

DRUCK MARKT

9. April 2010

impressions 17

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



worldwide published

**Licht am Ende des Tunnels:
KBA mit Gewinn, andere mit
Zuversicht.**

Monatlich!

Ergänzend zum
gedruckten Heft: das PDF-
Magazin im Internet.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt: Zukunftsinvestition in Würzburg

Prepress: Photoshop ist 20 Jahre

Print & Finishing: Den Produktionsreserven auf der Spur

Digitaldruck: InfoPrint – Drei Jahre alt und 50 Jahre Erfahrung

Termine, Bildung und Events

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.





Wie man den Markt klein redet

Inhalt:

	Markt & Zahlen
04	Nachrichten
05	Zukunftsinvestition in Würzburg
08	Druck- und Papiertechnik in schwierigem Marktumfeld
11	KBA mit Gewinn
12	Heidelberg: auf einen kleineren Markt eingerichtet
	Prepress
16	Adobe Photoshop ist 20 Jahre alt
18	Nachrichten
	Print & Finishing
22	Die Sache mit dem Doppellack
24	Nachrichten
30	Den Produktionsreserven auf der Spur
33	Rekorde spornen an
	Digitaldruck
34	Managed Document Services
36	Drei Jahre alt und 50 Jahre Erfahrung
40	Neu und schneller
42	Nachrichten
46	Gesucht: Mailing-Konzept mit Siegerqualitäten
	Termine, Bildung & Events
48	Ricoh docuTrends: Auf hohem Niveau etabliert
50	Terminankündigungen, Nachrichten
14	Impressum

Die konjunkturelle Erholung der Wirtschaft setzt sich fort, wenn auch auf niedrigem Niveau. Doch während beispielsweise die Energieversorger aufgrund der langen Kälteperiode zulegten, ging die Baubranche aus gleichem Grund zurück. Ein ebenso uneinheitliches Bild sehen wir auch in der Druckindustrie. Während KBA für 2009 einen kleinen Gewinn meldet, werden anderenorts nochmals Stellen gestrichen, einige Unternehmen sind trotz Krise gewachsen, andere statt dessen insolvent. Manche stellen sich auf moderates Wachstum ein oder investieren in Übernahmen. Und auch die Werbung soll wieder wachsen – aber nicht in Europa. In dieses Wechselbad der Gefühle passt es ja geradezu, wenn der Unternehmensberater Michael Apenberg zusätzlich Untergangsstimmung verbreitet und von einem Schrumpfen der Branche in Deutschland um 3 Mrd. € bis 2015 spricht. Von dem dann nur noch (wenn ich richtig gerechnet habe) rund 15,5 Mrd. € Branchenumsatz würden, so Apenberg, Internetdruckereien rund 5 Mrd. €, also etwa ein Drittel bestreiten. Dabei sei der weitaus größte Teil der Branchenleistungen jedoch nur bedingt für Internetdruckereien geeignet.

Wie der Unternehmensberater auf diese (für mich nicht logischen) Zahlen kommt, entzieht sich meiner Kenntnis. Und warum er solche Prognosen in die Welt setzt, muss er selbst wissen. Zumal er als Begründung lediglich ein verändertes Kommunikationsverhalten und die Substitution durch digitale Medien nennt – eine Erkenntnis, die seit Langem gebetsmühlenartig und undifferenziert wiederholt wird. Dass diese Zahlen (wie viele anderen Negativmeldungen) aber von fast allen Fachmedien kommentarlos abgedruckt und wie eine Erfolgsmeldung verbreitet werden, ärgert mich maßlos, da ich zunehmend den Eindruck gewinne, dass der Markt systematisch klein geredet wird. Der Präsident des Verbandes Schweizer Medien, Hanspeter Lebrument, hat in diesem Zusammenhang eine bemerkenswerte Aussage getroffen: »Selbstverständlich hat sich jede Branche mit dem, was sie tut und produziert, kritisch auseinander zu setzen. Ob es allerdings klug ist, dies in aller Öffentlichkeit zu tun, wage ich zu bezweifeln.«

Ihr

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





Handformguss: Beim Guss von Seitengestellen und anderen Kernkomponenten für große Rotationsmaschinen zählt hohe Präzision und Qualität.



Zukunftsinvestition in Würzburg

Druckmaschinenbau

KBA INVESTIERT 12 MILLIONEN EURO IN GIESSEREINEUBAU

In Würzburg fertigt die Koenig und Bauer AG seit fast 193 Jahren Druckmaschinen. Im August 1817 gründeten Friedrich Koenig und Andreas Bauer im Kloster Oberzell auf der linken Mainseite die erste Druckmaschinenfabrik der Welt. Das auf der anderen Mainseite liegende heutige Würzburger Stammwerk wurde 1901 bezogen. Seit damals werden dort in einer eigenen Gießerei auch Seitengestelle, Traversen und viele andere Teile für Druckmaschinen gegossen. Der jährliche Ausstoß beträgt rund 10.000 Tonnen. Wegen der im Anlagenbau gefragten kundenspezifischen Ausführung werden viele Gussteile nur in geringen Stückzahlen benötigt und deshalb traditionell im Handformverfahren hergestellt. Hierbei wird für jedes produzierte Werkstück aus Sand und Bindemittel eine Gießform hergestellt, in der das Flüssigeisen abgegossen wird. Die gleich bleibend hohe Qualität der Werkstücke wird durch metallurgische Analysen und durch eine hohe Sorgfalt bei der Ausführung der manuellen Arbeitsschritte sichergestellt.

Obwohl die Gießerei im Krieg weitgehend zerstört, wieder aufgebaut, mehrmals erweitert und durch die Anschaffung neuer Öfen und andere Einrichtungen für den Umweltschutz immer wieder modernisiert wurde, ist das Haupthallenschiff sichtlich in die Jahre gekommen. Zudem sind die Druckmaschinen im Laufe der Zeit immer größer und schwerer geworden. Die vorhandenen Flächen und die Tragfähigkeit der Kräne genügen nicht mehr den aktuellen Anforderungen. Nach der intensiven Prüfung möglicher Alternativen wie Fremd-

vergabe der Gussproduktion oder Neubau auf der grünen Wiese hat KBA beschlossen, gut 12 Mio. € in die Generalsanierung der Gießerei zu investieren. Der betroffene Hallenbereich von knapp 200 m Länge wird komplett überbaut und die alte Halle darunter anschließend demontiert. So kann die Produktion ohne gravierende Störungen weiterlaufen.

Trotz konjunkturbedingt rückläufiger Umsatzzahlen im Druckmaschinenbau konnte KBA 2009 durch vermehrten Eigenguss auch für andere Werke der KBA-Gruppe die Auslastung der Gießerei im Dreischichtbetrieb relativ stabil halten. Die Gießereimitarbeiter waren im Gegensatz zu ihren Kollegen in anderen Fertigungsbereichen kaum von Kurzarbeit betroffen. Mehr als die Hälfte der Jahrestonnage entfällt inzwischen auf Bogendruckmaschinen des KBA-Werkes in Radebeul.

Zusammen mit dem geplanten Gießereineubau hat KBA seit dem Jahr 2000 im rund 200.000 m² großen Stammwerk im Gewerbegebiet Neuer Hafen rund 40 Mio. Euro in Bauten investiert. Hinzu kommen noch viel höhere Investitionen für moderne Bearbeitungszentren, Konstruktionsarbeitsplätze oder IT-Infrastruktur.

➤ www.kba.com



Generalsanierung: Die 1901 errichtete Gießerei im Würzburger KBA-Werk ist für viele Besucher ein Highlight bei Werksrundgängen.





Gallus-Gruppe

NACHFRAGESCHWÄCHE IM ETIKETTENGESCHÄFT

Der Schweizer Maschinenhersteller Gallus verzeichnete im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatzrückgang um 19 Mio. CHF auf 214 Mio. CHF. Die schwierige Finanzmittelbeschaffung und Verunsicherung der Märkte hätten zu einer Kaufzurückhaltung auch von Etikettendruckmaschinen geführt.

➤ www.gallusgroup.com

Sun Chemical

NEUES DRUCKFARBEN-WERK IN FRANKFURT

Sun Chemical hat in Frankfurt ein neues Werk für Lebensmittel-Druckfarben eröffnet, in dem 135 Mitarbeiter beschäftigt werden. Dabei wurden nach Angaben von Sun Chemical Investitionen in Höhe von 4 Mio. € vor allem für notwendige Reinraum-Richtlinien berücksichtigt.

➤ www.sunchemical.com

Sappi Printer of the Year

21 DEUTSCHE DRUCKEREIEN IN DER ENDAUSWAHL

Für den European Printer of the Year wurden über 2.000 Arbeiten eingereicht. Die Jury hat 49 Finalisten ausgewählt, darunter 21 deutsche Unternehmen. Sie treffen sich am 29. Mai in Prag zur Preisverleihung und erfahren dort, was sie gewonnen haben.



Axel Springer und Ringier

BOULEVARDGESCHÄFT IM OSTEN WIRD FUSIONIERT

Die Medienhäuser Ringier und Axel Springer wollen mit einer gemeinsamen Holding mit Sitz in Zürich die Auslandsaktivitäten in Osteuropa bündeln (etwa 100 Printtitel und über 70 Online-Angebote). Ziel sei die Marktführerschaft bei Boulevardzeitungen und der Ausbau des digitalen Zukunftsgeschäfts.

Fünf Jahre OE-A

AUS PIONIEREN WURDE EIN GLOBALER INDUSTRIEVERBAND

»Mit 135 Mitgliedern aus der ganzen Welt ist die OE-A innerhalb von fünf Jahren ein dynamisches und ständig wachsendes Netzwerk internationaler Firmen und Institute geworden«, so Wolfgang Mildner, Vorstandsvorsitzender der OE-A und Managing Director der PolyIC GmbH, Fürth, anlässlich der Feier der OE-A – dem Verband für organische und gedruckte Elektronik – Ende Februar im holländischen Eindhoven. Im Dezember 2004 hatten 35 Mitglieder die Arbeitsgemeinschaft des VDMA gegründet. Damals kannten nur einige Pioniere das Thema gedruckte Elektronik, heute ist es eine globale Industrie, die die OE-A entscheidend beeinflusst und vorangetrieben hat.



Flexibel, leicht und robust: Organische und gedruckte Elektronik ermöglicht neue Anwendungen. Beispiel einer gedruckten Solarzelle (Foto: Holst Centre, Niederlande).

Nächster Schritt der Internationalisierung (nach dem Start in Europa und der Eröffnung eines Büros in Nord-Amerika in 2008) ist nun der Ausbau der Aktivitäten in Asien.

➤ www.oe-a.org ➤ www.lope-c.com

Ziegler Papier AG

GUTE AUSLASTUNG: VERHALTEN POSITIV FÜR 2010

Der im Schweizer Grellingen ansässige Fein- und Spezialpapierhersteller verzeichnete 2009 einen Rückgang der Nettoproduktion um 14% (von 72.500 t auf 62.200 t). Der Umsatz sank um 22% von 127 Mio. CHF auf 103 Mio. CHF.

Dennoch musste das Unternehmen keine Entlassungen vornehmen und keine Kurzarbeit anordnen. Ziegler Papier ist nach eigenen Angaben nach wie vor schuldenfrei und investierte 2009 etwa 4,7 Mio. CHF. Nach dem im August 2009 erfolgten Eigentümerwechsel wurde an der Strategie keine Änderung vorgenommen: Konzentration auf Nischen, ein geografischer Ausbau, kombiniert mit hohen Qualitätsansprüchen.

Die Absatzmärkte der Ziegler Papier AG blieben jedoch unverändert: 48% wurden im Inland abgesetzt, 52% exportiert. Der größte Teil des Exportes ging mit 19% nach Deutschland. Mit Geschäften im Dollarraum wurde währungsbedingt Zurückhaltung geübt. Das Jahr 2010 ist mit einer guten Auslastung angelaufen. Die Aussichten werden trotz anhaltend steigender Zellstoffpreise als verhalten positiv beurteilt.

➤ www.zieglerpapier.com

World-Press-Photo-Wettbewerb

CANON GRATULIERT DEM SIEGER

Canon gratuliert Pietro Masturzo, einem freiberuflichen Fotografen aus Italien, zum Sieg beim Wettbewerb »Pressefoto des Jahres 2009«. Sein Foto wurde aus insgesamt 101.960 Bildern ausgesucht und zeigt lautstark protestierende Frauen auf einem Dach in Teheran. Der von der internationalen Organisation World Press Photo veranstaltete Wettbewerb fand bereits



zum 53. Mal statt und gilt weltweit als bedeutendster Wettbewerb für Fotojournalisten.

Das Siegerfoto entstand im Juni 2009 nach der umstrittenen Präsidentschaftswahl im Iran und wurde mit der digitalen Spiegelreflexkamera EOS 5D aufgenommen. Im Rahmen der Preisverleihung am 2. Mai in Amsterdam erhält Pietro Masturzo von World Press Photo ein Preisgeld in Höhe von 10.000 €.

➤ www.worldpressphoto.org



Altana-Akquisition

LACKHERSTELLER AQUAPRINT WIRD IN TERRA INTEGRIERT

Der Spezialchemiekonzern Altana hat einen Vertrag zum Erwerb des Geschäfts der Aquaprint GmbH unterschrieben. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen mit Sitz im niedersächsischen Oyten produziert vorwiegend Lacke für Etiketten sowie wässrige Drucklacke, die auf Papier, Karton und Folie eingesetzt werden. Innerhalb des Konzerns wird Aquaprint in den Geschäftsbereich Actega Coatings & Sealants eingegliedert und dort in die Actega Terra GmbH, Lehrte, integriert.

»Arrondierende Akquisitionen wie Aquaprint leisten einen wichtigen Beitrag, um die Position von Altana in wachstumsstarken Nischenmärkten auszubauen«, erklärte der Vorstandsvorsitzende Dr. Matthias Wolfgruber. Der Verpackungsbereich mit seiner hohen Krisenresistenz sei für Altana ein wichtiger Zukunftsmarkt, um das Produktportfolio zu optimieren. Das neu erworbene Geschäft lasse sich hervorragend in die bereits vorhandenen Graphic Arts-Aktivitäten eingliedern und unterstreiche Actegas Rolle als innovativer Anbieter von Lösungen für die Druck- und Verpackungsindustrie.

www.aquaprint-lacke.de

➤ www.altana.com

druckdeal.de Report

DRUCKDIENSTLEISTER UND DER KÄUFERPREIS

Mit dem Report »Die besten Druckereien und Medienbetriebe Deutschlands«, der als eMagazin veröffentlicht ist, informiert druckdeal.de vor allem Printbuyer über die besten Unternehmen der Druckbranche. Der kostenlose Report informiert auf 47 Seiten darüber, wer was warum bei den Verleihungen des »Innovationspreises der Druckindustrie« und den »Druck&Medien Awards« gewonnen hat. Interessierte erhalten die Gewinner-Angaben in Form einer Linksammlung, so dass Leser nur einen Klick von zahlreichen weiteren Informationen über die besten Druckereien und Medienbetriebe Deutschlands entfernt sind.

Zeitgleich mit der Veröffentlichung des neuen Reports präsentiert druckdeal.de auf seiner Website den Customer-Price (CUP). Dieser Käuferpreis zeichnet besondere Leistungen von Druckdienstleistern in verschiedenen Kategorien aus. Im Verzeichnis-Suchergebnis und auf den Anbieter-Detailseiten machen CUP-Symbole auf herausragende Leistungen von Druckdienstleistern aufmerksam. Per Mouseover erhalten Leser einen Blick auf die Begründung – von hier aus steht dem User ein redaktioneller Artikel zur Verfügung.

➤ www.druckdeal.de/report

Bundesweite Ausschreibung

BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS 2010

Seit dem 1. März bis zum 30. Juni haben Unternehmen aus den Bereichen Zeitung, Zeitschrift und Druck die Möglichkeit, sich um den Bayerischen Printmedienpreis 2010 zu bewerben. Mit ihm werden innovative Konzepte, Ideen und Techniken der Printmedienbranche vom Freistaat Bayern in Kooperation mit den Branchenverbänden Verband Bayerischer Zeitungsverleger e. V. (VBZV), Verband Druck und Medien Bayern e. V. (vdmb) und Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern e. V. (VZB) ausgezeichnet.

Der Bayerische Printmedienpreis wird seit der Neugestaltung im Jahr 2008 in drei verschiedenen Kategorien vergeben: Mit jeweils 5.000 € sind die Kategorien »Herausragende unternehmerische Leistungen« und »Herausragende technische Leistungen« dotiert. Dem Branchennachwuchs ist der mit 10.000 € dotierte »Bayerische Printmedienpreis für herausragende Leistungen junger Unternehmen« gewidmet. Der Bayerische Ministerpräsident vergibt zudem einen undotierten Ehrenpreis.

Zehn Experten der Branche sitzen in der Fachjury, um die eingereichten Bewerbungen zu bewerten. Die Preisvergabe findet am 14. Oktober 2010 in feierlichem Rahmen während der Münchner Medientage statt.

➤ www.bayerischer-printmedienpreis.de

Geschäftsjahr 2009

TECHNOTRANS ERWARTET MODERATES WACHSTUM

Im Geschäftsjahr 2009 trafen die Folgen der Wirtschaftskrise auch den technotrans-Konzern. Nach 141,7 Mio. € im Vorjahr brach der Umsatz um 42% auf 82,2 Mio. € ein. Damit hat der Abschwung eine bisher unbekannte Dynamik erreicht. Besonders gravierend zeigten sich die Auswirkungen im Segment Technology. Hier betrug der Umsatzrückgang 53%.

Der Umsatzrückgang hat erhebliche Auswirkungen auf die Ertragslage von technotrans. Als Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) wird für das 2009 ein Fehlbetrag von 11,9 Mio. € ausgewiesen.

Eine Erholung ist für das Jahr 2010 noch mit erheblichen Unsicherheiten belastet. Für das Geschäftsjahr 2010 erwartet der Vorstand von technotrans dennoch eine behutsame Belebung des Geschäfts.

Einerseits aufgrund der Prognosen, die für die zweite Hälfte des Jahres eine leichte Erholung der Investitionsbereitschaft in der Druckindustrie erwarten lassen. Andererseits erwartet technotrans aus dem fortschreitenden Lagerabbau bei den Kunden eine gewisse Normalisierung der Nachfrage und damit eine Anpassung an die allgemeine Marktentwicklung.

➤ www.technotrans.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die **DATO-Druck GmbH & Co. KG** ist zum zweiten Mal in Folge erfolgreich nach ProzessStandard Offsetdruck (PSO) zertifiziert worden. • **Neef & Stumme premium printing GmbH & Co. KG** konzentriert sich auf die vollstufige Herstellung von hochwertigen Drucksachen und arbeitet seit mehreren Jahren nach dem PSO. Ende 2009 erfolgte nun die Zertifizierung – und zwar zeitgleich in den Bereichen digitale Druckvorstufe, Bogen- und Rollenoffset. • Die **Affeldt Verpackungsmaschinen GmbH** hat Insolvenzantrag gestellt. Geschäftsführer Martin Köppert zeigt sich dennoch optimistisch, dass es aus der Insolvenz heraus gelingen kann, das Unternehmen neu aufzustellen. • **Xerox** ist laut Opticom International Research zum sechsten Mal in Folge die Nummer Eins unter den Anbietern von Einzelblattpapier in Europa. •



Druck- und Papiertechnik in schwierigem Marktumfeld

Die Hersteller von Druck- und Papiertechnik erwarten für 2010 bestenfalls eine Stagnation auf niedrigem Niveau, teilte der Fachverband Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) anlässlich seiner Jahrespressekonferenz am Ende Februar 2010 in Berlin mit.

»Die Wirtschaftskrise hat in unseren Branchen zu einer starken Verunsicherung über die künftige Entwicklung geführt. Die Finanzierungsschwierigkeiten bei unseren Kunden bewirken eine extreme Investitionszurückhaltung



entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Papierherstellung bis zum Druck und zur Weiterverarbeitung«, sagte der Vorsitzende des Fachverbandes Kai Büntemeyer. Dies führte 2009 zu einem Umsatzminus von 26%. Der Produktionswert der Druck- und Papiertechnik sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 23% von 8,2 Mrd. € auf 6,4 Mrd. €. Das entspricht dem Niveau von 1996. Die Exporte gingen um 27% auf knapp 4,6 Mrd. € zurück.

Erst im 2. Halbjahr 2010 rechnen die Hersteller von Druck- und Papiertechnik mit einer besseren Geschäftsentwicklung im In- und Ausland. Die Kapazitätsauslastung in der Druck- und Papiertechnik liege mit 61% zurzeit auf einem extrem niedrigen Niveau und die Auftragsreichweite für die Branche liege bei nur 4,5 Produktionsmonaten. Daher könne für 2010 bestenfalls mit einer Stagnation auf diesem niedrigen Niveau gerechnet werden, teilt der VDMA mit.

Die negative Entwicklung von Auftragseingängen und Umsatz hatte bei der Druck- und Papiertechnik 2009 zu Kurzarbeit und letztendlich zu einer Abnahme der Beschäftigten auf derzeit etwa 44.000 Mitarbeiter geführt. Der Beschäftigungsabbau sei aber noch nicht abgeschlossen, so die Prognose.

SPRUNG BEI DER PAPIERTECHNIK Die Papiertechnik startete nach Angaben des VDMA mit einem Auftragsminus von 8% in das Jahr 2010. Obwohl der Umsatz 2009 um 55% gegenüber dem Vorjahr gestiegen ist – was auf Sondereffekte und Einzelprojekte zurückzuführen sei – gibt es keine grundsätzliche Trendumkehr. Die Produktion stieg 2009 um 50% auf 1,6 Mrd. €. Aufgrund einzelner Projektgrößen können nach Angaben des VDMA derartige Sprünge in der Papiertechnik durchaus vorkommen.

Die Branche für Papierverarbeitungsmaschinen weist für 2009 einen Auftragsrückgang von 32% aus. In der zweiten Jahreshälfte zeigten sich jedoch erste Anhaltspunkte für eine Erholung. Gleichzeitig ist der Auftragsbestand seit Juni gewachsen. Die Entwicklung lasse die Hoffnung zu, dass die Talsohle beim Auftragsgang erreicht sei. Die Produktion bei Papierverarbeitungsmaschinen fiel 2009 um 30% auf rund 1 Mrd. €, die Umsätze sind dabei um 32% zurückgegangen.

NACHFRAGESCHWÄCHE BEI DRUCKMASCHINEN Die Hersteller von Druckmaschinen schlossen das Jahr 2009 mit einem Auftragsminus von 41% ab, die Produktion sank um 35% auf knapp 3,7 Mrd. €. Einen so drastischen Einbruch hat es in der Branche bisher nicht gegeben. Die Umsätze sind 2009 um 37% gesunken. Die Exporte sind um 39% auf knapp 2,4 Mrd. € gesunken, die Exportquote auf 65%. Auch der deutsche Inlandsmarkt war rückläufig. Hier fielen auch die Importe um fast 34%.

► www.vdma.org/druck+papier



bvdm Konjunkturtelegramm MÄRZ 2010

In der Druckindustrie ist der Frühling noch nicht angekommen (wie für das Verarbeitende Gewerbe bei der Bekanntgabe der Ergebnisse des ifo-Konjunkturtests frohlockt wurde). Denn die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage sind zum dritten Mal in Folge gesunken und liegen nun bei –31%. Sie sind damit weitere 4% schlechter als im Februar. Zwar hat sich die Beurteilung der Auftragsbestände auf –48% und damit um 9% gebessert, aber die Einschätzungen zur Nachfrage-



entwicklung sind wieder schlechter geworden. Der Geschäftsklimaindex hat sich gegenüber Februar um 10% und damit deutlich auf –25% verschlechtert. Die Geschäftserwartungen für das nächste halbe Jahr haben sich stark verschlechtert und sind um 17% auf –19% gesunken. Im gleichen Vorjahresmonat lagen sie allerdings noch bei –55%. 11 % der Unternehmer erwarten eine verbesserte, 30% eine verschlechterte Geschäftslage, 59% erwarten keine Änderungen.

Manchmal wird der Kundendienst ausserhalb
der Geschäftszeiten benötigt.



Was verbindet Service und Support rund um die Uhr mit mehr Rentabilität?

Just Ask Ricoh.

Sie brauchen einen Produktionsdruckpartner, der sich so für Ihr Geschäft engagiert wie Sie selbst. Bei Ricoh können Sie ein Support Team bei Bedarf jederzeit anrufen – rund um die Uhr. Das Support Team bildet die Verbindung zwischen Ihnen und unseren 18.000 Technikern. Unsere schnelle Reaktionsfähigkeit, unsere Ansprechbarkeit, unser proaktiver Service und unser Langzeit-Engagement gewährleisten, das Sie auch den Bedarf Ihrer Kunden erfüllen. Ihr Geschäft macht keine Pause, wir also auch nicht. Sie möchten mehr wissen?

Just ask Ricoh: auf der IPEX, Stand D130 in Halle 12.

Melden Sie sich kostenlos an bei ricoh-europe.com/ipex

Moving Ideas Forward.



**CGS und Océ****NEUE PARTNERSCHAFT
BEKANNT GEGEBEN**

Océ und CGS Publishing Technologies International haben eine »Preferred Solution« Partnerschaft bekannt gegeben. Im Rahmen dieser wird Océ seine Software- und Workflowlösungen mit verschiedenen Produkten aus dem CGS ORIS Portfolio erweitern.

➤ www.oce.com

➤ www.cgs-oris.com

Södra**WINDENERGIEANLAGEN
IN MÖNSTERÅS**

Södras Tochter Vind AB hat sechs Enercon E-82 Windturbinen bestellt. Die Anlagen werden in Mönsterås, Schweden, errichtet, wo Södra Cell ein Zellstoffwerk betreibt. Neben den sechs Windkraftturbinen für Södra Cell Mönsterås vereinbarten Södra und Enercon eine Option auf weitere 50 Windkraftturbinen.

Altana-Aktien**SKION ÜBERSCHREITET
95%-SCHWELLE**

Die SKion GmbH hält mittlerweile 95,04% der Aktien der Altana AG. Nun verlangt SKion die Einberufung einer Hauptversammlung der Gesellschaft. Diese soll über die Übertragung der Aktien der verbleibenden Aktionäre auf die SKion GmbH gegen die Gewährung einer angemessenen Abfindung beschließen.

➤ www.altana.com

Besitzerwechsel**FLINT GROUP ERWIRBT DRUCK-
FARBENHERSTELLER TORDA**

Die Flint Group hat eine Vereinbarung zum Erwerb von Torda unterzeichnet. Torda ist ein Hersteller von Verpackungsdruckfarben für den nordeuropäischen Markt, den Balkan und Mittleren Osten. Für die Flint Group ist das die dritte Maßnahme zum Ausbau des Geschäftes in Osteuropa in den letzten zwölf Monaten.

Trend zu neuen Medien-Angeboten**LAUDERT WÄCHST MIT E-COMMERCE
SERVICES**

Den Trend hin zu E-Commerce als führendem Verkaufskanal im Versandhandel spürt der Mediendienstleister Laudert mit Stammsitz im westfälischen Vreden deutlich. Entgegen dem Branchentrend konnte er von dieser Entwicklung in den vergangenen Monaten profitieren und auf jetzt 175 Mitarbeiter wachsen.



Klassische Versandhändler, Hersteller und stationäre Handelsunternehmen müssen ihre Produkte über e-Commerce-Kanäle anbieten, wenn sie erfolgreich sein wollen. Mit innovativen, medienneutralen Bildworkflows agieren die Laudert-Kunden dabei erfolgreich, da sie alle notwendigen Medien und Verkaufskanäle flexibel aus einem einzigen Bilddatenstamm ansteuern können. Mit dem Wissen um die medienneutrale Datenbearbeitung und -vorhaltung hat Laudert eine Vorreiterrolle im Markt und konnte diverse Etats gewinnen und ausbauen. So musste das digitale Fotostudio kurzfristig auf 530 m² und um drei Mitarbeiter erweitert werden, um die wöchentlichen Shootings für den niederländischen Universalversender wehkamp.nl abzuwickeln. Mitte Februar starteten zudem gleich 10 neue Mitarbeiter, die das neu gegründete e-Commerce-Team bei der Contentpflege für e-Shops in diversen Sprachen unterstützen.

Studie**B-TO-B-WERBEKONJUNKTUR
ZIEHT WIEDER AN**

Die B-to-B-Werbekonjunktur zeigt wieder einen leichten Aufwärtstrend – so die Studie »Werbe-Trend 2010«, die TNS Emnid im Auftrag der Deutschen Fachpresse durchgeführt hat. Untersucht wurde die Entwicklung der Werbeausgaben sowie das Buchungsverhalten. Nach dem schwierigen Jahr 2009 mit deutlichen Umsatzrückgängen zeigt die Studie eine positive Entwicklung: Drei Viertel der befragten Unternehmen und Agenturen rechnen mit zunehmenden oder stabil bleibenden Werbeausgaben. Im Vergleich: 2009 rechneten noch drei Viertel der Befragten mit abnehmenden Werbeetat. Grund für die optimistischen Erwartungen scheint die Einschätzung der Gesamtwirtschaft zu sein. Hier gehen knapp 60% der Agenturen und Unternehmen von einer positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklung aus. Die Einschätzungen für das eigene Unternehmen sind mit 74% noch optimistischer. Die Agenturen bewerten die Aussichten für ihre Kunden ähnlich gut. Auch die Verlage sind zuversichtlich: Zwei Drittel erwarten für 2010 eine positive Entwicklung.

➤ www.deutsche-fachpresse.de

Edelmann**NUR LEICHTER UMSATZRÜCK-
GANG 2009**

Die Edelmann Gruppe, Heidenheim, verzeichnete im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatzrückgang. Der Faltschachtelhersteller hat einen Umsatz von 180 Mio. € erzielt, was einem Rückgang von 3,7% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. »Das Krisenjahr ist auch an Edelmann nicht spurlos vorbei gegangen, auch wenn der Umsatzrückgang relativ moderat ausfiel«, so Dierk Schröder, Sprecher der Edelmann Geschäftsführung. Wegen des anhaltend unsicheren wirtschaftlichen Umfelds rechnet Edelmann auch im laufenden Geschäftsjahr mit einem rückläufigen Umsatz auf 175 Mio. €. Der Bereich Pharma erzielte 2009 rund 60% des Umsatzes. Den Rest des Umsatzes erwirtschaftete der Bereich Premium, zu dem Faltschachteln für Kosmetik, Süßwaren und Zigaretten zählen. Das neue Geschäft mit Packungsbeilagen erzielte einen Umsatzzuwachs und entwickelte sich positiv.

➤ www.edelmann.de



Derzeit die Ausnahme in der Branche: KBA mit Gewinn

Nach den Anfang Februar veröffentlichten vorläufigen Zahlen legte der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer jetzt seinen Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2009 vor. Im Vergleich mit anderen Unternehmen der von der Wirtschaftskrise und dem rasanten Strukturwandel in der Printmedienindustrie heftig getroffenen Branche können sich die Ergebniszahlen sehen lassen.

Trotz des Umsatzeinbruchs von 31% ist es KBA als wohl einzigem Unternehmen in der internationalen Top-Liga des Druckmaschinenbaus gelungen, im Krisenjahr 2009 schwarze Zahlen zu schreiben und die Neuausrichtung auf einen kleineren Markt ohne Schulden zu bewältigen. Durch Konsolidierung und Kostensenkung erzielte KBA nach einem operativen Verlust von –79,9 Mio. € im Vorjahr mit +8,7 Mio. € wieder ein positives Ergebnis.

Mit 1.050,4 Mio. € erreichte der Konzernumsatz nur gut zwei Drittel des Wertes von 2008 (1.531,9 Mio. €). Der Umsatz mit Bogenmaschinen wurde nach einem schwachen Start im Jahresverlauf sukzessive gesteigert, blieb am Ende mit 478,7 Mio. € aber um 33,0% unter dem Vorjahr (714,2 Mio. €). Bei Rollen- und Sondermaschinen waren die Umsatzerlöse mit 571,7 Mio. € um 30,1% niedriger als 2008 (817,7 Mio. €). Die Tiefe des globalen Markteinbruchs wird am Auftragsbestand Ende 2009 deutlich. Mit 335,0 Mio. € (2008: 501,5 Mio. €) erreichte er den niedrigsten Wert seit vielen Jahren. 242,8 Mio. € entfielen auf Rollen- und Sondermaschinen und 92,2 Mio. € auf Bogenmaschinen.

ANPASSUNG DER KAPAZITÄT AN EINEN KLEINEREN MARKT Im Zuge der Neuausrichtung auf einen kleineren Markt ging die Zahl der Mitarbeiter im Konzern um 869 auf 6.969 (2008: 7.838) zurück. Der Personalabbau erfolgte so sozialverträglich wie möglich. Dennoch konnten angesichts der Dimension betriebsbedingte Kündigungen nicht vermieden werden. Der marktbedingt erforderliche Anpassungsprozess wird erst im Laufe des Jahres 2010 abgeschlossen werden. Die aktuelle Planung sieht nach Umsetzung aller Maßnahmen eine Konzernbelegschaft von rund 6.000 Mitarbeitern vor. Ende Februar 2010 waren noch 6.703 Mitarbeiter für die Unternehmensgruppe tätig. Dennoch investiert KBA weiterhin überdurchschnittlich in die Ausbildung und Qualifikation der Beschäftigten. Die Ausbildungsquote blieb wie im Vorjahr bei 5,8%.



AUSBLICK 2010: LEICHTES WACHSTUM Der KBA-Vorstandsvorsitzende Helge Hansen sieht die globale Wirtschaftsschwäche noch nicht überwunden. »Die überwiegend zur Produktivitätssteigerung getätigten Investitionen der grafischen Industrie gingen in den letzten Monaten nicht mehr abwärts, aber auch noch nicht kräftig aufwärts. Die von großer Vorsicht geprägte Finanzierungspolitik der Banken und Leasinggesellschaften und die abwartende Haltung vieler Druckereien bremsen die Neubestellungen. Die konjunkturelle Nachfragedämpfung wird sich im Zuge des zu erwartenden Wirtschaftsaufschwungs auflösen. Was aber bleibt, sind die Auswirkungen des Strukturwandels in der Medienbranche auf unser Geschäft. Unsere Neuausrichtung trägt den mittelfristigen Marktperspektiven Rechnung. Wir freuen uns, dass wir 2009 damit zügig vorangekommen sind und die notwendige Konsolidierung aller Voraussicht nach in den nächsten Monaten abschließen können. Trotz begrenzter Wachstumsaussichten soll moderne Drucktechnik unser Kerngeschäft bleiben. Gleichwohl wollen wir durch den Einstieg in ein zusätzliches Marktsegment weitere Ertrags- und Entwicklungspotenziale erschließen.« Mit qualifizierten Mitarbeitern, langer Erfahrung im internationalen Geschäft und soliden Finanzen bringe KBA dafür wichtige Voraussetzungen mit, so Helge Hansen. Konkrete Entscheidungen werden in der ersten Jahreshälfte erwartet.



Die aktuelle Zeitungskrise in den USA ist Gegenstand vieler Veröffentlichungen und Kommentare. Dennoch installierte KBA 2009 die größte Zeitungsrotation – eine Commander CT mit 15 Drucktürmen und drei Falzwerken – bei der New York Daily News (Foto: Newspapers & Technology).

Für das Geschäftsjahr 2010 hat sich der KBA-Vorstand zum Ziel gesetzt, parallel zur Anpassung der betrieblichen Prozesse an die veränderte Kapazität den Umsatz und das Ergebnis auf Konzernebene leicht zu steigern. »Dabei unterstellen wir, dass der Markt mitspielt und es angesichts des labilen Umfelds nicht wieder zu neuen Rückschlägen kommt,« erläutert Helge Hansen. »Eine genauere Prognose halten wir aber erst im weiteren Jahresverlauf für zweckmäßig.«

► www.kba.com





Auf einen kleiner werdenden Markt eingerichtet

Die Heidelberger Druckmaschinen AG setzt die neue Unternehmensstruktur um, richtet sich an den strategischen Kerngeschäften und am erwarteten Marktvolumen aus und strebt für das Geschäftsjahr 2010/11 ein ausgeglichenes operatives Ergebnis an.

Heidelberg hat die im November 2009 angekündigte Neustrukturierung abgeschlossen. Ab 1. April 2010 wird der Konzern in die Bereiche »Equipment«, »Services« und »Financial Services« gegliedert. »Wir starten mit einer schlankeren und effizienteren Organisation in das neue Geschäftsjahr. Dadurch werden wir auch unsere Kunden weltweit schneller und zielgerichtet



teter bedienen können«, sagte der Vorstandsvorsitzende Bernhard Schreier. Zudem reagiert Heidelberg auf die sich verändernden Strukturen in der Printmedien-Industrie, indem die relativ konjunkturunabhängige Sparte »Services« in Zukunft erweitert wird. Ziel ist es, die Heidelberg-Kunden mit Dienstleistungen dabei zu unterstützen, nachhaltig erfolgreicher wirtschaften zu können. »Mit der neuen Struktur haben wir die Grundlage dafür gelegt, dass Heidelberg in den strategischen Kerngeschäften künftig noch schlagkräftiger arbeiten wird«, so Schreier weiter.

HEIDELBERG SERVICES Neben dem Systemservice und Original-Ersatzteilen bietet die Sparte »Services« den Kunden weltweit Saphira-Verbrauchsmaterialien, Prinect-Softwarelösungen inklusive der Geräte zur Druckplattenbebilderung sowie Serviceleistungen, Beratung, Aus- und Weiterbildung an. Schwerpunkte liegen dabei auf der Erhöhung der Maschinenverfügbarkeit, der Steigerung der Produktivität und Prozesseffizienz sowie der Beratung im Hinblick auf umweltschonendes Drucken. Mit dem Serviceteam stehen weltweit rund 4.500 Mitarbeiter in rund 170 Ländern zur Verfügung.

HEIDELBERG EQUIPMENT In diesem Geschäftsbereich werden Produkte und Technologien entlang der gesamten Prozess- und Wertschöpfungskette im Werbe- und Verpackungsdruck angeboten. In dieser Sparte werden Präzisionsdruckmaschinen (in den Formatklassen 35 x 50 cm bis 120 x 162 cm im Bogenoffsetdruck) und Geräte zur Druckweiterverarbeitung entwickelt, produziert und vermarktet. Innovationsprojekte wie Linoprint für individuelles Dekorieren und Kennzeichnen von Faltschachteln, Etiketten und Blistern auf Basis der Inkjet-Technologie oder der Herstellung gedruckter organischer Schichten runden das Angebot ab.

FINANCIAL SERVICES Finanzierungen stellen in dem von klein- und mittelständischen Kunden geprägten Druckmarkt eine wichtige Unterstützung zur Realisierung von betriebswirtschaftlich sinnvollen Investitionen dar. Die

Aktivitäten im Bereich der Absatzfinanzierung werden weiterhin in einem eigenen Segment abgebildet. Hierzu zählt neben den Direktfinanzierungen über eine konzerninterne Finanzierungsgesellschaft vor allem die Vermittlung von Finanzierungen zwischen Kunden und Finanzierungspartnern.

Im Zuge der Neustrukturierung wurden Prozesse optimiert und die Organisation insgesamt verschlankt. Dies führt in Verwaltung und Vertrieb zu einer geplanten Reduzierung von weltweit bis zu 450 Stellen.

LEICHTER AUFWÄRTSTREND In den vergangenen Monaten hat sich nach Meinung Heidelbergs der leichte Aufwärtstrend in der Druckindustrie fortgesetzt. Allerdings sei noch kein kräftiger Aufschwung zu erkennen. Um die Kapazitäten von Heidelberg an die konjunkturell nach wie vor unsichere Lage auszurichten, sei eine weitere Anpassung der Belegschaft in der Produktion geplant, was zu einem Abbau von bis zu 400 Stellen – vorwiegend am Standort Wiesloch/Walldorf – führen wird. Ab dem Geschäftsjahr 2011/2012 sollen die geringeren Struktur- und Personalkosten jährliche Einsparungen von 80 Mio. € bringen.

»Die Auftragslage in der Druckindustrie hat sich in den vergangenen Monaten stabilisiert. Höhere Nachfrage kommt weiterhin vor allem aus Schwellenländern wie China oder Brasilien. Ein deutlicher Anstieg des Investitionsvolumens in der Branche im Jahr 2010 ist insgesamt nicht zu erwarten. Darauf richten wir die Kapazitäten und die Struktur unseres Unternehmens aus. Den operativen Break-Even-Level senken wir damit weiter auf ein Umsatzniveau von unter 2,5 Milliarden Euro. Zielsetzung dieser Maßnahmen ist es, bei stabiler Konjunkturerwartung im nächsten Geschäftsjahr ein operativ ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen und mittelfristig positive Wertbeiträge in allen Geschäftsfeldern zu erzielen«, sagte Schreier.

Heidelberg liegt im 4. Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2009/10 im Rahmen der eigenen Erwartungen. Wie prognostiziert, wird das Umsatzniveau im Vergleich zum 3. Quartal leicht steigen und sich das betriebliche Ergebnis dadurch verbessern. Damit wird Heidelberg die zuletzt gegebene Prognose für das Gesamtjahr 2009/10 erfüllen. Danach wird der Umsatz des Konzerns noch einmal deutlich unter dem des Geschäftsjahres 2008/2009 liegen. Die Veröffentlichung des vorläufigen Jahresabschlusses 2009/2010 ist für den 11. Mai 2010 vorgesehen.

➤ www.heidelberg.com



Deutsches Institut Druck (DID) INNOVATIVE DRUCKWEITERVERARBEITUNG

Das Deutsche Institut Druck E. V. (DID) schreibt bereits zum fünften Mal den »DID-Award für innovative Druckweiterverarbeitung« aus. Ziel ist es, besonders innovative Möglichkeiten der industriellen Druckweiterverarbeitung auszuzeichnen. In der Druckweiterverarbeitung steckt viel Potenzial. Dies zeigt nicht nur die Resonanz und Qualität der Siegerprodukte der vergangenen DID-Awards. Auch die aktuellen Wirtschaftszahlen für die Druckweiterverarbeitung verdeutlichen: Immer mehr Unternehmen schöpfen die kreativen Möglichkeiten von Print aus und setzen auf die Stärken des Mediums. So ist das Produktionsvolumen der Weiterverarbeitung entgegen dem Trend in den zurückliegenden Jahren gestiegen. Teilnahmeberechtigt am DID-Award sind Weiterverarbeitungsunternehmen, Druckereien, Agenturen, Verlage oder Vorstufenbetriebe mit Firmensitz oder Niederlassung in Deutschland. Einsendeschluss ist der 12. Mai 2010. Der DID-Award wird wieder in Zusammenarbeit mit dem »Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie« durchgeführt. Die Sieger des DID-Awards werden am 18. November 2010 auf der »PrintNight« in Stuttgart gekürt.

➤ www.did-award.de
➤ www.bvdm-online.de

bvdm BETRIEBSKOSTENVERGLEICH 2010 GESTARTET

Betriebswirtschaftliche Vergleichszahlen sind hilfreiche Werkzeuge der Unternehmensführung. Eine Möglichkeit, vergleichende Branchenwerte zu erhalten, bietet der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) mit dem nun gestarteten Planbetriebskostenvergleich 2010. Die Teilnehmer an der jährlich durchgeführten Studie erhalten einen Auswertungsbericht, der Informationen über durchschnittliche Gemeinkostenstrukturen der Branche im direkten Vergleich zu den eigenen Stundensätzen darstellt. Dargestellt wird auch die Streubreite der Plankostensätze bei den Wettbewerbern. Die Betriebe erhalten beim Einreichen der eigenen Werte viele individuelle Vergleichszahlen. Jeder Teilnehmer erhält eine individuelle Beilage zum Bericht, in der die betriebspezifischen Kostenstellenwerte den Auswertungsergebnissen gegenüber gestellt werden. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Mitgliedschaft bei den Druck- und Medienverbänden, bei Digicom oder den Bundesinnungen Siebdruck und Flexografie sowie die Ermittlung eigener Kostensätze über Platzkostenrechnungen und Betriebsabrechnungsbogen. Die Ergebnisse der Studie stehen ausschließlich den Teilnehmern zur Verfügung.

➤ www.bvdm-online.de

Gold in der Disziplin »Buchherstellung«

OFFIZIN ANDERSEN NEXÖ PRODUZIERT SCHNELLSTES OLYMPIABUCH DER WELT

»Vancouver 2010 – Unser Olympiabuch« erschien bereits fünf Tage nach Abschluss der XXI. Olympischen Winterspiele. Das damit wohl schnellste Buch über die Wettkämpfe in Kanada wurde von der Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH produziert – in einem Tempo, das dem Thema »Olympia« durchaus angemessen ist.

Ermöglicht wurde die hohe Produktionsgeschwindigkeit durch die technische Ausstattung des Komplettherstellers. »Die Anforderungen, die der Auftrag mit sich bringt, passen ideal zu den Maschinenformaten unseres Betriebs«, so Hannes Lehner, Leiter des Innendienstes bei Offizin Andersen Nexö (im Bild links). Das Unternehmen hat für die Produktion des Olympiabuches mit 7b-Druckmaschinen im Großformat von 120 cm x 162 cm gearbeitet. In einer achtstündigen Schicht können damit etwa 50.000 Bögen gedruckt werden. Die für den Auftrag genutzte MBO-Falzmaschine T-142 falzt im Vierfachstrom und kann die großen Druckbögen direkt verarbeiten. Die maschinelle Ausstattung verkürzte den gesamten Herstellungsprozess damit enorm.

Zusätzlich wurden die Abläufe im Betrieb an den Auftrag angepasst. Die Belegschaft arbeitete während der Produktionsphase zeitversetzt, so dass sich die Herstellungsabschnitte in Druckerei, Falzerei und Fertigung zeitlich überlappten. So wurden Dienstag und Nacht die letzten Bögen gedruckt; bereits Montag früh durchliefen jedoch schon die ersten die Falzmaschine. Durch die Überschneidung der Arbeitsprozesse konnte die Geschwindigkeit der gesamten Produktion noch einmal gesteigert werden.



»Vancouver 2010 – Unser Olympiabuch« wird von Heinz Florian Oertel und Kristin Otto (rechts im Bild) herausgegeben. Die Leitung der Redaktion übernahm der Sport- und Olympia-Spezialist Volker Kluge, der für höchste journalistische Qualität bürgt. Sein

Team setzte sich aus Presse-, Rundfunk- und Fernsehjournalisten zusammen. Das 240 Seiten umfassende Buch erscheint in einer Auflage von 30.000 Exemplaren im Verlag »Eulenspiegel. Das neue Berlin« und kostet 19,95 €. ➤ www.oan.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Mit Preiserhöhungen reagieren die **Papierhersteller** auf gestiegene Rohmaterialkosten, insbesondere auf die andauernde Erhöhung der Zellstoffpreise sowie die Verknappung wichtiger Rohstoffe am Weltmarkt. • **Södra** hebt in diesem Jahr zum wiederholten Mal den Preis für Langfaserzellstoff, diesmal um 40 \$ per Tonne auf 930 \$ an. • **M-real** hatte zum 1. März Preiserhöhungen für alle ungestrichenen Feinpapiere für das gesamte europäische Geschäft um 8% angekündigt. Zusätzlich wird eine weitere Preiserhöhung von 15% ab dem 15. April in Kraft treten. Ebenso werden die Preise für alle einseitig gestrichenen, gussgestrichenen und ungestrichenen Etiketten-, Karton- und Verpackungspapiere ab dem 1. April 2010 um 10% erhöht. • **Mitsubishi HiTec Paper** erhöht weltweit die Preise für das Gesamtsortiment (Thermo-, Selbstdurchschreibe- und Inkjetpapiere) um mindestens 10%, je nach Region und Produktparte ab dem 1. Mai 2010. • **Scheufelen** erhöhte ebenfalls die Preise seiner holzfreien gestrichenen Papiere in Rolle und Format um 10% und 12%. Darüber hinaus wird Scheufelen die Produktionskapazität der aktuellen Marktsituation anpassen.

**Atlantic Zeiser****STRATEGISCHE ALLIANZ MIT SOFHA**

Durch die Allianz mit dem Berliner Softwarehersteller SOFHA will Atlantic Zeiser die Entwicklung eines Software-Standards für den industriellen Digitaldruck von variablen Daten als Co-Development-Partner von Adobe vorantreiben. Dies soll mehr Effizienz im Verpackungs-, Etiketten- und Sicherheitsdruck bringen.

iPad**AB ENDE APRIL IN EUROPA VERFÜGBAR**

Apple hat bekannt gegeben, dass das iPad in der WLAN-Version ab 3. April in den USA erhältlich sein wird. Die WLAN + 3G-Modelle werden Ende April in den USA verfügbar sein. Alle Modelle des iPad werden in Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Japan, Italien, Kanada, Schweiz und Spanien Ende April erhältlich sein.

manroland**PATENTES JAHR FÜR DEN DRUCKMASCHINENBAUER**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt wurden im vergangenen Jahr 251 neu angemeldete Patente von manroland veröffentlicht. Die Druckmaschinenbauer aus Augsburg, Plauen und Offenbach kommen damit auf Platz 21 unter den 50 aktivsten Patentanmeldern Deutschlands.

► www.manroland.com

Horizon eröffnet neue Firmenzentrale mit europäischem Logistikzentrum

DIGITALDRUCK MEETS FINISHING: VIER TAGE OPEN HOUSE MIT HP INDIGO UND HUNKELER

Fast 450 Besucher nahmen vom 24. bis 27. Februar 2010 die Gelegenheit wahr, sich in der neuen Horizon-Firmenzentrale über die Möglichkeiten des Digitaldrucks und der Weiterverarbeitung zu informieren. Die gemeinsame Veranstaltung der drei Partner Horizon, HP Indigo und Hunkeler informierte unter dem Motto »Digitaldruck meets Finishing« jeweils über die Lösungen der Hersteller.

»Ein voller Erfolg und investitionsentschiedene Besucher« so die Wertung der Veranstalter, deren Erwartungen bei weitem übertroffen wurden. Beeindruckt zeigte man sich auch von der Länge der Kundenbesuche, die die Stunden zu intensiven Gesprächen nutzten. Ein Erlebnis war unter anderem die Herstellung einer digital gedruckten, bildpersonalisierten Extra-Ausgabe des Horizon-Kundenmagazins »Nachdruck«, das jeder Besucher mit nach Hause nehmen durfte. Nachdem das Titelfoto von jedem Besucher erstellt war, wurde das individualisierte Heft auf einer

HP Indigo 7000 Digital Press gedruckt und an der Broschürenfertigungsanlage SPF/FC-200A zu einem rückstichgehefteten Magazin weiterverarbeitet. Darüber hinaus wurden weitere Drucksachen auf der HP Indigo 7000 sequentiell

Auch die Horizon-Geschäftsführer Rainer Börgerding (links) und Peter Berger (rechts) sowie Eijiro Hori (Horizon International) ließen eine bildpersonalisierte »Nachdruck«-Ausgabe anfertigen.



gedruckt, im Klebebander BQ-270 gebunden und im Dreiseitenschneider HT-30 geschnitten.

Auch die angebotenen Fachforen waren gut besucht, der Raum bis auf den letzten Platz besetzt und die Besucher im höchsten Maße interessiert an den unterschiedlichen, hoch aktuellen Branchenthemen, über die dort anschaulich und interessant referiert wurde. Ein weiterer Höhepunkt der vier Tage des offenen Hauses war der



Auftritt der Showband »Dizzy Dudes« am dritten Nachmittag und Abend im Rahmen der Eröffnungsparty.

► www.horizon.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

GWA PRODUCTION AWARD

Verleihung und GWA Fachtagung Medienproduktion



JETZT INFORMIEREN!

Am 29. April 2010 findet in Frankfurt/Main die 24. GWA Fachtagung Medienproduktion und die 6. Preisverleihung des GWA Production Award statt. Informieren Sie sich jetzt online, um mit uns die Sieger im Instituto Cervantes zu feiern! Tagungs- und Eventpackages finden Sie unter: www.gwa.de

Der Award wird von namenhaften Unternehmen und Medienpartnern unterstützt.

Veranstalter: GWA-Service mbH
Friedensstraße 11 · 60311 Frankfurt/Main
Telefonnummer 069.256 008-0



Trafen sich zum 20-jährigen Jubiläum: Die Brüder Thomas und John Knoll (Bildmitte) mit Russell Brown und Steve Guttman.

Adobe Photoshop ist 20 Jahre alt

Millionenfacher Einsatz

PHOTOSHOP-COMMUNITY FEIERT JUBILÄUM
DER SOFTWARE

Adobe Photoshop wurde am 19. Februar 2010 20 Jahre alt. Im Jahr 1987 entwickelte Thomas Knoll (im Bild 2. von rechts) ein Programm namens Display. Dies war eine einfache Anwendung zur Anzeige von Graustufenbildern auf einem Schwarzweiß-Bildschirm. Gemeinsam mit seinem Bruder John Knoll (2. von links) begann er, diese Anwendung um Funktionen zu ergänzen, die die Bearbeitung digitaler Bilddateien ermöglichten. Adobe entschloss sich im Jahr 1988, die Software zu lizenzieren, sie »Photoshop« zu nennen und veröffentlichte dann im Jahr 1990 die erste Version.

»Vor 20 Jahren ging Adobe davon aus, etwa 500 Exemplare von Photoshop pro Monat zu verkaufen«, so Thomas Knoll. »Rückblickend kann man sagen, dass diese Prognose weit übertroffen wurde. Es ist unglaublich, dass Millionen von Menschen die Software heute im Einsatz haben. Wir wussten damals, dass wir eine wegweisende Technologie in unseren Händen halten.



Aber wir hätten niemals erwartet, dass sie einen so großen Einfluss auf die Bilder, die wir um uns herum sehen, haben würde. Die Möglichkeit, jemanden einfach innerhalb eines Bildes zu platzieren, war nur der Anfang der Magie, die Photoshop heute umgibt.»

Im Laufe seiner 20-jährigen Geschichte hat sich Photoshop deutlich weiter entwickelt – von einem einfachen Bilddarstellungsprogramm hin zu einer beliebten Anwendung mit über zehn Millionen Nutzern weltweit. In jede neue Version hat Adobe technologische Innovationen integriert, die bisher Unmögliches möglich machten. Die in Photoshop 3.0 eingeführten Ebenen geben Designern die Möglichkeit, komplexe Kompositionen einfacher als jemals zuvor zu erstellen. Mit dem in Photoshop 7.0 eingeführten Reparaturpinsel,

einer weiteren bahnbrechenden Funktion, lassen sich Bilder wie von Zauberhand retuschieren, in dem Schönheitsfehler und Falten nahtlos entfernt werden, aber gleichzeitig Beleuchtung und Texturen erhalten bleiben. Features wie Beschneidewerkzeug, Radiergummi, Weichzeichner, Abwedeln oder Nachbelichten haben sich mittlerweile zu einem festen Bestandteil des Vokabulars weltweit entwickelt. Das Photoshop-Team ist außerdem erfolgreich mit seinem Beta-Tester-Programm, über das Anwender seit Jahren aktiv zur Gestaltung und Entwicklung neuer Funktionen beitragen.

Am Jubiläumstag waren weltweit Feierlichkeiten angesagt und auf Adobe-TV gab es eine Sondersendung (siehe Bild).

➤ www.adobe.de





Kodak Design2Launch MIT EDITORS' PICK AWARD AUSGEZEICHNET

Die Fachzeitschrift Consumer Goods Technology (CGT) hat die Kodak Design2Launch Lösungen in ihrer Ausgabe, in der die Ergebnisse einer jährlichen Leserbewertung von Produkten und Lösungen veröffentlicht werden, mit einem Editors' Pick Award ausgezeichnet.

➤ www.kodak.com

1&1 BRANCHEN-HOMEPAGE FÜR JEDE FIRMA

Die 1&1 Internet AG ermöglicht es kleinen Unternehmen, sich schnell und einfach im Internet zu präsentieren. Mit der 1&1 Branchen-Homepage lässt sich in wenigen Minuten ein überzeugender Online-Auftritt erstellen. Vorkenntnisse sind nicht erforderlich, da mehr als 100 branchenspezifische Vorlagen zur Verfügung stehen.

DuPont Packaging Graphics NEW HORIZONS AWARDS FÜR 2009 ÜBERREICHT

DuPont Packaging Graphics EMEA hat der Wipak Ltd. und PPP Digital Imaging Ltd. den New Horizons Award 2009 überreicht. Mit den 2007 ins Leben gerufenen New Horizons Awards werden Leistungsträger und Organisationen für ihre Beiträge im Bereich Flexo- und Verpackungsdruck ausgezeichnet.

➤ www.cyrel.eu

GMG auf Canon NEUE PROOFSYSTEM- GENERATION

GMG führt ein neues Proofsysteem ein, das aus Canon Inkjet-Druckern der imageProGraf-Serie und den Halbton- und Rasterproof-Lösungen GMG Color Proof, FlexoProof XG und DotProof XG besteht. Für maximale Produktionssicherheit und beste Proofresultate sind die Drucker auf die Inkjet-Proofmedien von GMG abgestimmt.

Kodak Trillian-SP Thermalplatte

DRUCKPLATTE BENÖTIGT WENIGER CHEMIE

Kodak hat eine neue Thermoplatte entwickelt, die nach Angaben des Herstellers während des Verarbeitungsprozesses weniger Chemie benötigt, nicht eingebrannt werden muss und somit Vorwärmstationen und Einbrennöfen überflüssig macht. Vorgestellt werden soll die Kodak-Trillian-SP-Thermoplatte auf der Ipex 2010 in Birmingham. Dort wird sie auf einem Magnus-800-Z-Quantum-Plattenbelichter bebildert und live vorgeführt.



Die Trillian SP Platte wurde für den Einsatz in Akzidenz-, Illustrations- und Verpackungs-Offsetdruckereien konzipiert und zeichnet sich nach Herstellerangaben durch eine hervorragende Produktivität, Effizienz und Wirtschaftlichkeit aus. Nach Angaben von Kodak ist die Druckplatte mit den meisten CtP-Systemen und Plattenverarbeitungsanlagen kompatibel und sorgt für einfache Reinigung und geringeren Wartungsaufwand für die Verarbeitungsanlagen. Durch ihren breiten Verarbeitungsspielraum besitzt die Trillian SP eine höhere Stabilität mit weniger Schwankungen und reduziert so den Kontrollaufwand. Derzeit befindet sich die Platte im weltweiten Beta-Test bei Kodak-Kunden. Im Juli 2010 soll sie am Markt erhältlich sein. Nach der Trillian SP sollen, so Kodak, im nächsten Jahr weitere neue Platten vorgestellt werden, die eine weitere Leistungsverbesserung in Vorstufe und Druck ermöglichen und die Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit der Druckformherstellung verbessern sollen.

➤ www.graphics.kodak.com

DotLine

CTP LÖSUNG FÜR DAS DRUCKZENTRUM RHEIN MAIN

Nach den bereits gefällten Entscheidungen bezüglich Rotation und Versandraumtechnik sollen im neuen Druckzentrum Rhein Main Mitte des Jahres die Rotationen anlaufen. Somit stand die Entscheidung der Systeme zur Plattenherstellung auf der Agenda.

Installiert werden drei Systeme DotLine VMAX in Kombination mit Entwicklungsmaschinen von Haase. Jedes der Systeme hat eine Kapazität von 350 Platten/h im Rheinischen Format bei 1.270 dpi. Somit werden bis zu 1.050 Platten/h auf den drei Linien produziert und an die angeschlossene Nela Stanzabkant- und Sortierlösung übergeben.

Die CtP-Systeme sind für Violet-Polymerplatten geeignet, so dass jederzeit ein Wechsel auf chemiefreie Platten erfolgen kann. Zudem besteht auch keine Bindung an bestimmte Plattenhersteller. Das Leistungsspektrum des DotLine Belichters reicht von 100 Singleplatten/h im Einstiegsmodell bis zu 400 Singleplatten/h Spitzenleistung. Das neue System wird als halb- und vollautomatisches System mit bis zu 1.000 Platten im Zugriff



angeboten. Bebildert werden Platten bis zum maximalen Format von 640 x 930 mm.

Das vollautomatische System verfügt über eine modulare Plattenbeladung die optional am Belichter angedockt werden kann, ebenso ist der Plattenauflauf und damit die Anbindung der nachgelagerten Systeme variabel.

➤ www.dot-line.de



Helios Software

MIT FOGRA SOFTPROOF-ZERTIFIKAT

Gemeinsam mit den Quato Intelli Proof 240 excellence/LED, und Intelli Proof 262 excellence Monitoren erhielt Helios WebShare UB+ das FograCert Softproof-Zertifikat für die qualitativ hochwertige optische Übereinstimmung mit einer nach Fogra39 (ISOcoatedv2) gedruckten Referenz. Mit Verleihung des Softproof-Zertifikats für die webgestützte Helios Proof-lösung bestätigt die Fogra, dass Softproofs als vollwertige Kontraktproofs einsetzbar sind.

Das FograCert-Softproofing-System legt die Anforderungen an ein Softproof-System fest, mit dem eine hohe Qualität bei der visuellen Übereinstimmung mit einer gedruckten Referenz erreicht wird. Die Helios WebShare UB+ Proofoausgabe auf einem Quato Proofmonitor ergibt eine qualitativ exzellente Übereinstimmung mit der gedruckten Referenz. Helios WebShare UB+ Remote-Proof ist eine Lösung zur Kostenersparnis und zur Beschleunigung von Abstimmungsprozessen für Mediengestalter, Druckereien und deren Kunden sowie Produktionsteams für Druck und Web, die oft über größere Entfernung zusammenarbeiten müssen, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen.

➤ www.helios.de

Dynamic-Publishing-Plattform von Quark

PEUGEOT ENTSCHEIDET SICH BEIM GLOBALEN PUBLISHING FÜR QUARK DPS

Peugeot hat beschlossen, die Dynamic-Publishing-Plattform von Quark zu integrieren, um den Herstellungsprozess seiner Kataloge zu optimieren. Für Anne Fenninger, Manager für Editionen, Multimedia und Internet bei Peugeot, war die Lage eindeutig: »Bisher verwendeten wir ein Werkzeug für Workflows, das sich als veraltet herausstellte und nicht mehr unseren Bedürfnissen entsprach. Wir mussten gleichzeitig mit immer kürzeren Abgabeterminen, einer steigenden Nachfrage nach e-Broschüren und PDF-Dateien mit hoher Auflösung klar kommen. Zudem mussten wir die Kosten senken und die Kommunikationsmedien rationalisieren, um die Kontrolle zu verbessern.«

MEHR ALS 250 KATALOGE, 15 LÄNDER Der Automobilhersteller führte eine umfassende Prüfung durch, um eine Kooperationsplattform zu implementieren, mit dem Ziel, eine einzige Lösung für den gesamten Workflow vom Design des Layouts durch die in London ansässige Agentur bis zu den fertigen Dateien für den Druck und für e-Broschüren, zu nutzen. Hauptziele waren die Einsparung von Zeit bei der Kommunikation zwischen den einzelnen Parteien, die Reduzierung von Fehlern, eine Verbesserung der Kontrolle, das Reduzieren von Kosten aus der Design- und Produktionskette, die Erzeugung von PDF-Dateien und elektronischen Versionen von Katalogen in hoher Auflösung und gleichzeitig die Erweiterung der Liste der Länder, die die Lösung nutzen. »Zurzeit produzieren wir 26 Kataloge für 15 Länder, was die Verwaltung von 250 bis 350 Katalogprojekten pro Jahr in unterschiedlichen Sprachen bedeutet«, so Anne Fenninger.

Wesentliche Forderungen von Peugeot an eine neue Lösung waren die Steigerung der Zuverlässigkeit, das Senken von Kosten und das Publizieren von Inhalten im Internet. »Wir haben uns die auf dem Markt verfügbaren Lösungen angesehen, aber schnell erkannt, dass die Lösung von Quark unseren Bedürfnissen in Bezug auf Anpassbarkeit und Flexibilität am nächsten kam«, so Anne Fenninger. Peugeot nutzt dabei das Know-how von Quark beim Dynamic-Publishing-Prozess. Die Online-Redaktionsplattform enthält einen internationalen Master für jedes Fahrzeugmodell einschließlich Texten und Bildern. So kann jedes Land entsprechend vordefinierter Designregeln arbeiten. Peugeot schätzt, dass sich durch die Implementierung von Quark DPS allein bei den Druckvorbereitungskosten Einsparungen von 35% ergeben.

➤ www.quark.com/de

Europäische Union

SNAP IMPLEMENTIERT K4 VERSION 6

Das Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union publiziert mit 655 Mitarbeitern das Amtsblatt der Europäischen Union und weitere periodisch erscheinende Zeitschriften, Reports und Bücher. Zudem werden diverse Websites produziert. Das Amtsblatt erscheint werktags in allen 23 Amtssprachen der Europäischen Union. Es besteht aus zwei zusammenhängenden Reihen (Rechtsvorschriften und Mitteilungen und Bekanntmachungen) sowie einem Supplement.

Das Referat Multimedia-Veröffentlichungen verlegt jährlich mehr als 8.000 Publikationen, Sonderberichte, Bücher, Websites, CDs und DVDs. Um die Zusammenarbeit von 50 Korrektoren, 30 Produktionern und mehr als 50 externen Autoren und Prepress-Dienstleistern effizient zu koordinieren, hat die EU nun SNAP Innovation mit der Lieferung und Implementierung der Crossmedia-Publishing-Plattform K4 Version 6 beauftragt. Integriert wird K4 mit der auf Documentum basierenden Planungs- und Verwaltungssoftware Plan-Publi sowie mit der Auszeichnungssprache Formex. Die externen Mitarbeiter werden größtenteils über das neue K4 Web Portal via Web-Browser umbruchverbundlich arbeiten können, ohne lokal Software oder Schriften installieren zu müssen.

➤ www.vjoon.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

EskoArtwork, Hersteller von Produktionslösungen in der Verpackungsindustrie und nach eigenen Angaben weltweit führendes Unternehmen bei der digitalen Bebilderung von Flexplatten, installierte den 1.500. Cyrel Digital Imager bei **VT Graphics**. • **Pantone** wird die Preise der einzelnen Produkte des Pantone Goe-Systems senken, um die Einbindung der Produkte in den Workflow von Designern und Druckern attraktiver zu machen. • **Elpical Software**, Anbieter von Bildoptimierungs- und Workflow-Lösungen für Verlage und Großunternehmen, gab die Einführung der siebten Generation seiner Claro-Lösungen für die automatische Bildoptimierung bekannt. • Nach einer ausgiebigen Suche hat sich **Euro-Druckservice** (EDS) entschieden, das MIS-/ERP-System von **DiMS! organizing print** an allen Heatset-Offsetdruck-Standorten zu installieren. •

10 Jahre InDesign

ADOBE VERÖFFENTLICHT »PAGE BY PAGE«



Ende 1999 stellte Adobe Systems mit InDesign den Nachfolger des Layout-Programms PageMaker (dem Klassiker von Aldus) vor. Zum 10. Jubiläum der Erstvorstellung hat Adobe nun ein Buch mit dem Titel »Page by Page: 10 Years of Designing with Adobe InDesign« veröffentlicht.

Dieses informiert über die Entwicklung der Software im Laufe der Jahre und stellt wichtige Beteiligte und Projekte vor. Das Buch steht im Internet zur Verfügung: ► www.indesign10anniversary.com

CSci d'accord 2.1

FEHLER IN DRUCKDATEN FRÜHER FINDEN

Die Firma CSci stellt die neue Version 2.1 ihrer Software d'accord für den PDF-Vergleich in der Druckvorstufe vor. Die Software vergleicht die Originaldateien des Kunden mit den druckfertigen PDFs. So lassen sich potenzielle Produktionsfehler bereits in der Prepress finden und vermeiden.

► www.csci.de

tango-publishing.com

LUST AN DER GESTALTUNG MIT MARKSTEIN SOFTWARE

Mit dem Nachrichten-, Lehr- und Informationsportal www.tango-publishing.com führt MarkStein Software ihren Weg im Bereich Publishingsoftware und Redaktionssysteme in Richtung Endkunden und semiprofessionelle Anwender weiter.

► <http://shop.markstein.com>

► www.tango-publishing.com

Prinergy Workflow System

SPITZEN-WORKFLOW IM MEHRWERTPAKET VON KODAK

Im Zeitalter der digitalen Produktion kommt dem Workflow-System eine zentrale Bedeutung für eine effiziente, kontrollierte und hochqualitative Vorstufen- und Druckproduktion zu. Kodak bietet nun das Prinergy Connect Workflow System in der aktuellen Version 5.1 in einem attraktiven Mehrwert-Paket an.

Neben dem vollen Standard-Funktionsumfang (Refine, Trap, Proof, Output) und zugehöriger Premium-Server-Hardware beinhaltet dieses Angebot mehrere Module, die normalerweise als Optionen erhältlich sind. Dazu gehören Advanced Pre-flight zur vollautomatischen Datei-Eingangskontrolle, die einzigartige Regelbasierte Automatisierung

(RBA) für die flexible, durchgängige Automatisierung der Workflow-Prozesse sowie die Pro Workflow-Edition der Kodak ColorFlow Software. Als globale Farbmanagement-Lösung für die Produktionsumgebung etabliert die ColorFlow Software ein einheitliches Color Relationship Management im Workflow. Mit der Pro Workflow-Edition der Software lassen sich zusätzlich ICC-Profile und ICC-DeviceLink-Profile erzeugen und editieren.

Die Regelbasierte Automatisierung gestattet in Verbindung mit weiteren Prinergy Funktionen wie automatischer Seitenzuordnung und automatischem Ausschießen ein Maximum an intelligenter Workflow-Automatisierung. Zudem ist das Prinergy Connect Workflow System auf eine nahtlose Integration mit Produktionswerkzeugen wie der Kodak Preps Ausschließsoftware, den webbasierten Kodak In-Site Portalprodukten und weiteren Lösungen aus dem Workflow-Portfolio von Kodak ausgelegt.

► www.graphics.kodak.com



Händlertreffen der GPS

CTP MADE IN CHINA – AUS DEN NIEDERLANDEN

Rund 20 grafische Fachhändler aus zwölf europäischen Ländern trafen sich Anfang Februar 2010 im niederländischen Mijdrecht bei Amsterdam auf Einladung der Firma GPS – Teil der Wifac-Gruppe – zu einer Händlertagung. Im Mittelpunkt des Handelstreffens stand das Angebot von GPS für den europäischen Fachhandel und die Druckindustrie: chinesische CtP-Systeme der Firma Cron und Offsetdruckplatten des Xtreme Labels der GPS. Dabei schafft der Distributor GPS für den Fachhandel und dessen Kunden eine einmalige Situation: Die Belieferung von kostengünstigem »CtP Made in China« erfolgt mit europäischen Qualitätsmerkmalen und Sicherheiten. Ein Bündel von Maßnahmen und Dienstleistungen sorgt dafür, dass die Produkte der GPS den Qualitätsvorstellungen entsprechen.

Die CtP-Belichter, die der chinesische Hersteller Cron nach Angaben von GPS vollständig selbst und patentrechtlich gesichert entwickelt hat, gibt es in den Formaten 50 x 70 cm (TP33) bis 70 x 100 cm (TP46), als manuelle, halbautomatische und vollautomatische Anlagen in je drei Geschwindigkeitsvarianten und auch für Zeitungen. Als Besonderheit ist CtP »Made in China« in der thermischen Ausführung, aber auch als UV-CtP für den Einsatz kostengünstiger konventioneller UV-Platten verfügbar. Mittlerweile haben sich rund 30 Betriebe in Europa für »CtP Made in China« entschieden; in Kürze wird auch bei der GPS eine Vorführmaschine von Cron bereitstehen.

Die Vorstellung weiterer GPS-Produkte wie DuPont Cromanet und Epson Proofmaterialien, Druckfarben von Brigal und van Son sowie ein Ausblick auf zukünftige GPS-Produkte schlossen den theoretischen Teil ab. Im Anschluß wurden den Gästen die Druckergebnisse der Xtreme Thermalplatten, entwickelt mit GPS Chemie und live gedruckt auf einer KBA Rapida 75 mit Brigal Druckfarben, gezeigt.

► www.gps-int.com





Agfa Graphics Europe Central DURCH UGRA ALS PSO-SUPPLIER ZERTIFIZIERT

Agfa Graphics Europe Central wurde durch die Ugra, dem Schweizer Kompetenzzentrum für Medien und Drucktechnologie, als PSO-Supplier für Deutschland, Österreich und die Schweiz zertifiziert. Damit ist Agfa Graphics in diesen Märkten einer der ersten Zulieferer, der Unternehmen der Druckindustrie eine umfassende Vorbereitung auf die PSO-Zertifizierung in allen Disziplinen der Prozesskette von der Datenerstellung bis hin zum Druck anbieten kann.

Druckereien, die ihre Produktionsprozesse nach PSO standardisieren wollen, bietet Agfa Graphics eine maßgeschneiderte Vorbereitung auf die Zertifizierung an. Die Vorbereitung auf die Zertifizierung beginnt mit einer Analyse aller Produktionsabläufe und -einrichtungen sowie des Ausbildungsstandes der Mitarbeiter. Darauf basierend wird ein Konzept erarbeitet, das theoretische Grundlagen und Praxis-Workshops beinhaltet. Je nach Stand der Qualifikation werden die Bausteine zusammengestellt, die Mitarbeiter geschult und unter Zertifizierungsbedingungen geprüft. Die einzelnen Module, die Projektleitung und Koordination werden durch die Spezialisten und Projektleiter von Agfa Graphics durchgeführt.

► www.agfa.de

DVS System Software DRUCKERTREIBER FÜR ÄLTERE PLOTTER

Nachdem Stiftplotter fast vom Markt verschwunden sind, werden für neuere Betriebssysteme keine Treiber mehr angeboten. Deshalb müssen viele noch funktionstüchtige Plotter außer Betrieb genommen werden, obwohl es in einigen Bereichen immer noch sinnvoll ist, diese einzusetzen.

Eine andere Nische sind Werkzeugplotter. Sie arbeiten mit Werkzeugen, die verschiedenste Materialien schneiden oder in anderer Form bearbeiten können. Werkzeugplotter werden in der Verpackungsbranche zum Erstellen von Mustern oder zum Produzieren von Kleinserien eingesetzt. Um solche Geräte weiter nutzen zu können, ist man davon abhängig, dass der Hersteller aktuelle Treiber anbietet, was bei älteren Geräten schwierig ist. Nun hat die DVS System Software GmbH & Co. KG einen Plottertreiber für Windows 7 entwickelt, der über eine Kreis- und Wegeoptimierung für schnelleres Plotten verfügt. Mit einer maximalen Plotfläche von 327 x 327 cm können auch Übergrößen bedient werden. Bisher wurden Plotter von Aristo, Calcomp, Data Technology (Gerber), Elcede, Encad, HP, Kongsberg, Krause, LKS, Marbach, Mimaki, Misomex, Océ, Mutoh, Roland, Wild und Zünd erfolgreich angesteuert.

► www.dvserp.de

callas Software BESCHLEUNIGTE PROZESSE BEI PAPER C

Die Internet-Plattform PaperC nutzt die pdfToolbox-Technologie, um Fachliteratur kostenfrei zur Verfügung zu stellen. So können Studenten die für ihre Arbeit benötigten und oft sehr teuren Bücher von der ersten bis zur letzten Seite online lesen und durchsuchen. »Unsere Plattform ist quasi ein virtueller Schreibtisch«, erklärt Martin Fröhlich, einer der Gründer von PaperC. Die Nutzer haben die Möglichkeit 2.300 Titel aus verschiedenen Fachgebieten zu durchstöbern. Anders als bei Google Books, das nur Ausschnitte anbietet, steht bei PaperC das komplette Buch bereit. Erst wenn der User das Buch oder Teile davon ausdrucken, abspeichern oder eine Notiz anfügen möchte, zahlt er zehn Cent pro Seite. Mithilfe der pdfToolbox SDK 4 haben die Entwickler die Funktion der Software direkt in den Upload-Prozess eingebunden. Laden Verlage ihre Werke in PDF-Form auf die Online-Plattform, prüft die Toolbox die eingehenden Dokumente, korrigiert sie und übernimmt – wenn nötig – auch die Farbkonvertierung. Dabei analysiert die pdfToolbox die PDF-Dokumente und greift bei Bedarf ein. So werden versteckte Probleme erkannt und bei der Konvertierung behoben.

► www.callassoftware.com

► www.paperc.de

Kodak InSite Storefront System MEHR KOMFORT FÜR DAS WEB-TO-PRINT-GESCHÄFT

Das Kodak InSite Storefront System ist als flexibler Webshop eine wichtige Komponente von Kodaks Web-to-Print-Lösungen. Die aktuelle Version 6.0 trägt nach Angaben von Kodak der Tatsache Rechnung, dass e-Commerce an Bedeutung gewinnt und Druckereien ihren Kunden dabei mehr Möglichkeiten und Benutzerkomfort bieten müssen. Durch die Direktverbindung zu einem Kodak Prinergy Workflow mit automatischer JDF-Jobticket-Generierung für die Druckmaschinen, entsteht eine Web-to-Print-Lösung im Wortsinn.

Kodak hat dem InSite Storefront System 6.0 zahlreiche neue Funktionen mit gegeben. Dazu zählen eine neue VDP-Struktur für den variablen Datendruck, ein neuer Mechanismus für Aufträge mit Datei-Upload einschließlich Preflight mit leicht verständlichen Resultaten, einbettbare HTML-Kataloge, optionales Hochladen von MS Office-Dokumenten und vieles mehr. Kodak hatte im März das InSite Storefront System in einem Webinar vorgestellt. Dabei standen die neuen Funktionen und Merkmale der Version 6.0 im Mittelpunkt.

► www.graphics.kodak.com



Agfa Graphics: 6.000 INSTALLIERTE APOGEE-SYSTEME WELTWEIT

Agfa Graphics hat nach eigenen Angaben mehr als 6.000 Systeme der Apogee Suite weltweit installiert. Die aktuelle Version 6.0 ist seit Mitte 2009 verfügbar. Apogee Prepress bietet eine automatisierte und JDF-getriebene Produktion in der Druckvorstufe. Diese verwaltet, kontrolliert und rastert die angelieferten PDF-Dateien. Apogee Color integriert das Farbmanagement im gesamten Produktionszyklus. Apogee Portal unterstützt die Kommunikation zwischen Druckereien und ihren Kunden, während sich Apogee Media auf Verwaltung von Artikeln und Inhalten für Publikationsprozesse konzentriert.

► www.agfa.de



Die Sache mit dem Doppellack

Großes Interesse bei Praxisvorführungen
**HEIDELBERG ERMÖGLICHT DAS BEIDSEITIGE
 LACKIEREN IN EINEM DURCHGANG**

Die Idee des Lackierens vor und nach der Wendung hat durchaus ihren Charme. So lassen sich beide Seiten des Bogens gleichzeitig veredeln. Zusätzlich können die Durchlaufzeiten für einen Auftrag drastisch reduziert werden, da die Bogen unmittelbar nach dem Druck weiterverarbeitet werden können – in dieser kurzlebigen Zeit ein nicht zu unterschätzender Vorteil. Die Lieferfähigkeit ist heute ohnehin bei vielen Aufträgen ein entscheidendes, wenn nicht das Ausschlag gebende Argument.

Heidelberg bietet jetzt für die Speedmaster XL 75 und XL 105 eine Technologie an, mit der das Lackieren vor und nach der Wendung (LPL) in einem Produktionsdurchgang möglich wird.

Die technischen Voraussetzungen für diese Technologie hat Heidelberg unter anderem dadurch geschaffen, dass alle eingesetzten Trocknersysteme auf die jeweilige Maschine abgestimmt sind und mit hoher Effizienz arbeiten.



Denn die Anforderungen an das Trocknersystem sind erheblich, da der Lack nach der Wendung vollkommen ausgetrocknet sein muss. So sollen auch bei hoher Maschinengeschwindigkeit, hoher Farbbelegung oder bei anspruchsvollen Lackierungen gute Ergebnisse erzielt werden.

Einen wichtigen Beitrag für die komplexe Anwendung müssen nach Aussagen von Heidelberg auch die Verbrauchsmaterialien, und hier im Speziellen die Kombination von Lack und Farbe, leisten. Hier hat Heidelberg aus der Saphira-Produktpalette spezielle Pakete für das beidseitige Lackieren in einem Arbeitsgang entwickelt und informiert den Drucker über die Leistungsfähigkeit der Farbe-Lack-Kombination.

Lackierwerke vor und nach der Wendung sind nicht nur interessant, um in der klassischen Produktion effektiver zu arbeiten, sie bieten auch deutlich mehr Veredelungsmöglichkeiten als klassische Maschinenkonfigurationen.

Für die Firma K&D Graphics aus dem kalifornischen Orange County war dies ein entscheidendes Kaufkriterium. Das Unternehmen nahm die mit dem Rollenquerschneider CutStar ausgestattete Speedmaster XL 105-6+LYY-P-6+L (UV) im Dezember 2008 in Betrieb, um sowohl den Premium- als auch den hochvolumigen Akzidenz- und Verpackungsmarkt effizienter bedienen zu können. »Kurze Lieferzeiten auch bei hohen Auflagen« lautet die Strategie der Daneels Graphische Gruppe aus dem belgischen Beerse. An dem Produktionsstandort in der Nähe von Antwerpen drückt der Betrieb mächtig aufs Gas. »Die Lieferzeiten sind inzwischen wettbewerbsentscheidend geworden«, berichtet Unternehmenschef Kris Daneels. »Nur mit modernster Technologie wie der Speedmaster XL 105-6+LYY-P-6+L können wir unseren Produktivitätsvorsprung halten.«





Heidelberg auf der IPEX 2010 WIRTSCHAFTLICHES UND ÖKOLOGISCHES DRUCKEN

Heidelberg stellt auf der IpeX seine Lösungen in den Fokus einer wirtschaftlichen und umweltgerechten Produktion. Unter dem Motto »HEI Performance – HEI Value« wird die gesamte Wertschöpfungskette im Werbe- und Verpackungsdruck samt Workflow und Verbrauchsmaterialien gezeigt. Weitere Berichte folgen.

KBA auf der IPEX 2010 »CHAMPIONS IN PRINT« SETZEN AUF INNOVATION

Zur IpeX 2010 in Birmingham wird KBA in Halle 6 auf einer Fläche von knapp 800 m² modernen Bogenoffset für den Akzidenz-, Bücher-, Folien- und Verpackungsdruck im Klein-, Halb- und Mittelformat samt integrierter Workflows präsentieren. Das Motto »KBA: Champions in Print«. Wir werden ausführlich berichten.

manroland auf der IPEX 2010 MODERNE PRÄSENTATIONS- FORMEN

manroland präsentiert auf der IpeX sein maschinenbauliches Prozess-Know-how, verknüpft mit Daten- und Materiallogistik in einer modernen Show. Der Schwerpunkt liegt auf dem Geschäftsmodell und den Produkten des Kunden. So dreht sich alles um die Bedürfnisse der Druckbranche. Wir werden darüber berichten.

Presstek DRUCKMASCHINENFLOTTE WIRD NACH OBEN ERWEITERT

Der US-amerikanische Hersteller Presstek will zur IpeX 2010 eine neue Druckmaschine mit Direktbebilderungs-Technologie präsentieren. Die 75DI soll eine Druckgeschwindigkeit von 16.000 Bg./h erreichen und für Bogenformate zwischen 279 x 200 mm und 788 x 600 mm ausgelegt sein.
➤ www.presstek.com

Bekaert Ecobind

CO₂-NEUTRALE BESCHICHTUNG FÜR BUCHBINDEDRAHT

Mit Ecobind hat Bekaert eine Beschichtung für Buchbindendraht geschaffen, die die gleichen Eigenschaften wie eine normale Polymerbeschichtung hat. Sie ist in Weiß, Schwarz, Grün und Blau erhältlich, weitere Farben sind auf Anfrage verfügbar. Diese pflanzlichen Beschichtungen unterscheiden sich von Petropolymere insofern, als sie sich völlig zersetzen, wenn sie einer Industriekompostierung zugeführt werden. Ecobind zersplittert nicht in kleinere Stücke, sondern löst sich in Wasser und Kohlendioxid auf. Die beim Abbau von »grünen Polymeren« ausgestoßene Menge an CO₂ ist identisch mit der Menge, die von der Pflanze absorbiert wird, aus der das Rohprodukt gewonnen wurde. Dies macht die Beschichtung Teil eines geschlossenen natürlichen Zyklus. Ecobind ist eine Ergänzung des Sortiments von Bekaert an Buchbindedrähten.

➤ www.bekaert.com

Mosca AG

UATRI-2 GEHT IN SERIENFERTIGUNG

Die neue vollautomatische Umreifungsmaschine UATRI-2, die speziell für die Wellpappenbranche entwickelt wurde, geht bei der Waldbrunner Maschinenfabrik Gerd Mosca AG in Serienproduktion. Bereits in der Einführungsphase wurden nach Angaben des Herstellers 20 Maschinen verkauft. Die UATRI-2 ist eine Hochleistungsmaschine, die sich in Wellpappeproduktionslinien mit hohen Produktionsgeschwindigkeiten integrieren lässt. Durch die spezielle Konfiguration umreift das Gerät einfach oder doppelt (inline zur Welle) bis zu 30 Pakete/Minute. Die automatische Prozessanbindung gewährleistet dabei geringe Rüst- und Ausfallzeiten. 2008 wurde der Prototyp auf der drupa und FachPack vorgestellt. Seitdem wurden die pneumatischen Antriebe durch kostengünstigere Elektromotoren ersetzt.



➤ www.mosca-ag.com

Josef Foellmer GmbH auf der postprint

DRUCKEN, ZÄHLEN, MARKIEREN – IN EINEM ARBEITSGANG

Die Josef Foellmer GmbH, Graphischer Maschinen- und Apparatebau, Villingen-Schwenningen, fertigt seit 63 Jahren Maschinen und Geräte samt Zubehör für Drucker und Weiterverarbeiter. Zusammen mit der WE-HA-Papier Berlin ist Josef Foellmer GmbH in Halle 21b, Stand 232 auf der postprint berlin 2010 mit einem Informationsstand vertreten. Auf Grund der reduzierten Standfläche wird nur ein kleiner Auszug aus dem Komplettprogramm von Foellmer präsentiert.



Dazu gehört das topaktuelle Streifeneinschussgerät Modell DigiTab 2010 Plus: Drucken – zählen – markieren in einem Arbeitsgang.

Zu Themen wie Bohren, Lochern, Perforieren, Nuten, Rillen, Eckenrunden, Stanzen, Heften, Streifeneinschießen, Zählen, Vereinzeln, Nummerieren, Banderolieren, Schneiden und Falzen können die Fachleute der Josef Foellmer GmbH die entsprechenden Maschinen und Geräte aus ihrem Produktionsprogramm empfehlen.

WE-HA-Papier Berlin wird auch nach der Messe den Vertrieb und Service von Josef Foellmer GmbH unterstützen.

Wer nicht nach Berlin fährt: Das Komplettprogramm von Foellmer kann nach Terminabsprache jederzeit in den Ausstellungsräumen in Villingen-Schwenningen besichtigt und auch getestet werden. Die aktuellen Kataloge können kostenlos angefordert werden und über das Standard-Programm informiert auch die Internet-Seite.

➤ www.foellmer.com

Prinovis Liverpool**VERSTÄRKTE ZUSAMMENARBEIT MIT FERAG**

Prinovis Liverpool hat bei der Ferag AG ein UniDrum-System geordert. Es handelt sich um einen weiteren Auftrag des Tiefdruckunternehmens an Ferag, nachdem im Oktober 2009 eine Polybagging-Linie der PolyStream-Hochleistungsklasse in Betrieb gegangen war. Mit der UniDrum steigert Prinovis Liverpool in der Druckweiterverarbeitung die Kapazitäten um 25% und kann die Redaktionsschlusszeiten der stark



aktualitätsbezogenen Printprodukte nach hinten verschieben. Die Investition ist das Ergebnis einer mehrmonatigen Evaluationsphase. Ziel war es, die effizienteste und produktivste Lösung für die industrielle Verarbeitung der breiten Produktpalette mit Katalogen, Magazinen etc. zu finden. Im Lieferumfang sind eine Sammelhefttrommel UniDrum, eine Schneidtrommel SNT 420, eine Einstecktrommel RollSertDrum mit RollStream und sechs Anlegern Jet-Feeder, zwei Kreuzleger mit anschließender Folierung und SmartStrap-Umreifung sowie ein Palettierroboter enthalten.

➤ www.ferag.com

Erste autoprnt für Österreich**HEROLD DRUCK ORDET COLORMAN XXL AUTOPRINT**

Die erste Colorman XXL autoprnt in Österreich wird bei Herold Druck in Wien installiert. Vor drei Jahren sorgte die Herold Druck und Verlag AG als Pilotanwender der UV-Technologie im Zeitungsdruck für ein viel beachtetes Novum. Jetzt setzt das Wiener Druckhaus wieder auf topaktuelle Technologie. Die erste Colorman XXL der autoprnt-Baureihe und damit auch die erste sechsstblattbreite Zeitungsrotation der Alpenrepublik wird Ende 2010 in Produktion gehen.

Herold druckt die Tageszeitungen »Die Presse«, die »Wiener Zeitung« und die Gratiszeitung »Heute«. Im Lohndruckbereich ist man als Akzidenzdrucker erfolgreich, künftig will man eine noch breitere Produktpalette anbieten.

In der modernisierten Produktionshalle am künftigen Wiener Hauptbahnhof soll die Colorman XXL mit zwei Drucktürmen und umfangreicher autoprnt-Ausstattung stehen. Automatic Plate Loading senkt dann mit Roboterarmen die Rüstzeit auf ein Minimum. Die Inline Control Systeme QuickStart zum Voreinfärben, InlineCutoff Control für die automatische Schnittregisterregelung, die Bahnspannungsregelung InlineTension Control und InlineTemperature Control zur Farb- und Feuchtmittelregelung sorgen für eine konstante Produktion und geringere Anfahrmakulatur.

➤ www.manroland.com

Swiss Printers Ringier Print**MEHR INLINE-PRODUKTIONEN IN ZOFINGEN**

Um den Produktionsprozess für die jährlich rund 500 Mio. geschnittenen Exemplare zu beschleunigen, investierte Swiss Printers Ringier Print im schweizerischen Zofingen deshalb als Ergänzung zum bisherigen Rotationsschneider Exacto als erstes Schweizer Unternehmen in den neuen Doppelstock-Rotationsschneider Preciso DS von Müller Martini. Dieser kombiniert zwei Rotationsschneider auf minimaler Flä-



Zum flexiblen Rotationsabnahme-System bei Ringier Print gehören auch zwei neue Kreuzleger Listo.

che. Die Doppelstock-Variante kann inline bei einer Rotation mit zwei Ausgängen oder bei zwei Rotationen mit je einem Falzausgang eingesetzt werden. Dabei können zwei Schuppenströme unabhängig voneinander verarbeitet werden. Bei Swiss Printers Ringier Print bedeutet dies: Entweder führen zwei Ausgänge von einer KBA Compacta oder je ein Ausgang von zwei KBA Compacta zum Preciso DS – unabhängig von Auftrag und Geschwindigkeit. Das verleiht der Druckerei eine hohe Flexibilität bei der Inline-Produktion.

➤ www.mullermartini.com

Hoffmann Neopac**PSO-PIONIER IM METALLTAFELDRUCK**

Im Akzidenzdruck hat sich der Prozess-Standard Offsetdruck, der in der Norm ISO 12647-2 verankert ist, bereits vor Jahren etabliert. Für die Hoffmann Neopac AG stellte die Zertifizierung allerdings eine besondere Herausforderung dar, da das Unternehmen auf den Metalltafel-druck im UV-Offsetverfahren spezialisiert ist. Das Kerngeschäft am Standort Thun in der Schweiz ist die Herstellung hochwertig bedruckter Taschenverpackungen und Dosen aus Metall mit Plastikdispensern für die Süßwaren-, Tabak- und Lebensmittelindustrie. Für dieses Marktsegment gab es bislang keine Erfahrungswerte in Sachen PSO-Zertifizierung, auf die der Druckbetrieb hätte zurückgreifen können. Zudem nutzt Hoffmann Neopac UV-härtende Druckfarben, wodurch der Aufwand für die Zertifizierung im Druckbereich entsprechend hoch war. So erwarb das Unternehmen das PSO-Zertifikat zunächst für die Vorstufenabteilung, im August 2009 konnte das Unternehmen dann auch diese Zertifizierung im Druck erfolgreich abschließen. Damit ist Hoffmann Neopac der weltweit erste Metalldrucker, der eine Zertifizierung nach PSO für den Metalltafel-druck im UV-Verfahren vorweisen kann und übernimmt die Vorreiterrolle beim Qualitätsmanagement für das Bedrucken von Weißblechtafeln.

➤ www.zeller-gmelin.de

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Für ein umfangreiches Automatisierungsprojekt bei der zweitgrößten kanadischen Tageszeitung »The Globe and Mail« hat sich **Transcontinental** für **Nela** entschieden. An den drei Druckorten in Vancouver, Calgary und Toronto wird das Unternehmen Videostanz-/Biegegeräte und Plattensortierung bei voller Integration in den Prepress Workflow liefern. • In Zhengzhou, Hauptstadt der bevölkerungsreichsten chinesischen Provinz Henan, wurde Anfang Februar die Partnerschaft zwischen der **Henan Daily Newspaper Group** und **KBA** mit der Vertragsunterzeichnung für die dritte Comet-Rotation fortgesetzt. • **Kasturi & Sons Ltd.** setzt die Dezentralisierung ihrer Produktion fort und stattet ihren Druckstandort im indischen Coimbatore mit Versandraumtechnik von **Ferag** aus. • **Zhanjiang Chenming Pulp & Paper**, einer der größten Papierhersteller Chinas, hat sich für zwei Kleinformatschneide- und Verpackungslinien von **E.C.H. Will** und **Pemco** entschieden. • Zwei Roland 700 HiPrint von **manroland** werden dieses Jahr in einer neuen Produktionsstätte des indischen Verpackungsdruckers **Parksons Packaging** installiert. Damit wird einer der führenden indischen Verpackungsdrucker seine Kapazitäten steigern.



Buchbinderei An der Reuss INVESTIERT IN SAMMELHEFTER PRIMERA E140

Kurze Einrichtzeiten, hohe Nettoleistung, ergonomische Bedienung – drei Argumente für die 40 Mitarbeiter zählende Buchbinderei An der Reuss AG in Luzern, einen Sammelhefter Primera E140 von Müller Martini als Ersatz für einen Sammelhefter 235 in Betrieb zu nehmen.

► www.mullermartini.com

Druckerei Biewald PSO-ZERTIFIZIERT IM GROSSFORMAT

Als eine der ersten Druckereien Deutschlands ist es der Druckerei Biewald, Hannover, gelungen, sich auf einer XXL 162 nach der PSO Norm zertifizieren zu lassen. Die Biewald Gruppe produziert Akzidenzen jeder Art, veredelte Drucksachen und Displays. Auf Wunsch wird auch FSC-zertifiziert oder klimaneutral produziert.

tesa scribos WENIGER FÄLSCHUNGEN – MEHR TRANSPARENZ

Auf der Hannover Messe stellt tesa scribos sein gesamtes Spektrum von der Beratung bei der Implementierung einer Markenschutzstrategie bis zum neuen tesa trust & trace-Konzept vor, das eine gesicherte Produktcodierung durch einen Holospot oder CodeSeal mit Track & Trace-Systemen verbindet.

► www.tesa-scribos.com

VSOP von Müller Martini ROLLENOFFSETDRUCK FÜR VERPACKUNG, ETIKETT, FOLIE

Mit der von Drent Goebel erworbenen Modellreihe VSOP (Variable Sleeve Offset Printing) führte Müller Martini Ende 2009 eine neue Maschinensparte für den flexiblen Verpackungsdruck und den Druck von Kartonagen ein. Zum Wechseln des Druckformats werden zwei Sleeves ausgetauscht.

► www.mullermartini.com

Zünd Cut Center

DIGITALES SCHNEIDEN WAR NOCH NIE SO EINFACH

Nach der Markteinführung des G3 Cutters stellt Zünd mit dem Cut Center ein neues Software-Paket vor. Die Software ist auf den G3-Cutter zugeschnitten und auf eine Maximierung der Produktivität der multifunktionellen Schneidesysteme ausgerichtet. Die Software führt den Anwender durch den gesamten Schneidprozess, in dem stets die optimale Auswahl der verfügbaren Werkzeuge und der gewünschten



Qualität zur Verfügung gestellt wird. Die Software hilft Fehler zu vermeiden, die Einrichtezeit zu minimieren und sorgt dafür, dass der Cutter ständig mit maximaler Produktivität läuft.

► www.zund.com

Neue Papiermarke

DRUCKEREI-Netzwerk MIT EIGENER PAPIERLINIE

Die im MVD Print-Partner-Netzwerk kooperierenden Druckereien haben unter der Bezeichnung »MVD Excellence« eine gemeinsame Papiermarke am Markt eingeführt. Da man zunehmend mit mehreren Partnern für gemeinsame Kunden arbeite, sei der Wunsch nach einer gemeinsamen und bundesweit abgestimmten Papierqualität entstanden, so Netzwerkinitiator Lucas Franzot. Unter der Bezeichnung »MVD Excellence« habe man sowohl ausgewählte grafische Papiere in Bilderdruck- und Offsetqualitäten im Programm, als auch eine Produktlinie mit FSC-zertifizierten Papieren.

»Da wir vertrieblich sehr eng zusammenarbeiten und ein Nachhaltigkeitsprojekt realisieren, ist es nur konsequent, auch bei den Papieren einen Standard in der Kooperation zu schaffen,« so Stefan Wutz, Geschäftsleitung von WKD Offsetdruck in Ismaning. Ein Musterservice für die neue Papierlinie ist in Vorbereitung. Interessenten können bereits Muster über die regionalen Print-Partner oder in der MVD-Zentrale in Saarbrücken anfordern.

► www.mvd-online.net

H. C. Moog GmbH

BOGEN-TIEFDRUCKMASCHINE MIT NEUER KONSTRUKTION

Die H. C. Moog GmbH kündigte ein neues Maschinen-Konzept an. Dabei handelt es sich um eine Bogen-Tiefdruck-Maschine mit neuer Konstruktion und der Bezeichnung Typ 1-TBR compact 740/1040. Die vielfältig einsetzbare »All-in-one«-Maschine druckt mit Tiefdruckzylindern und digitalen Photopolymerplatten und deckt eine Fülle von Einsatzbereichen ab.

So eignet sich die Maschine nach Angaben des Herstellers für den

Farben und Lacke sowie UV-Lacke. Es können Papiere und Kartons von 80 bis 600 g/m² bedruckt werden (beschichtet, unbeschichtet, laminiert usw.), aber auch nicht dehnbare Folien sowie eine Vielzahl anderer (auch nicht saugfähiger) Substrate unter Verwendung sowohl von konventionellen Tiefdruck-Zylindern als auch von Plattenzylindern verarbeitet werden. Die 1-TBR compact eignet sich sowohl als einzelne Produktionsma-



Vollflächendruck (insbesondere von Gold, Silber und Perlglanzpigmenten) und den Halbtondruck sowie Veredelungen für die Vollflächen- oder Spot-Lackierung. Auch Voll- und Teilprägung, Mikro-Prägung etc. sind möglich.

Verwendung finden sowohl alkohol- als auch wasserbasierende

schine, da mehrere Durchgänge möglich sind, aber auch als vor- oder nachgelagerte Maschine im Rahmen einer Offline-Kombination mit anderen Bogen-Druckverfahren.

► www.hcmoog.de



Der Terminkalender als Erlebnis

ZWEI DIAMANT MC 60 FÜR BREPOLS IM BELGISCHEN TURNHOUT

Wenn schon die Auflagen vieler Zeitungen unter der Verbreitung neuer Medien leiden, dann sollte der altehrwürdige Terminkalender aus Papier angesichts der zunehmenden Bedeutung von Software-Organizern & Co. doch erst recht zum Auslaufmodell werden – würde man vermuten. Doch weit gefehlt. Der Erfolg des belgischen Kalender- und Terminplaner-Spezialisten Brepols aus Turnhout beweist, dass der traditionelle Hard- und Softcover-Kalender bei klugen Marketing-Konzepten alles andere als ausgedient hat. Dabei klingt der Slogan zur neuen Kalender-Linie von Brepols alles andere als hip. »Tempus fugit« (die Zeit vergeht) lautet das dem Lateinischen entlehnte Motto für die neueste Kollektion mit Lederumschlag.

Director Willem Vangeel hat für den Erfolg des Unternehmens in einem vermeintlich rückläufigen Geschäftsfeld eine simple Erklärung: »Unsere Kalender vermitteln ein Erlebnis, sind aus neuen Materialien, haben ein schönes Design und bieten haptische Überraschungen.« Zehn Millionen Kalender (85% des Umsatzes) verkauft das 1793 gegründete und in der siebten Generation geführte Familienunternehmen pro Jahr und ist in diesem Segment die unbestrittene Nummer 1 in den Benelux-Staaten und Frankreich. Der Rest des Umsatzes entfällt auf Hardcover- und fadengeheftete Softcover-Bücher. Für seine Hardcover-Produkte investierte das Unternehmen, das sich seit seiner Restrukturierung vor sechs Jahren ausschließlich auf Weiterverarbeitung fokussiert und 220 Mitarbeiter beschäftigt, gleich in zwei Diamant MC 60 mit Falzeinbrenn- und Pressmaschine, Durchlaufstapler, Foliermaschine und

Endstapler. Sie wurden zu Beginn dieses Jahres als Ersatz für drei Buchlinien eines anderen Herstellers in Betrieb genommen. Für die Lösung von Müller Martini sprach laut Willem Vangeel vor allem die hohe Automatisierung: »Wegen der Vielfalt unserer Produkte haben wir relativ kleine Auflagen – im Durchschnitt 1.500

Exemplare. Wir müssen die Buchlinien deshalb ein Dutzend Mal pro Tag umrüsten, was auf der Diamant sehr einfach ist. Und bereits das erste Exemplar weist eine sehr

gute Qualität auf. Da wir auch regelmäßig Großaufträge haben, brauchen wir zugleich auch ein robustes System.« www.mullermartini.com



Polar CutManager SCHNITTSTELLE ZU PRINT MANAGEMENT SYSTEME

CutManager ermöglicht die Online-Anbindung von Schnellschneidern an den Prinect Postpress Manager von Heidelberg und in den digitalen Druckerei-Workflow. Hierzu wird das Data Terminal Postpress direkt in den Polar Schnellschneider integriert. Die Umschaltung zwischen der Maschinensteuerung und dem Data Terminal erfolgt mit einem Fingertipp. So erhält der Bediener eine Arbeitsgangleiste für seine Maschine und kann Arbeitsgänge starten, unterbrechen oder beenden. Zudem liefert die Maschinensteuerung Statusmeldungen und Zählerstände direkt an den Postpress Manager zurück – eine lückenlose Datenerfassung des Schneidprozesses. Was bislang manuell über Tageszettel eingegeben wurde, wird nun parallel zur laufenden Produktion automatisch erfasst. Mit dem Austausch von Auftragsdaten und Produktionsdaten bietet der P-Net Service CutManager eine klare Kosten- und Leistungstransparenz. Auf der Ipex wird erstmalig der Polar Schnellschneider X Plus vorgestellt. Hinter der Polar X Plus, die für alle Maschinentypen ab der Polar 78 angeboten wird, verbirgt sich ein Schnellschneider vom Typ X mit einem Touchscreen-Monitor und der Option Prozessvisualisierung.

www.polar-mohr.com

Kuvertproduktion mit Roland 50 BONITASPRINT ERWEITERT MASCHINENPARK

Vor gut fünf Jahren übernahm Dieter Körner die Geschäftsführung der bonitasprint GmbH aus Würzburg. Umfassende Investitionen in die komplette IT- und Kommunikationstechnik sowie den Maschinenpark folgten. 2006 und 2007 wurde in zwei Roland 700 HiPrint investiert, in der Buchbinderei wurden Maschinen erneuert, das Unternehmen auf umweltgerechte Druckproduktion ausgerichtet. Mittlerweile ar-



beiten im PSO-zertifizierten Betrieb 58 Mitarbeiter, zur Übernahme waren es 21. Produziert werden Werbetrucksachen, Geschäftsberichte und Bücher, seit Dezember 2009 können Kunden klimaneutral produzieren lassen.

2009 stand für die Kuvertproduktion die Anschaffung einer Vierfarbmachine im Kleinformat an. Die Roland 50 im Format 36 x 52 cm überzeugte bonitasprint. Der Anteil von Kuverts an der Roland 50 liegt heute bei rund 60% der Gesamtmaschinenauslastung.

www.bonitasprint.de

www.manroland.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Das rumänische Druckhaus **Monitorul Oficial** erweitert seine Produktionsanlagen gleich um zwei Maschinen von **KBA-Metronic**. Damit ist Monitorul Oficial der erste Anwender einer Genius 52UV und einer Universys in Rumänien. • Die italienische Verpackungsdruckerei **Cartotecnica Grafica Vicentina** produziert weltweit mit einer der ersten Faltschachtelklebmaschinen Diana X 115 der **Heidelberger Druckmaschinen AG**. • Im Sommer 2009 startete die australische **Offset Alpine Printing** am Standort Lidcombe (Sydney) mit einer **Ferag** UniDrum 350 die Produktion. Die UniDrum 350 mit sechs Zuführstationen UniServer und einer Schneidtrommel SNT-35 ging im Zusammenhang mit der Installation einer 48-Seiten-Heatset-Rollenoffsetmaschine in Betrieb. • Das Berliner Druckunternehmen **Laserline** ist jetzt auch nach ProzessStandard Offsetdruck zertifiziert. • Mit der Inbetriebnahme einer neuen Acht-Farben-Concepta von **Müller Martini** will **United Security** in Dubai zum einen neue Geschäftsfelder erschließen und zum anderen den Export steigern. • Bei einem der größten Druckhäuser in der Golfregion, der **United Printing & Publishing** in Abu Dhabi, nahm jetzt die erste Rotoman von **manroland** ihren Betrieb auf.



buag VERTRAUT AUF MBO- FALZTECHNOLOGIE

Im Zuge einer Modernisierung und Rationalisierung ihrer Produktionsabläufe hat die Schweizer buag AG in Baden-Dättwil in eine MBO K800 SKTL Perfection investiert. Zur Bewältigung des hohen Ausstoßes ist der Falzmaschine eine Bogenauslage Palamides Alpha 700 Plus nachgeschaltet.
 ► www.gramag.ch

Marbach-Kundenveranstaltung WIRTSCHAFTLICHKEIT TRIFFT ÖKOLOGIE

Nachhaltigkeit war Thema einer Kunden-Veranstaltung Anfang März 2010 bei der Karl Marbach GmbH, Heilbronn. Eingeladen waren Kunden aus dem Bereich Wellpappe. Nach Vorträgen konnten sich die Besucher bei Betriebsführungen von der effizienten Arbeitsweise bei Marbach überzeugen.
 ► www.marbach.com

Pitney Bowes – DM Infinity SCHNELLSTES INKJET- FRANKIERSYSTEM DER WELT

Pitney Bowes startete die Vermarktung der DM Infinity. Die digitale Frankiermaschine schafft bis zu 18.000 Frankierungen/h. Ohne Frankatur können sogar bis zu 22.000 Umschläge bedruckt werden. Dabei zeichnet sich die Maschine laut Hersteller durch niedrige Verbrauchskosten und hohen Bedienkomfort aus.

Neschen BÜCHER SCHÜTZEN UND ERHALTEN

Auf dem »Deutschen Bibliothekartag« zeigte die Neschen AG vom 15. bis zum 18. März in Leipzig Produkte für den Schutz und die Reparatur von Büchern. Dabei ging es nicht nur um Schutzfolien, sondern auch um Verstärkungsfolien sowie Gewebe- und Signaturbänder für Bücher.
 ► www.neschen.com

ContiTech Elastomer Coatings REDUZIERT CO₂-EMISSIONEN DURCH KALANDERVERFAHREN

ContiTech Elastomer Coatings stellt als erster Hersteller seine Drucktuchproduktion klimaneutral her. Durch ein neuartiges Herstellungsverfahren werden bis zu 70% klimaschädliche CO₂-Emissionen im Vergleich zu Standard-Drucktüchern vermieden. Den verbleibenden CO₂-Ausstoß gleicht das Unternehmen durch die Unterstützung eines Aufforstungsprojekts in Panama und



verfahren werden bis zu 70% klimaschädliche CO₂-Emissionen im Vergleich zu Standard-Drucktüchern vermieden. Den verbleibenden CO₂-Ausstoß gleicht das Unternehmen durch die Unterstützung eines Aufforstungsprojekts in Panama und

durch den damit verbundenen Erwerb von Klimaschutzzertifikaten (natureOffice) aus. ContiTech bietet die klimaneutralen Drucktücher der Conti-Air HC-Linie unter dem Label Pure Printing und die Tücher der Phoenix Xtra Blankets Carat-Serie



unter Climate-Xtra-Blankets an. Den wesentlichen Anteil an der positiven Klimabilanz der Drucktücher aus der Conti-Air HC-Linie und der Phoenix Xtra Blankets Carat-Serie hat das von ContiTech eingesetzte Kalanderverfahren in der Drucktuchherstellung. Dabei wird der Kautschuk mit einer Stahlwalze zu einer Platte in der notwendigen Dicke geformt. Der Energieverbrauch ist deutlich geringer als beim herkömmlichen Streichverfahren. Darüber hinaus kann auch auf den Zusatz von Lösungsmitteln verzichtet werden. Dadurch werden so genannte VOC-Emissionen, also der Ausstoß von flüchtigen organischen Verbindungen, erheblich reduziert.
 ► www.natureoffice.com
 ► www.contitech.de

Neue Oberflächenveredelung HOLOGRAFISCHER IMAGE TRANSFER

Die Edelmann Gruppe bietet unter dem Namen CEholo eine neue holografische Oberflächenveredelung an. Am Stammsitz in Heidenheim wurde dafür 2009 in eine neue Maschinenteknologie investiert, die den so genannten »Holografischen Image Transfer« realisiert. Nach einer intensiven Testphase startet Edelmann nun die Serienproduktion. Das Verfahren eröffnet die Umsetzung neuer optischer Effekte. Ziel des neuen Verfahrens ist die Kostenreduktion bei bisher mit Holografiefolie versehenen Faltschachten. CEholo ist für vollflächige und partielle Veredelungen geeignet. Unterschiedliche



holografische Designs können dabei in Kombination mit anderen drucktechnischen Verfahren eingesetzt werden. Dafür bietet Edelmann Designern und Produktverantwortlichen in Marketing und Entwicklung entsprechende Entscheidungshilfen an.
 ► www.edelmann.de

TriLiner

FERAG BRINGT CDS/DVDS AUF DIE ZEITUNGSTITELSEITE

Einen für Zeitungen (noch) ungewöhnlichen Weg beschreitet die Dresdner Verlagshaus Druck GmbH, die unter anderem die verlagseigene »Dresdner Morgenpost« und die »Chemnitzer Morgenpost« im Rheinischen Halbformat produziert. Das Druckhaus der DD+V Mediengruppe hat weltweit als erstes mit dem TriLiner der Ferag DVDs und CDs auf die Titelseiten ihrer Zeitungen gebracht.

Jede im Magazin des TriLiners enthaltene Kartonhülle mit dem Film- oder Musikträger wird einzeln von einem Saugarm übernommen. Mit einem Leimstrich versehen, wird die DVD beziehungsweise CD auf das Tabloidprodukt, das in der Klammer einer TTR-Förderlinie läuft, aufgebracht. Zwei Linien der bestehenden Ferag-Anlage sind um ein gerades TTR-Stück so verlängert worden, dass der TriLiner dort wechselweise einsetzbar ist. Zusätzlich dient der TriLiner von Ferag dem Druckhaus auch zum Anbringen von MemoSticks und Postkarten.
 ► www.ferag.com

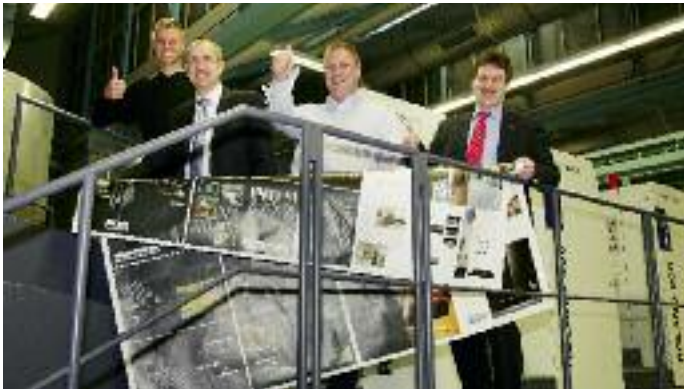


Weltpremiere: Roland 900 mit Wendung

HIMMER INSTALLIERT DIE ERSTE WENDEMASCHINE IM FORMAT 8

Die erste Wendemaschine im Bogenformat 8 steht bei der Himmer AG, Augsburg, vor dem Produktionsstart. Himmer forderte die Roland 900 XXL mit Wendung zur Maschinenabnahme mit anspruchsvollen Drucktests heraus – die Maschine bestand mit Bravour. Die Wendung der Roland 900 XXL mit dem maximalen Bogenformat

den kommenden Produktionsalltag. Himmer erwartet eine Zeitersparnis durch das Drucken in einem Durchgang ohne doppelte Rüst- und Reinigungsvorgänge und ohne Pudern; Platzersparnis, da keine Halbfertigware auf einen zweiten Druckvorgang warten muss und Organisationsvorteile, da der Widerdruck nicht separat geplant werden muss.



von 131 cm x 187 cm läutet eine neue Ära im Bogenoffset ein: es dürften neue Maßstäbe für den Druck und die Weiterverarbeitung angelegt werden. 64 A4-Seiten kann die Wendemaschine in einem Durchgang drucken. Die Bogen werden im Ausleger mit dem Inline-Slitter geteilt: so entstehen zwei Stapel, die in handelsüblichen Falzmaschinen verarbeitet werden können. Himmer ist einer der bedeutenden Bücherdrucker in Deutschland. Entsprechend sind die Erwartungen an

Bei der Abnahme der Roland 900 XXL: (von links) Roman Preuss, Projektleiter Himmer AG, Hans-Jürgen Lind, Projektleiter und Produktmanager Großformat manroland AG, Marcus Fischer, Vorstand Himmer AG, und Klemens Kemmerer, Leiter Forschung und Entwicklung Sheetfed manroland AG.

Mit den ersten Druckergebnissen auf anspruchsvollen Formen wie ein Möbelkatalog auf einem mattgestrichenen Bilderdruckpapier, ist Himmer außerordentlich zufrieden.

► www.manroland.com

Beilagenkapazität verdoppelt NEUE VERSANDRAUM-LÖSUNG FÜR MAIN-ECHO

Main-Echo in Aschaffenburg kann mit einer neuen Versandraum-Lösung von Müller Martini mit Einstecksystem ProLiner und Puffersystem FlexiRoll gegenüber früher doppelt so viele Beilagen gleichzeitig stecken. Mit dem Rotationsabnahme-System mit Stangenausleger Avanti und Rotationsschneider Exacto, einer neuen Klebebindeleinie Bolero sowie zwei Sammelheftern Prima Amrys und BravoPlus



vertraut das auf Akzidenzen spezialisierte Druckhaus auf Systeme von Müller Martini. Zudem verfügt das Unternehmen mit einem ProLiner für seine Zeitungsdruckerei ebenfalls über eine Lösung des Schweizer Herstellers.

Geschäftsführer Reinhard Golembiewski (Bildmitte neben Ulrich Eymann, links, und Reinhold Achtner, Müller Martini Deutschland) erwähnt insbesondere die gute Zugänglichkeit, die den Bedienern ein ergonomisches Arbeiten ermöglicht. Dazu komme, dass der ProLiner bei sich ändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen leicht zu erweitern sei.

► www.mullermartini.com

Apex Press and Publishing VERLAGSHAUS IN OMAN ERWIRBT ROTATION

Mit einem für die Region einmaligen Redaktionskonzept hat Apex Press and Publishing in Oman eine Goss Community SSC erworben, um die Produktion der kürzlich ins Leben gerufene »Muscat Daily« in die eigene Hand zu nehmen. Apex ist seit 1980 im Sultanat Oman aktiv, beschäftigt 135 Mitarbeiter und ist Herausgeber einer Reihe von Titeln für die Region. Die Auflagenhöhe variiert von 11.000 bis 80.000 Exemplaren, die Erscheinungszyklen decken von täglich bis monatlich alles ab. Angesichts dieser Titelvielfalt erwies

sich der Lohndruck im Zuge des Verlagswachstums als zunehmend problematisch. Die neue Goss Community wird über vier Achtertürme verfügen;

davon ist einer ausschließlich für den Heatsetdruck hochwertiger Werbe- und Umschlagsektionen vorgesehen. Mit einer Leistung von 35.000 Ex./h wird die neue Rotation im Juni 2010 zunächst mit der Herstellung der englischsprachigen »Muscat Daily« sowie der beiden Wochenzeitungen »The Week« und »Al Isbou'a« die Produktion aufnehmen.

► www.gossinternational.com



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



Den Produktionsreserven auf der Spur

Open House für Verpackungsdrucker bei KBA im Werk Radebeul

Star der Veranstaltung war eine vom Medienkonzern Al Bayan in Saudi-Arabien bestellte hoch automatisierte Rapida 185 (Format 130 x 185 cm) mit sieben Farbwerken, zwei Lacktürmen und drei Trockenwerken. Der 33 m lange und einige Hundert Tonnen schwere Super-Jumbo wurde mit der noch etwas größeren Rapida 205 (151 x 205 cm) in Leistung und Wirtschaftlichkeit sowie mit einer im Verpackungsdruck häufigen Sechsfarben-Rapida 142 mit Lackturm im Format 102 x 142 cm verglichen.

Weichenstellung in der Vorstufe

KBA stellte bei der Veranstaltung in Radebeul jedoch nicht nur die eigenen Produkte in den Vordergrund, sondern bot auch Einblicke in die Prozesse vor und nach dem Druck. So zeigte Beatrice Lässig, Unified Workflow Solutions Sales Manager bei Kodak, auf, dass maßgebliche Weichenstellungen für Qualität, Produktionseffizienz und Wirtschaftlichkeit des Verpackungsdrucks bereits in der Vorstufe, bei der CtP-Plattenbelichtung und im Prepress-Workflow erfolgen. Moderne Druckplatten erfüllten zudem die Qualitätsanforderungen im Druck mit normal trocknenden oder UV-härtenden Druckfarben.

Bei großen Auflagen im Vorteil

Aus Sicht des Praktikers präsentierte KBA-Marketingleiter Jürgen Veil den Vergleich zwischen verschiedenen Großformaten hinsichtlich Produktivität und Wirtschaftlichkeit. Angefangen bei Besetzungsordnung, Personalkosten, Ausstattung und Rüstzeiten der drei Vergleichsmaschinen Rapida 142, Rapida 185 und Rapida 205 kam Jürgen Veil zu dem Ergebnis, dass an der Rapida 205 bei gleicher Automatisierung für den kompletten Jobwechsel aufgrund des Handlings in den deutlich größeren Dimensionen etwa 10 Minuten mehr benötigt werden als für die Rapida 142. Auf Basis unterschiedlicher Rüst- und Investitionskosten sowie Druckleistungen ergeben sich unterschiedliche Stundensätze im Großformat. Bei hoher Automatisierung und einer durchschnittlichen Auflagenhöhe von 6.000 Bogen differieren diese zwischen 438 € für eine Rapida 142-6+L und 585 € für eine Rapida 205-6+L.

Beim Vergleich unterschiedlicher Auflagenhöhen bis zu 30.000 Bogen scheinen die beiden Supergroßformat-Maschinen angesichts ihrer geringeren Fortdruckgeschwindigkeit (Rapida 185 mit 11.000 Bg./h und die Rapida 205 mit 9.000 Bg./h) sowie den längeren Rüstzeiten den Ausstoß einer Rapida 142 mit maxi-

»XL oder XXLplus?« Unter diesem Motto stellte KBA bei einer Open House-Veranstaltung einen Vergleich zwischen Großformatmaschinen vor allem für den Verpackungsdruck an. Dabei kamen technische und wirtschaftliche Unterschiede der Produktion im 6er-Großformat (XL) gegenüber dem 8er- und 9er-Supergroßformat (XXLplus) zur Sprache – auch unter Berücksichtigung der Prozesse vor und nach dem Druck.



KBA zeigte eine Rapida 185 mit sieben Farbwerken, Lackturm, zwei Zwischentrockenwerken sowie je einem weiteren Lack- und Trockenturm.



Das erstes Demo-Muster auf der Rapida 185, ein mannshohes Display, gedruckt auf F-Welle, wird kritisch begutachtet.

mal 15.000 Bg./h nicht erreichen zu können. Anders sieht es dagegen aus, wenn man den Produktionsausstoß in Quadratmeter oder Nutzen rechnet.

Auf einen Druckbogen im Format 102 x 142 cm passen beispielsweise 16 Nutzen einer typischen Faltschachtel. Bei der Rapida 185 sind es dagegen 25 und bei Rapida 205 sogar 36 Nutzen. Das Resultat: Ab einer Auflagenhöhe von 6.500 Bogen liegt der Produktionsausstoß der Rapida 185 mit steigender Tendenz über dem der Rapida 142. Bei der Rapida 205 wird der Break-Even-Punkt bereits bei einer durchschnittlichen Auflage von 5.000 Bogen erreicht.

Weiterführende Betrachtungen zeigen allerdings, dass die Fertigungskosten auf der Rapida 185 erst ab

einer Auflagenhöhe von 16.000 Bogen, die der Rapida 205 dagegen ab 12.000 Bogen günstiger sind als auf der Rapida 142. Da sich diese Rentabilitätsschwellen je nach Auftragsstruktur nach oben und unten ändern können, ist im Vorfeld entsprechender Investitionsvorhaben eine sorgfältige Kosten-Nutzen-Analyse ratsam.

Unproduktive Rüstzeiten senken

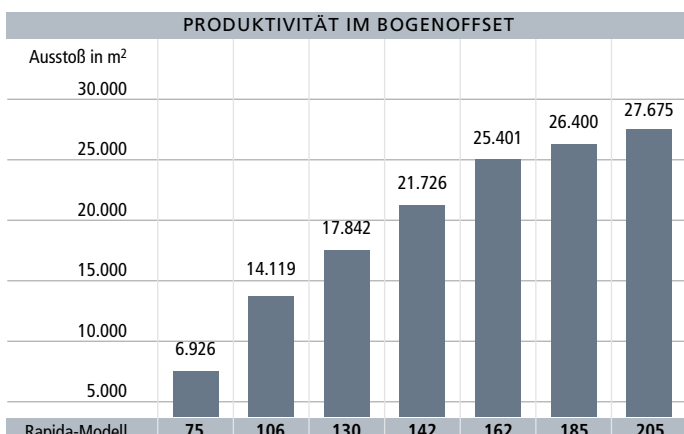
Im zweiten Teil seiner Präsentation stellte Jürgen Veil neue KBA-Lösungen zur Rüstzeitsenkung im Groß- und Supergroßformat vor. Eine Neuheit ist CleanTronic Synchro. Mit zwei Waschbalken kann das System entweder Gummituch und Druckzylinder simultan waschen oder beide Waschbalken gleichzeitig für die

Gummituchwäsche nutzen und so die Waschzeit von vier auf zwei Minuten reduzieren. Bereits bei einem Waschzyklus pro Auftrag liegt der dadurch gewonnene jährliche Zeitvorteil bei 185 Stunden. Erfahrungsgemäß wird alle 6.000 bis 8.000 Druckbogen gewaschen. In diesem Fall erhöht sich der Zeitvorteil auf 257 Stunden und bringt einen Vorteil von über 115.000 €. Auch die vollautomatische Reinigung des Lackwerkes rechnet sich: Bei 1.000 Wechseln pro Jahr und einer Reduzierung der Reinigungszeit auf zwei beziehungsweise drei Minuten beträgt der Zeitgewinn über 130 Stunden im Jahr. Ähnlich beim Lackplattenwechsel: der ist dank Automatisierung an den Rapidas im Großformat in zwei beziehungsweise zweieinhalb Minuten erledigt.

Ausgehend von einem Lackplattenwechsel pro Auftrag und einem Produktionsausstoß von 5.551 Aufträgen pro Jahr lassen sich über 550 Stunden oder 246.850 € Rüstkostenersparnis mit der SAPC-Automatik erzielen. An den Super-Jumbos ist die Einsparung fast genauso hoch.

Makulatur und Energie einsparen

In einer kürzlich veröffentlichten Studie wurde die durchschnittliche Makulaturquote in Druckereibetrieben mit 14% angegeben. KBA stellte Lösungsansätze vor und berechnete deren Auswirkungen auf die Makulaturquote. Die Berechnungen stellen die Basis dar, um die Einspar-effekte des Closed-Loop-Qualitätssicherungssystems zu ermitteln. ►



Ausstoß pro Stunde im Formatvergleich. Trotz geringerer Geschwindigkeit punkten die Großformate. 25 Nutzen einer Müsliverpackung auf einem Bogen im XXLplus-Format. Kernthema ist jedoch nicht die Fortdruckleistung, sondern das Reduzieren der Rüstzeiten und der Anlaufmakulatur.



Jürgen Veil, Marketingleiter für Bogenmaschinen bei KBA, moderierte die Druckdemos am Super-Jumbo Rapida 185.

Beatrice Lässig, Kodak, Jürgen Veil, KBA, Sandro Gubinelli, Bobst, und Herbert Glatz, Mayr-Melnhof Karton, stellten in ihren Referaten wertvolle Informationen rund um das Groß- und Supergroßformat zur Verfügung.



Bei Nutzung von QualiTronic Color Control (Inline-Farbbregelung), QualiTronic (Bogeninspektion) und DensiTronic PDF (Vergleich Druckbogen gegen Ursprungs-PDF) lässt sich die Makulaturquote um 3,5% senken und eine Makulaturersparnis von 280.000 € jährlich erzielen.

Gleiches gilt beim Thema Energie. Zwischen 1998 und 2009 sind die Preise für Industriestrom um 131% gestiegen. Bis 2030 wird eine erneute Preissteigerung um fast 100% erwartet. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die Energieeffizienz der Druckmaschinen zu verbessern. KBA hat bei der besonders energieintensiven Trocknung angesetzt. In der Trocknertechnologie KBA VariDry-BLUE erfolgt die Rückführung ungesättigter Heißluft in den Wärme-Kreislauf. Damit reduzieren sich die Heizleistung und das Abluftvolumen drastisch. In einem Vergleich der Energieeffizienz von Standardtrocknern mit dem VariDryBLUE-Trockner wurde eine Energieeinsparung von über 50% und eine CO₂-Reduzierung von über 116 Tonnen im Jahr ermittelt – ein wichtiger Beitrag zu mehr Ökologie im Druck. Die Einspareffekte über einen Investitionszeitraum von sieben Jahren belaufen sich auf nahezu 250.000 €.

Stanzautomaten bis zum 2m-Format verfügbar

»Jede Anwendung ist anders, die Ausgangsparameter unterscheiden sich und die Erfordernisse in den Unternehmen sind spezifisch. Deshalb bieten wir ein breites Produktspektrum an«, stellte Sandro Gubinelli, Marketing-Manager für den Bogenbereich bei Bobst fest. Dabei sei die Verarbeitung der Bogen bis zum Format 210 x 130 cm heute technische Normalität. Die Stanzautomaten seien für unterschiedliche Marktsegmente hinsichtlich der Formate und Anwendungen verfügbar. Mit den großformatigen Mastercut-Baureihen könne nahezu bis zum Maximalformat der Rapida 205 gestanzt werden.

Mit Leistungen von 7.500 Bg/h beziehungsweise 7.000 Bg/h der Modelle Mastercut 1.7 oder 2.1, dynamischem Power-Register, kontinuierlicher Bogenzuführung und hoher Automatisierung stehen sie den Stanzautomaten in kleineren Formaten in nichts nach. Mit den Modellen Mastercut 145 PER (9.500 Bg/h) und SP 162 CER (7.000 Bg/h) stellte Sandro Gubinelli zwei Lösungen für das Verarbeiten von Vollpappe und kaschierter Mikrowelle vor, besonders gefragt in den Segmenten Food und Consumer Electronics. Faltschachtelklebmaschinen der Expert- oder

Masterfold-Baureihen schließen die Verarbeitungskette auch für starke Bedruckstoffe wie Vollpappe bis zu 2.000 g/m² oder das gesamte Spektrum an Wellpappe.

Sandro Gubinelli gab zudem Hinweise zur Investitionsentscheidung, zeigte Kalkulationsparameter auf und stellte die großformatigen Anlagen Mastercut 145 PER, 1.7 und 2.1 gegenüber. Das Ergebnis ist mit dem im Bogenoffset vergleichbar: Während die größte Maschine mit der Verarbeitung von 27,5 Mio. m² deutlich vorne liegt, stanzt die 1.7 aufgrund ihrer höheren Leistung jährlich knapp 1,1 Mio. Bogen mehr. Betrachtet man die reine Leistung in Bogen pro Jahr, ist die Mastercut 145 PER mit 20 Mio. Bogen pro Jahr um 1,7 Mio. Bogen produktiver als die Mastercut 1.7.

Demo auf der größten Bogenoffsetmaschine der Welt

Alle Theorie ist grau. Deswegen folgten zur Abrundung praxisnahe Demonstrationen auf der Rapida 185. Mit sieben Farbwerken, Doppellack-Ausstattung und drei Trockentürmen ist der Super-Jumbo nach Angaben von KBA zwar nicht die längste, aber vom Volumen her die größte jemals gebaute Bogenoffsetmaschine.

Nonstop-Einrichtungen am Anleger und in der Auslage, FAPC-Plattenwechsel-Vollautomaten, ICS-Längsschneideeinrichtung, ErgoTronic ACR (Video-Register), Mess- und Regelsystem DensiTronic professional sowie LogoTronic zur Vernetzung mit der Druckvorstufe sind nur einige Bausteine im umfassenden Automatisierungskonzept des gewaltigen Super-Jumbos.

Zunächst produzierte die Rapida ein typisches POS-Display auf F-Welle. Danach lief auf der Maschine ein City-Light-Poster mit vollflächiger UV-Veredelung (Primer im ersten und UV-Flächenlackierung im zweiten Lackturm) und nach einem erneuten Auftragswechsel – mit automatisiertem Lackplattenwechsel in nur etwa zwei Minuten – druckte die Anlage 25 Nutzen einer Verpackung für Lebensmittel auf Topliner mit 210 g/m² nahezu mit maximaler Leistung.

Große Kartonformate

Anhand dieser sehr unterschiedlichen Aufträge konnten sich die Fachleute von der Vielseitigkeit der Super-Jumbos überzeugen. Neben dem schon bisher mit den großen Rapidas bedienten Marktsegmenten

Rekorde spornen an

Es lässt sich trefflich darüber streiten, welche Maschine nun die kürzesten Rüstzeiten bietet. KBA zumindest bezeichnet seine Rapida 106 als »Rüstzeitweltmeister«. Das scheint die Radebeuler anzusporren: eine Rapida 75 produzierte nun elf Jobs in knapp 90 Minuten.

Plakat-, Display- und Bücherdruck könnten der High-Volume Faltschachteldruck sowie hochwertige Transportverpackungen direkt zur Aufstellung am Point of Sale schon bald weitere wichtige Anwendungsgebiete sein. Bei der Bedruckstoff-Flexibilität haben die ganz großen Rapidas kaum Grenzen. Gleichwohl machte die Vergleichsproduktion auf einer Rapida 142 mit sechs Farbwerken und Lackausstattung deutlich, dass das etablierte 6er- oder 7er-Format in der Verpackungsproduktion auch weiter vorherrschen wird.

Diesen Trend bestätigte auch Herbert Glatz, Direktor Technischer Kundenservice bei Mayr-Melnhof Karton. Zwischen den Jahren 2006 und 2009 war seinen Ausführungen zufolge bei den Kartonsorten Duplex, Triplex und Liner eine geringfügige Verschiebung der Abnahmemengen vom Format 6 auf das Format 3b zu beobachten. Andererseits nahmen die Lieferungen im Format 7 leicht zu. Formate darüber hinaus wurden von diesen typischen Verpackungsmaterialien noch nicht in größeren Mengen angefragt.

➤ www.kba.com

15 Aufträge à 520 Bogen in 59 Minuten auf einer Rapida 106 stehen aus Sicht von KBA für den Rekord im Bogenoffset. Daran soll sich nach einer Meldung von KBA auch nichts ändern. Aber im Rahmen eines Drucktestes für einen Internetdrucker produzierte eine halbformatige Rapida 75 am 19. März im Kundenzentrum von KBA Radebeul innerhalb von 55 Minuten sieben Aufträge mit einer Auflage von je 300 Gutbogen. In weiteren 30 Minuten kamen noch einmal vier Aufträge mit Post- und Visitenkarten hinzu. Nach knapp 90 Minuten hatte die Fünffarbenmaschine mit Lackturm und Auslageverlängerung im Format 53 x 75 cm elf unterschiedliche Produktionen absolviert.

Hochgerüstete Halbformatmaschinen mit Plattenwechsel-Vollautomaten sind vielleicht noch schneller. An der Rapida 75 aber wurde die Leistung mit Plattenwechsel-Halbautomaten erreicht. Je ein Stapelwechsel an Anle-

Trotz der elf Aufträge à 300 Gutbogen innerhalb von knapp 90 Minuten kam Benjamin Nelles an der Rapida 75 im KBA-Kundenzentrum nicht ins Schwitzen.

ger und Auslage war für die sieben Aufträge auf mattem Bilderdruckpapier mit 350 g/m² erforderlich. Nach 70 Bogen erfolgte eine Dichtemessung und -regelung mit KBA DensiTronic und die Registereinstellung mit dem automatischen Videoregister ACR. Ohne weiteren Stopp druckte die Maschine nach reichlich 100 Bogen verkaufbare Produktion. Die Werte lagen über die Auflage hinweg stabil innerhalb der Toleranz nach ISO 12647-2 PSO. Beim Einrichten wie beim Fortdruck produzierte die Rapida mit 15.000 Bg./h.

Das Fazit von KBA: Man brauche im B2-Format für die wirtschaftliche Produktion kleiner Auflagen nicht unbedingt eine hoch gezüchtete Maschine. Die Rapida 75 punkte mit einer praxisgerechten Ausstattung für einen schnellen Jobwechsel, mit einfacher Bedienung, geringem Flächenbedarf und einem gegenüber vergleichbaren Maschinen bis zu 50% niedrigerem Energieverbrauch. Dies käme Betrieben mit räumlichen Begrenzungen und Interesse an einer Klima schonenden Druckproduktion entgegen.





Managed Document Services

Kyocera startete neues Angebot

**BIS ZU 30% GERINGERE KOSTEN FÜR DEN
DRUCKER-OUTPUT**

Die Verschwendung personeller und finanzieller Ressourcen für das Druck- und Dokumentenmanagement gehört in vielen Unternehmen zum Alltag. Kyocera hat jetzt mit dem Managed Document Services (MDS) ein neues Angebot für ein effizientes Dokumentenmanagement entwickelt. Durch Standardisierung und Konsolidierung können mit Hilfe der individuell einsetzbaren Bausteine Budgetentlastungen zwischen 25% und 30% erreicht werden. Kyocera MDS bietet als Komplettangebot ein Outputmanagement von der Analyse über die Optimierung bis zum kompletten Management. Die kürzlich von dem Marktforschungsinstitut IDC herausgegebene Studie »Print Management & Document Solutions – Das unterschätzte Potenzial?« kommt zu dem Ergebnis, dass rund drei Viertel der Unternehmen keine Print-Management-Maßnahmen durchführen und 84% keine Document Solutions nutzen. Die Ursache liegt vor allem darin begründet, dass die Unternehmen



die Einsparpotenziale bisher nicht realisiert haben. Neben dem fehlenden Budget mangelt es an notwendigen Ressourcen, gleichzeitig gibt es keine Unterstützung von Seiten der Geschäftsleitung. Tatsächlich können durch eine sorgfältige Analyse und Optimierung dokumentenintensiver Prozesse bis maximal 30% der Kosten reduziert werden.

IN DREI SCHRITTEN ZUM ERFOLG Die dezentrale Beschaffung und Administration gehört zu den Hauptursachen für zu hohe Kosten im Outputbereich. Genau an dieser Stelle setzt Kyocera MDS mit seinem dreistufigen Prozess an. Modular aufgebaut, funktioniert dies auch herstellerübergreifend. In der ersten Stufe bietet Kyocera MDS verschiedene Möglichkeiten zur elektronischen Inventarisierung der Outputlandschaft an. Herstellerunabhängig erfasst MDS alle Zählerstände der Netzwerksysteme. Die Ergebnisse der

Analyse werden anschließend unter den Kriterien Anzahl der Hersteller, Seitenvolumina und Aufteilung zwischen Schwarzweiß- und Farbausdrucken zusammengefasst. Im nächsten Schritt ermöglicht Kyocera MDS die Entwicklung eines individuellen Maßnahmenpakets zur Output-Optimierung. Weitere Tools von Kyocera MDS ermöglichen durch die Auswertung von Raumplänen oder kaufmännischer Daten die Erschließung von zusätzlichem Konsolidierungspotenzial. Abschließender Baustein ist das Flottenmanagement. Mit KYOfleetmanager können Netzwerksysteme herstellerunabhängig per Ferndiagnose zentral verwaltet werden. Reparatur- und Service-Einsätze werden mit KYOfleetmanager genauso effektiv gesteuert wie das Auslesen von Zählerständen und die Bestellung von Verbrauchsmaterialien.

► www.kyoceramita.de





Drei Jahre alt und 50 Jahre Erfahrung

Die InfoPrint Solutions Company erwartet eine weitere Zunahme des digitalen Produktionsdrucks und positioniert sich als Lösungsanbieter

Wer Ricoh nur als Hersteller von Digitalkameras oder CD-Laufwerken kennt, übersieht die anderen Aktivitäten in der Kommunikationstechnik, vor allem im Digitaldruck. Dabei ist Ricoh mehr als einer der vielen Druckerhersteller: Erstens ist Ricoh ein Gigant unter den Herstellern und zweitens vereint Ricoh aktuell unter einem Dach IT-, Drucker- und Kopierer-Know-how bedeutender Unternehmen, die ganz ohne Zweifel Geschichte geschrieben haben (siehe auch unsere Grafik). Daraus wiederum schlussfolgern zu wollen, es handele sich nur um ein »zugekauft« Sammelurium ist ebenso abwegig wie anzunehmen, Ricoh spiele in der Druckindustrie keine Rolle. Ricoh ist eine der ersten Adressen in der digitalen Bürokommunikation. Der weltweit agierende Konzern unterhält an die 400 Standorte, beschäftigt rund 108.500 Mitarbeiter und macht (Stand März 2009) einen Umsatz von 14,5 Mrd. €. Ab Juni wird Ricoh zudem Alleininhaber der InfoPrint Solutions Company sein, die in 37 Ländern aktiv ist und weltweit etwa 2.750 Mitarbeiter beschäftigt. Noch Fragen? Ja, die hatten wir – und trafen im InfoPrint-Headquarter Boulder in Colorado InfoPrint-Manager, die die Ziele,

Visionen und die Basis des Unternehmens transparent zu erklären wussten.

Ein Rückblick

»IBM verkauft den Bereich Drucksysteme.« So oder ähnlich lauteten die Headlines, als Ricoh und IBM Ende Januar 2007 die Gründung eines Joint-Ventures auf Basis der IBM Printing Systems Division bekannt gaben. Ricoh verstärkte damit sein Portfolio um Lösungen für den professionellen Digitaldruck.

Bestandteil des Vertrags zwischen IBM und Ricoh war es, dass Ricoh zunächst 51% der InfoPrint Solutions Company und im Laufe der nächsten drei Jahre schrittweise die verbleibenden 49% übernehmen sollte. Im Juni 2010 wird aus dem dreijährigen Joint Venture eine 100-prozentige Ricoh-Tochter und Ricoh wird damit noch schlagkräftiger im Digitaldruckmarkt. Als Gegenleistung erhält IBM 725 Mio. US-Dollar. Dieser Betrag beinhaltet neben Übernahmekosten zudem Lizenzgebühren und Services, die von IBM bereitgestellt werden, heißt es.

Das Joint Venture war für IBM ein logischer Schritt auf dem Weg zum IT-Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen. Schon 2004 kündigte IBM an, seine PC-Sparte verkaufen zu wollen, um sich aus dem um-

Es kann vorkommen, dass man ein Unternehmen – was seine Größe angeht – unterschätzt. Was ja weiter nicht schlimm ist, wenn man nicht gleichzeitig auch die Bedeutung des Unternehmens im Markt falsch einschätzt. Genau das könnte passieren, wenn man sich nicht intensiver mit der Historie und aktuellen Marktgröße von Ricoh beschäftigt hat.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Die InfoPrint Solutions Company hat ihren Hauptsitz in Boulder, Colorado, am Fuße der Rocky Mountains auf dem IBM-Campus. In Boulder sind etwa 750 der 2.750 InfoPrint-Mitarbeiter beschäftigt.



kämpften PC-Markt mit seinen geringen Margen zurückzuziehen. 2005 übernahm der chinesische Computerhersteller Lenovo die IBM Personal Computing Division und wurde zum drittgrößten Computerhersteller weltweit. Doch schon Jahre zuvor hatte sich IBM 1991 von einem Teil seines Drucker-Geschäfts getrennt. Aus dieser Ausgliederung entstand Lexmark. Die 1963 gegründete IBM Printing Systems Division (PSD), die sich auf Ausgabelösungen insbesondere für Rechenzentren konzentrierte, bestand weiterhin.

Der Rückzug aus dem Printer-Markt erfolgt also aus strategischen Gründen. Zwar erwirtschaftete IBM 2006 mit der Drucker-Sparte einen Umsatz von etwa einer Milliarde US-Dollar, doch gegenüber einem Jahresumsatz von über 100 Mrd. \$ aus IT, Software und Beratung fiel dieser Bereich bei IBM kaum ins Gewicht. Die Veränderungen im Geschäft von IBM werden durch die folgenden Zahlen einigermaßen deutlich: Mit Hardware (Rechner- und Archivierungslösungen) erwirtschaftet IBM lediglich 25% des Umsatzes. Weite-

re 25% entfallen auf Softwarelösungen, die Hälfte des Gesamtumsatzes generiert IBM inzwischen mit Beratung und Dienstleistungen.

Entsprechend der IBM-Strategie und aufgrund der Kenntnis der hoch sensiblen Märkte, die betreut werden, wurde die Drucker-Division nicht auf einen Schlag verkauft, sondern mit der InfoPrint Solutions Company ein Unternehmen aufgebaut, das in der dreijährigen Zeit als Joint Venture bei den Kunden Vertrauen und Kontinuität verschaffen sollte.

Denn IBM war und InfoPrint ist mit seinen Lösungen in den Rechenzentren der großen Banken, Versicherungen und Telekommunikationsunternehmen zu Hause, einem Kundensegment, in dem IBM mit Host-Dienstleistungen besonders stark ist.

Marktzugang gesichert

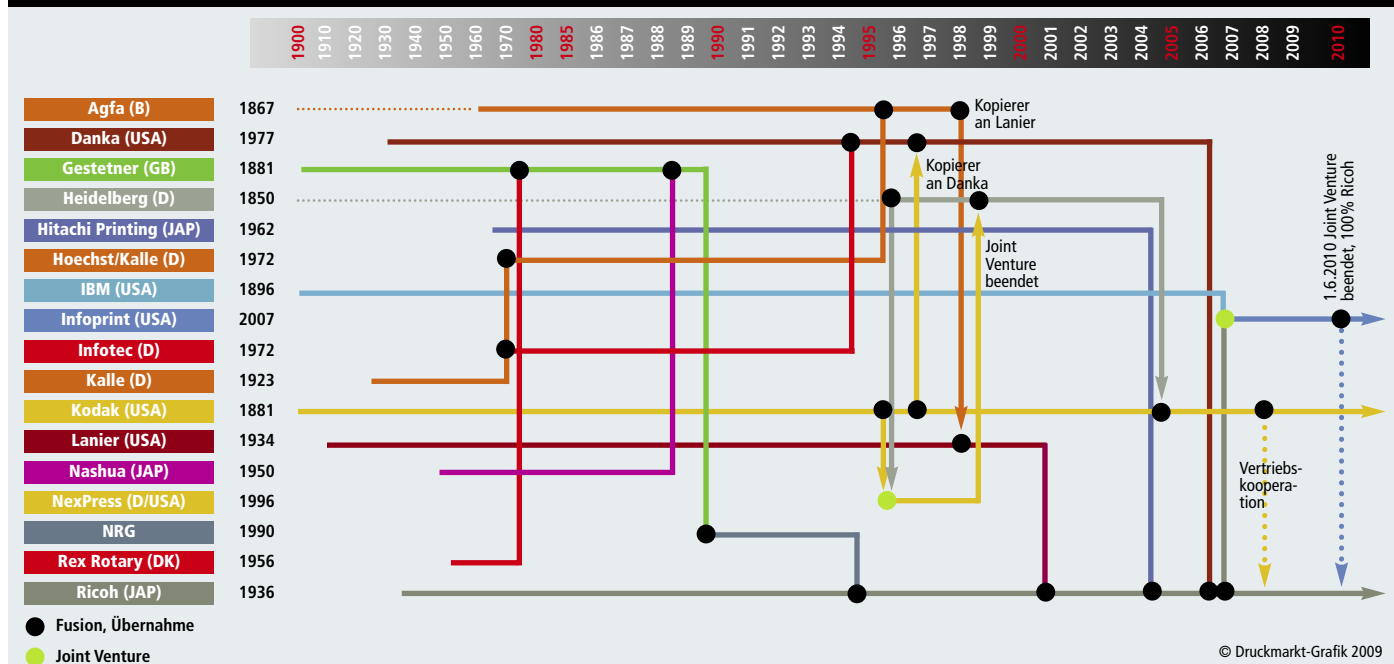
Mit dem Joint Venture wurde ein milliarden schweres Unternehmen aus der Taufe gehoben, das auf die Stärken der beiden Branchenriesen IBM und Ricoh zurückgreifen kann.

Wenn man so will, ist InfoPrint Solutions ein drei Jahre altes Start-Up-Unternehmen mit über 50 Jahre Erfahrung und einem Umsatz von etwa 1 Mrd. US-Dollar.

Mit der kompletten Übernahme von InfoPrint, übrigens der größte Zukauf in der Geschichte von Ricoh, unterstreicht das Unternehmen einmal mehr sein Engagement im Bereich des Digitaldrucks. Bereits 2004 hatte Ricoh mit der Übernahme der Druckersparte von Hitachi aufhören lassen. Ricoh konnte mit diesem Schritt seine Produktpalette im Schwarzweiß-Bereich nach oben ausbauen und Marktanteile gewinnen. Übrigens stammten die Drucksysteme von IBM für das High-Volume-Segment teilweise aus der Produktion von Hitachi.

Ohnehin arbeiten IBM und Ricoh bereits seit über 20 Jahren als strategische Partner zusammen und haben eine Reihe von Lösungen bei Bildtechnologien und Drucksystemlösungen entwickelt. Mit InfoPrint hat sich Ricoh jetzt vor allem den Zugang in den Bereich der Rechenzentren gesichert.

RICOH IM UMFELD DIGITALER DRUCKSYSTEME





Drucken wie hier mit dem Modell 5000 ist für InfoPrint nur ein Teil des Geschäftes.

Diese Welt kennt InfoPrint perfekt und versteht es, die Datenströme aus den Großrechnern auf Papier zu bringen.

Transpromo-Anwendungen wachsen

Dabei will InfoPrint Solutions eine neue Generation von Output-Lösungen auf den Weg bringen, die sich nicht nur auf den Druck der Daten, sondern generell auf die Bereitstellung von Daten in verschiedenen Medien konzentrieren. Dazu sind bereits Entwicklungen eingeleitet worden und stehen den Kunden bei Bedarf zur Verfügung.

Zwar belegen Studien, dass die meisten Verbraucher Belege auf Papier bevorzugen, doch gibt es parallel dazu einen erkennbaren Trend, Rechnungen oder andere Belege per e-Mail zu empfangen.

»Da wir uns auf das strategische Output-Management konzentrieren,



werden unsere Kunden von dieser neuen Qualität an Produkten und Dienstleistungen profitieren,« erläutert Benoit Chatelard, Senior Vice President & General Manager, EMEA.

InfoPrint Solutions bietet den Kunden folglich beide Lösungen an: die Daten werden für den Druck ebenso aufgearbeitet wie für den e-Mail-Versand.

Dabei setzt InfoPrint gezielt auf Transaktions- und Transpromo-Anwendungen. Transpromo (das Wort ist eine Kombination aus Transaktion und Promotion) ist eine Strategie, bei der Freiflächen auf Rechnungen, Auszügen oder anderen Dokumenten mit auf den Empfänger zugeschnittenen Werbebotschaften genutzt werden. Dieser Dokumententyp bietet mit personalisierten Marketingelementen eine gezieltere Bestands- und Neukundenkommunikation. So prognostiziert der Branchenanalyst InfoTrends der Kombination aus Transaktionsdruck und Promotion eine jährliche Wachstumsrate von 91%. Die Zahl der Transpromo-Dokumente soll sich nach dieser Studie von 1,6 Mrd. im Jahr 2006 auf 21,3 Mrd. im Jahr 2010 erhöhen.

»Verschiedene Studien spiegeln unsere Überzeugung wider, dass Verbraucher ihre Transaktions-Dokumente sehr genau lesen und durch individuell angepasste und personalisierte Informationen einen Mehrwert schöpfen können. Das gilt unabhängig von Alter, Einkommen oder Herkunftsland,« so Allen Thraher, Direct Marketing Principal bei



Ziel der Gesamtlösung und damit Kern der InfoPrint-Philosophie ist das strategische Output-Management.

InfoPrint Solutions, EMEA. »Daraus ergeben sich positive Auswirkungen auf das anbietende Unternehmen



und die Marke und fördert die Kundentreue. Transpromo könnte sich als neue Trendwelle in der Kundenkommunikation herausstellen«, glaubt Allen Thraher

Benoit Chatelard ergänzt: »Es wird immer deutlicher, welche Möglichkeiten Transpromo als Marketingkanal bietet und zwar online wie offline. Wir sorgen dafür, dass unseren Kunden die Datenauswertung, Beratung und Technologie zur Verfügung haben, um den vollen Nutzen von Transpromo umzusetzen.«

Aufbauend auf der Expertise im Bereich von Transaktionsdokumenten unterstützt InfoPrint Kunden dabei, integrierte Transpromo-Programme über mehrere Kanäle zu implementieren. So konnten InfoPrint-Kunden bei Transpromo-Lösungen bereits einen Anstieg des ROI um 50% feststellen. Dazu zählt auch eine Steigerung der Rücklaufquoten um das Fünffache, eine Intensivierung der Markenwahrnehmung und eine verbesserte Kundenzufriedenheit und -treue.

Den Workflow automatisieren

Neben der Beratung in Sachen Transpromo-Anwendungen bietet InfoPrint darüber hinaus interessante Möglichkeiten der automatisierten Dokumenterstellung mit seiner Workflow-Lösung »Automated Document Factory«. Diese reicht vom Design der Dokumente, dem Daten-Input und der Daten-Verarbeitung über die Portooptimierung und Ausgabe bis hin zum Response-Management. Darüber hinaus wurde mit dem »InfoPrint Process Director (IPPD)« ein Programm aufgelegt, das bis Ende 2010 alle wesentlichen Eckpunkte einer Kampagnenplanung optimiert und weitestgehend automatisiert.

In diesem Zusammenhang scheint interessant, dass InfoPrint auch Druckereien oder Rechenzentren zu seinen Kunden zählt, die nicht auf Druckerlösungen von InfoPrint zurückgreifen. Hier spielt InfoPrint Solutions seine Expertise bei der Software aus.

Ein breites Produktportfolio

InfoPrint Solutions bietet Output-Lösungen vorwiegend für den industriellen Bereich sowie für den Produktionsdruck in kommerziellen

Umgebungen wie Rechenzentren oder Druckereien. Das Spektrum erstreckt sich vom Schwarzweiß- und Farblaserdrucker über Workgroup-Multifunktionsdrucker bis hin zu Einzelblatt- und Endlossystemen für den Produktionsdruck. Dabei greift InfoPrint natürlich auf die Ricoh-Systeme zurück, setzt aber auch Drucker ein, die von anderen Herstellern kommen. So beispielsweise beim Inkjet-System InfoPrint 5000, einem Drucker von Screen, der eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 128 m/min bei einer Bahnbreite bis 520 mm bietet. So können 916 Tandem-A4-Seiten oder 916 A3-Seiten pro Minute beidseitig in Farbe gedruckt werden.

Mit der InfoPrint 5000 hatte InfoPrint 2007 das erste vollfarbige Endlos-Inkjetsystem auf den Markt gebracht – weit bevor Wettbewerber mit Inkjet-Lösungen nachzogen. Inzwischen sind weltweit über 100 InfoPrint 5000 im Einsatz, davon 40 Anlagen in Europa. »Mit zunehmender Tendenz«, wie Sara Bonini, Manager of Marketing and Communications, EMEA, feststellt. Die Systeme finden vor allem im High-Volumen-Bereich Anwendung.

Ein weiteres Flaggschiff ist die InfoPrint Pro C900, das Farb-Einzelblatt-drucksystem, das auf der Ricoh Pro C900 basiert. Das Drucksystem unterstützt neben PostScript und PDF die Personalized Printer Markup Language (PPML) und wird zudem als InfoPrint Pro C900 AFP angeboten. Viele Kunden von InfoPrint Solutions arbeiten traditionell mit IBM-Betriebssystemen und Datenströmen im AFP-Format (Advanced Function Printing oder Advanced Function Presentation). Für diese Kunden hat InfoPrint den AFP-Drucker entwickelt, damit einheitliche

Datenformate für Rollen- und Bogenmaschinen eingesetzt werden können.

Daneben bietet InfoPrint mit den Modellen 3000, 4000 und 4100 Hochleistungsdrucker für Schwarzweiß-Anwendungen im Transaktionsdruck und für die Buchproduktion an.

Schnittmengen bei den Kundensegmenten?

Von den Rollensystemen abgesehen, könnte man beim Blick auf die Produkte von Ricoh und InfoPrint vermuten, dass es bei den Zielmärkten zu Überschneidungen kommt – auch wenn sie nicht direkt vergleich-



bar sind. George Promis, Vice-President bei InfoPrint Solutions und zuständig für die Rollensysteme, sieht das jedoch mehr als pragmatisch: »Die Geschäfte von Ricoh und InfoPrint sind sehr unterschiedlich. Ricoh kommt aus dem Einzelblatt-Kopierbereich und ist stark in Office-Lösungen, InfoPrint hingegen ist im Transaktionsdruck stark. Unsere Kunden sind in erster Linie Banken, Versicherungen beziehungsweise deren Rechenzentren. Dem entsprechend hat der Verkauf sehr unterschiedliche Kundenkontakte. Dass Ricoh nun beide Bereiche unter einem Dach zusammenführt, ist ein Schritt, alles aus einer Hand anzubieten.«

Dass Mutter und Tochter künftig mit Systemen wie dem Bogendrucksystem Pro C900 oder dem Inkjet-System InfoPrint 5000 für den Rollen-druck auch in der grafischen Industrie Fuß fassen wollen, ist für George Promis kein Problem: »Ricoh investiert in den Produktionsdruck, das heißt in Pay-for-print. Wir von InfoPrint fokussieren uns nach wie vor primär auf Lösungen für den Trans-

aktionsdruck. Wo sich Zielkonflikte abzeichnen könnten, wird austariert, wie wir den Kunden am besten betreuen können.«

Neue Standbeine aufbauen

InfoPrint will mit den Drucksystemen durchaus auch klassische Druckereien ansprechen. Man sei mit zahlreichen potenziellen Kunden im Gespräch und habe unter den Offsetdruckern zwei unterschiedliche Gruppen ausgemacht, erläutert George Promis: »Da gibt es jene, die schon immer Offsetdrucker waren, und andere, die als Quereinsteiger ins Offsetbusiness gekommen sind. Viele Offsetdrucker wollen sich nicht mit Daten herumschlagen und übersehen dabei die Möglichkeiten, die sich bieten, wenn sie das Datenmanagement ihrer Kunden übernehmen.« Quereinsteiger seien viel offener für Geschäftsmodelle wie Transpromo-Anwendungen. »Sie fühlen sich nicht überfordert, wenn es um Themen wie MIS oder CRM geht. Für diese Gruppe sind wir ein Partner, der nicht nur die Hardware

liefert. Wir wissen genau, wie die Daten vom Host kommen, wie sie umgewandelt werden müssen und was notwendig ist, bis sie versandbereit sind.«

Auf die Frage, wie er die Marktentwicklungen im traditionellen Druck einschätzt, meint Promis: »Das Drucken wird sich in den nächsten Jahren massiv verändern. Das Druckvolumen geht ohne Zweifel zu Lasten des Offsetdrucks zurück. Gleichzeitig wird die Anzahl digital gedruckter Seiten zunehmen und Farbdruke im Digitaldruck dramatisch preiswerter werden. Druckereien, die nicht versuchen, neue Märkte mit neuen Technologien zu erschließen, werden über kurz oder lang ein Problem bekommen.« Deshalb empfiehlt George Promis, ein neues Standbein aufzubauen – und das heiße Inkjetdruck. Allerdings müsse der Drucker einen Mehrwert bieten, der über einen günstigen Preis hinausgeht. »Kann er das nicht, wird er sich im selben Preiskampf wiederfinden, in dem er heute schon ist.«

► www.ricoh.de

► www.infoprint.com

Dossier Transpromo- und Transaktionsdruck



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

www.druckmarkt.com



Neu und schneller

Maes Printing Solutions steigert mit zwei Kodak Nexpress S3000 das Wachstum im Digitaldruck

Im Sommer 2003 übernahm Manu Galot mit Unterstützung des Target Co-Investment Funds die Firma Maes Copy im Zuge eines Management-Buy-outs. Galot stellte das bis dahin als Kopier- und Reprografiezentrum betriebene Unternehmen als Digitaldruck-Dienstleister auf. Zwei Jahre später stieß Maes Printing Solutions an räumliche Grenzen und zog in ein Gewerbegebiet der Gemeinde Jette um, wo sich das Unternehmen mit einer Offsetdruckerei zusammentat. »Viele Druckereien konzentrieren sich auf Marktnischen wie Fotobücher oder Etiketten. Wir verfolgen eine andere



Strategie«, erläutert Manu Galot, heute Geschäftsführer von Maes Printing Solutions. »Was immer der Kunde anfragt, wir werden es für ihn komplett produzieren – von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung.«

In der grafischen Industrie hat sich in den letzten Jahren eine Reihe von Trends abgezeichnet. Die Kunden lassen zunehmend in Farbe produzieren, nehmen weniger Produkte auf Lager und ordern kleinere Auflagen. Sie wollen ihre Dokumente personalisieren und fordern kürzere

Produktionszeiten. Diese Veränderungen haben Maes Printing Solutions zur Investition in zwei digitale Kodak Nexpress S3000 Produktionsmaschinen veranlasst. Manu Galot begründet seine Entscheidung so: »Es ist beruhigend zu wissen, dass wir zwei technisch ausgefeilte und zuverlässige Systeme zur Verfügung haben. Sie haben unsere Kapazität erweitert und sind zudem sehr robust. Entscheidend ist eine einwandfreie Druckqualität. Diesbezüglich haben wir von unseren Kunden begeisterte Rückmeldungen erhalten und dank solch positiver Mundpropaganda konnten wir unsere Auftragsbücher in kurzer Zeit füllen.«

Digitale Qualität auf höchstem Niveau

Nach mehr als 18-monatigem Betrieb der Nexpress S3000 kann Galot deren Leistung aus eigener Erfahrung beurteilen: »Die Systeme sind außerordentlich stabil. Je länger sie laufen, desto besser arbeiten sie. Die Digitaldruckqualität ist erstklassig und dem Offsetdruck ebenbürtig. Das Konzept der vom Bediener austauschbaren Komponenten (ORCs) hat sich bewährt, da es die Verfügbarkeit der Maschinen erhöht. Die Nexpress ist zuverlässig und wenn wir wirklich einmal ein Problem haben, sind die Kodak-Techniker

Die belgische Maes Printing Solutions hat seit der Investition in zwei Kodak Nexpress S3000 Farbdruckmaschinen Mitte 2008 einen Zuwachs von 51% im Farbdruck verzeichnet. Dadurch konnte das Unternehmen zudem seinen Ruf als Fullservice-Druckdienstleister festigen und seine Umsätze steigern.



Das Firmengebäude von Maes Printing Solutions im Gewerbegebiet der Gemeinde Jette, Belgien.



Eine der beiden Kodak Nexpress S3000 Farbdruckmaschinen, mit denen Maes Printing das Leistungsangebot im Farbdruck stark erweitert hat.

sehr schnell zur Stelle, um es zu beheben.«

Hohe Kapazität

Maes Printing Solutions hat in den vergangenen Jahren in Mitarbeiter und Technik investiert. Die Digitaldruckerei produziert monatlich bis zu einer halben Million A3-Farb- und zwei Millionen Schwarzweißdrucke, wobei Papier im Gewichtsbereich zwischen 60 und 350 g/m² verarbeitet wird. Was die Druckweiterverarbeitung betrifft, bietet das Unternehmen vielfältige Möglichkeiten: Heften, Falzen, Rillen, Spiralbinden, Klebebinden, Schneiden, Lochen, Lackieren und mehr. Alle derartigen Aufgaben, mit Ausnahme der Laminierung, werden im eigenen Haus erledigt. Alles aus einer Hand anzubieten, hat sich als sehr erfolgreich erwiesen – zwischen 2003 und 2009 stieg die Beschäftigtenzahl von 13 auf 20 und der Umsatz legte im gleichen Zeitraum von 1,6 Mio. € auf 2,7 Mio. € zu. Auch 2009 war ein ungewöhnlich erfolgreiches Jahr. Das Wachstum im Farbdruck belief sich auf 51%. Inmitten einer allgemein wirtschaftlichen Talfahrt sind diese Zahlen besonders beeindruckend.

»Kodak legt seinen Kunden nahe, sich zu Marketingdienstleistern zu entwickeln. Wir haben diesen Rat-

schlag befolgt und sind dafür belohnt worden«, so Manu Galot.

Neue Märkte im Visier

Wie alle erfolgreichen Firmen ist auch Maes Printing Solutions immer auf der Suche nach weiteren Expansionsmöglichkeiten. »Die Verpackungsindustrie und Werbeagenturen sind Bereiche, in denen wir bislang noch nicht aktiv sind«, bemerkt Manu Galot. »Durch die Produktion mit einer zusätzlichen fünften Farbe, Hochglanzveredelung oder Dimensional Printing auf unseren Nexpress S3000 können wir dieser Zielgruppe viele kreative Anwendungen bieten und unsere Produkte und Dienstleistungen noch stärker aufwerten.«

Maes Printing Solutions evaluiert gegenwärtig das Kodak Insite Storefront System als Web-to-Print-Lösung für seine Kunden. Manu Galot dazu: »Wir behalten die jüngsten Entwicklungen von Kodak sehr genau im Auge und suchen nach weiteren Möglichkeiten, wie uns die Kodak Technologien helfen können, noch profitabler zu werden.«

- www.maesprinting.com
- www.graphics.kodak.com

Druckvolumen legt enorm zu

DIGITALE KODAK NEXPRESS PRODUKTIONSFARBDRUCKMASCHINEN

Web-to-Print, wirtschaftliche Ad-hoc-Produktion von Druckmedien, Individualisierung, variabler Datendruck, flexible Inline-Veredelung – es hat viele Gründe, dass der Digitaldruck immer populärer wird. Von diesem Trend profitieren die Anwender digitaler Kodak NexPress Produktionsfarbdruckmaschinen in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) erheblich.

Ein Indiz für das wachsende Digitaldruckgeschäft ist die Entwicklung des Einsatzes von Verbrauchsmaterialien (unter anderem Kodak NexPress Dry Inks und Entwickler). Im vergangenen Jahr verarbeiteten die Besitzer von NexPress Druckmaschinen im DACH-Markt ein um beachtliche 25% größeres Volumen dieser Materialien als 2008, was eine von der Kodak Service-Organisation DACH ausgeführte Auswertung der Drucke über die NexPress Installationsbasis ergeben hat.

»Das ist eine Entwicklung, die einerseits auf die zunehmende Verbreitung der Digitaldruckmaschinen von Kodak und eine vermehrte Nachfrage nach Digitaldrucken zurückzuführen ist«, sagt Reinhold Frech, Business Director Digital Printing Solutions, Graphic Communications Group DACH, Kodak GmbH, und fährt fort: »Andererseits hängt dies damit zusammen, dass bei Druckaufträgen vermehrt die verschiedenen Anwendungslösungen für das fünfte Kodak NexPress Druckwerk zum Einsatz kommen.« Dies könne mit dem gestiegenen Verbrauch an Clear Dry Ink und Dimensional Ink untermauert werden.

Mit diesen Lösungen können Druckdienstleister für ihre Kunden auf effiziente Weise Printprodukte mit einem deutlichen Mehr an Attraktivität und Wertigkeit herstellen. Ein beträchtlicher Teil der signifikanten Verbrauchssteigerung geht auf das Konto von Kodak NexPress Dimensional Printing. Diese neueste Anwendungslösung stattet ausgewählte Texte, Bilder oder Grafikelemente mit einem erhabenen 3D-Effekt aus, der sichtbar und fühlbar ist. Außerdem lassen sich mit diesem Verfahren sehr elegant Blindprägungen oder Papier-Texturen simulieren. Gleichfalls sehr beliebt ist Kodak NexPress Intelligent Glossing, das den Druckerzeugnissen eine verblüffende Brillanz verleiht und Druckbilder optisch aufwertet. Mit transparenter Dry Ink beschichtete Druckbogen erhalten in der Kodak NexPress Hochglanzeinheit eine spiegelglatte, der UV-Lackierung ähnliche Oberfläche.

Kodak NexPress Intelligent Coating ist die richtige Wahl, wenn die Drucke im Inline-Prozess mit einer schützenden transparenten Oberflächenbeschichtung versehen werden sollen. Alternativ ist mit dieser Technologie eine partielle Beschichtung für kreative matte Spotlackierungs- oder Wasserzeicheneffekte bis hin zu Sicherheitsmerkmalen möglich. Kodak NexPress Intelligent Color erlaubt eine zielgerichtete Farbraumerweiterung. Druckt die Maschine zusätzlich zu CMYK rote, grüne oder blaue Dry Ink, sind kundenspezifische Sonderfarben druckbar, die außerhalb des Standard-Farbumfangs liegen. Damit lässt sich zum Beispiel ein Großteil der Pantone-Farben reproduzieren.

- www.graphics.kodak.com



32x46.de

DRUCKBOGEN KÖNNEN GLÄNZEND LACKIERT WERDEN

Optional bieten das Team von 32x46.de eine vollflächige UV-Lackierung glänzend auf unterschiedlichen Papiersorten an, wahlweise ein- oder zweiseitig. Die UV-Lackierung bietet einen hohen Oberflächenschutz und steigert zusätzlich die Farbbrillanz – optimal für hochwertige und stark beanspruchte Drucksachen.

Roland DG

NEUE SILBERFARBENE METALLIC-TINTE

Roland bietet eine neue silberfarbene Metallic-Tinte an, die in Kombination mit den CMYK-Tinten und anderen Farben verdruckt werden kann. Die Eco-Sol-Max-Farbe bietet eine hohe Densität auf Vinyl, PET-Folien, Leinwand, Papier, transparentem Film oder Bannermaterialien und ist in 220-Milliliter-Kartuschen erhältlich.

Xerox kürt Sieger

WORKCENTRE 6400 GEHT AN HEGA APPARATEBAU

Xerox hat den Gewinner des Heritage Award gefunden: Mit einem seit 1991 aktiv genutzten Xerox 5018-1 Kopierer gewinnt die Hega Apparatebau GmbH den Preis für das älteste noch in Betrieb befindliche System. Gewinn ist ein Multifunktionsdrucker Xerox Workcentre 6400 im Wert von rund 3.800 €.

➤ www.xerox.de

Epson räumt Designpreise ab

MIT IF PRODUCT DESIGN AWARD AUSGEZEICHNET

Gleich dreimal freut sich Epson über die Verleihung des iF product design awards 2010. Der Preis zählt zu den weltweit wichtigsten Designauszeichnungen. Prämiert wurden der Labelprinter TM-C3400, der Multifunktionsdrucker Epson Stylus Photo PX650 und für die Projektoren der EB-8-Serie.

➤ www.epson.de

Xerox DigiBoard-Lösungen

INDIVIDUELLE VERPACKUNGEN IN KLEINSTAUFLAGEN

Xerox bietet mit DigiBoard kostengünstige Vorlagen für den personalisierten Verpackungsdruck in Kleinauflagen an. Mit den DigiBoard-Druckvorlagen richtet sich Xerox speziell an Graphic Arts Dienstleister, Hausdruckereien, Copyshops, Werbeagenturen oder Fotografen. Zu den Druckvorlagen gehören beispielsweise Kalenderaufsteller, CD-Hüllen, Visitenkartenboxen, Geschenkkartons für Weinflaschen oder Trinkbecher.

Neben den vorkonzipierten Verpackungsbögen bietet die DigiBoard-Lösung Gestaltungsvorlagen, die auf dem Xerox Photo Kiosk standardmäßig installiert sind. Nach der Bearbeitung mit Software-Programmen wie InDesign sind die Verpackungsvorlagen schnell und unkompliziert zu bedrucken.



Die Verpackungsbögen haben das Format SRA3 (320 x 450 mm) und sind aus besonders festem Papier (210 g/m²) gefertigt, vorgerillt beziehungsweise gestanzt und perforiert. Die DigiBoard-Vorlagen sind mit allen gängigen Farb- und Schwarz-Weiß-Druckern, die das SRA3-Format und Grammaturen bis 210 g/m² bedrucken können, verwendbar. Die Rillung ermöglicht exaktes Knicken und einfaches Falten. Eine individuelle Verpackung für Visitenkarten, CDs, Geschenke oder Lebensmittel ist so ohne großen Aufwand umsetzbar.

Die DigiBoard-Lösungen sind als Stanzlinge zum Schneiden und Kleben oder als Zuschnitte, die über Perforation und Steckverbindungen verfügen, erhältlich. Anwender können die Bögen individuell bedrucken, zuschneiden, falten und mit Kleber fixieren. Bei den DigiBoard-Zuschnitten ist kein Schneiden oder Kleben erforderlich. Der Kunde löst das fertige Format einfach aus den Perforationslinien und steckt die Hilfsflaschen ineinander.

➤ www.xerox.de

Erste Océ ColorStream 10050

DRESCHER FULL-SERVICE VERSAND GMBH

Von wegen Provinz – wenn es um den Einsatz modernster Technologie in der Mailingproduktion geht, ist die Drescher Full-Service Versand GmbH im badischen Offenburg ganz weit vorne. Als weltweit erstes Unternehmen hat Drescher, ein Dokumenten-Management- und Mailingdienstleister, das neue 5-Farb-Rollendruck-System Océ ColorStream 10050 installiert. Rund 240 Millionen Drucke produziert die Drescher Full-Service Versand GmbH allein im Endlos-Laser-Bereich Jahr für Jahr. Der Farbdruck wird dabei immer wichtiger, denn farbige Elemente in Mailings, Rechnungen und Mahnungen erleichtern dem Leser die Orientierung im Dokument und ermöglichen es dem Absender, wichtige Informationen gezielt hervorzuheben. »Wir haben beispielsweise für einen Kunden in Informationsschreiben an seine Kunden die Durchwahl des Sachbearbeiters farbig gedruckt«, erzählt Hans Schulz, Geschäftsführer des Mailingdienstleisters. »Dadurch wurde die Telefonzentrale schlagartig um 70 Prozent entlastet, da die Kunden als erstes die Nummer ihres Sachbearbeiters entdeckt haben und nicht die der Telefonzentrale.«

➤ www.oce.de

Kodak

SORTIMENTSZUWACHS BEI DEN WIDE-FORMAT INKJET MEDIEN

Kodak hat sein Angebot an Wide-Format Inkjet Medien erweitert. Kodak Universal Glossy (oder Satin) Poly Poster (0,20 mm stark) und die selbstklebende Universal Self-Adhesive Glossy (oder Satin) Poly Poster (0,18 mm) sind zwei universell einsetzbare Fotofolien. Die Medien eignen sich für die Herstellung farbtintensiver, langzeitbeständiger Plakate, Displays, Banner etc. mit brillanten Farbbildern für den Einsatz im Außen- wie auch im Innenbereich.

Ein Merkmal der neuen Medien ist ihre Eignung für das Bedrucken auf nahezu allen Großformatdruckern (zum Beispiel von Kodak/Encad, Canon, Epson, HP), die mit wasserbasierenden Pigment- oder Farbstofftinten arbeiten. Die reißfesten Materialien haben einen Polypropylen-Träger mit hochglänzender beziehungsweise halbmatter Oberfläche. Sie lassen sich auf den meisten glatten Untergründen problemlos befestigen, wobei die selbstklebende Variante über eine stark haftende Rückseite verfügt. Kodak hat die neuen Fotofolien als Rollenware mit Breiten zwischen 91 und 152 cm im Angebot.

➤ www.kodak.com

Wenzel Gruppe

INVESTIERT IN UMWELT-FREUNDLICHES EQUIPMENT

Die Wenzel Gruppe baut ihr Portfolio aus. Das auf Drucken, Scannen, Kopieren, Werbemitteltechnik sowie technische Dokumentation spezialisierte Unternehmen hat in drei neue Digitaldrucker investiert. Zwei davon stehen im Passauer Tochterunternehmen XLPrint24: ein HP Designjet L65500 mit bis zu 2,64 m Druckbreite sowie ein L25500 mit 1,6 m Druckbreite. Ein weiterer L25500 kommt in die



Münchener Zentrale. Die Geräte arbeiten auf Basis von Latextinten und sind somit umweltschonender als Tintendrucker mit Lösemittelfarben. Alles in allem investierte Wenzel einen sechsstelligen Betrag. Die Large-Format-Drucker sind für Straßen- und Gebäudewerbung, Messedesigns, für Fahrzeugbeschriftung, Backlights, Displayssysteme, Beschilderungen, Aufkleber, Poster und weitere Bereiche einsetzbar.

➤ www.wenzel-muc.de

ORIS Press Matcher Pro von CGS FOGRA ZERTIFIZIERUNG MIT ZWEI HP INDIGO MASCHINEN

CGS Publishing Technologies International gab bekannt, dass ORIS Press Matcher Pro, unter Verwendung des ORIS PearlDigital Spezialpapiers, die FograCert Validation Printing System Zertifizierung mit der HP Indigo 7000 Digital Press und der HP Indigo press 5500 erhalten hat. Zu Beginn dieses Jahres wurde der gleichen Systemkonfiguration bereits die erste für Digitaldruckmaschinen erteilte GRACoL Zertifizierung zuerkannt, die es Anwendern auf HP Indigo Druckmaschinen ermöglicht, zertifizierte Kontrakt-Proofs schnell und wirtschaftlich herzustellen. In einem parallel durchgeführten Fogra Prüfverfahren wurden weitere Papiere und Software getestet. »Die Fogra Zertifizierung dieser Kombination aus Digitaldruckmaschine, Farbmanagementsoftware und Papier ist ein wichtiger Schritt für Kunden in Europa; sie gibt ihnen die Sicherheit, die neusten Industriestandards verbindlich einzuhalten und konstante Qualität zu liefern – eine echte Alternative zum konventionellen Druck. Dies ist die letzte einer ganzen Reihe von Zertifizierungen und Auszeichnungen, die die CGS Farbmanagement Technologie erhalten hat«, erläutert Trevor Haworth, Geschäftsführer der CGS Publishing Technologies GmbH.

➤ www.cgs-oris.com

Kyocera TASKalfa 300i

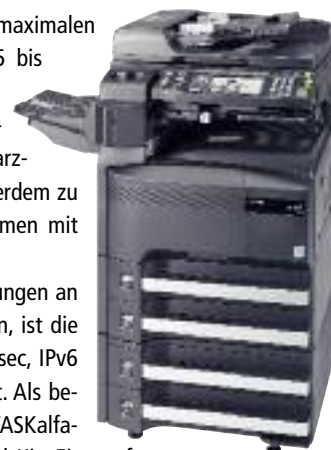
NEUES JAHR – NEUES MULTIFUNKTIONSSYSTEM

Das erste Produkt des Jahres 2010 aus dem Hause Kyocera heißt TASKalfa 300i. Mit dem Multifunktionssystem baut Kyocera den Einsatz seiner neuen HyPAS(TM)-Softwareplattform weiter aus. Die innovative Technologie ermöglicht es, Multifunktionssysteme ohne größeren Aufwand auch in individualisierte Office-Umgebungen einzupassen. Dabei steht es dem Nutzer durch die Kombination von javabasierten Anwendungen und Open-Web-Service-Technologien frei, die Anwendungen entweder direkt im Gerät oder auf den Webservern zu installieren. Über Web-Services können komplexe, oft benötigte Funktionen wie Archivierung oder Texterkennung im System implementiert und immer wieder abgerufen werden. Zur leichten Steuerung sämtlicher Funktionen ist die TASKalfa 300i mit einem Widescreen-Touch-Panel Display in Farbe ausgestattet. Mit einer Geschwindigkeit von 30ppm und einer maximalen Papierkapazität von 2.200 Blatt (45 bis 200 g/m²) meistert die TASKalfa 300i selbst hohe Druckvolumina. Die Scangeschwindigkeit von 50ipm in Schwarz-weiß (15ipm in Farbe) macht es außerdem zu einem idealen System für Unternehmen mit hohen Archivierungsanforderungen.

Um die immer wichtigeren Anforderungen an die Dokumentensicherheit zu erfüllen, ist die TASKalfa 300i standardmäßig mit IPsec, IPv6 und PDF-Verschlüsselung ausgestattet. Als besonderes Feature bietet das neueste TASKalfa-System das Printed Document Guard Kit. Eine auf der TASKalfa 300i gedruckte Seite kann damit nie mehr auf einem anderen TASKalfa-System gescannt oder kopiert werden. Sobald der Anwender dies versucht, zeigt das System, ähnlich wie bei dem Versuch einen Geldschein zu kopieren, einen Fehler an und verweigert die Ausführung.

Die neue TASKalfa 300i ist seit Mitte Januar 2010 im autorisierten Fachhandel erhältlich und kostet 4.405 €.

➤ www.kyocera.de



KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Das Stuttgarter Systemhaus **Raber+Märcker** ist am 18. Januar vom TÜV Nord und Ricoh Deutschland offiziell zertifiziert worden. Um das TÜV-Zertifikat und das Prüfsiegel für »Beratungs- und Servicequalität in der Bürokommunikation« zu bekommen, hat sich das Systemhaus Ende 2009 einem umfassenden Audit unterzogen. • **InfoPrint Solutions** erhielt zahlreiche Auszeichnungen von den führenden Unternehmen zur Produktbewertung: Buyers Laboratory Inc. (BLI), BERTL, Better Buys for Business (BBB) und Wirth Consulting. • **Canon Europe** wurde von Buyers Laboratory Inc. (BLI) für seine imageRunner Advance Print-Plattform mit zwei »Outstanding Achievement Awards« ausgezeichnet. • Der **Durst Rho 1000** wurde vom englischen Image Reports Magazine mit dem »Angel Award« ausgezeichnet. • Mit »printlux PVC matt CA adh« hat die **Neschen AG** ihre erste selbstklebende Inkjet-Folie mit dem Coating der **Color Alliance (CA)** im Sortiment. • Seit Ende Februar arbeiten die Fachbuchplattform **PaperC** und **HP Indigo** zusammen. Ziel der Kooperation ist ein gemeinsames Print-on-Demand-Konzept für PaperC-Inhalte.



Großformat-Druckmedien

KOSTENLOSE BESTELLUNG VON TESTMATERIALIEN

Fujifilm Imaging Systems bietet ein umfangreiches Großformat-Medienassortiment an. Die Qualität des Materials können Kunden nun durch einen kostenlosen Test ausprobieren. Die LFP-Testsets können seit März über die Homepage des Unternehmens bestellt werden.

➤ www.fujifilm-imagingsystems.de

ISBA GmbH

INSTALLIERT MANTA-DRUCKER VON GRAPO TECHNOLOGIES

Grapo Technologies, der tschechische Hersteller von großformatigen Rollen- und Flachbett-Druckanlagen, hat bei der ISBA in Balingen einen Manta UV-Flachbettendrucker installiert. Der Drucker mit einer Produktionsgeschwindigkeit von 15 m²/h und einen Arbeitsbereich von 2 m x 3 m wurde vom Vertriebspartner Igepa verkauft und installiert.

Fiery VUE

WEGBEREITER FÜR PROFIDRUCKE IM BÜRO

EFI präsentierte Fiery VUE, eine neuartige Druckanwendung, die Mitarbeitern quer durch die Abteilungen die Fertigstellung makelloser Unterlagen in Profiqualität ermöglichen soll. Ziel ist, tägliche Druckvorgänge im Büro schneller, einfacher und wirtschaftlicher zu gestalten.

➤ www.efi.com/fieryvue

HP

FÜNF SCITEX TINTEN »NORDIC SWAN«-ZERTIFIZIERT

Fünf weitere HP-Scitex-Tinten stehen auf der Liste, die die Anforderungen der Zertifizierung »Nordic Swan« erfüllen. Es handelt sich um die UV-härtenden Tinten XP222, TJ200 und FB221. Ebenfalls zertifiziert wurde die wasserbasierte WB300-Tinte und eine Tinte auf der Basis von Lösungsmitteln, die HP Scitex TJ100.

Epson druckt 100 m² Deutschland

OPEN-AIR-AUSSTELLUNG PORTRÄTIERT DIE BRD

Seit 18. Januar und noch bis Ende Juni 2010 präsentiert die Stadt Fulda die Open-Air-Foto-Ausstellung »100 Quadratmeter Deutschland« des Nürnberger Künstlers und Fotografen Uwe Niklas. An 100 verschiedenen Orten in Deutschland hat er je einen Quadratmeter fotografiert – Orte mit historischer, geografischer oder gesellschaftlicher Bedeutung. In Fulda ist das Fotoprojekt nun ein knappes halbes Jahr lang zu sehen. Ein Bauzaun auf

Dass die Ausstellung unter freiem Himmel stattfindet, bedeutete für die Macher eine Herausforderung, sollen die Fotografien in der Juni-sonne doch genauso aussehen, wie zu Beginn der Ausstellung im Januar. Der Ausstellungsmacher Walter M. Rammler erklärt: »Um unserem künstlerischen Anspruch an die Ausstellung gerecht zu werden, müssen wir die Qualität der Bilder unter freiem Himmel garantieren können.«



dem Universitätsplatz in der Innenstadt und ein Ausstellungsraum im Voderau-Museum dienen als Ausstellungsstätte.

Epson erstellte die 100 m² auf dem Epson Stylus Pro GS6000. Der Drucker ist in der Lage auf speziellen Bedruckstoffen für den Außenbereich zu arbeiten und druckt mit besonderen Tinten, die witterungsbeständig, UV- und wasserresistent sind. ➤ www.epson.de

Inca IDEA Award

»INCA DIGITAL EXCELLENCE AWARDS« GESTARTET

Inca Digital begeht 2009 sein 10-jähriges Bestehen mit der Einführung der Inca Digital Excellence Awards (IDEA), um die kreativen Effekte und Produkte zu prämiieren, die mit Druckern von Inca erzielt wurden. Seit dem Jahr 2000 haben hunderte Unternehmen bereits in die Druckmaschinen Eagle, Columbia, Spyder und Onset investiert. Für den Award wurden mit PSO/POP, Display-Grafik, Dekor, Dekoration/Sonderprodukte und Spezialeffekte fünf Kategorien ausgewählt, die das Potenzial des Digitaldrucks durch eine Fülle von Anwendungen in einem breiten Branchenspektrum veranschaulichen sollen. Eine unabhängige Jury wird die Drucke bewerten.

Druckprodukte, die zwischen dem 1. Februar 2009 und 31. Januar 2010 erstellt wurden, können für den Wettbewerb eingereicht werden. Einsendeschluss ist der 30. April 2010. Die Sieger können ihren Preis auf der FESPA München 2010 (22. bis 26. Juni) auf der Geburtstagsparty von Inca entgegennehmen.

➤ www.incadigital.com

MBO auf dem Druckforum 2010

DIGITALDRUCK AUF DER ÜBERHOLSPUR

Hartmut Sohn, MBO Product Group Manager Digital Solutions, ist sich sicher: »Ab dem Jahr 2020, wenn nicht sogar schon früher, wird der Digitaldruck weltweit dominieren und den Offset-Druck überholt haben.« Einer der Gründe dafür: »Der Digitaldruck kann bei Bedarf einen zeitsparenden Trumpf ausspielen – die Möglichkeit, Produkte komplett inline zu fertigen«. Vorausgesetzt, die Finishing-Linien sind auf die



komplexen Anforderungen abgestimmt. In der MBO Veranstaltung auf dem Druckforum 2010 zeigte der gelernte Buchbindemeister Hartmut Sohn anhand zahlreicher Beispiele aus der Praxis, wie sich durch innovatives MBO-Finishing im Rollen-Digitaldruck die Prozesse optimieren lassen.

➤ www.mbo-folder.de

Servex, Spanien

INVESTIERT IN INFOPRINT MAILROOM INTEGRITY SOLUTION

Servex ist einer der führenden spanischen Druck-Dienstleister und druckt mehr als sieben Millionen Berichte und Rechnungen pro Monat. Mithilfe der Mailroom Integrity Solution von InfoPrint soll Servex die Druckkosten erheblich senken und sein Geschäftstätigkeitsfeld ausbauen.

InfoPrint Mailroom Integrity Solution wird für den sicheren Druck von wichtigen Rechnungen und Kontoauszügen für europäische Banken und Finanzinstitute eingesetzt. Durch die anpassbare Automated Document Factory (ADF) kann Servex seinen Kunden eine präzise Verarbeitung ihrer Druckaufträge gewährleisten.

Diese Lösung richtet sich an Servicebüros und Unternehmen, die ihre Aufträge mit Transaktionsdruck ausführen. Das Produkt selbst baut auf dem InfoPrint ProcessDirector (IPPD) auf und umfasst modulare Zusatzfunktionen, wie die Verwaltung von Inserter-Vorrichtungen anderer Anbieter, die Dokumenten-Steuerung und Überwachung sowie die Erstellung vollständiger Überwachungsberichte zu jedem Zeitpunkt. Anhand dieser kann nachgewiesen werden, dass jedes einzelne Dokument korrekt zugestellt wird.

► www.infoprint.com

Sihl p3 Professional Photo Inkjet

DAS SIHL INKJET FOTOPAPIER FÜR PROFIS JETZT AUCH IN A2

Die Sihl Professional Photo Papiere – Studio, Gallery und Museum – erhalten ein Sortiment-Upgrade: Die drei p3 Photopapiere der Studio-Linie sind ab sofort auch im Format A2 lieferbar und bei der Sihl Direct GmbH erhältlich. Es gibt sie in drei Ausführungen: als »Professional Photo Papier PE 330« (hochglänzend, 330 g/m²), als »Professional Photo Papier PE 300« (seidenglänzend, 300 g/m²) sowie als »Professional Photo Papier PE 330 DS« (seidenglänzend, beidseitig bedruckbar, 325 g/m²). Gerade das Blattformat A2 verschafft professionellen Anwendern den kreativen Spielraum ihre Werke in angemessener Größe und exzellenter Druckqualität präsentieren zu können. Auch im Bereich der Fotokunst ist das Format für die Herstellung von limi-



tierten Editionen geeignet, die oft in Kassetten angeboten werden. Die Druckerhersteller Canon, Epson und HP bieten A2-Drucksysteme für hochwertigen Inkjetdruck an, die bequem auf einem Tisch Platz finden. Gegenüber dem großformatigen Rollendruck ergibt sich eine erhebliche Platzerparnis, zudem sind Betrieb und Bedienung dieser Drucker sehr einfach.

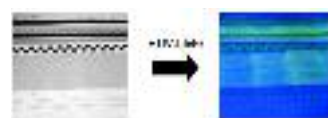
Hilfreich beim Drucken im A2-Format sowie bei der anschließenden Bild-Präsentation ist das Buch »Die perfekte Foto-Ausstellung« (68 S., Format: 18,5 cm x 28,5 cm, vierfarbig, 14,88 €), das in unterschiedliche Ausstellungskonzepte einführt. Dieser aktuelle Leitfaden bietet fundierte Tipps und viele hilfreiche Tricks aus der Praxis und begleitet den Leser chronologisch bis zur ersten, eigenen Vernissage. Damit diese auch zum Erfolg wird, fasst das Buch die gängigsten Themenbereiche aktuell und ausführlich zusammen und gibt viele Tipps zum Thema Druck. Dabei werden unterschiedliche Inkjet-Medien detailliert vorgestellt und Fragen nach der gewünschten Bildwirkung beantwortet.

► www.sihl-direct.de

Nipson

FÜHRT FLUORESZIERENDEN TONER EIN

Nipson SAS hat die offizielle Markteinführung eines patentrechtlich geschützten fluoreszierenden Toner veröffentlicht, der für die stets wachsende Marktanforderung nach zum Beispiel fälschungssicheren Lösungen entwickelt wurde. Dieser neue Toner, T3000SY, ist ein Toner, der unter einer Standard UV-Lichtquelle gelb fluoresziert. Der T3000SY ist das erste Ergebnis einer umfangreichen Entwicklung



eines Sicherheits-Toner-Programms. Nach aufwendigen und umfassenden Testläufen ist der T3000SY nun verfügbar. Weitere fluoreszierende Farben werden zu einem späteren Zeitpunkt entwickelt.

Der fluoreszierende Toner von Nipson kann mit der DigiFlex und der VaryPress Produktreihe verwendet werden. Tonerlieferungen werden mit einem Konformitätszertifikat versehen, das die Einhaltung strenger Qualitätskontrollen und Sicherheitsmaßnahmen von der Beschaffung über die Herstellung bis zur Lieferung bestätigt.

► www.nipson.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Canon Deutschland und Nemetschek Allplan kooperieren beim Planen mit Nemetschek Software und Plotten mit Canon Hardware. Die neue Version der Planungssoftware Allplan 2009 lässt sich in bestehende Canon Drucker-Umgebungen einbinden und umgekehrt. Neben der technologischen Seite werden beide Unternehmen auch auf dem Gebiet der Vermarktung kooperieren. • DirectSmile bietet mit dem DirectSmile Card & Gift Shop ab sofort eine schlüsselfertige E-Commerce-Lösung an, mit der Drucker bildpersonalisierte Druckprodukte über das Internet an Privatkunden verkaufen können. • Die neu gegründete Hirschmann DCC Packaging GmbH hat im Dezember 2009 eine Produktionsstraße für den digitalen Verpackungsdruck in Betrieb genommen. Die Linie basiert auf der Xerox iGen4 und einer Gallop Endverarbeitungseinheit von Stora Enso. Hierbei handelt es sich weltweit um die erste digitale Verpackungsdruckstraße auf Basis einer Xerox iGen4 bei einem Druckdienstleister. • EFI und Xerox starteten am 1. März 2010 mit der Auslieferung des Fieri Network Controller für die multifunktionalen Farbdrucker der Xerox WorkCentre 7700 Serie.



Gesucht: Mailingkonzeptionen mit Siegerqualitäten

Immer mehr Unternehmen setzen auf Mailings, wenn es darum geht, Interessenten und Kunden zielgerichtet und effizient anzusprechen und vom eigenen Angebot zu überzeugen. Dieser Entwicklung trägt der mailingtage-Award Rechnung und zeichnet im Juni erneut Maßnahmen aus, bei denen der schriftliche Dialog perfektioniert wurde.

Was dies bedeutet, zeigt die 2009 mit Gold prämierte »Jagdfieber«-Aktion der Leica Camera AG, die von der argonauten G2 GmbH Frankfurt umgesetzt wurde. Das Unternehmen hatte zum Ziel, mit einem aufmerksamkeitsstarken Mailing zum einen ihre Händler zur Internationalen Fachmesse für Jagd- und Sportwaffen IWA 2009 einzuladen und gleichzeitig auch diese Gelegenheit zu nutzen, die neue Positionierung und das neue Corporate Design von Leica Sportoptik bekannt machen. Da viele der adressierten Händler selbst passionierte Jäger sind, wurde im Mailing das »Jagdfieber« der Zielgruppe geweckt. Auf verspielte aber hochwertige Art und Weise wurde der Messeplan als Jagdrevier inszeniert. Und: Jeder Händler hat einen persönlichen Jagdschein als »Lizenz zum Jagen« auf einem begehbaren Hochsitz erhalten. Dieser war das besondere Highlight des Messestands, auf dem die neuen Leica Zielfernrohre »live« getestet werden konnten.

Ein codierter Messeeintrittsgutschein diente als Responseelement. Rund 92% der 1.000 Empfänger kamen der Einladung nach und lösten den Gutschein vor Ort ein. Doch nicht nur über diesen Erfolg konnte sich das Unternehmen freuen: auch das Ordervolumen hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt – ein Resultat, das auch die mailingtage-Jury überzeugte.

EBENFALLS GOLD

Ebenfalls mit Gold prämiert wurde 2009 das Sonnenmailing von Porsche. Um bestehende Interessenten zu animieren, im Rahmen einer Testfahrt die aktuellen Porsche-Modelle kennenzulernen, wählte die

Chromedia Dialogmarketing GmbH eine ganz besondere Ansprache. Die Idee: um die Sommermonate zu beleben und diese Zeit für die Umwandlung bestehender Interessenten in Neukunden zu nutzen, sollte den Mailingempfängern eine Testfahrt in einem Porsche bei herrlichem Wetter schmackhaft gemacht werden. Die variablen Text- und Bildelemente waren daher neben der Adresse des zuständigen Porsche-Händlers und einem Bild des Porsche-Zentrums vor allem auch der Wetterbericht für die kommenden Tage im Gebiet des zuständigen Porsche-Zentrums.

Der Versand des Mailings erfolgte in Abhängigkeit der Wettervorhersage im Juni und Juli 2008 an rund 3.500 Empfänger. Mit Hilfe des personalisierten Responseelements konnten sich Interessenten zu einem Beratungstermin anmelden. Das Angebot nahmen 9,74% der Empfänger wahr – ein für ein Mailing überzeugendes Resultat.

JETZT BEWERBEN Jetzt hat die Bewerbung um die Auszeichnung 2010 begonnen. Agenturen und Unternehmen haben wieder die Gelegenheit zu beweisen, dass auch ihre Dialogideen echte Siegerqualitäten haben. In vier Kategorien können kreative Arbeiten punkten und am Abend des 16. Juni bei den mailingtagen in Nürnberg prämiert werden: Neben »Offset-Mailing«, »Digitaldruck-Mailing« und »E-Mailing« werden dabei erstmals in der neuen Kategorie »Dialogtrends« exzellente

Maßnahmen im Bereich des Kooperationsmarketings vorgestellt. Für alle, die mit ins Rennen um den mailingtage-Award 2010 gehen wollen, liegt die aktuelle Award-Mappe mit allen Rahmeninformationen bereit.

➤ www.mailingtage.de

Mit einem Messe-Einladungsmailing weckte Leica das »Jagdfieber« seiner Mailing-Empfänger und wurde dafür 2009 mit dem mailingtage-Award in Gold ausgezeichnet.





**IDEAS
FOR
PROFIT**

DDF Congress 2010 18. Mai | Mainz

›Kommunikation mit System‹

Das neue Credo werthaltiger Kommunikation steht im Fokus: Mehr ›Werbung in Medien‹ bringt nicht die gewünschte Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeit, sondern ›Kommunikation mit System‹. Notwendig wird ein Wechsel von ›Analog‹ zu ›Digital‹, um auf allen Ebenen den Dialog mit Mitarbeitern, Partnern, Lieferanten, Kunden und Interessenten in Schwung zu halten.

Erfahren Sie beim DDF Congress in Mainz, wie sich Print durch innovative Technologien, Web-basierte Printportale, Inhalts-, Format- und Layoutindividualisierung als wirkungsvoller Treiber des Kommunikations-erfolgs profilieren und neu positionieren lässt.

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



www.digitaldruck-forum.org

Rückfragen beantwortet:

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

Partner & Förderer

Premiumpartner: Canon Deutschland; HP Graphic Solution Business, EMEA; Xerox Corporation und XMPie

Partner: Bosch-Druck, CGS Publishing Technologies, DirectSmile, InfoPrint Solutions, Konica Minolta Europe, Mondi, ORT Medienverbund, RheinMail, Serviceplan Realisation

Förderer: firstpresent, Messe Düsseldorf





Auf hohem Niveau etabliert

Ricoh Hausmesse docuTrends

**ERÖFFNUNG DES PRINTING INNOVATION
CENTER IN HANNOVER**

Ricoh Deutschland setzt mit seiner Hausmesse seit Jahren auf Kundennähe und Kontaktpflege. Mit Erfolg: 2010 verzeichnet die docuTrends mit rund 1.600 Interessenten, Kunden und Fachhandelspartnern (2009 waren es ca. 1.200) eine positive Resonanz. An den drei Messetagen vom 3. bis 5. März informierten sich die Gäste bis in die späten Abendstunden über aktuelle Trends und Innovationen rund um das digital gedruckte Dokument auf der docuTrends in Hannover.

ERÖFFNUNG DES PRINTING INNOVATION CENTER Ein Highlight war die Eröffnung des Printing Innovation Centers in Hannover. Weitere Zentren von Ricoh befinden sich in Tokio, London, Sydney und New Jersey. Hier werden auf über 400 m² innovative Lösungen, leistungsstarke Systeme und vielfältige Finishing-Optionen für den digitalen Produktionsdruck präsentiert. Wichtige Produkte sind dabei die Systeme der Pro-Reihe von Ricoh.



Via Web-to-Print werden im Printing Innovation Center neben Rechnungen, Servicehandbüchern und Bedienungsanleitungen auch regelmäßig Prospekte, Flyer, Broschüren, Mailings und Schulungsunterlagen gedruckt und weiterverarbeitet. Zudem haben Kunden und Interessenten die Möglichkeit, vor Ort Druckfiles, Bedruckstoffe und Druck-Workflows zu testen.

In Zusammenarbeit mit Ernst Nagel zeigte Ricoh erstmals eine Lösung für den individuellen Verpackungsdruck. Dazu wurden das Drucksystem Ricoh Pro C900 und der DFC (Digital Flexo Cut), eine Stanzmaschine von Ernst Nagel, offline miteinander kombiniert. So können Papier, Folie, Karton bis zu 450 g/m² und PE-Materialien individuell bedruckt und weiterverarbeitet werden. Die Lösung ermöglicht durch kurze Einrichtungszeiten häufig wechselnde Aufträge und die Produktion von individuellen Verpackungen. Aber auch Druckprodukte mit hohen Ansprüchen an eine professionelle Verarbei-

tung wie personalisierte Etiketten, Geschenkboxen oder Dokumentenmappen, sind kein Problem.

Weitere Themen waren Lösungen für Book On Demand, variablen Datendruck, Web-to-Print und Transpromo. Neu im Bereich Office Solutions war das Thema »App2Me«. Ricoh präsentierte zum ersten Mal in Deutschland digitale Widgets, mit denen Multifunktionssysteme (MFP) mit Computern, Notebooks, Smartphones und dem Internet verbunden werden können. Auf Basis der Plattform App2Me können Nutzer häufig benötigte Anwendungen als Widgets installieren. Ziel ist es, die Kommunikation mit dem MFP zu individualisieren, zu vereinfachen und die Produktivität zu steigern. Ab Mitte 2010 können die Widgets von einer App2Me-Webseite heruntergeladen werden.

► www.ricoh.de





TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2010			
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
10. 05. - 11. 05. 2010	2. ePrint-Portal-Forum	Mainz	 www.bvdm-online.de
18. 05. 2010	Digitaldruckforum-Congress	Mainz	 www.digitaldruckforum.org
18. 05. - 25. 05. 2010	IPEX, Messe für Print und Publishing	Birmingham	 www.ipex.org
31. 05. - 02. 06. 2010	Lope-C, Large-area, Organic & Printed Electronics Convention	Frankfurt	 www.lope-c.com
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
16. 09. - 17. 09. 2010	Schweizer Medienkongress	Pontresina	 www.schweizerpresse.ch
21. 09. - 26. 09. 2010	photokina, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
22. 09. - 24. 09. 2010	Print Media Congress	Frankfurt	 www.bvdm-online.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
11. 11. 2010	Digitaldruckforum-Congress	Mainz	 www.digitaldruckforum.org
2011			
22. 03. - 26. 03. 2011	Graphispag, Messe für die grafische Industrie	Barcelona	 www.messe-barcelona.de
07. 04. - 09. 04. 2011	digimedia Fachmesse für Publishing & Digital Printing	Düsseldorf	 www.digimedia.de
10. 10. - 12. 10. 2011	Ifra Expo 2009, Messe der Zeitungsindustrie	Wien	 www.ifra.com
2012			
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de



postprint berlin

NACHHALTIGKEIT UND ENERGIEEFFIZIENZ VOM 5. BIS 7. MAI 2010

Nachhaltige und klimaneutrale Produktionsprozesse eröffnen Druckereien die Chance, Mehrwerte zu schaffen. Zum einen stellt ökologisches Wirtschaften ein überzeugendes Argument in der Kundenkommunikation dar und hebt die Firma im Preiswettbewerb heraus. Zum anderen bietet eine hohe Energieeffizienz und der Einsatz umweltfreundlicher Materialien eindeutige Kostenvorteile. »Agenturen und Unternehmen, die ihre Kampagnen klimaneutral ausrichten möchten, finden auf der postprint die richtigen Partner sowie kompetente Beratung«, so Messedirektor Stefan Grave. »Unsere Aussteller informieren, wie Druckjobs und alle zugehörigen Komponenten umweltfreundlich gestaltet werden können.«

Unternehmen, die sich bereits durch eine umweltzertifizierte Produktion, nachhaltige Papierprodukte, klimaneutrales Drucken und andere ökologische Maßnahmen für das Thema Nachhaltigkeit einsetzen, präsentieren im Rahmen des »postprint umweltdialog« ihr Engagement und geben ihre Erfahrungen und Know-how weiter. Dazu gehören die Nutzung von Synergiepotenzialen innerhalb eines Umwelt-Managementsystems, der effiziente Einsatz von Ressourcen und Materialien, die Reduzierung von Makulatur,

Abfallvermeidung, umweltgerechte Modernisierung der Produktionstechnik und Umwelt-Controlling als Führungsinstrument.

Die Bedeutung dieses neuen Ausstellungssegments komme durch die attraktive Position der »umweltdialog«-Präsentationsfläche zum Ausdruck, sagt Grave. Er verweist darauf, dass die Messeleitung bei der Konzeption und Durchführung von einem Experten-Team unterstützt wird. Zu diesem Team gehören die ClimatePartner Deutschland GmbH, der Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.), die Druckhaus Berlin-Mitte GmbH und die ODS – Office Data Service GmbH.

Eine weitere Neuerung auf der Fachmesse ist das Label »postprint umweltdialog«. Es wird durch die Messeleitung und dem Umwelt-Experten-Team vergeben. Bewerben können sich Aussteller, deren Unternehmen, Produkte und/oder Dienstleistungen nachweislich umweltzertifiziert sind.

Die postprint berlin (5. bis 7. Mai 2010) meldete vor Veranstaltungsbeginn einen Anmeldestand, der über dem Niveau des Vorjahres liegt. Besonders stark vertreten ist der Digitaldruck. Auch der Ausstellungsbereich Special print + marketing wird hervorragend angenommen. Die postprint berlin 2010 integriert den Bereich Marketing erstmals vollständig in die Veranstaltung. Er wendet sich gezielt an Agenturen und Werbetreibende, die sich über konkrete Lösungen für die innovative Print-Kommunikation und professionelle Marketing-Services informieren wollen.

➤ www.postprint.de ➤ www.f-mp.de



**Kreativität
bringt
Punkte ...**

**Nürnberg,
16.-17.6.2010**

**... beim
11. mailingtage-
Award**



Der 11. mailingtage-Award macht aus den besten Ideen ausgezeichnete Arbeiten

Sie glauben, dass Ihre Ideen preisverdächtig sind? Dann sollten Sie diese schnellstmöglich einreichen – denn Deutschlands einzige Anwenderjury sucht in den Kategorien »Offset-Mailing«, »Digitaldruck-Mailing«, »E-Mailing« und dieses Jahr zum ersten Mal auch »Dialogtrends«, auszeichnungswürdige Lösungen. Also fordern Sie noch heute Ihre Teilnahmeunterlagen an – und zeigen Sie, was Sie können!

Weitere Infos und die Teilnahmeunterlagen erhalten Sie unter www.mailingtage.de/award oder per Telefon +49 (0) 9 11.86 06-84 21



Neues Kernsegment

POS/DISPLAY WORLD AUF DER VISCOM FRANKFURT 2010

Vom 4. bis 6. November 2010 präsentiert die viscom frankfurt 2010 neben den bereits etablierten Kernbereichen das neue Kernsegment PoS/Displays. Zu sehen gibt es unter anderem einen eigenen Ausstellungsbereich, eine Networkingplattform und die Verleihung des Superstars 2010.

➤ www.viscom-messe.com

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

manroland

PRAXISSEMINARE ILLUSTRATIONS- UND ZEITUNGSDRUCK

manroland bietet zwei Praxis-Seminare zum Thema Zeitungs- und Illustrationsdruck an.

Die Termine:

»Effizienz und Wirtschaftlichkeit im Zeitungsdruck«, 21. bis 22. April und »Interaktion von Papier, Farbe und Feuchtmittel im Heatset-Rollenoffset«, 5. bis 6. Mai 2010.

➤ www.manroland.com

Richtig geschult mit Impressed WEBINARE, SEMINARE UND HANDS-ON SCHULUNGEN

Ob PDF-Workflow, InDesign, PitStop Pro oder Farbmanagement: Die Impressed GmbH ist auch 2010 wieder mit einer Reihe spannender und informativer Webinare, Seminare und Hands-On-Schulungen sowie Info-Veranstaltungen zu verschiedenen Themen unterwegs.

➤ www.impressed.de/schulungen

Meet the experts

ALLES RUND UM DIE KATALOGPRODUKTION

Am 16. April 2010 präsentieren die C. Maurer Druck- und Verlag GmbH und die SDZeCOM GmbH gemeinsam im Steigenberger Graf Zeppelin direkt am Stuttgarter Bahnhof die Informationsveranstaltung »Meet the experts – Katalogtrends 2010«. Katalogmacher in Unternehmen und Agenturen können sich dort in Fachvorträgen sowie an acht Informationsständen über die aktuellsten Trends der Katalogerstellung informieren.

Kataloge sind nach wie vor ein unverzichtbarer Bestandteil der Unternehmenskommunikation und Produktpräsentation. Sie werden heute in gedruckter oder elektronischer Form sowie im

Medienmix vielfältig eingesetzt. Dabei ist die Produktion eines Kataloges eine komplexe Aufgabe. In der Veranstaltung machen Experten der Medienbranche die einzelnen Prozessschritte transparent und informieren praxisnah und umfassend über die unterschiedlichsten Aspekte der Katalogerstellung. Sie richten sich an Unternehmen und Agenturen, die das Medium

Katalog für die Werbung und den Vertrieb nutzen. Die Veranstaltung vermittelt alles Wissenswerte über Konzeption, Datenhandling, Online-Medien, Druck, Veredelung und Weiterverarbeitung von Katalogen. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Katalog 16, 160 oder 1.600 Seiten Umfang hat.

➤ www.sdzecom.de ➤ www.maurer-online.de



Roadshow Creatura 2010

REZEPTE FÜR INTERESSANTE EFFEKTE UND VEREDELUNG LIVE ERLEBEN

Kreative und Entscheider, Medienproduktions- und Verlage, Designer und Agenturen – sie alle tragen zu einer erfolgreichen Kommunikation bei. Damit das zukünftig noch effektiver gelingen kann, veranstaltet der Fachverband Medienproduktions e.V. (f:mp.) zusammen mit den Veredelungs- und Effektspezialisten Gräfe Druck & Veredelung, Heidenreich Print und Vogt Folien- und Druck die neue Roadshow »Creatura 2010«. Von April bis Juni tourt die Roadshow durch sechs deutsche Großstädte und hat dabei interessante Fallstudien aus der Praxis und Anschauungsmaterial im Gepäck. An attraktiven Veranstaltungsorten wie dem Schokoladenmuseum in Köln oder dem Hamburger Stilwerk erwartet die Besucher eine Vielzahl an innovativen Ideen und neuen Möglichkeiten, um in der Kundenansprache Akzente zu setzen.

Begleitet von Fachvorträgen bietet die Roadshow in erster Linie profunde Einblicke in neue Möglichkeiten und Anwendungsbereiche moderner Printkommunikation. Anhand von Beispielen wird gezeigt, wie die bestmögliche Wirkung mit verschiedenen Verede-

lungs- und Effektvarianten erzielt werden kann. Und damit dies auch auf jeden Fall gelingt, werden neben einigen bekannteren auch zahlreiche neue Techniken und überraschende Effektmöglichkeiten vorgestellt.

Die Roadshow startet am 20. und 21. April in München und Stuttgart. Von dort geht es am 11. Mai nach Frankfurt, am 12. Mai nach Köln, am 8. Juni nach Hamburg und schließlich am 9. Juni nach Berlin. Die Teilnahmegebühr beträgt 25 € zzgl. MwSt. und beinhaltet auch den Eintritt zur Abendveranstaltung. Für Mitglieder des f:mp. und Verbandspartner ist die Teilnahme nach vorheriger Registrierung kostenlos.

➤ www.creatura2010.de

➤ www.f-mp.de



LOPE-C 2010

LARGE-AREA, ORGANIC & PRINTED ELECTRONICS CONVENTION

Die LOPE-C – initiiert von der OE-A und organisiert von der Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, ist die größte und umfassendste jährliche Konferenz und Ausstellung weltweit im Bereich der organischen und gedruckten Elektronik. Die Ausstellung mit über 75 Ausstellern wird vom 31. Mai bis 2. Juni 2010 im Congress Center Messe Frankfurt die wirtschaftlichen Trends, die neuesten Prozesstechnologien und Applikationen einem weltweiten Fachpublikum demonstrieren.

Die organische und gedruckte Elektronik steht an der Schwelle zur industriellen Massenfertigung. Sie verspricht eine Vielzahl von leichten, dünnen, flexiblen und robusten Produkten, die sich äußerst kostengünstig herstellen lassen. Eine Vielzahl innovativer Produktideen zeichnet sich ab: organische Solarzellen, flexible Displays und großflächige OLED-Leuchtelemente, e-Books, extrem flache Batterien, RFID-Etiketten, Sensoren und Aktuatoren zur Integration »ambienter Intelligenz« in Textilien und Intelligente Verpackungen – sogar preisgünstige Einwegprodukte zum einmaligen Gebrauch.

➤ www.lope-c.com

➤ www.mfa.de

Marketing und Finanzierung

37. Verbandstagung der Flexografen

Die Themen »Marketing und Sprache«, »Büroorganisation« und »Förderungsmöglichkeiten« für Klein- und Mittelbetriebe stehen im Mittelpunkt der 37. Verbandstagung der Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk vom 10. bis 11. Juni 2010 in Berlin. Ergänzend zur Mitgliederversammlung am 11. Juni 2010 bietet damit die Bundesinnung ein speziell auf Flexografiebetriebe zugeschnittenes fachliches Tagungsprogramm an. Am ersten Tag behandeln drei parallel verlaufende Workshops mögliche Zusatznutzen und Mehrwert-Strategien für den Betriebsalltag.

Auf dem Fakultativprogramm der Verbandstagung stehen eine Besichtigung der Firma Stempel-Freiberg sowie verschiedene Erlebnistouren durch Berlin. Bereits am 9. Juni trifft sich der Juniorenkreis der Innung. Ein Innungsabend ist für den 10. Juni 2010 geplant. Alle Flexografie-Betriebe sind zur Teilnahme eingeladen. Der Tagungsbeitrag für Mitglieder beträgt 160 €, für Nichtmitglieder 210 €. Anmeldungen sind bis zum 12. April 2010 möglich. Programm und Anmeldeunterlagen können bei der Geschäftsstelle der Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk in Wiesbaden angefordert werden.

➤ www.flexografie.de

➤ www.bvdm-online.de

IFRA Expo 2010

LEITMESSE DER ZEITUNGS- UND MEDIENINDUSTRIE

Zur 40. Ausgabe der Leitmesse der Zeitungs- und Medienindustrie wird es in diesem Jahr vom 4. bis 6. Oktober in Hamburg eine Fülle an Neuerungen geben. Erstmals fand die Zeitungsmesse 1970 mit 54 Ausstellern aus zehn Ländern auf 1.124 m² in Mainz statt und wurde von rund 600 Teilnehmern aus 21 Ländern besucht. Sie vergrößerte und entwickelte sich seitdem zur bedeutendsten Zeitungs- und Medienmesse weltweit. Zum zweiten Mal nach 1985 dockt die IFRA Expo nun in Hamburg an.

Die neue Messe Hamburg bietet optimale Bedingungen für die IFRA Expo, die in drei Hallen stattfinden wird: in Halle A1 mit digitalen Technologien, Systemen und Software sowie in den Hallen A3 und A4 mit Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung.

Neben der offiziellen Eröffnung und dem Get-Together am Montag plant WAN-IFRA einen Abschluss-Event am Mittwochabend, bei dem auch die Preisträger des International Newspaper Color Quality Club-Wettbewerbes für den Zeitraum 2010 bis 2012 geehrt werden. Am 7. Oktober 2010 findet die Abschlusskonferenz »WAN-IFRA Advertising Summit« statt, die in Zusammenarbeit mit der INMA (International Newspaper Marketing Association) organisiert wird.

➤ www.wan-ifra.org

➤ www.ifraexpo.com

Wie werde ich Print Experte?

SYSTEM BRUNNER BIETET SCHULUNGSPROGRAMME

Im Zeitalter umfassender Standardisierung und Prozessoptimierung ist es klar geworden, dass grafische Unternehmen nicht nur auf reine Technologielösungen setzen sollten um ihre Abläufe auf die neuen Erfordernisse ausrichten zu können. Es braucht in den Betrieben selber gute Fachleute mit Expertenwissen, die in der Lage sind, die sich ständig verändernden Rahmenbedingungen zu analysieren um dementsprechend die internen Prozessschritte ohne fremde Hilfe anpassen zu können.

System Brunner, Anbieter für Prozesskontrolle, Qualitätssicherung und Standardisierung in der grafischen Industrie bietet damit seinem System Brunner Certified-Programm (SBC) Hand an. Entwickelt wurde das Programm für Vertriebspartner und Applikations-Anwender der System Brunner. Es ermöglicht aber auch allen Interessierten sich in die Thematik auf Basis der Print Expert Suite einzuarbeiten und die verschiedenen Elemente der Qualitätssicherung und Prozesskontrolle kennenzulernen.

Die Schulungsprogramme finden am System Brunner-Hauptsitz in Locarno statt. Für 2010 stehen Interessenten noch folgende Termine zur Verfügung: 14. bis 16. Juni und 6. bis 8. September.

➤ www.systembrunner.com

KURZ & KNAPP & BÜNDIG

Erstmals zur **Ipex 2010** wird ein »Knowledge Center« eingerichtet. Dort werden Verbände und Organisationen vertreten sein, um über Wissenswerte zu informieren. • Nach 2007 und 2009 macht die **IFRA Expo** im nächsten Jahr wieder in Österreich Station: von Montag, 10., bis Mittwoch, 12. Oktober 2011, in der Reed Messe Wien. Begleitende Kongressveranstaltungen sind bis Donnerstag, 13. Oktober 2011, geplant. • **PFU Imaging Solutions Europe Limited** (PFUL), ehemals **Fujitsu Europe Limited** (FEL), richtet dieses Jahr seine dritte Imaging Channel Conference aus, die vom 12. bis 14. April 2010 in Prag stattfindet. Die Imaging Channel Conference bietet ein jährliches Forum für die Fujitsu Imaging Partner und gilt als internationale Plattform neuer Produkte und Lösungen aus dem Imaging Hardware- und Softwarebereich. • **3M** hat eine neue Internetplattform für Unternehmen, kreative Denker und Dienstleister ins Leben gerufen. Auf der Seite können sich Unternehmen und Institutionen mit kreativen und innovativen Menschen zu einer neuartigen Online-Community vernetzen.



roland photoclub

»VARIETY OF EMOTIONAL PICTURES« WECKT GEFÜHLE

Über 50 Gäste kamen zur Vernissage der Jahresausstellung des roland photoclubs am 17. März ins Foyer des Senefelderhauses. 45 Bilder von 13



Mitgliedern waren zu bewundern. Nach dem Motto »variety of emotional pictures« weckten die Bilder viel Gefühl bei den Besuchern. Die Bilder hängen acht Wochen. Externe Besucher sind herzlich willkommen, sollten sich aber anmelden.

Im Herbst wird der roland photoclub den

Bundeswettbewerb und die Bundesfotoschau 2010 für den Deutschen Verband für Fotografie (DVF) ausrichten. www.manroland.com

Hilfe für die Berufswahl

MANROLAND IN PLAUE

ÖFFNETE AUSBILDUNGSSTÄTTE

Die manroland AG hilft jungen Menschen die Entscheidung bei der Wahl ihres Berufes zu erleichtern. So hatte das Unternehmen am 17. März Interessierte in die Ausbildungsstätte des Werkes Plauen eingeladen. Hier bildet manroland Industriemechaniker, Elektroniker, Zerspanungsmechaniker und Industriekaufleute aus.

Münchner ICT-Messe

KONZEPT WIRD MIT DER

BRANCHE WEITERENTWICKELT

Die Messe München hat ihre ICT-Messe auf den Herbst 2011 verschoben und wird dann mit einem angepassten Konzept auf den Markt zurückkommen. Das bestehende Format wird überarbeitet und besser an die spezifischen Anforderungen des Marktes angepasst.

www.messe-muenchen.de

Hiflex

WEBSHOP AN DER HOCHSCHULE DER MEDIEN

Eine praxisorientierte Ausbildung mit modernster Software ist an der Hochschule der Medien (HdM) ein wichtiger Bestandteil im Lehrplan. Daher bietet die HdM ihren Studenten mit dem Hiflex Webshop die Möglichkeit, sich intensiv mit dem Thema Web2Print zu befassen und praktische Erfahrungen mit einer Webshop-Lösung für die Druckindustrie zu sammeln.

Die Hochschule der Medien setzt den Hiflex Webshop vor allem in den Lehrveranstaltungen der Studiengänge Print-Media-Management und Druck- und Medientechnologie ein. Professor Dr. Jäger, Prodekan der Fakultät Druck und Medien, freut sich über die Kooperation mit Hiflex »Web2Print wird die Druckindustrie nachhaltig gestalten. Daher ist es uns wichtig, unseren Studenten auch praktische Kenntnisse im Bereich Web2Print zu vermitteln. Mit dem Hiflex Webshop haben wir eine Lösung gefunden, die zum einen perfekt auf die Bedürfnisse des Druckmarktes abgestimmt ist und zum anderen den Studenten den praktischen Umgang mit Web2Print ermöglicht.«

www.hiflex.com

16. Leipziger Typotage

EINE NEUE ÄRA IN DRUCK UND TYPOGRAFIE

Digitale Medien gewinnen im Alltag und in der Arbeitswelt immer mehr an Bedeutung. Welcher Platz bleibt den klassischen Printerzeugnissen in einer von Bits und Bytes bestimmten Zukunft? Am 8. Mai 2010 lädt die Gesellschaft zur Förderung der Druckkunst wieder zu den Leipziger Typotagen. Das Thema in diesem Jahr lautet »Druckkunst 2.0«. Fachleute aus der Druck- und Gestaltungsbranche sowie Studenten und Interessierte diskutieren dabei im Museum für Druckkunst Leipzig über aktuelle und zukünftige Entwicklungen.

Nachdem in den letzten Jahren bereits zahlreiche hochkarätige und international bekannte Typografen zu verschiedenen Themen in Leipzig gesprochen haben, ist es nun an der Zeit, die Typografie aus einem weiteren Blickwinkel heraus zu betrachten. Für eine spannende Mischung aus Diskussionen und Vorträgen sind Redner aus den Bereichen Typografie, Buchkunst, Hochschulen, Verlagswesen und Kunstdruck angefragt. Mit ihren Referaten werden sie den Trends der Branche nachgehen und einen Blick in die Zukunft der Printmedien werfen.

www.typotage.de

Polar

Bedienerkurse im 2. Halbjahr 2010

Polar bietet dieses Jahr in Hofheim Bedienerkurse für Abteilungsleiter, Vorarbeiter, Schichtführer und Maschinenpersonal an Polar Schnellschneidern und Polar Compucut an. Die Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT finden am 21. bis 22. Juni, 9. bis 10. August, 6. bis 7. September, 11. bis 12. Oktober, 15. bis 16. November und 6. bis 7. Dezember statt. Schneidkurse für Schnellschneider E/ED bietet Polar auf Anfrage an.

Die Termine der Compucut-Kurse sind vom 11. bis 12. August, 13. bis 14. Oktober und vom 8. bis 9. Dezember.

Die Teilnehmer-Anzahl pro Kurs ist auf acht Personen begrenzt. Die Kursgebühren je Teilnehmer betragen 160 € für den Bedienerkurs Polar Schnellschneider und 200 € für den Compucut-Kurs. Die Kursgebühren beinhalten Seminarunterlagen, Mittagessen sowie Pausengetränke. Nach Eingang der Anmeldung erhält man eine Bestätigung mit Rechnung. Die Zahlung wird mit Erhalt der Rechnung fällig. Preise gelten zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

www.polar-mohr.com

Fit für die Medienproduktion

GEFÖRDERTE

QUALIFIZIERUNGSMABNAHMEN

Bayerndruck – Verband Druck und Medien Bayern e. V. bringt in Kooperation mit der bbw GmbH und WeGeBAU neue Weiterbildungsmaßnahmen auf den Weg. Alle Unternehmen der Medienbranche können 2010 von den staatlichen Förderungen profitieren und die Gelegenheit nutzen, ihr Unternehmen durch top ausgebildete Mitarbeiter zukunftsfähig zu machen. Im Rahmen der Förderprogramme aus den Konjunkturpaketen II und III kann der Aufwand für Qualifizierungsmaßnahmen für die Unternehmen gesenkt werden. Im Rahmen der geförderten Weiterbildungsmaßnahmen werden im Zentrum für Druck und Medien in Ismaning die drei Qualifizierungseinheiten »Produktionsdatenerstellung«, »Druckproduktion« und »Quereinstieg in die Medienvorstufe« unterschieden. Die Broschüre »Fit für die Medienproduktion« mit allen Informationen rund um die Qualifizierungen und Termine kann man beim Zentrum für Druck und Medien bestellen.

www.zdm-bayern.de

www.vdmb.de



PrintCity-Workshop

»CO₂-BILANZ & ENERGIEEFFIZIENZ« ERFOLGREICH

Der erste Workshop der PrintCity-Allianz zum Thema CO₂-Bilanz & Energieeffizienz (Carbon Footprint & Energy Efficiency) für Teilnehmer aus der gesamten Lieferkette der Druck- und Medienindustrie am 17. Februar 2010 in München war ein voller Erfolg.

Hauptredner war Gary Marshall vom britischen Druckereikonzern Polestar, der ein Programm zur aktiven Reduzierung ihrer CO₂-Emissionen und des Energieverbrauchs aufgelegt hat.

An der Veranstaltung nahmen mehr als 30 Personen aus verschiedenen Ländern teil. Die Vorträge stammten von den PrintCity-Mitgliedsunternehmen UPM, Sun Chemical, manroland und verschiedenen Gastrednern: Benoit Moreau, Umwelt-Manager des französischen Druckverbands, James Patterson von Environ und Laurel Brunner von Verdigris / Digital Dots.

Themen waren zum Beispiel CO₂-Dynamik, CO₂-Bilanz für Druckereien und Lieferanten, Überblick über Standards beziehungsweise Richtlinien und Initiativen in verschiedenen Branchensegmenten zur Steigerung der Energieeffizienz.

Die Einführung in den Workshop übernahm PrintCity-Präsident John Dangelmaier. Für die Veranstaltung selbst zeichnete Nigel Wells vom PrintCity-Team verantwortlich.

➤ www.printcity.de

»Printing Summit«

INNOVATIVE VERÄNDERUNGEN IM ZEITUNGSDRUCK

Neben den vielbeachteten Fortschritten durch das Internet und andere digitale Nachrichtenübermittlungs Kanäle haben sich auch die traditionellen Drucktechniken weiterentwickelt. Auch wenn diese Entwicklungen häufig weniger öffentliche Aufmerksamkeit finden, sind sie für die Zukunft des Nachrichtengeschäfts von ebenso großer Bedeutung. Aus diesem Grund lädt der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) zur Konferenz »Printing Summit« ein, einer neuen Veranstaltung, bei der Herausgeber, Druckereileiter und Produktionsdirektoren zusammenkommen, um an drei Tagen bei Vorträgen und Diskussionen Erfahrungen auszutauschen und über die neuen Ideen und Taktiken zu sprechen, die von fortschrittlichen Drucktechnologien ausgehen.

Die Konferenz findet vom 13. bis zum 15. April 2010 im Konferenzzentrum der Salzburger Nachrichten statt und setzt sich aus drei eintägigen Modulen zusammen, die sämtliche Aspekte des Zeitungsdrucks abdecken: Der erste Tag widmet sich den Themen Material, Versandraum und Drucktechnologie, am zweiten Tag geht es um neue Geschäftsmodelle, Marketing und die Zukunft des Zeitungsdrucks, während am dritten Tag Nachhaltigkeitsmodelle und Umweltfragen auf dem Programm stehen.

➤ www.wan-ifra.org

Mit Fujifilm zur konformen Verpackung für Lebensmittel

FUJIFILM-ANWENDERFORUM LEBENSMITTELVERPACKUNG

Am 6. Mai 2010 dreht sich bei Fujifilm in Düsseldorf alles um konforme Verpackungen für die Lebensmittelindustrie. Zu diesem Termin lädt das Unternehmen Akzidenz- und Verpackungsdruckereien, Werbeagenturen, Markenartikler als Experten aus dem gesamten Bundesgebiet zu einem Anwenderforum Lebensmittelverpackung, in seine Zentrale nach Düsseldorf ein. Im Rahmen dieser halbtägigen Veranstaltung werden praxisnahe Wege zum konformen Druck von Verpackungen für Lebensmittel im konventionellen Druck mit Dispersionslack und UV-Druck aufgezeigt und diskutiert.

Um die gewünschte Praxisnähe sicherzustellen, hat Fujifilm im Vorfeld dieses Anwenderforums in enger Zusammenarbeit mit einer Verpackungsdruckerei eine dispersionslackierte Snack-Box entwickelt, die nach den Anforderungen der Verordnung (EG) 1935/2004 migrationsgeprüft wurde. Laut dieser Rahmenverordnung tragen Hersteller von Verpackungen für Lebensmittel die Verantwortung dafür, dass keine chemischen Substanzen aus Verpackungen in Lebensmittel eindringen – was für sie angesichts des komplexen Herstellprozesses eine enorme Herausforderung darstellt.

»Ein solches Forum muss die gesamte Lieferkette betrachten. Deshalb werden die beteiligten Branchenpartner, Fujifilm als Lackhersteller und die ausführende Druckerei die spezifischen Eigenschaften sowie das drucktechnische Zusammenspiel aller Komponenten beleuchten, die in der Herstellung von Verpackungen für Lebensmittel zum Einsatz kommen«, verspricht Jürgen Geyer, Product Manager für Pressroom Solutions bei Fujifilm Deutschland. Zudem schildert ein akkreditiertes Prüfinstitut anschaulich den Ablauf von Migrationsprüfungen. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Bericht aus der praktischen Anwendung von UV-Lacken im Bereich der Lebensmittelverpackungen. Abschließend wird eine Podiumsdiskussion sicherstellen, dass auf diesem Forum keine Frage offen bleibt.

Fujifilm wird im Rahmen seines Forums auch einen neuen migrationsarmen Hochglanzlack vorstellen, der speziell für die hohen Ansprüche an den Druck von Lebensmittelverpackungen entwickelt wurde. Zudem können die Besucher des Forums während der Kaffeepause auf Wunsch an einer Demonstration teilnehmen, wie das großformatige Inkjetdrucksystem Acuity Advance HD 2545 die kreative Phase des Verpackungs-Designs sowie die kostengünstige Herstellung kleinerer Musterauflagen auf Originalmaterialien unterstützen kann.

➤ www.fujifilm.de



KURZ & KNAPP & BÜNDIG

Die Zellcheming-Hauptversammlung und Expo als die wichtigste jährliche Veranstaltung der Zellstoff- und Papierindustrie in Europa findet vom 29. Juni bis 1. Juli 2010 in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden statt. Die technisch-wissenschaftlichen Vorträge auf der 105. Zellcheming-Hauptversammlung bieten eine einzigartige Plattform für Weiterbildung, Networking und Erfahrungsaustausch. • Die 3M Scotchprint Graphics Akademie hat sich in den letzten Jahren zu einer gefragten Weiterbildungsplattform für Profis und Anfänger aus allen Bereichen der Außenwerbung entwickelt. Die praxisorientierten Seminare werden kontinuierlich ergänzt und den Anforderungen des Marktes angepasst. Das Trainingsprogramm ist ab sofort abrufbar unter www.scotchcal.de. •

Hubertus Wesseler GmbH – Experten treffen Könnern

WESSELER HAUSMESSE 2010 PRÄSENTIERT KOMPETENZ-KREIS

Für Reiner Calmund gehörte es in seiner aktiven Zeit als Fußball-Manager zu den Hauptaufgaben zu erkennen, wann außergewöhnliche Leistungen unter ihrem tatsächlichen Wert angeboten werden, um dann im richtigen Augenblick den Zuschlag zu bekommen. Er ist einer der Teilnehmer der Podiumsdiskussion und des Kompetenz-Kreises der Hubertus Wesseler GmbH, dem Full-Service-Anbieter rund um den Offset- und Digitaldruck. Im Rahmen der Hausmesse am 4. und 5. Mai 2010 wird das Thema der Diskussionsrunde unter anderem sein, warum Produkte, die nur auf Basis einer anspruchsvollen Ausbildung und anschließender, jahrelanger Erfahrung erstellt werden können, immer mehr unter Preisdruck geraten. Es geht um die »Schwarze Kunst« des grafischen Gewerbes. »Wenn Qualität nur noch zur Preisfrage wird, dann werden Gautschbriefe zu Altpapier«, stellt Dirk Teuber, Geschäftsführer der Hubertus Wesseler GmbH, als provokante These in den Raum. »Wenn man sich einmal ansieht, welche Könnern sich in Sachen Printmedien



Impressionen Wesseler Hausmesse 2009

in unserem Kundenkreis befinden und deren Know-how zum Teil deutlich unter Preis verkauft wird, kann man schon nachdenklich werden«, so Dirk Teuber.

Die Experten, auf die diese Könnern als Gäste des Kompetenz-Kreises treffen werden, haben es in sich. Mit in der Runde ist zum Beispiel auch Burkhard Weller, Präsident des Toyota-Händlerverbandes und größter Toyota- und BMW/Mini-Händler Deutschlands. Die Weller-Gruppe strebt einen Umsatz von 1 Mrd. € an. Mit Daniela A. Ben Said nimmt eine erfolgreiche Management-Trainerin an dem Gespräch teil, die 2008 mit dem »Coaching-Award« ausgezeichnet wurde. Komplettiert wird die Runde durch den Print-Business-Consultant Michael Apenberg, den Chefredakteur des »Uhrenmagazins«, Thomas Wanka, und den Philosophen Dr. habil. Klaus-Jürgen Grün. Als Moderator konnte die Wesseler GmbH Bernd Zipper von der Zipcon Consulting GmbH gewinnen, der Erfahrung rund um Themen der Druckindustrie mitbringt.

Das technologische Thema der Hausmesse sind die Synergie-Effekte aus Offset- und Digitaldruck. Mit der Ricoh Pro C900 wird eine leistungsstarke Lösung für die hochflexible, digitale Produktion vorgestellt. Als Multifunktionsgerät im professionellen Einsatz kann die Oki ES3640 XF PRO ausprobiert werden. Den Bogen zum Offsetdruck schlägt der Themenbereich zur prozesslosen Plattentechnologie. Eine Reihe von Premiumpartnern der Wesseler GmbH zeigen darüber hinaus ihr Angebot an Verbrauchsmaterialien, Farbe, Toner, Papier und nützlichen Ergänzungsgeräten für den Offset-Druck.

➤ www.wesseler.com

WEITERBILDUNG 2010 BY EUROMEDIA

Workshop/Seminare	Termin	Preis
ColorManagement	18. - 19. 11.	290,- €
Profi KFZ-Teilbeklebung	09. 06.	290,- €
	15. 09.	290,- €
	24. 11.	290,- €
Profi KFZ-Vollverklebung	10. - 11. 06.	690,- €
	16. - 17. 09.	690,- €
	25. - 26. 11.	690,- €
Spannen & Befestigen	14. 06.	119,- €
	09. 09.	119,- €
	15. 11.	119,- €
Displays	15. 06.	119,- €
	10. 09.	119,- €
	16. 11.	119,- €
LFP Akademie	29. 09. - 01. 10.	990,- €

Die Seminarbroschüre: ➤ www.euromedia.eu.com

digi:media 2011

FACHMESSE FÜR COMMERCIAL PUBLISHING & DIGITAL PRINTING

Unter dem Motto »Content trifft Technik trifft Business« geht vom 7. bis 9. April 2011 die digi:media in Düsseldorf an den Start. Die neue Fachmesse für commercial publishing & digital printing ist als Plattform für printbasierte, vernetzte Kommunikation konzipiert und zeigt alle Segmente der Wertschöpfungskette.

»Die Informationstechnologie – und in ihrer Folge die Digitaldruck-technologie – hat vollkommen neue Produkte und Anwendungen entstehen lassen und dadurch neue Kundengruppen für die Printkommunikation erschlossen. Mehr noch: Digitaldruck vereint digitale Kommunikation, Online-Marketing und CRM in einem. Diesen Markt wollen wir mit der digi:media abdecken, ihm eine starke Messe-Plattform bieten«, erläutert Director Manuel Mataré die Gründe der Messe Düsseldorf, diese neue Fachmesse zu starten.

➤ www.digimedia.de

Zeitung Online

WEGWEISENDE STRATEGIEN UND NEUE TECHNOLOGIEN

Angeichts der immensen Umwälzungen in der Medienlandschaft stellt sich für Zeitungsverlage immer dringender die Frage, welche Digitalstrategien zukünftig erfolgversprechend sein werden. Im 10. Jubiläumsjahr bietet »Zeitung Online« am 8. bis 9. Juni 2010 in Düsseldorf erneut vielfältige Anregungen rund um das digitale Geschäft der Verlage. Im Fokus der Veranstaltung stehen wegweisende Strategien, neue Technologien und erfolgreiche Projekte. Zur Themenauswahl gehören Paid Content, Online-Vermarktung, hyperlokale Strategien, e-Publishing und Social Media.

➤ www.ifra.com/zeitungonline



print fair 10 in Wien

BRACHENMARKTPLATZ DER GRAFISCHEN INDUSTRIE

Nach der erfolgreichen Premiere im Jahr 2009 öffnet die Abteilung Druck- und Medientechnik der Graphischen (Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt) und der Verein Druck & Medien am 21. und 22. April 2010 gemeinsam mit dem Kooperationspartner Verband Druck & Medientechnik erneut die Räume der Graphischen für die »print fair 10«, dem Branchenmarktplatz der grafischen In-



dustrie. Schon an der ersten print fair im Jahr 2009 beteiligten sich über 50 Zulieferbetriebe der grafischen Industrie. Dabei wurden neue Produkte und Technologien aus den Bereichen Vorstufe/Grafik, Druck, Weiterverarbeitung, Veredelung, Material und Organisation gezeigt. Zukünftig soll dieser Branchenmarktplatz übrigens jedes Jahr an der Graphischen stattfinden. In der besonderen Atmosphäre dieser professionellen, berufsbildenden höheren Schule wird Horizon den Besuchern aktuelle, vollautomatische Maschinen aus den Bereichen Broschürenfertigen, Falzen, Schneiden und Klebebinden präsentieren.

➤ www.horizon.de

➤ <http://printfair.graphische.net>

f:mp.-Seminar

»ALLES WAS RECHT IST« GEHT IN DIE 2. RUNDE

Jeder, der sich in seinem Berufsalltag mit der Produktion von Print-, Online- oder digitalen Medien auseinandersetzt, wird regelmäßig mit rechtlichen Erfordernissen 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 Rechtsanwalt Horst-Michael Ellmer beantwortet gerne auch Fragen zu Problemstellungen aus dem Berufsalltag.

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 Seminarunterlagen auch Verpflegung enthalten. Veranstaltungsbeginn ist jeweils um 9.00 Uhr.

➤ www.f-mp.de/seminare

FOGRA-VERANSTALTUNGEN 2010

Termin Symposien

17. - 18. 06. Digitaldruck trifft Offset

16. - 17. 11. Anwenderforum UV-Druck

Schulungen

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 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

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

PDFX-ready

Pannenfremde Druckproduktion:
www.pdfx-ready.ch



Achilles Gruppe

KREATIV-WORKSHOP-REIHE GESTARTET

Seit Jahren erfreuen sich die Workshops der Achilles Gruppe zu neuen Veredelungs- und Präsentationsmöglichkeiten großer Beliebtheit. Nach dem Erfolg im letzten Jahr hat sich der führende Papierveredler in Deutschland und Anbieter individueller Präsentationsprodukte dazu entschlossen, diese Form der direkten und kostenlosen Kundeninformation in Form von Kreativ-Workshops 2010 weiter zu intensivieren. Der Start der neuen Reihe fand am 19. März 2010 bei der Achilles Papierveredelung in Leipzig statt. Weitere Veranstaltungen folgen in unregelmäßigen Abständen im Laufe des Jahres in Stuttgart (16. April), Frankfurt (23. April), Köln (7. Mai), Hamburg (28. Mai), Berlin (3. September), Celle (10. September), Bielefeld (24. September) und Marktschwaben (24. September). Veranstaltungsorte werden entweder einer der 13 Standorte der Achilles Gruppe in Deutschland oder ein entsprechendes Hotel vor Ort sein.

»Ob kreativer Kopf aus einer Agentur, aus einer Druckerei oder aus einem Industrieunternehmen – Interessenten werden auf unseren Kreativ-Workshops erfahrene Experten vor Ort treffen und können sich davon überzeugen, dass kreative und anspruchsvolle Lösungen für Printprodukte wirtschaftlich sinnvoll und mit dem richtigen Partner auch reibungslos umzusetzen sind«, erklärt Torsten Riedel, Leiter Marketing und Kommunikation der Achilles Gruppe. Lösungen namhafter Kunden aus der Welt der Markenartikel werden zudem als Ideengeber vor Ort vorgestellt. Die Anmeldung für einen der Workshops erfolgt über die Homepage der Achilles Gruppe.

➤ www.achilles.de/anmeldung

Verständigung als Chance

DIE F.MP.-MEDIATION SETZT POTENZIALE FREI

Unter dem Motto »Verständigung als Chance« bietet der Fachverband Medienproduktions e. V. in Zusammenarbeit mit Rechtsanwälte Ellmer & Bengsch-Ellmer sowie IPM (Institut für PrintProcessManagement) als neue Dienstleistung die f.mp.-Mediation an.

Reklamationen in der grafischen Industrie haben von den tatsächlichen Fehlleistungskosten bis hin zum Verlust wertvoller Kundenbeziehungen weitreichende Konsequenzen. Mühen Reklamationen sogar in einer gerichtlichen Auseinandersetzung, sind die Folgen nicht nur für Dienstleister, sondern auch für Auftraggeber und Medienproduktions gravierend. Dabei ließen sich Reklamationen bereits im Vorfeld vermeiden, wenn die Kommunikation zwischen den Medienschaffenden und ihren Kunden optimiert würde. Wenn dies nicht gelingt, bietet die Mediation einen Weg, konstruktiv mit den Ergebnissen umzugehen. Ein neutraler Mediator unterstützt die Beteiligten dabei, eine an den jeweiligen individuellen Interessen orientierte Lösung zu finden. Dadurch fällt es leicht, den gegenseitigen Standpunkt zu verstehen. Mediator und Rechtsanwalt Horst-Michael Ellmer: »Im Gespräch entstehen oft Lösungen, die vorher nicht offensichtlich waren. Die Mediation bietet somit auch die Möglichkeit, neue Perspektiven zu gewinnen.« So wächst aus dem Konflikt eine Chance. »Die f.mp.-Mediation eröffnet grafischen Betrieben, Auftraggebern und Medienproduktions die Möglichkeit, Zeit und Kosten zu sparen und Leistungen zu optimieren«, erklärt Michael Müller, Geschäftsführer der IPM Müller und Resing GmbH. ➤ <http://www.f-m-p.de/content/expertenteams/recht/>

IRD-VERANSTALTUNGEN 2010

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

Seminare

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

TERMINE DER TYPOGRAPHISCHE GESELLSCHAFT MÜNCHEN 2010

Termin	Workshop	Ort
23. - 25. 04.	»Einbänderotik und Inhaltslust«	München
Seminar		
10. - 11. 04.	»InDesign für Fortgeschrittene«	München
24. - 25. 04.	»Druckproduktion heute«	Ismaning

Weitere Informationen: ➤ www.tgm-online.de

INC ACADEMY SCHULUNGEN IM MÄRZ/APRIL 2010

Termin	Ort
13. 04. Druckerzeugnisse für den Lebensmittelbereich	Lachen (CH)
14. 04. Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Dortmund
26. - 27. 04. Prozesskontrolle im Offsetdruck	Celle
28. 04. Feuchtung und -mittel / Alkoholreduziert Drucken	Celle

Weitere Informationen: ➤ www.inkacademy.com



Berberich Akademie

FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNGSPROGRAMM GESTARTET

Die Carl Berberich GmbH investiert in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. Dazu hat der Heilbronner Papiergroßhändler die Berberich Akademie als Personalentwicklungsinstrument gegründet.

Die Berberich Akademie soll sich in den nächsten Jahren Schritt für Schritt dahin entwickeln, dass alle Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen unter dem Dach der Akademie organisiert und durchgeführt werden. Die Idee dahinter ist, Bildungsaktivitäten zu vereinen, enger zusammenzuarbeiten und Bereiche weiter zu vernetzen. Die Berberich Akademie startete vor kurzem mit dem Mitarbeiterentwicklungsprogramm »Führungskräfteentwicklung«. Für dieses hatten sich 40 Mitarbeiter des Unternehmens beworben. Aus dem Bewerberkreis wurden acht Mitarbeiter ausgewählt, die seit November letzten Jahres ein zwölfmonatiges Programm durchlaufen, das in insgesamt neun Module unterteilt ist.

»Wir werden auf der fachlichen wie auf der persönlichen Entwicklungsebene mit den höchsten Maßstäben unsere Programme spezifisch nach den Bedürfnissen der Unterneh-



mensbereiche Berberich Papier und Berberich Systems entwickeln«, erklärt Geschäftsführer Robert Konzack.

Als nächsten Baustein der Akademie ist für 2011 bereits eine Nachwuchsführungskräfteentwicklung konzipiert.

➤ www.berberich.de

Media Mundo

ZWEITER KONGRESS FÜR NACHHALTIGE MEDIENPRODUKTION

Im Rahmen der postprint berlin veranstaltet der Fachverband Medienproduktioner (f:mp.) am 5. und 6.

Mai in Kooperation mit der Messe Berlin, ClimatePartner und zahlreichen Partnern aus der Industrie den »2. Media Mundo – Kongress für nachhaltige Medienproduktion« auf dem Messegelände Berlin.

Die Themen »Nachhaltige Medienproduktion«, »Klimaschutz in der grafischen Industrie« und »Klimafreundliche Drucksachen« bedürfen sowohl in der Kommunikationsindustrie als auch bei Kunden und Auftraggebern einer umfassenden Aufklärung. Zudem wird im Rahmen des Kongresses neben der politischen und wirtschaftlichen Bedeutung der nachhaltigen Medienproduktion auch die Frage beleuchtet, was die Auftraggeber der Drucksachen von Agenturen und Druckereien erwarten. In diesem Zusammenhang werden Strategien vorgestellt, durch die die nachhaltige Medienproduktion zum Innovationsmotor der grafischen Industrie avancieren kann. Auch auf der Agenda stehen der geschickte Umgang mit Energie und die Betrachtung des Bedruckstoffs als Einflussfaktor.

Die Teilnahme kostet 550 €. Darin enthalten sind eine Dauerkarte für die postprint berlin sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung des ersten Kongresstages.

Verbandsmitglieder des AGD, BDG, CTVA, FCP, IRD, VSD sowie IPR zahlen eine verminderte Teilnahmegebühr von 450 €. Mitglieder des f:mp. und ClimatePartner-Druckereien zahlen 320 €.

➤ www.mediamundo.biz

➤ www.f-mp.de

HEIDELBERGER PRINT MEDIA ACADEMY SEMINARE 2010

Termin	Seminar	Preis
19. - 20. 04.	Print Manager: Unternehmensplan für Druckereien	450,- €
22. 04.	Professionelles Marketing für Druckereien	450,- €
27. 04.	Erfolgreich am Telefon akquirieren	450,- €
28. - 29. 04.	Druckfreigabe: Druckqualität fachkundig beurteilen	850,- €
05. 05.	Medienneutraler PDF-Workflow	450,- €
06. 05.	Effizienter Einsatz von PDF in der Druckproduktion	450,- €
06. 05.	Druckdienstleistungen professionell einkaufen	450,- €
08. 06.	Web-to-Print für Auftraggeber	450,- €
09. 06.	Anforderungen Vorstufe Verpackungsdruck	450,- €
09. 06.	Kompetent über Print-Design sprechen	450,- €
10. - 11. 06.	Vorstufen-Know-how einfach erklärt	800,- €
15. 06.	PDF/X-4 Problemlösung und neue Möglichkeiten	450,- €
15. - 18. 06.	Print Buyer University (englisch)	1.550,- €
29. 06.	Die Welt der Printmedien	400,- €
05. - 06. 07.	Basiswissen zur Printproduktion: Die Druckvorstufe	k. A.
07. - 08. 07.	Basiswissen zur Printproduktion: Der Offsetdruck	k. A.
09. 07.	Die Weiterverarbeitung zum Endprodukt	k. A.
05. - 06. 10.	Vorstufen-Know-how einfach erklärt	800,- €
20. 10.	Medienneutraler PDF-Workflow	450,- €
21. 10.	Effizienter Einsatz von PDF in der Druckproduktion	450,- €
29. 10.	PDF/X-4 Problemlösung und neue Möglichkeiten	450,- €
27. - 28. 10.	Druckfreigabe: Druckqualität fachkundig beurteilen	850,- €
02. 11.	Kompetent über Print-Design sprechen	450,- €
04. 11.	Basiswissen: Die Welt der Printmedien	400,- €
04. 11.	Web-to-Print für Auftraggeber	450,- €
05. 11.	Einstieg in die Web-to-Print-Produktion	450,- €
16. 11.	ProzessStandard Offsetdruck / ISO 12647	450,- €
23. 11.	Druckdienstleistungen professionell einkaufen	450,- €
30. 11.	Grundlagen des Farbmanagements	400,- €
07. 12.	Anforderungen Vorstufe Verpackungsdruck	450,- €

Preise zzgl. MwSt.

Weitere Informationen: ➤ www.print-media-academy.com