein Plus an Flexibilität: Automatische Formatverstellung, schneller Zugriff auf fest abgespeicherte DIN-Formate, einfache Bedienung und eine große Formatbandbreite. Das derzeit größte Format der modernen Digitaldrucksysteme bei Laubengaier (364 x 521 mm) verarbeitet der Foldnak 100 ebenso wie besonders kleine Formate (105 x 148,5 mm). Dank der Vielfalt an Ausgangsformaten und Funktionen lassen sich Broschüren unterschiedlichster Größe, Grammatik und Blattanzahl flexibel fertigen.

Unterschiedliche Finishing-Möglichkeiten bietet die Maschine ebenfalls: Hefen und Falzen, nur Falzen oder Blockheften. Je nach Format produziert die Maschine bis zu 3.000 Broschüren pro Stunde.

Mit dem Trimmer 100 werden die Broschüren abschließend durch einen exakten Frontbeschnitt in Form gebracht. Das Abpressen vor dem Beschnitt sorgt für flachliegende Broschüren mit scharfem Falz. Das Schneidmodul ist in Geschwindigkeit und Funktion perfekt auf den Foldnak 100 abgestimmt. Die automatische Formatverstellung lässt sich leicht über den Foldnak steuern.



Einer der Gründe für den Einsatz der Nagel-Weiterverarbeitungslinie bei der Druckerei Laubengaier ist die einfache Bedienung des Systems.

RÜCKENPRESSUNG ÄHNELT KLEBEBINDUNG Abschließend wird das Produkt mit dem SP+ veredelt, indem der Rücken quadratisch abgepresst wird. Dadurch entsteht ein Eindruck und Aussehen, das auf den ersten Blick einer Klebebindung ähnelt – ein perfektes Finishing, das die anschließende Stapelung, Verpackung und Lagerung vorteilhafter und wirtschaftlicher macht. Die Zusammentragmaschine S8 eignet sich auf Grund ihrer minimalen Rüstzeiten für wechselnde Auflagen, Formate und unterschiedlichen Papieren. Die Saugbandtechnologie und die übersichtliche Bedienerführung mit LCD-Display ermöglichen selbst ungeübten Anwendern nach kurzer Einweisung das selbstständige Einrichten. Alle Stationen haben eine automatische Fehlbatterkennung sowie eine Doppelbogenkontrolle und verfügen über eine große Ladekapazität, die ein häufiges Nachladen überflüssig machen.

➤ www.ernstnagel.de ➤ www.laubengaier.biz





WWF Kinderbuchbericht PAPIER AUS TROPISCHEN WÄLDERN

Eine Untersuchung des World Wildlife Fund (WWF) zeigt, dass Papier aus tropischen Wäldern in 37% der deutschen Kinderbücher verwendet wurde. Jens Kriete von Sappi Fine Paper Europe dazu: »Dies zeigt, wie wichtig es für Verleger ist, genau Bescheid zu wissen, welche Rohstoffe in ihren Produkten verwendet werden.«

Silver Image Laser NEUE PAPIER-GENERATION FÜR XEROGRAFISCHE ANWENDUNG

Silver Image Laser ist das neue Sortiment holzfreier spezialgestrichener Papiere von m-real Zanders für Farblaserdrucker und -kopierer in drei Oberflächen: matt (sieben Flächengewichte von 115 - 350 g/m²), gloss (zweiseitig gestrichen 115 - 350 g/m²) und supergloss (gussgestrichen in 160g/m², 210g/m² und 250g/m²).

Mayr-Melnhof NEUES HÖCHSTMASS AN TRANSPARENZ

Laut Hersteller schafft die Chain-of-Custody-Zertifizierung sämtlicher acht MM Kartonwerke nach PEFC und FSC ein Höchstmaß an Transparenz des Faserstoffeinsatzes. Damit ist MM Karton Europas größter Anbieter von FSC- und PEFC-zertifiziertem Karton. Seit 1. November 2009 können alle Qualitäten mit der Zertifizierung geliefert werden.

Berberich Systems Homepage NEUES RINGBUCH-SERVICE- TOOL

Ein neues Tool auf der Homepage des Heilbronner Händlers setzt detailliert Ringbuch-Planungen in professionelle Layoutvorlagen um. Laut Hersteller erzeugt das Werkzeug blitzschnell anhand eingegebener Daten eine Layoutvorlage, die per e-Mail als eps-Datei an den Ringbuch-Interessenten verschickt wird.

Gmund
**BOUTIQUE IM
INTERNET**

Handgeschöpfte Büttenpapiere, schöne Blöcke und Notizhefte, Design-CD-Hüllen und mehr – die Gmund Boutique Internetseite ist seit Herbst 2009 online und übersetzt die gemütliche Lounge-Atmosphäre der realen Gmund Shops in die virtuelle Welt des Internets. Die Seite verführt zum Stöbern und erfüllt Papierträume. So findet man zum Beispiel Schreibpapiere mit passenden Kuverts oder goldene Notizbücher. Zudem bietet Gmund eine Auswahl an Karten, Lesezeichen (gefertigt aus mehr als 50 verschiedenen Gmund Papieren), Notizblöcke aus Bier Papier in Würfelform (Cubes) bis hin zu massiven silbernen Schreibgeräten (zum Beispiel Füllhalter) an.

► www.gmundboutique.com



Sappi lanciert neues CentoColor NATURPAPIERE HABEN HOHEN STELLENWERT

Das ungestrichene Naturpapier für den Farblaserdruck hat eine höhere Weiße von 167 CIE und ist dabei durchgängig von 80 bis 160 g/m² erhältlich. »Wir reagieren damit auf die Marktnachfrage und das mit beeindruckendem Ergebnis: die Bilder kommen mehr zum Leben denn je«, erklärt Paul Sillen, Sappi Senior Sales Manager für Naturpapiere. Alle Cento-Standardpapiere werden in Rolle und Format angeboten, sind FSC-/PEFC-zertifiziert und die Produktion erfolgt mit geringsten Kohlendioxid-Emissionen. Ermöglicht wurde dies durch Investitionen und Partnerschaften mit sauberen Energielieferanten. Mit CentoNature produziert Biberist auch eines der umweltfreundlichsten Papiere im Markt. Es enthält keinerlei Weißmacher und alle Zusatzstoffe sind rein ökologischen Ursprungs. Seine Weiße ist Zeugnis der großen Papiermacher-Leidenschaft von Biberist und das bekommen alle Sappi-Kontakte in Europa seit 1. Januar 2010 zu sehen und zu fühlen. Denn seitdem verwendet Sappi nur noch CentoNature.

► www.sappi.com

Event bei Hinckel-Druck »GMUND AN DER DRUCKMASCHINE«

Hinckel-Druck hatte gemeinsam mit der Büttenpapierfabrik Gmund und Deutsche Papier am 12. November 2009 eingeladen, um die Besucher am Prozess der Entstehung hochwertiger Kommunikation teilhaben zu lassen. Rund 70 Entscheider aus der Werbebranche waren beim Event »Gmund an der Druckmaschine« bei Hinckel-Druck in Wertheim anwesend. Zunächst erklärten



Stefanie Schachtner, Büttenpapierfabrik Gmund, und Katja Frey, Deutsche Papier Vertriebs GmbH, den Gästen, weshalb der Einsatz von Feinstpapieren, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, von Bedeutung ist. Der Übergang von der Theorie in die Praxis gelang dem gesamten Team von Hinckel-Druck. Live wurden Veredelungen mit Heißfolien- und Prägeeffekten durchgeführt. Verarbeitet wurden die Sortimente Gmund Colors, Gmund Colors Subtil, Gmund Colors Contact, Whisper, Alezan und Worldline, die exklusiv bei Deutsche Papier erhältlich sind.

► www.deutsche-papier.de

ORIGINAL GMUND DAS GESCHÄFTSPAPIER IN DER SCHWEIZ ERHÄLTlich

Die Idee zu Original Gmund entstand aus einer Recherche auf dem Europäischen Papiermarkt. Der Wunsch: ein universelles Kommunikationspapier für möglichst vielfältige Anwendungen, optimiert für alle Drucktechniken, vielseitig, variabel und schnell lieferbar. Die Kollektion Original Gmund ist die Antwort der Papierkreatoren vom Tegerensee auf diese Herausforderung



des Marktes. Original Gmund umfasst Kommunikationspapiere mit einem Baumwollanteil von 10 bis 100%. Die Papiersorten Tactile, Vergé, Vellum, Pure und Filigran Butten lassen sich nicht nur untereinander, sondern auch mit den superglatthen, satinierten Papieren der Kollektion Gmund Blanc Beige kombinieren. Original Gmund gibt es in den Farbtönen Blanc, Creme und Beige und einer breiten Grammaturlpalette. Alle Papiere sind mit und ohne das neu gestaltete Wasserzeichen erhältlich. Vertrieben wird Original Gmund in der Schweiz von Sihl + Eika Papier AG.

► www.sihleika.ch

► www.gmund.com

Papier Union NEUE BROSCHÜRE INFORMIERT ÜBER EUKALYPTUS GLOBULUS

Aus Eukalyptus Globulus, dem Blauen Eukalyptus Portugals, wird ein besonders hochwertiger Zellstoff gewonnen. In der Papierherstellung ermöglicht er Steifigkeit, Stabilität, eine ruhige Formation, hohes Volumen und Opazität sowie elegante Oberflächen. Eine Broschüre der Papier Union beschäftigt sich nun ausführlicher mit diesem hochwertigen Rohstoff und den



drei Papieren, die daraus gewonnen werden: sinnliche Natur-Papiere mit dem ganz besonderen Etwas. In der Verwendung haben diese Papiere ganz unterschiedliche Einsatzbereiche. Gemeinsam bieten sie faszinierende Vielseitigkeit. Inaset Plus Offset ist ein hochwertiges Naturpapier für den Offset Druck. Inapa Tecno Premium ist ein Papier für den PrePrint-Einsatz und Inaset Plus Laser verfügt über höchste Weiße für extreme Kontraste sowie eine Laser- und InkJet-Garantie.

► www.papierunion.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

M-real hat zum 1. Dezember die Preise für seine Packaging-Karton-Qualitäten um 70 € pro Tonne erhöht. Das finnische Unternehmen begründete den Schritt mit den seit Jahren erheblich gestiegenen Kosten. • Die neue Regionalstruktur des Papiergroßhändlers **Deutsche Papier** steht. Die Verkaufsfilialen wurden bundesweit auf drei Regionen aufgeteilt. Die Region Nord wird aus Hannover und Leipzig koordiniert, Region Mitte von Wuppertal und Bensheim. Ditzingen (Stuttgart), Augsburg und Nürnberg schließlich stehen für die Region Süd. • **Schneidersöhne** hat die Verlagsbetreuung ausgebaut. Dabei soll sich ein spezielles Team von drei zentral gesteuerten Verlagsberatern um die Belange der Verlage kümmern und individuelle Pakete schnüren. • Die Papierkollektion **Gmund Digital** ist mit Bestnoten für **HP Indigo**-Geräte zertifiziert worden. • **Reflexion** ist die neue Inkjetpapierkollektion von **M-real Zanders**, speziell entwickelt für hervorragende Druckergebnisse sowohl im LFP als auch im Kleinformat. Sie ist kompatibel mit vielen Inkjetdruckern, unter anderem von **HP**, **Canon**, **Epson** und **Lexmark**.



SAPPI PRINTERS OF THE YEAR BESTE DRUCKER UND IHRE ARBEITEN AUF SAPPI-PAPIEREN

Der Wettbewerb »Sappi Printers of the Year« zeichnet die besten Drucker und ihre Arbeiten auf Sappi-Papieren aus. Die Auszeichnungen für die Sieger gelten als »Oscars« der Druckbranche. Kunden der Papier Union können sich mit Druckobjekten auf Galaxi, EuroBulk, Tauro und Mega an diesem Wettbewerb beteiligen. Der Wettbewerb findet im zweijährigen Rhythmus statt. Bron-



ze-, Silber- und Goldgewinner werden in 11 Kategorien ermittelt: Geschäftsberichte, Bücher, Broschüren, Kalender, Kataloge, Digitaldruck, allgemeine Druckerzeugnisse, Magazine (Bogendruck/Rollendruck), Verpackungen/Etiketten und Eigenwerbung des Druckers. Erstmals wird Sappi mit dem »BlueGreen«-Award auch herausragend kreative Leistungen auszeichnen, mit denen eine gute Sache gefördert oder soziales beziehungsweise gesellschaftliches Engagement bewiesen wird. Die Druckobjekte müssen ganz oder überwiegend auf Sappi-Papieren gefertigt werden. Einsendeschluss ist der 31. Januar 2010. Die Gewinner des Wettbewerbs werden am 29. Mai 2010 in Prag im Rahmen einer großen Galaveranstaltung ausgezeichnet.

➤ www.sappi.com

➤ www.papierunion.de

Schneidersöhne UNBEGRENZTE MÖGLICHKEITEN MIT STRATHMORE IDEAS

Schneidersöhne hat zwei amerikanische Text & Cover Sorten ins Specials-Programm aufgenommen. Strathmore Grandee ist ein filzgenarbttes Papier und bietet neben verschiedenen Weiß- und Naturtönen auch ein kräftiges Rot, Blau und ein tiefes Grau an. Strathmore Grandee ist eine reine Umschlagqualität und deswegen in den Kartongewichten 216 und 316 g/m² er-



hältlich. Anders das Geschäftsausstattungspapier Strathmore Writing: Mit 25% Baumwollanteil liegt der Briefbogen in 90 g/m² samtig in der Hand, was ebenso für die Ausführungen in 118 und in 216 g/m² gilt. Passende Briefhüllen runden das Sortiment ab. Neben zwei verschiedenen Weißtönen gibt es einen Blauton. Zudem kann man zwischen einer Ausführung mit und ohne Wasserzeichen wählen. Beide Qualitäten sind aus FSC-Mix-Zellstoff hergestellt. Die zur Markteinführung im amerikanischen Stil gestaltete Mappe »Strathmore Ideas« soll Ideen und Anregungen bieten, wo und wie man die neuen Papierqualitäten einsetzen kann. Gezeigt werden dabei auch verschiedene Drucktechniken und Veredelungen. Auf einem beiliegenden Blatt sind die verwendeten Farben, Folien und die verschiedenen Techniken kurz beschrieben.

➤ www.schneidersoehne.com

LakePaper HIDE – FEINSTPAPIER ZUR KOSTENEINSPARUNG

Das Feinstpapier HIDE wurde speziell für Geschäftsausstattungen und Corporate Designs entwickelt. Es bietet eine hohe Blickdichte und Potenzial für deutliche Gewichteinsparungen im Bereich der Kommunikationspapiere. Häufig suchen Designer nach einem Briefpapier, das nicht durchscheint, damit die bedruckte Rückseite auf der Vorderseite nicht störend wirkt. Bei



Imagebroschüren oder Geschäftsberichten kann durch HIDE nun das Flächengewicht der Innenseiten erheblich reduziert werden. Diese Innovation beschert dem Endkunden und Drucker eine Kostenersparnis beim Papier sowie zusätzlich im Versand. Der Produktvorteil zeigt sich auch bei den Briefhüllen in DIN lang und C5, die in einem Flächengewicht von 100 g/m² angeboten werden. Ein zusätzlicher Innendruck, der zu Farbabweichungen der Briefhüllen führt, ist dabei nicht mehr notwendig. HIDE bietet mit der Farbbezeichnung »perfect white« ein professionelles und FSC-zertifiziertes Papier für die Geschäftskommunikation in einer optimalen Grammaturpalette von 90 bis 330 g/m². Die Oberflächenbeschaffenheit des Papiers ermöglicht optimale Druckergebnisse. Vertrieben wird HIDE ab einem Ries direkt von LakePaper.

➤ www.lakepaper.com

Übersichtlich und hochwertig NEUE MUSTERKOLLEKTION VON BERBERICH PAPIER

Der Papiergroßhändler Berberich Papier präsentiert seinen Kunden seine neue Musterkollektion in zwei Musterbuchordnern samt Schubler. Eine alphabetische Übersicht des Sortiments im Papier- und Kartongebiet schafft zunächst einen Gesamtüberblick über die breite Angebotspalette. Um einen visuellen und haptischen Eindruck zu verschaffen, wurde die Musterkollektion mit verschiedenen Papier- und Kartonsorten mit Schwarzweiß- und Farbmustern bestückt. Jede Qualität ist mit der kompletten Gewichtsrange und jede farbige Sorte zusätzlich mit einer übersichtlichen Farbtonkarte vertreten.

Berberich hat für seine Kunden farbig bedruckte Muster mit Bildmotiven und Euro Skala-Farbwerten eingefügt, damit diese die Papierqualität exakt und in allen Feinheiten beurteilen können. Die integrierte Sortimentstabelle informiert auf einen Blick, in welchen Farben, Gewichten und Formaten die gewünschte Sorte ab Lager geliefert werden kann.

»Wir wollten eine übersichtliche, hochwertige neue Musterkollektion in klassischem Berberich-Design«, so Marketingleiter Hanspeter Albrecht. »Diese muss alltagstauglich, praktisch und leicht erkennbar sein.« Deshalb hat Berberich Papier lediglich fein akzentuierte Änderungen in der äußeren Erscheinungsform zum Vorgängermodell vorgenommen.

➤ www.berberich.de



Think big!

DER SCHEUFELN WANDKALENDER 2010

Mit dem Wandkalender 2010 »Think big« setzt Scheufelen ein Zeichen: Große Markenauftritte kommen auf Scheufelen-Papier groß heraus. Die Designer der Agentur Strichpunkt haben es wörtlich genommen und große Marken groß dargestellt. Ganz im Sinne von Andy Warhol sind sie zu dem Schluss gekommen, dass sich große Marken, im Detail betrachtet, nicht von Kunst unterscheiden. Mit den Ausschnittvergrößerungen von kleinsten Details

weltweit bekannter Markenzeichen werden so abstrakte Kunstwerke geschaffen. Eindrucksvoll präsentieren sich die Logos namhafter Marken in einer neuen und doch unverwechselbaren Optik. Die Darstellungen lassen Raum für Fantasie und fordern vom Betrachter das Abrufen von Formen und Farben aus der Erinnerung an bekannte Markenzeichen wie Canon, HP, IBM, IKEA, McDonald's, SAP oder Siemens. Gedruckt auf den gestrichenen Papieren PhoeniXmotion, Consort Royal, Job Parilux und heaven 42 entfalten die Kunstwerke ihre eigene Ästhetik. Die Produktionsnotizen im Anhang erläutern die eingesetzten Druckveredelungen wie Iridion-Lack, Heißfolienprägung und partieller Lackierung.

➤ www.scheufelen.de



Pixart ante portas

Innovative italienische Internet-Druckerei pixart.it peilt mit Digitaldruck-Angeboten den deutschen Markt an

»Unsere Strategie ist ganz einfach«, erläutert Matteo Rigamonti, CEO von pixart.it, die Zielsetzung des Unternehmens: »Um die bestmögliche Qualität zu einem konkurrenzfähigen Preis bieten zu können, bedienen wir uns stets der modernsten Techniken des Marktes. Nur über die hohe Qualität und den schnellen Service können wir die Kunden binden. Günstige Druckkosten alleine reichen für eine langfristige Partnerschaft nicht aus.«

Diese Erkenntnis mag viele verblüffen, die in den so genannten Internet-Druckereien nur »Preisbrecher« sehen. Aber die oftmals angeführte Kostenersparnis alleine kann eine Abkehr der Kunden von der ortsnahen Druckerei nicht begünstigen. Erst die perfekte Abwicklung mit extrem kurzen Produktionszeiten, eine kompromisslose Qualität und hohe Sicherheit durch eine maximale Druckperformance eröffnen neue Perspektiven bei der Abwicklung von Druckaufträgen im Internet.

Dies erkannte Matteo Rigamonti bereits im Jahre 2000. Dass Web-to-Print das Druckgewerbe verändern würde und hier die Zukunft liege, war schon damals seine feste Überzeugung.

Nach der Gründung eines DTP- und Scanstudios 1994 und fokussierte sich Matteo Rigamonti 2000 auf den Digitaldruck und e-Commerce. Damals noch mit relativ einfachen Tools ausgestattet, begann ein wahrer Siegeszug – und nach nur wenigen Jahren gehört pixart.it heute mit über 60.000 Kunden zu Europas führenden Unternehmen in diesem Segment – wohl gemerkt: pixart.it bietet in erster Linie Digitaldruck an.

Anfangs konnte pixart.it das Business-Modell fast autark vorantreiben, denn Mitbewerber kamen erst, als das Unternehmen bereits erhebliche Erfolge vorweisen konnte. Mittlerweile produzieren mehr als 80 Mitarbeiter in zwei über 7.000 m² großen Produktionsstätten in Marghera und Mestre, beide in Sichtweite der Lagunenstadt Venedig.

Ein Drittel aller Aufträge über das Internet?

Matteo Rigamonti steht als treibende Kraft hinter dem Ausbau dieses innovativen Geschäftsmodells. »Wir haben uns sehr früh auf den digitalen Druck spezialisiert, denn er ist einfacher und konstanter als der konventionelle Druckvorgang. Dadurch bekommen unsere Kunden die Produkte schneller, günstiger und dennoch in bester Qualität«, führt er aus. Denn Web-to-Print sei mittler-

Web-to-Print hat den Vertrieb von Drucksachen revolutioniert. Einer der Vorreiter, die italienische Druckerei pixart.it, setzt dabei auf Qualität und Service sowie Zeit- und Kostenersparnis für Kunden aus vielen Bereichen des Grafik-Designs, Messebaus, Druckservices und Fotohandels.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Der Erfolg von pixart.it ist unmittelbar mit dem Namen Matteo Rigamonti verbunden. Der 1965 in Venedig geborene Italiener ist Gründer und CEO des Unternehmens. Sein Berufsweg ist für einen der erfolgreichsten Repräsentanten der Branche eher ungewöhnlich. Die Arbeit als Consultant für Mac-Systeme und das Studium der Wirtschaftswissenschaften lässt sich hierbei noch als normal einordnen. Daneben stehen Tätigkeiten als Immobilienmakler und Niederlassungsleiter einer chinesischen Imbisskette. Die ganze Zeit über trieb den rastlosen Venezianer jedoch der Traum an, ein eigenes, großes Business aufzubauen, das im Markt als Pionier und Innovator gilt. Diesen Traum hat er sich mit pixart.it verwirklicht.

weile Mainstream und nicht mehr nur eine Randerscheinung. Prognosen entsprechend werden zukünftig mehr als ein Drittel aller Druckaufträge über diesen Vertriebskanal abgewickelt.

Die beste Technik des Marktes

Um über 1.500 Auslieferungen täglich abwickeln und Lieferzeiten von 24 bis 48 Stunden bieten zu können, bedient man sich bei pixart.it der modernsten Gerätegenerationen, die zurzeit am Markt erhältlich sind. Quasi im Monatsrhythmus werden bei dem italienischen Unternehmen Drucksysteme ausgetauscht, neue installiert und Erweiterungen vorgenommen, um dem Wettbewerb stets eine Nasenspitze voraus zu sein. Und weil es nur so möglich sei, sagt Matteo Rigamonti, ein solches Volumen reibungslos zu verarbeiten. Jüngst komplettierte pixart.it seine Technik mit der Installation von sechs HP Indigo 7000 – in Europa zurzeit eine der größten Einzelinstal-

lationen. Mit diesen Digitaldruckmaschinen wickelt pixart.it in erster Linie Akzidenzaufträge aller Art in exzellenter Offset- und Fotodruckqualität ab. Dabei unterstützen die Indigo Druckmaschinen eine breite Palette von Medien, wobei pixart.it nach eigenen Angaben nur hochwertige Druckmedien aus Europa einsetzt.

Der Maschinenpark besteht zusätzlich aus 15 Roland S3 SolJet Printern, zwei KIP Color 80 Printern, zwei Roll-to-Roll Durst Rho 320R, je einem Durst Rho 800 und Rho 700 Flachbettdrucker und einem Océ Arizona 350 XT Flachbett-System. Für Schneidearbeiten stehen acht Maschinen von Zünd bereit. Für großvolumige Aufträge bedient man sich in Marghera seit Sommer 2009 einer Komori LS 29 Vierfarbmaschine.

Perfekte Abwicklung

Analysiert man die Abläufe zwischen Planung, Kreation und Produktion, wird schnell klar, wo durch



effektivere und rationellere Prozesse Kosten und Zeit einzusparen sind. Durch die Straffung und Standardisierung im Bereich Druckproduktion zum Beispiel sind erhebliche Einspareffekte in Zeit und Budget möglich. Dies bezieht sich nicht nur auf die eigentliche Abwicklung – auch klar definierte Qualitätsstandards führen zu geringeren Kosten und

kürzeren Time-to-Market-Reaktionszeiten. Dank der Standardisierung durch PDF-Dateianlieferungen und Farbkalibrierungen kann ein verbessertes Produktions-Controlling greifen. Softproofs oder Rückfragen, wenn etwas nicht schlüssig erscheint, erhöhen die Produktionssicherheit ebenso wie das zeitnahe Jobtracking. Nur so ist die Garantie





Mehr als 80 Mitarbeiter in den beiden über 7.000 m² großen Produktionsstätten in Marghera und Mestre, beide in Sichtweite der Lagunenstadt Venedig.

Um über 1.500 Auslieferungen täglich abwickeln und Lieferzeiten von 24 bis 48 Stunden bieten zu können, bedient man sich bei pixart.it der modernsten Gerätegenerationen.

der 24- bis 48-stündigen Verfügbarkeit überhaupt realisierbar.

»Sollte der Kunde einmal nicht völlig zufrieden sein – was höchst selten vorkommt – drucken wir den Auftrag umgehend neu. Dies ist für alle Beteiligten günstiger und sorgt für Vertrauen«, so Matteo Rigamonti über die pixart Qualitätsinitiative. »Diese Sicherheit erscheint uns besonders für die ausländischen Kunden von besonderer Wichtigkeit. Wir bieten deshalb nicht nur höchste Produktionsstandards, sondern auch einen Service der Extraklasse«, fügt er hinzu.

Dass über 98% der Aufträge termingerecht beim Besteller eintreffen, zeigt die professionelle Umsetzung. So bedient man sich für den Versand großer, empfindlicher Druckprodukte eigener, speziell entwickelter Verpackungen.

Den deutsche Markt anvisiert

Nun beabsichtigt pixart, auch deutschen Geschäfts- und Privatkunden

seine Services anzubieten. Zwar lässt sich schon heute im Internet bestellen, doch will Matteo Rigamonti in die Offensive gehen. »Wir glauben, dass pixart.it deutschen Kunden einen überzeugenden Service im Digitaldruck anbieten kann. Designer, Messebauer, Agenturen und viele andere Kunden finden ein Portal, das vom Druck der Visitenkarte über komplette Geschäftsausstattungen und Werbematerialien bis hin zu Banner oder Poster ein sehr breites Angebot im Bereich Digitaldruck offeriert.« Und traditionellen Druckern bietet sich pixart.it als Partner sowohl für den Digital- als auch den Offsetdruck an.

»Unsere Stärken liegen in der Nutzung modernster Technik, in kompromissloser Qualität und attraktiven Preisen«, erklärt Matteo Rigamonti und fügt hinzu: »Neben Digitaldruckmaschinen stehen auch Geräte für die Weiterverarbeitung zur Verfügung. Dies spart zusätzlich Zeit und erfüllt unsere hohen Qualitätsanforderungen.«

pixart.it auch 2009 auf Wachstumskurs

Mit der aktuellen Version der Website (eine deutschsprachige Version ist in Vorbereitung) steht ein Portal zur Verfügung, das klar strukturiert durch die Funktionalitäten des Web-Shops führt. Die Auswahl der Produkte ist logisch aufgebaut und garantiert eine professionelle Abwicklung.

Die Vielfalt der Druckprodukte spricht für sich und wird ständig durch neue, innovative Lösungen erweitert – wie jüngst eine Reihe an unterschiedlichen Verpackungslösungen. Daneben beinhaltet das Angebot Geschäftsausstattungen, Visitenkarten, Grußkarten, Datenblätter, Bedienungsanleitungen, Flyer, Werbebroschüren, Kataloge, Info-Blätter, Großformatdrucke, Poster, Drucke auf Forex, Plexiglas, Eurobond, MDF, City Light Poster, Banner einschließlich Roll-up-Systeme, Werbemittel, POS-Materialien, Bindung, Laminierung.

Zwar räumt Matteo Rigamonti ein, dass auch ihn Anfang 2009 die gesamtwirtschaftliche Krise beunruhigte. »Das Kostenbewusstsein auf Kundenseite war sehr hoch, Bestellungen wurden nur dann getätigt, wenn sie dringend nötig waren. Ende 2009 sind wir jedoch positiv gestimmt – unsere Maschinen sind komplett ausgelastet.« Dabei zahle sich die klare Fokussierung auf die Kundenbedürfnisse besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten aus. Daher erwartet Matteo Rigamonti für 2009 eine Umsatzsteigerung von 30%.

Starkes Wachstum auch im Offset-Bereich

Mit Produktinnovationen wie einem für die Kunden kostenfreien Online-Umbruchsystem, Erweiterungssinvestitionen im Offsetdruck sowie einem signifikanten Ausbau der Produktionskapazitäten will das Unternehmen 2010 in neue Märkte expandieren.



Der hat aber auch auf alles eine Antwort!

4.500 Fachbegriffe aus Premedia, Publishing, Print, Digitaldruck und der Internet-Welt.



Eine weitere Vergrößerung der Produktionsfläche ist nicht nur aufgrund der Expansionspläne aus Sicht des Unternehmens dringend notwendig und bereits in Planung.

Im Sommer 2009 installierte pixart den Kundenwünschen entsprechend eine nagelneue Komori-Bogenoffsetmaschine, eine Entscheidung, die bereits nach kurzer Zeit reiche Früchte trug. Auch wenn sich pixart konsequent dem Digitaldruck verschrieben hat, zeigte sich sehr schnell, dass für gewisse Aufträge ein Bedarf an konventionellem Offsetdruck besteht. Die verstärkte Nachfrage nach Offset-Druckdienstleistungen veranlasst pixart jetzt dazu, die gegenwärtig installierte Vierfarbdruckmaschine gegen zwei neue Komori-Maschinen mit acht beziehungsweise zehn Farbwerken auszutauschen. Eine weitere wichtige Investition in die Zukunft ist die Eröffnung eines neuen, 17.000 m² großen Betriebsgebäudes für Produktion und Logistik. Matteo Rigamonti sieht sich daher für 2010 sehr gut aufgestellt: »Aufgrund dieser Neuerungen können wir unsere Kapazitäten spürbar ausbauen, so dass die Abwicklung großvolumiger Aufträge sowie die Masse der Aufträge noch weiter gesteigert werden kann. Nächstes Jahr wollen wir nicht nur in Italien, sondern auch in anderen europäischen Staaten expandieren. Über 15.000 Kunden vertrauen uns in Frankreich ihre Druckjobs an, auch in Spanien, Portugal, Großbritannien und Deutschland stehen die Zeichen auf Wachstum. Dazu wird die Websi-

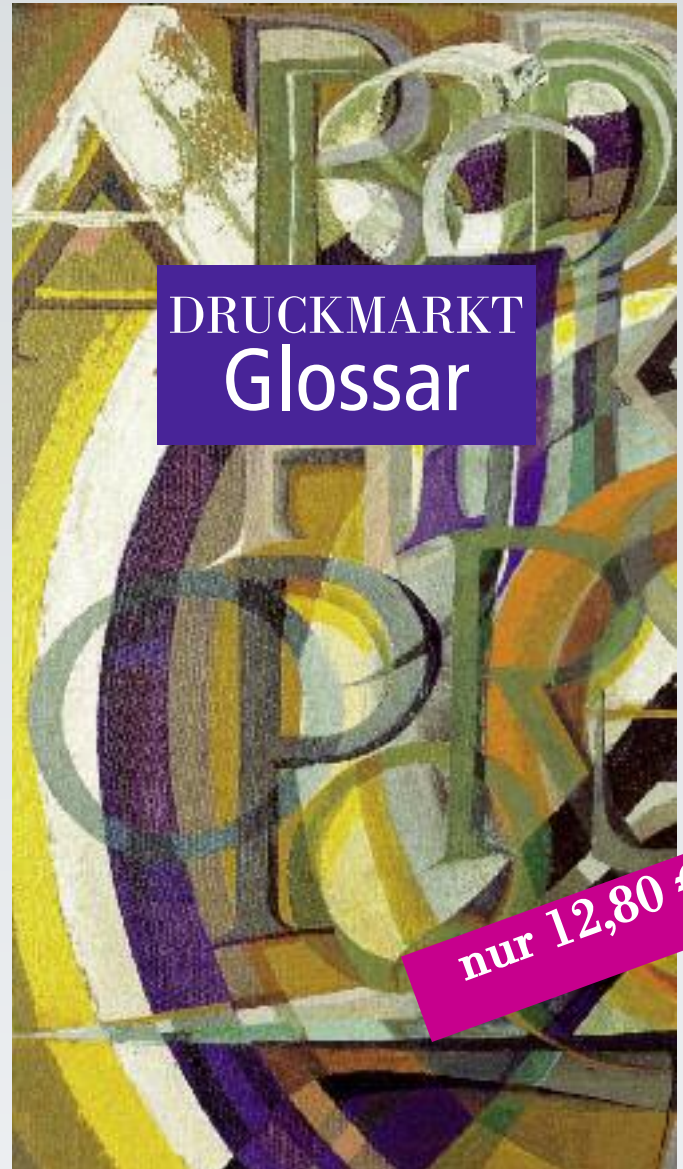
te neben einer englischen, französischen und italienischen Version ab Anfang 2010 auch eine deutsche Fassung erhalten.«

Neue Software-Funktionen

Grundlage des Erfolgs ist der Einsatz der innovativen Management-Software, die einen perfekten Workflow und ein exaktes Zeitmanagement für jeden Druckjob ermöglicht. Die Software-Lösung bildet das komplette Management der Kundenbeziehungen online ab und erlaubt zudem die vollständige Kontrolle über den Produktionsstatus jedes einzelnen Auftrags. Dazu gehört ein zeitnahes Feedback über den Auftragsfortschritt, wer den Job ausführt und ob Probleme aufgetaucht sind, die eine Kontaktaufnahme notwendig macht. Die Software wird 2010 erweitert, so dass alle Informationen auch den Kunden online verfügbar sein werden.

»Ich verfolge das Ziel, pixart.it zu einem Industrie-Standard für hochqualitative Web-to-Print Services im Business-Bereich zu machen«, beschreibt Matteo Rigamonti die Ziele und sieht das Unternehmen mit der Philosophie ständiger Innovation für die Zukunft gut gerüstet.

► www.pixart.it



So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. Hier ist ein Glossar und Lexikon, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert. Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Abkürzungen aus digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Druck, Digitaldruck sowie der Computer- und Internetwelt. Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich.

196 Seiten, Format 11,5 x 29,7 cm. 12,80 € plus Versandkostenpauschale.

Leicht bestellt im Internet: www.druckmarkt.com
oder direkt beim arcus-Verlag: Fax: +49 (0) 26 71-38 50.

Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir _____ Exemplare.

Name _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Datum, Unterschrift _____



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2010			
30. 01. - 02. 02. 2010	Paperworld 2010	Frankfurt	www.paperworld.messefrankfurt.com
22. 01. - 12. 02. 2010	druckforum 2010	Stuttgart	www.druckforum.de
02. 03. - 06. 03. 2010	CeBit 2010	Hannover	www.cebit.de
18. 03. - 21. 03. 2010	Leipziger Buchmesse	Leipzig	www.leipziger-buchmesse.de
13. 04. - 14. 04. 2010	Internet World, Fachmesse & Kongress	München	www.internetworld-messe.de
21. 04. - 22. 04. 2010	Easy Fairs, Verpackung	Zürich	www.easyfairs.com
05. 05. - 07. 05. 2010	PostPrint, Messe und Kongress »Media Mundo«	Berlin	www.postprint.de
18. 05. - 25. 05. 2010	IPEX, Messe für Print und Publishing	Birmingham	www.ipex.org
16. 06. - 17. 06. 2010	Mailingtage	Nürnberg	www.mailingtage.de
21. 06. - 23. 06. 2010	11. DOXNET Fachkonferenz	Baden-Baden	www.doxnet.de
22. 06. - 26. 06. 2010	Fespa 2010	München	www.fespa2010.com
24. 08. - 26. 08. 2010	Suisse Emex, Fachmesse für Marketing	Zürich	www.suisse-emex.ch
28. 09. - 30. 09. 2010	FachPack	Nürnberg	www.fachpack.de
21. 09. - 26. 09. 2010	photokina, World of Imaging	Köln	www.photokina.de
04. 10. - 06. 10. 2010	Ifra Expo 2009, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	www.ifra.com
06. 10. - 10. 10. 2010	Buchmesse Frankfurt	Frankfurt	www.buchmesse.de
13. 10. - 16. 10. 2010	16. Druck + Form	Sinsheim	www.messe-sinsheim.de
04. 11. - 06. 11. 2010	Viscom, Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	www.viscom-messe.de
2012			
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	www.drupa.de

Hahnemühle Photo Award

ANNIVERSARY COLLECTION 2010
AUF STÄDTETOUR

London, Paris, New York werden Stationen sein. Den Anfang macht Sydney am 10. Februar, es folgen Peking, Berlin und Hongkong. Ein besonderer Höhepunkt wird der Besuch der Photokina in Köln sein. Hier sind die Gewinnerbilder des Hahnemühle Anniversary Photo Award vom 21. bis 26. September ausgestellt.

Anlässlich ihres 425 jährigen Bestehens hatte Hahnemühle den Anniversary Photo Award ausgeschrieben. »Für Originale« lautete das Motto. Amateure und Profifoto-

grafen waren eingeladen, ihren ganz persönlichen, originären Blick auf Menschen, Dinge und Stimmungen im Bild festzuhalten. Fast 1.800 Teilnehmer aus 45 Ländern haben mehr als 7.100 Bilder eingereicht. Eine international besetzte Fachjury hat 43 Arbeiten für die Hahnemühle Anniversary Collection ausgewählt.

»Die beeindruckenden Bilder sind ein Querschnitt durch die Sujets der Fotografie«, sagt Jörg Adomat, Geschäftsführer der Hahnemühle.

»Porträt und Landschaft, aber auch Architektur und Stilleben sind vertreten. Wir sind überzeugt, eine besondere Ausstellung zu haben.



»People 0« – Roberto Soares-Gomes, Brasilien

Für jedes Motiv wurde ein in Struktur und Weißgrad besonders passendes FineArt Papier gewählt, dass die Bildaussage optimal unterstützt.

Informationen zur Jury, den Gewinnern und ihren Bildern sowie den

Ausstellungen in aller Welt finden Interessierte auf der Internetseite des Unternehmens unter der Rubrik »Kreatives und Informatives«.

► www.hahnemuehle.de



Die Zukunft der Farbe FOGRA COLOUR MANAGEMENT SYMPOSIUM

330 Teilnehmer aus 27 Ländern sorgten 2008 für ein ausgebuchtes erstes Colour Management Symposiums der Fogra Forschungsgesellschaft Druck e.V. Jetzt lädt das Institut am 25. und 26. Februar 2010 zur zweiten Auflage nach München ein. Auch diesmal berichten sowohl international anerkannte Experten aus der Forschung als auch ausgewiesene Praktiker in über 20 Vorträ-



gen über die neuesten Erkenntnisse und Produkte auf dem Gebiet des Farbmanagements. Schwerpunktmäßig befassen sich die sechs Themenblöcke (Sessions) mit aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des Farbmanagements im digitalen Produktions- und Verpackungsdruck. In der zweiten Session steht die farbverbindliche Darstellung von CMYK und Schmuckfarben sowohl auf Papier als auch am Bildschirm im Mittelpunkt. Am Folgetag stehen Möglichkeiten und Grenzen der Automatisierung von Farbtransformationen zur Diskussion. Die fünfte Session konzentriert sich ausschließlich auf Farbmanagementaspekte im digitalen Verpackungsdruck. Einen Ausblick auf die Zukunft des Farbmanagements gewähren Farbwissenschaftler in der letzten Session.

➤ www.fogra.org

Webinar-Reihe KODAK MARKETMOVER MSP LÖSUNGEN

Eine Reihe kostenloser Webinare bietet grundlegende Erkenntnisse über den Wandel von der Druckerei zu Marketingdienstleistern. Die im Rahmen des Kodak Marketmover Business Development Service-Programms angebotene Webinar-Reihe unterstützt die Unternehmen bei diesem Vorhaben. Experten von Kodak werden Möglichkeiten aufzeigen, wie Drucker ihren Kunden einen effektiven Mehrwert bieten, Marktanteile gewinnen sowie eine handfeste Investitionsrendite der Marketingmaßnahmen erzielen können. Die auf der Print 09 angekündigten Kodak Marketmover MSP Webinare finden an folgenden Tagen (jeweils von 19.00 bis 20.00 Uhr) in englischer Sprache statt:

20. Januar 2010: Datenmanagement und Sicherheit: streng geheim!

➤ www.kodak.com

**White Paper
»Buchherstellung digital«**

Das White Paper zur digitalen Bücherherstellung. Jetzt verfügbar in der »Druckmarkt Collection«.

www.druckmarkt.com

Anzeigen und Werbung 2010 WERBEKUNDEN VERLANGEN MEHR ALS ZAHLENWERTE

Bei Printprodukten haben sich zwar Auflagenzahlen als Standardmessgröße für die Berechnung von Anzeigenpreisen etabliert, doch wenn es um Online-Reichweiten geht, verlangen die Werbekunden weit mehr als reine Zahlenwerte. Schon bald werden die Anzeigen- und Werbepreise weitgehend am Nutzerverhalten orientiert sein, das sich im Internet leichter messen lässt, sagt Matthew Dodd, ein führender Experte in Sachen Web Analytics und Research, der auf der 20. Internationalen Konferenz Anzeigen und Werbung am 4. und 5. März in Kopenhagen, Dänemark, als Referent vertreten sein wird.

Als Vice President Research & Analytics für den EMEA-Raum von Nielsen Online, Großbritannien, verfügt Matthew Dodd über Research-Kompetenz im Bereich Internet und digitale Medien. Eines seiner wesentlichen Anliegen ist die Entwicklung neuer crossmedialer Reichweitenmessungen, die das Nutzerverhalten berücksichtigen und die Förderung eines tiefergehenden Verständnis der digitalen Medien-nutzung.

Die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) organisierte Konferenz zieht jährlich Hunderte von Anzeigen- und Werbeverantwortlichen aus Zeitungsverlagen in aller Welt an, die in diesem Forum ihr gemeinsames Ziel erörtern: Die Steigerung der Einnahmen in einer Zeit, wo die Konkurrenz so stark ist wie nie zuvor.

➤ www.wan-ifra.org/worldadvertising2010_de

Forum Papier und Druck PAPIERKENNWERTE VERÖFFENTLICHT

Die erste Veröffentlichung zu den Papierkennwerten für die Verfahren Bogenoffsetdruck, Heatset und Tiefdruck wurde durch das Forum Papier und Druck abgestimmt und ist seit 15. Dezember 2009 verfügbar. Das Forum Papier und Druck ist eine gemeinsame Initiative der Verbände VDMA und Zellchemie unter Beteiligung von Experten der Druckindustrie, Maschinenherstel-



lern, der Druckfarbenindustrie und von Unternehmen der Papierindustrie. Übergreifendes Ziel des Forums ist es, die Kommunikation in der Wertschöpfungskette Papier-Druck durch Bereitstellung von einheitlichen Papierkenngrößen zu verbessern. Dies soll industrielle Produktionsprozesse in Druckereien und Buchbindereien sicherer gestalten und die Wettbewerbsfähigkeit für Druckprodukte erhöhen.

➤ www.vdma.org/druck+papier



Heidelberg

OPEN HOUSES IM FRÜH-SOMMER 2010

Nachdem in Heidelberg Mitte Oktober Kunden zum Open House eingeladen waren, finden weitere Veranstaltungen im Frühsommer 2010 statt.

München: 06. - 08. Mai 2010;
Hamburg: 03. - 05. Juni 2010;
Düsseldorf: 10. - 12. Juni 2010;
Berlin: 17. - 19. Juni 2010.

➤ www.heidelberg.com

Cleverprinting:

SCHULUNGSVIDEOS ON-DEMAND – FILME AB 49 CENT

Der Braunschweiger Schulungsanbieter Cleverprinting.de bietet Schulungsvideos zum Thema PDF/X und Colormanagement. Videos können kapitelweise über das Internet angeschaut werden, bezahlt wird via Sofortüberweisung oder über die Telefonrechnung. Einzelne Filme gibt es bereits ab 49 Cent.

➤ www.cleverprinting.de

Workshop

EFFIZIENTE FERTIGUNG VON DISPLAYKLEINSERIEN

Zusammen mit der STI Group veranstaltet der Fachverband Medienproduktion e.V. (f:mp.) einen dreistündigen Workshop zur effizienten Fertigung von Displays in kleinen Auflagen via Online-Workflow. Die Veranstaltung findet am 9. Februar 2010 um 13.00 und 18.30 Uhr in Bad Homburg statt.

➤ www.f-mp.de

postprint Berlin

PRINT TRIFFT MARKETING: POSTPRINT UND DIRECTEXPO

Als Reaktion auf die aktuelle Marktentwicklung integriert die Messe Berlin 2010 ihre Marketingmesse directexpo in die etablierte postprint berlin. Die wichtigste Fachmesse für Drucklösungen im Norden und Osten Deutschlands findet vom 5. bis 7. Mai 2010 statt.

➤ www.postprint.de

Horizon, HP Indigo und Hunkeler

OPENHOUSE MIT FACHFORUM UND ERÖFFNUNGSPARTY: »DIGITALDRUCK MEETS FINISHING«

Nachdem Horizon nach Quickborn umgezogen ist, soll die Eröffnung der neuen Firmenzentrale mit Kunden gefeiert werden. Als schon bewährter OpenHouse-Partner ist HP Indigo bei der Veranstaltung wieder mit dabei. Darüber hinaus kommt Hunkeler als Partner für den Bereich »Verarbeitung von der Rolle«. Vom 24. bis 27. Februar 2010 heißt es »Digitaldruck meets Finishing« in der neuen Horizon-Zentrale Quickborn.

Im neuen, großzügig gestalteten Gebäude wird Horizon seine Maschinen aus den Bereichen Broschürenfertigung, Sammelheften, Falzen, Klebebinden, Schneiden und Laminieren vorführen, HP Indigo präsentiert die HP Indigo Press 7000 und Hunkeler zeigt »High Speed Finishing« von der Rolle. Besonderes Horizon-Highlight: der Ein-Zangen-Klebebinde BQ-270 PUR-D mit dem viskositätsunabhängigem Q-JET-Düsenaufragsystem. Zusammen mit dem BQ-470 PUR-D werden mittlere und kleine Auflagen bis zum Einzelstück mit

dem gesundheitlich unbedenklichen Micro-Emission-PUR-Klebstoff verarbeitet.

Highlight bei HP Indigo ist der HP SmartStream Director, die Web-to-Print-Softwarelösung, die auf die Anforderungen kleiner und mittlerer Druckdienstleister zugeschnitten ist.

Hunkeler zeigt eine Mailingproduktion mit variablem Rausschnitt an der Horizon-Taschenfalzmaschine AF-566FDigital und dynamische die Broschürenproduktion von der Rolle am falzenden Horizon-Sammelhefter StitchLiner 6000Digital jeweils mit Hunkeler-Inline-Schneidelösungen.

Zudem wird eine individualisierte Broschürenproduktion ein bildpersonalisiertes Exemplar des Kundenmagazins Nachdruck für jeden Besucher produziert.

Fachforen am Mittwoch und Donnerstag

Am Donnerstag, den 25. Februar 2010, findet zusätzlich von 14:00 bis 16:00 Uhr ein Fachforum zu aktuellen Branchenthemen statt. Eine gute Gelegenheit, um sich

über Zukunftsperspektiven zu informieren.

Um 14:00 Uhr referiert Bertram Störch, Marketingmanager Hewlett-Packard GmbH, zum Thema »Digitaldruck wird Mainstream – eine Bestandsaufnahme«.

»Potenziale und Perspektiven im Endlos-Digitaldruck« beleuchtet Stephan Klier, Geschäftsführer der Hunkeler Deutschland GmbH, um 14:20 Uhr.

Mario Eckers, Verkaufsleiter Graphic Arts, Henkel AG & KGaA, informiert um 14:40 Uhr über »PUR-Hotmelt – Neue Kennzeichnungsvorschriften ab 2010«.

»Veredeln Sie Ihre Kompetenz!« ist um 15:20 Uhr Thema von Marisa Dütsch, Horizon-Produktleiterin Laminieren.

Dipl.-Ing. Frank Dieckhoff, Geschäftsführer digicom, wird um 15:30 Uhr den neuen Fachverband digicom, die Interessengemeinschaft für den Digitaldruck e.V., vorstellen.

Schließlich referiert Michael Apenberg, Apenberg+Partner GmbH, um 15:40 unter der Headline »Die Elite der Zukunft nutzt Print« über

die Zukunft und die Chancen der Druckindustrie.

HP Indigo Digital Production Forum

Am Mittwoch (24. Februar) und Donnerstag (25. Februar) findet zusätzlich jeweils von 09:00 bis 13:00 Uhr ein HP Digital Production Forum statt. In diesem Forum werden verschiedene Web-to-Print-Szenarien erörtert, Möglichkeiten zur Geschäftsentwicklung und Kundenbindung auf Basis von Web-to-Print-Lösungen vorgestellt.

Horizon-Eröffnungsparty

Am Freitag (26. Februar 2010) findet ab 15.00 Uhr die Horizon-Eröffnungsparty statt. Eine Anmeldung ist übrigens nicht erforderlich. »Einfach vorbeikommen« ist die Devise.

➤ www.horizon.de/live

➤ www.horizon.de/fachforum

➤ www.hp.com/de/dp-forum



Neue f:mp.-Seminarreihe SOFTPROOF FÜR DRUCKVORSTUFE

Softproof-Experte Detlef Fiebrand vermittelt in der neuen Seminarreihe des f:mp. die neusten Möglichkeiten des IT-gestützten Proofings. Remote-Softproof (Web2Proof) und Softproof am Druckleiststand eröffnen neue Wege zur Einsparung von Produktionskosten. Doch nicht allein die Software, auch die Kompetenz des Anwenders bestimmt letztlich, welche Vorteile aus diesen Möglichkeiten gezogen werden können. Ziel der neuen Seminarreihe »Softproof für Druckvorstufe und Medienproduktioner« ist die farbverbindliche Darstellung von Druckdaten am Monitor. Das Themenspektrum umfasst neben Grundlagen der Farbwahrnehmung deshalb auch die wesentlichen Faktoren Normlicht, Farbprofile und Grafiksteuerung, Farbeinstellungen und Proofvorschau sowie Monitorkalibration und -profilierung. Die Termine der Seminarreihe: 15. März in Hamburg, 17. März in Düsseldorf, 19. März in Frankfurt und 23. März in München. Die Teilnahmegebühr beträgt 425 €. Die Teilnehmerzahl pro Veranstaltungsort ist auf maximal 12 Personen begrenzt.

➤ www.msk-web.de

➤ www.f-mp.de

Biberister-Symposium der LGB BERUFSBILDUNG SCHWEIZ – DAS ERFOLGSMODELL

Unter dem Titel »Berufsbildung Schweiz – das Erfolgsmodell!« fand am 7. November 2009 im Werk Biberist der Papierfabrik sappi bereits zum 38. Mal das gleichnamige Symposium statt. Turnusgemäß war die Thematik einem bildungspolitischen Thema gewidmet. Dabei galt es, das Berufsbildungsmodell der Schweiz genauer anzuschauen und die Stärken der dualen Ausbildung im internationalen Vergleich zu beleuchten. Drei Referenten würdigten die schweizerische Berufsbildung aus ihrer Sicht. Martin Stalder, Ressortleiter Höhere Berufsbildung beim BBT, ging auf die Vorzüge der nichtakademischen Weiterbildungsmöglichkeiten ein. Eine Standortbestimmung zur beruflichen Grund- und Weiterbildung in der grafischen Industrie nahm der Bildungsverantwortliche des Branchenverbandes Viscom, Peter Theilkäs vor. In einer Rückschau zeigte er Anforderungen auf, die an die berufliche Bildung in der grafischen Industrie gestellt werden. Nach einem Stehlunch stand der Vortrag vom Alt-Nationalrat und ehemaligen Preisüberwacher Hans-Rudolf Strahm auf dem Programm. In Vergleich mit dem Ausland, mit OECD-Zahlen und eindeutigen Fakten untermauerte er die Vorzüge, welche Absolventinnen und Absolventen einer dualen Berufslehre in der Schweiz erhalten.

CGS

ORIS FARBMANAGEMENT FÜR DEN DIGITALDRUCK

CGS Publishing Technologies International übergab Oris Press Matcher Pro und Oris Certified Proof Software an die Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Die Software wird dort in Verbindung mit einer Xerox iGen4 und einer Konica Minolta Bizhub in der praxisorientierten Ausbildung der Druck- und Medientechnik eingesetzt.



Übergabe der Oris Software Produkte in der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt, Wien. Im Bild (v.l.n.r.): Prof. Karl-Bernhard Kasché, Werkstättenleiter, Direktor Dipl. Ing. Gustav Linnert, Heiner Müller, Direktor Communications & Business Development, CGS, Abt. Vorstand Dipl. Ing. Manfred Niedl

Durch das Oris Farbmanagement gelang eine perfekte Simulation des Prozessstandards Offsetdruck und damit auch die Erfüllung der entsprechenden Anforderungen in Bezug auf Qualität und Wiederholbarkeit.

➤ www.cgs-oris.com

Rekordergebnis bei der ICE

6. INTERNATIONALE CONVERTING EXHIBITION

Die 6. Internationale Converting Exhibition ICE Europe endete mit einem Besucher-, Aussteller- und Flächenrekord. Vom 24. bis 26. November 2009 kamen insgesamt 5.350 Besucher aus 63 Ländern ins Münchener M,O,C, um sich über Neuheiten im Bereich der Papier-, Film- und Folienveredelung und -verarbeitung zu informieren. Verglichen mit der Vorveranstaltung bedeutet dies einen Anstieg der Besucherzahlen um 27%. Mit 329 Ausstellern aus 21 Ländern, einem Ausstellerzuwachs von 20%, und 30% mehr Ausstellungsfläche war die ICE Europe größer als je zuvor. 45% der Aussteller und 43% der Besucher kamen von außerhalb Deutschlands. Das Hauptinteresse der Besucher galt den Ausstellungskategorien Beschichtung und Kaschierung, Schneide-/Wickeltechnik, Maschinenzubehör, Kontroll-/Messgeräte, Materialien und Konfektionierung.

➤ www.ice-x.com

KURZ & KNAPP & BÜNDIG

FotoWare lädt zur European User Conference am 4./5. Februar 2010 nach Köln ein – eine zweitägige Informationsveranstaltung, auf der die FotoWare 7.0 Software Suite präsentiert wird. Maximal können 80 Teilnehmer teilnehmen; der Preis liegt bei 200 € pro Person. • In mehreren deutschen Städten wird der PistStop-Experte Karsten Schwarze für Impressed zeigen, wie man mit den PDF-Bearbeitungs-Tools noch mehr aus PitStop herausholen kann. Die Termine: 21. Januar in Coesfeld bei »Bense campus«, 22. Januar in Hofheim bei »denkform«, 26. Januar in Hamburg bei Impressed, 27. Januar in München beim »ZID« (Zentrum Druck und Medien Bayern). Die Veranstaltungen dauern jeweils von 10:00 bis 13:00 Uhr. Kosten pro Teilnehmer: 99 €. • Erstmals zur Ipex 2010 wird ein »Knowledge Center« eingerichtet. Dort werden Verbände und Organisationen vertreten sein, um über Wissenswertes zu informieren. •

**Ricoh****HAUSMESSE »DOKUTRENDS« IM MÄRZ**

Ricoh lädt auch 2010 wieder zur Hausmesse nach Hannover ein. Die Veranstaltung findet von 3. bis zum 5. März statt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen Themen wie Digitaldruck und Dokumentenmanagement. Live-Präsentationen, Workshops und Live-Touren ergänzen das Programm.

➤ www.ricoh.de

Ziegler's best art & print work 09**EXKLUSIVER PRÄMIERUNGSEVENT IN BASEL**

Am 12. November 2009 wurden die »Ziegler's best Awards« vergeben. Gewinner des ersten Preises war die Druckerei UD Print aus Luzern. Auf dem zweiten Rang folgten Köpfli + Partner aus Neuenhof; die Rob Stolk Drukkerij und Designer Gebr. Silvestri aus Amsterdam erhielten eine Auszeichnung.

➤ www.zieglerpapier.com

Ulrich Media**UNSCHARFMASKIERUNG MIT MICHEL MAYERLE**

Michel Mayerle erklärt auf 90 Seiten, was für die digitale Unschärfmaskierung wichtig ist. Dabei werden alte Mythen begraben sowie neue Techniken und Denkansätze ins Spiel gebracht. Das Buch richtet sich an Photoshop-Profis und all jene, die sich mit der Unschärfmaskierung befassen wollen.

➤ www.ulrich-media.ch

Einladung zum »Anfassen«**DIE GROSSEN DREI AUS DEM HAUSE GRAPO**

Seit Oktober 2009 sind der Grapo Manta II (UV-Flachbettdrucker mit Weiß) und die UV-Hybriddrucker Octopuss II und Shark Teil des Angebotes bei Igepa. Die E. Michaelis GmbH, Reinbek, bietet am 29. Januar 2010 die Möglichkeit, die Maschinen zu erleben und mit eigenen Druckdaten zu testen.

➤ www.emichaelis.de

druckforum 2010**DREI WOCHEN VORTRAGSMARATHON IN STUTTGART**

Vom 22. Januar bis 12. Februar 2010 findet zum 32. Mal das druckforum des Verbandes Druck und Medien in Baden-Württemberg im Haus der Wirtschaft in Stuttgart statt. Die Eröffnungsveranstaltung am 22. Januar 2010, 18:00 Uhr, wird vom Verband Druck und Medien und der tbd (Technische Beratung Druck, Medien und Papierverarbeitung GmbH) durchgeführt. Parallel zum druckforum läuft die 60. Kalenderschau im Haus der Wirtschaft. Veranstalter sind der Graphische Klub Stuttgart, das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, die Kodak AG und der Verband Druck und Medien. Die Urkunden und Preise für die prämierten Kalender werden am 21. Januar verliehen.

VERANSTALTUNGEN BEIM DRUCKFORUM 2010

23. 01.	Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland
25. 01.	HP Indigo Digital Presses
26. 01.	GMG
27. 01.	MBO Maschinenbau Oppenweiler Binder
28. 01.	Papierfabrik Scheufelen
29. 01.	Koenig und Bauer
30. 01.	MHM Holding
03. 02.	CGS
04. 02.	Müller Martini; ATS-Tanner GmbH
05. 02.	Adobe Systems
06. 02.	manroland
09. 02.	POLAR-Mohr; KAMA
10. 02.	Oki Systems (Deutschland)
11. 02.	that's it SOLUTIONS Liedermann

➤ www.druckforum.de

GMG auf dem Druckforum 2010**VORTEILE DER STANDARDISIERTEN DRUCKPRODUKTION**

Im Rahmen des 32. druckforums informiert GMG am 26. Januar 2010 im Haus der Wirtschaft in Stuttgart über die Vorteile einer standardisierten Druckproduktion im Offset-, Digital- und LFP-Bereich.

Nicolas Kirste, Produktmanager, und Mustafa Dilek, Technical Sales Manager bei GMG, erläutern mit Praxisanwendern, wie Offset-, Digitaldruck-, oder Großformatbetriebe mit Farbmanagement und Qualitätskontrolle hervorragende Druckergebnisse erzielen können und welche Einsparungspotenziale sich daraus ergeben.

Die Kombination aus GMG Color-Server und GMG SmartProfiler ermöglicht es einfach und ohne tiefer gehende Farbmanagement-Kenntnisse verschiedenste Ausgabegeräte – insbesondere Digitaldruckmaschinen und LFP Systeme – zu kalibrieren und zu profilieren. Dadurch werden standardisierte Prozesse realisiert und hohe Farbgenauigkeit, Wiederholbarkeit und farbliche Übereinstimmung mit Printmedien klassischer Druckverfahren wie Offset- oder Tiefdruck erreicht.

➤ www.gmgcolor.com

Alkoholreduziertes Drucken**HEIDELBERG AUF DEM DRUCKFORUM IN STUTTGART**

Am 23. Januar 2010 informiert Heidelberg über alkoholreduziertes Drucken. Mit modernen Filmfeuchtwerten ist eine stabile Produktion in höchster Qualität mit weniger oder sogar ohne Alkohol möglich. Dies bietet ökologische und ökonomische Chancen für Druckereien. Die Samstagsveranstaltung beginnt um 10.00 Uhr. Durch das Programm führt Reinhold Hanske, Geschäftsführer Produktmanagement bei der Heidelberger Vertriebsorganisation Deutschland.

➤ www.heidelberg.com

KBA auf dem Druckforum**FLIEGENDER AUFTRAGSWECHSEL IM BOGENOFFSET**

Beim Druckforum 2010 präsentiert KBA am 29. Januar unter dem Motto »Rüstzeiten ade! Auftragswechsel mit Flying JobChange« die Möglichkeiten des nahezu unterbrechungsfreien Bogenoffsetdrucks auf einer Rapida 106-Mittelformatmaschine mit entsprechender Ausstattung (siehe auch Druckmarkt 61, Seite 32 ff.).

➤ www.kba.com



f:mp.-Seminar

»ALLES WAS RECHT IST« GEHT IN DIE ZWEITE RUNDE

Jeder, der sich in seinem Berufsalltag mit der Produktion von Print-, Online- oder digitalen Medien auseinandersetzt, wird regelmäßig auch mit rechtlichen Erfordernissen und Herausforderungen konfrontiert. Die Seminarreihe »Alles was Recht ist 2.0«, die der f:mp. in Kooperation mit der Kanzlei Ellmer & Bengsch-Ellmer veranstaltet, vermittelt notwendige Kenntnisse, um juristische Fallstricke vermeiden, frühzeitig erkennen und weitestgehend selbstständig lösen zu können. Der Schwerpunkt der Seminarreihe liegt auf den Themen Vertragsgestaltung und Gewährleistung sowie auf dem Wettbewerbs- und Urheberrecht. Dazu werden unter anderem typische Probleme und gesetzliche Vorgaben erläutert und ein Überblick über Rechte und Pflichten geboten. Der Referent Horst-Michael Ellmer, Rechtsanwalt und Mediator, beantwortet gerne auch Fragen zu individuellen Problemstellungen aus dem Berufsalltag der Teilnehmer. Die Seminare finden am 27. April in München, am 28. April in Frankfurt, am 26. Mai in Hamburg und am 27. Mai in Köln statt. Die Kosten der Teilnahme betragen 295 €. Mitglieder des f:mp. zahlen eine verminderte Seminargebühr von 195 €. Zudem gibt es bei mehreren Anmeldungen pro Unternehmen einen Rabatt von 10%. In den Preisen sind neben ausführlichen Seminarunterlagen auch Getränke und Mittagessen enthalten. Veranstaltungsbeginn ist jeweils um 9.00 Uhr.

➤ www.f-mp.de/seminare

Grafisches Forum Zürich

GFZ-GUERILLA SEMINAR: KNALLGRAU

»KnallGrau – oder warum Frauen Farbe besser sehen« – der etwas ungewöhnliche Titel des Guerilla Seminars lieferte bereits im Vorfeld den Hinweis auf die Schwierigkeiten im Bereich der Farbkommunikation. Der Referent Werner W. Thiele, Mitglied der Geschäftsleitung GP QualiTrade AG in Rüti, machte deutlich, dass es sich bei der Farbkommunikation einerseits um eine ob-



jektive Empfindungsgröße handelt, aber andererseits diese gleichzeitig auch der subjektiven Wahrnehmung unterliegt. Die Messbarkeit alleine kann dabei nur ein Hilfsmittel sein, denn die verbale Kommunikation ist gleichermaßen eingeschränkt. Hinzu kommen individuelle Vorlieben, kulturelle und auch geschlechtsspezifische Eigenschaften, die die Wahrnehmung beeinflussen und bei den Frauen biologisch deutlich im Vorteil sind. All diese Aspekte wurden im ersten Teil des Seminars anhand eindrucksvoller Beispiele aufgezeigt. Auf dieser Basis beleuchtete der Referent im zweiten Teil die Funktion eines adäquaten Color Managements und dessen Notwendigkeit als Kommunikationsmittel. Allerdings sind die Anforderungen bei diesem ebenfalls so unterschiedlich, dass sie einer individuellen Anpassung bedürfen. Unabdingbar dafür ist nach wie vor die Grundlage einer Prozess-Standardisierung. Sie müsse, so der Referent, gelebter Alltag sein.

➤ www.gfz.ch

FOGRA-VERANSTALTUNGEN 2010

Termin Symposien

- 25. - 26. 02. Colour Management
- 17. - 18. 06. Digitaldruck trifft Offset
- 16. - 17. 11. Anwenderforum UV-Druck

Schulungen

- 10. 03. CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien
- 16. - 19. 03. Grundlagen der Drucktechnik
- 23. - 26. 03. Fehler an Druckerzeugnissen
- 13. 04. Vorbereitung zur Zertifizierung PSO
- 14. - 15. 04. Prozesskontrolle im Offsetdruck
- 27. - 28. 04. Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck
- 29. 04. Farbmanagement für Experten
- 30. 04. Farbmanagement im Digitaldruck
- 04. - 05. 05. Farbsicherer Workflow mit PDF/X und FograCert PDF/X
- 22. 06. Vorbereitung zur Zertifizierung PSO
- 19. - 22. 10. Grundlagen der Drucktechnik
- 26. - 29. 10. Fehler an Druckerzeugnissen
- 02. 11. Vorbereitung zur Zertifizierung PSO
- 03. - 04. 11. Prozesskontrolle im Offsetdruck
- 09. - 10. 11. Grundlagen der Druckweiterverarbeitung
- 11. 11. CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien
- 15. 11. Farbmanagement für Druckeinkäufer
- 16. - 17. 11. Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck
- 18. 11. Farbmanagement für Experten
- 22. 11. Farbverbindlicher Softproof – Workshop
- 30. 11. Farbe im Druck richtig messen und bewerten
- 01. 12. Farbe im Druck richtig messen und bewerten

Alle Veranstaltungen finden in München statt.

Weitere Informationen und Anmeldung: ➤ www.fogra.org

TYPOGRAFISCHE GESELLSCHAFT MÜNCHEN: SEMINARE 2010

Termin Schulung

- 22. 01. Schriftgeschichte ohne Filter – Nase auf Pergament!
- 23. - 24. 01. Mit Worten gestalten – Texten für Grafiker
- 26. 01. Wartet die Gegend?
- 29. - 31. 01. Handsatz – Die Regeln der Typografie begreifen
- 30. 01. Microsoft Word – Heiße Liebe? Word für Gestalter
- 05. 02. Die Druckschrift

Alle Veranstaltungen finden in München statt. Anmeldeschluss ist jeweils eine Woche vor dem Veranstaltungstag. ➤ www.tgm-online.de



Printing Standard Network NORMUNG ERMÖGLICHT STRATEGISCHE VORTEILE

Das zweite »Expert Meeting« des Printing Standard Network, Ende November 2009 von Intergraf mit Unterstützung des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) und Assograci in Mailand (I) durchgeführt, behandelte internationale Normen für die Druckproduktion und ihre erfolgreiche Nutzung. 52 Experten aus elf europäischen Ländern präsentierten und diskutierten Normanwendungen und Perspektiven der weiteren Entwicklung.

Zahlreiche Beiträge von Anwendern belegen, dass die Normung nach ISO 12647 ff auf hohem Niveau umgesetzt wird und strategische Vorteile in der Wertschöpfungskette Druck ermöglicht.

Themen wie neue Standardanwendungen für Offsetdruck, Tiefdruck und Flexodruck, Eigenschaften von Papieren, neue Kontrollmittel und Länderberichte zur Einführung und Anwendung der Normen wurden präsentiert.

Ein erstes »Expert Meeting« fand bereits 2007 in den Niederlanden statt. Das Printing Standard Network (PSN) ist eine Initiative europäischer Druck- und Medienverbände unter dem Dach von Intergraf. Das Netzwerk zielt auf die Unterstützung und Stärkung der Zusammenarbeit bei der Anwendung von ISO-Normen – speziell ISO 12647 – in der Druckproduktion.

➤ www.printing-standard.net

Hahnemühle/Römerturm KUNSTPREIS: PREISVERLEIHUNG AUF DER PAPERWORLD 2010

Die Sieger des gemeinsamen Grafikwettbewerbs von Hahnemühle und Römerturm stehen fest. Teilnehmen konnten Kunststudenten aus Deutschland und Österreich. Ihre Holzschnitte, Linolschnitte, Radierungen, Lithografien oder Siebdrucke mussten auf Hahnemühle Echt-Buttenpapier realisiert sein. Die Preisträger werden am Montag, 1. Februar, um 15 Uhr, auf dem Paperworld-Messestand der Hahnemühle geehrt.



Der 1. Preis und 1.500 € gehen an Gabrielle Mainguy von der Universität der Künste in Berlin für eine Radierung (Bild oben). Mit dem 2. Preis und 1.000 € wird ein Holzschnitt von Olga Georgieva, Universität für angewandte Kunst Wien, geehrt. Den 3. Preis (500 €) erhält Karin Brosa, Staatliche Akademie Stuttgart, für eine Radierung. Die eingereichten Kunstdrucke wurden von einer unabhängigen Jury bewertet. Der Jury gehörten an: Dr. Susanne Richter, Direktorin des Werkstattmuseums für Druckkunst in Leipzig, Gerlinde Creutzburg vom Künstlerhaus Lukas in Ahrenshoop sowie Andreas Vietz von der Kölner Grafikwerkstatt. Die Preisträger-Bilder präsentiert die Firma Römerturm auf ihrer Homepage.

➤ www.hahnemuehle.de

IRD-VERANSTALTUNGEN 2010

Termin	Trendforen	Ort
11. - 12. 03.	IRD-Jahrestagung	Ulm
15. 04.	NFC-Kongress	Basel
05. - 06. 05.	Media-Mundo-Kongress	Berlin
10. 06.	5. IRD-Automatisierungskongress	Hanau

Seminare

08. - 09. 02.	NTT Intensiv – konsequente Führung	Offenburg
03. 03.	Professionelles Auftragsmanagement	Wien
30. 03.	Produktsicherheit: Der Weg zur optimalen Lösung	Hanau
15. - 16. 04.	NTT Intensiv – konsequente Führung	Offenburg
21. 04.	Erwarten Ihre Kunden das, was Sie können?	Hanau
23. 04.	Die richtige Strategie weist den Weg zum Erfolg	Hanau
01. 06.	Professionelles Auftragsmanagement	Hanau
22. 06.	cockpitKMU: Dort steuern, wo der Erfolg entsteht	Wien
25. - 26. 06.	NTT Intensiv – konsequente Führung	Offenburg
29. 06.	Führungskräfte in der Verantwortung	Hanau
01. 07.	cockpitKMU: Dort steuern, wo der Erfolg entsteht	Hanau
01. - 02. 07.	Darf es etwas mehr Erfolg sein?	Hanau
25. 08.	Professionelles Auftragsmanagement	Bern
26. - 27. 08.	NTT Intensiv – konsequente Führung	Offenburg
14. 09.	Führungskräfte in der Verantwortung	Wien
14. 09.	cockpitKMU: Dort steuern, wo der Erfolg entsteht	Bern
03. 11.	Führungskräfte in der Verantwortung	Bern
09. 11.	Die richtige Strategie weist den Weg zum Erfolg	Hanau
11. 11.	Professionelles Auftragsmanagement	Heidelberg
16. 11.	Produktsicherheit: Der Weg zur optimalen Lösung	Hanau
23. 11.	Erwarten Ihre Kunden das, was Sie können?	Bern
24. - 25. 11.	NTT Intensiv – konsequente Führung	Offenburg
25. 11.	Die richtige Strategie weist den Weg zum Erfolg	Wien

Weitere Informationen und Anmeldung: ➤ www.ird-online.de

INK ACADEMY SCHULUNGEN JANUAR/FEBRUAR 2010

Termin	Schulung	Ort
19. 01.	Grundlagen: Druckverfahren	München
20. 01.	Grundlagen: Druckfarbe und Bedruckstoff	München
21. 01.	Grundlagen: Druckvorstufe	München
26. 01.	UV-Farben im Verpackungsdruck	Celle
28. 01.	UV-Farben im Verpackungsdruck	Egerkingen
26. - 27. 01.	Herausforderung Farbtöne	München
11. 02.	Prozesskontrolle im Offsetdruck	Dortmund
23. - 24. 02.	Herausforderung Farbtöne	Celle

Das ausführliche Schulungsprogramm: ➤ www.ink-academy.de



Geschichte des Bilderdrucks AUSSTELLUNG IM MUSEUM FÜR KOMMUNIKATION BERLIN

Ob in der Werbung, als Karikatur oder Fotografie – Bilder begegnen uns immer und überall und sind nicht mehr wegzudenken. Während Bildkopien heute dank Computer, Scanner und Laserdrucker für Jedermann jederzeit auf Knopfdruck verfügbar sind, bedeutete die Vervielfältigung von Motiven in den Anfängen der Buchillustration noch Wochen mühevoller Handarbeit. Die Ausstellung »Vom Punkt zum Bild – Die Vervielfältigung der Bilder«, die das Museum für Kommunikation Berlin vom 29. Januar bis zum 11. April 2010 zeigt, dokumentiert die Geschichte, Techniken sowie die Bedeutung der Bildreproduktion. Von den manuell-künstlerischen Vorläufern moderner Reproduktionstechniken über die Lithografie und den Offsetdruck bis hin zur computergestützten Bildervielfältigung – in sechs Abteilungen führt die Ausstellung die besondere Bedeutung des Rasterpunktes für die Entwicklung der Drucktechnik vor Augen.

➤ www.mfk-berlin.de

flyeralarm design award BEWERBUNGSFRIST BIS 31. JANUAR 2010 VERLÄNGERT

Erstmals hat die flyeralarm GmbH, eine der führenden Online-Druckereien, zur Teilnahme am »flyeralarm design award« eingeladen. Unter dem Motto »Wecke Emotionen« wurden Kreative, Designer und Werbeagenturen aufgefordert, eine Imageanzeige für die Druckerei zu entwerfen. Den ersten drei Gewinnern des Awards winken Preisgelder in Höhe von 5.000 €, 3.000 € und 2.000 € sowie eine Veröffentlichung im Rahmen einer Anzeigenkampagne. Zudem wird in jeder Kategorie ein Sonderpreis in Höhe von 250 € vergeben. Die Bewerbungsfrist wurde jetzt bis 31. Januar 2010 verlängert.



Alle Einsendungen werden auf der Website des Unternehmens veröffentlicht.

Besucher der

Seite können die Entwürfe unabhängig von der Jury bewerten und ihre Lieblingsanzeige ermitteln. Am 12. März 2010 findet die Preisverleihung im Rahmen einer Gala-Veranstaltung im Würzburger Congress Zentrum statt. Hier werden auch die besten Ideen, ihre Umsetzung und die Macher vorgestellt.

➤ www.flyeralarm-design-award.de

GWA Production Award AUSCHREIBUNG FÜR MEDIEN- PRODUKTIONEN GESTARTET

Der GWA Production Award, der Preis für herausragende Medienproduktion des Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, geht in die sechste Runde. Bis zum 28. Januar 2010 können Werbe- und Kommunikationsagenturen, aber auch Druckereien Produktionen einreichen, die ihre Wirkung unter Beweis gestellt haben. Eine unabhängige Jury bewertet die eingereichten Arbeiten nach Produktionsleistung und Qualität des Produktionsmanagements. Die Preisverleihung findet im April 2010 in Frankfurt statt. Eingereicht werden können Produktions- und Werbemaßnahmen, die komplett oder in wesentlichen Teilen im letzten Quartal 2008 und im Jahr 2009 in Deutschland durchgeführt und veröffentlicht wurden. Dabei stellt Print nach wie vor eine wichtige Säule im Kommunikationsmix dar und ordnet sich in die unterschiedlichsten Szenarien zeitgemäßer, digitaler Kommunikationsarten ein. Neben Printproduktionen können auch crossmediale und vernetzte Produktionen in



Mobile- und Online-Kommunikation, Digital Signage und CRM-getriebene Produktionslösungen eingereicht werden. Im Oktober 2009 erschien zum ersten Mal

eine Buchpublikation, die die Finalisten des Jahres 2009 sowie die Bedeutung des GWA Production Award dokumentiert (Abbildungen aus dem Buch). Die Buchpublikation, ein Fachbuch, das dokumentiert, inspiriert, motiviert und informiert, kann im GWA Shop bestellt werden.

➤ www.gwa.de

Wir bringen Fakten in die richtige Reihenfolge. Zeile für Zeile.

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Wir leben in einer Welt, die von Zahlen und Ziffern beherrscht wird. Nichts geht mehr ohne Zahlen, Berechnungen und Kalkulationen. Aber über Ursprung, Sinn, Bedeutung oder Anwendung der Zahlen wissen wir nur wenig.

Man nehme eine umfangreiche Fachbibliothek und lese sich durch zig Bände einschlägiger Literatur. Dann hat man (mit Glück und nach einigen Wochen) das Gefundene, was der Zahlen-Glossar auf 170 Seiten im Format 11,5 x 21 cm komprimiert zusammenfasst.

Da erfährt man beispielsweise, wie Zahlen und Ziffern entstanden sind, seit wann es die Null gibt, welche Bedeutung Zahlen haben können, wie man Umfänge oder auch die Rückenstärke einer Broschüre berechnet, wie man welche Zahlenfolgen korrekt schreibt, was Zahlen im Barcode bedeuten, was es mit den Proportionen auf sich hat, wie schwer eine Drucksache bei welchem Format und Papier werden kann, mit welchen Auflösungen oder Rasterweiten man es zu tun hat, ob und wie sich Farbsysteme umrechnen lassen oder wie man auf Basis des Internationalen Einheitensystems welche physikalischen Formeln einsetzen kann und muss.

Dabei ist der Zahlen-Glossar eine kurzweilig geschriebene Lektüre von Druckmarkt-Chefredakteur Klaus-Peter Nicolay, die leicht und verständlich Zahlenreihen, Formeln, Größen und Einheiten erklärt, die direkt oder indirekt mit der Drucksachen-Produktion zu tun haben.



ORDER-COUPON

Fax: 0 26 71 - 38 50

Druckmarkt
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
Tel. (+49) 0 26 71 - 38 36
www.druckmarkt.com

Ja, ich will den Zahlen-Glossar

Senden Sie mir das Buch zum Preis von 12,80 € zuzüglich Versandkosten (im Inland).

Name

Firma

Straße

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift