

DRUCK MARKT

3. Mai 2010

impressions 18

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



worldwide published



Umweltorientierte Produktion: Intelligent drucken

Monatlich!

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



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Ökologie: Erhöhte Umwelteffizienz
Print: Intelligent drucken
Digitaldruck: Mehr als Farbe bieten
Print & Finishing: Produktivität und Flexibilität
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.



Quark



»Mach keine Fehler, dann sparst Du am meisten«

Inhalt:

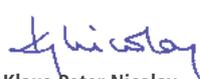
	Markt & Zahlen
04	Lesen macht glücklich
06	Nachrichten
06	Heidelberg spürt Verbesserung
07	Preisentwicklung in der Papierindustrie: Papier Union informiert umfassend
08	EWA: Absage an Panik-Studien und EU-Kommission
	Ökologie
10	Papierindustrie erhöht Umwelteffizienz
12	Wie bitte? Klimaneutrale Agentur?
14	Umweltorientierte Produktion
16	Intelligent drucken
20	Nachrichten
21	In der Wärme liegt die Kraft
	Papier
22	Bildband in Premiumqualität
24	Nachrichten
	Print & Finishing
28	Produktivität und Flexibilität
30	LFP für Formel-1-Kampagne
32	Nachrichten
36	Xerox verstärkt Farbdruck mit Inkjet-System
38	Mehr als Farbe bieten
	Termine, Bildung & Events
40	Verdienste wurden gewürdigt
42	Terminankündigungen, Nachrichten
50	Impressum

Die Druckindustrie zählt zu den Industriezweigen, die schon zu einem relativ frühen Zeitpunkt mit weit reichenden Umweltmaßnahmen aktiv geworden ist. Umweltfreundlichere Papiere und die Verwendung von Holz aus nachwachsenden Beständen sind vielfach zum Standard geworden. Und auch klimaneutrales Drucken wird nicht mehr nur diskutiert, sondern ist in zahlreichen Druckereien längst realisiert. Dazu kommen erhebliche Anstrengungen bei der Energieeffizienz vor allem bei baulichen Maßnahmen und bei Maschineninstallationen.

Und dennoch hört man gelegentlich, aufgrund der wirtschaftlichen Situation »in Zeiten der Krise« gerate der Umweltgedanke und mit ihm entsprechende nachhaltige Projekte in den Hintergrund. Da wird davon gesprochen, man habe derzeit nicht das Geld für entsprechende Maßnahmen. Dabei zwingen schon die steigenden Energiekosten Unternehmen aller Branchen, ihre Prozesse zu optimieren. Durch eine kontinuierliche Verbesserung der Energienutzung sollte eine Abnahme des Energieverbrauchs für jeden Betrieb unternehmerisches Ziel sein. Zudem ist es nicht allein die Anlaufmakulatur, die ökonomisch und ökologisch unsinnig ist. Es sind die vergeudeten Ressourcen, die vermeidbaren Fehler und die leichtsinnig verursachten unnötigen Arbeiten, die die Öko-Bilanz einer Drucksache verhaseln können. »Mach keine Fehler, dann sparst Du am meisten«, so der Tipp des Schweizer Unternehmers Erwin Oberhänsli, der sich seit Jahren mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt. Denn Umweltmanagement und nachhaltiges Engagement – so seine Erfahrung – trägt zur Wertschöpfung bei: keineswegs nur durch Anerkennung bei den Kunden, sondern auch durch effiziente und strukturierte Prozesse.

Genau dies lässt sich seit einiger Zeit im Markt beobachten. Immer mehr Unternehmen unserer Branche setzen auf Ökologie und nachhaltige Projekte. In dieser Ausgabe stellen wir einige von ihnen vor – nicht nur Druckereien, selbst Werbeagenturen nehmen ihre Mitverantwortung gegenüber der Umwelt wahr.

Ihr


Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt





Wie motivieren Vorbilder zum Lesen?

Angaben in Prozent	7-11 Jahre	11-15 Jahre
Praktische Vorlesetipps geben	55	56
Selbst Texte zum Lesen schreiben	52	47
Selbst viel lesen	48	47
Die wichtige Bedeutung von Lesen erklären	62	48

Lesen macht glücklich

Aktuelle Umfragen und Zahlen:
UNGEBROCHENES INTERESSE AM MEDIUM BUCH

Eine aktuelle Analyse des GfK Panel Services zeigt: Die Begeisterung für das Buch ist weiterhin riesig, Tendenz steigend. Buchstaben und Bücher bereichern unser Leben von klein auf. Laut GfK erwarben 2009 etwa 36 Millionen deutsche Privatpersonen insgesamt 400 Millionen Bücher. Sowohl die Anzahl verkaufter Exemplare als auch die Summe der Buchkäufer wuchs um 2% gegenüber dem Vorjahr. Knapp 4 Mrd. € gaben sie für Bücher aus, rund 3% mehr als 2008. Gute Nachrichten für die Druck- und Verlagsbranche.

Wer als Kind viel liest, hat mehr Chancen in Schule und Beruf und entwickelt bessere kognitive und soziale Kompetenzen. Das sagen führende Neurologen und eine Studie der britischen Stiftung für Leseförderung National Literacy Trust (NLT). Junge Menschen, die viel lesen, glauben, dass Glück und Gesundheit ein erfülltes Leben ausmachen. 83% der befragten britischen sieben- bis 15-jährigen sind sich sicher, dass Lesen dabei hilft. Lesen macht



Auch Zeitungen sind für den Nachwuchs spannend!
(Foto: Tony Kenney)

also glücklich, und auch Spaß sagen 72%. Eine interessante Botschaft, da viele junge Menschen mittlerweile gerne am Bildschirm lesen. Die Bücherlust der deutschen Kinder und Jugendlichen ist in den letzten Jahren trotzdem unvermindert. Erfolgstitel wie Harry Potter oder die Bis(s)-Reihe von Stephenie Meyer sorgen weiterhin für reges Interesse am Medium Buch: Die Buchkäufe der zehn- bis 19- und der 20- bis 29-jährigen sind im Lauf der letzten fünf Jahre konstant geblieben. Je früher Kinder mit Büchern in Kontakt kommen, desto besser. Laut NLT-Studie sind Familie und Eltern die wichtigsten Vorbilder, wenn es



ums Lesen geht. Auch Kampagnen mit Prominenten haben positiven Einfluss auf die Leseaktivität junger Menschen. Der britische Verband Booktrust schickt Familien vor und nach der Geburt eines Kindes ein Bücherpaket mit einer Einladung in die städtische Bibliothek. In Deutschland hat sich die Stiftung Lesen 2008 dem britischen Vorbild angeschlossen. Im Verbund mit Verlagen, Sozialverbänden und Partnern aus der Druck- und Papierbranche – so auch manroland – kam das Projekt »Lesestart – die Lese-Initiative für Deutschland« zustande. Die Erkenntnisse aus den verschiedenen Projekten sind ermutigend. Sie belegen, dass Eltern die Initiativen als überaus hilfreich empfanden. Und 30% der Erziehungsberechtigten wurden stark zum Vorlesen animiert.

► www.manroland.com



Einig über Verkauf?

NEUER EIGENTÜMER FÜR PUNCH GRAPHIX?

Punch Graphix, Muttergesellschaft von Xeikon und Basys Print, erhält voraussichtlich einen neuen Mehrheitseigentümer. NPM Capital, Amsterdam, und Punch International im belgischen Ypern sollen sich über einen Verkauf der 66% der Anteile, die Punch International an Punch Graphix hält, geeinigt haben.

Nipson

NEUE GESELLSCHAFTER ÜBERNEHMEN

Creacorp, die seit 2008 Nipson reorganisiert, hat ihre Anteile an Loic Dufeil und Guillaume Dumarey, Marketing und Sales Direktor von Nipson SAS, verkauft. Ghislain Segard bleibt Präsident. Nach einem schwierigen Jahr 2009, zeige das 1. Quartal 2010 ermutigende Zeichen der Erholung für den in Frankreich ansässigen Hersteller.

Konica Minolta

REORGANISATION DER GESCHÄFTSSTRUKTUREN

Mit neuen Direct Sales- sowie Service- und Supportstrukturen hat die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH im April 2010 die Weichen für ein zukunftsgerichtetes Projekt- und Lösungsgeschäft gestellt. Es wurden fünf neue Vertriebskanäle geschaffen, die sich nach Branchen und Unternehmensgrößen orientieren.

Herma

SELBSTKLEBESPEZIALIST MIT SCHWARZEN ZAHLEN

HERMA hat auch 2009 schwarze Zahlen geschrieben. Der Umsatz in der Gruppe sank zwar wie erwartet um 2,4% auf 197,8 Mio. € (im Vorjahr: 202,8 Mio. €). Dank Optimierungen in Fertigung, Organisation und Logistik blieb das Ergebnis der operativen Geschäftstätigkeit jedoch auf Vorjahresniveau.

Heidelberg spürt Verbesserung

HOHER VERLUST IM ABGELAUFENEN GESCHÄFTSJAHR, GEWINN IM VIERTEN QUARTAL

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im Geschäftsjahr 2009/10 (1. April 2009 bis 31. März 2010) wie erwartet einen weiteren Rückgang bei Umsatz und Ergebnis verzeichnet. Die Prognose vom Oktober 2009 hat sich damit bestätigt.

Nach den vorläufigen Zahlen lag der Auftragseingang mit 2,371 Mrd. € unterhalb des Vorjahreswertes von 2,906 Mrd. €, zeigte aber in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres einen Aufwärtstrend, meldet das Unternehmen. Der Heidelberg-Umsatz hat sich von knapp 3 Mrd. € auf 2,306 Mrd. € verringert. Die Einsparungen aus dem Maßnahmenpaket zur Kostensenkung hätten das Ergebnis im zweiten Halbjahr entlastet und fehlende Deckungsbeiträge in weiten Teilen ausgeglichen. Das vorläufige Ergebnis lag zum Geschäftsjahresende bei -130 Mio. € (Vorjahr: -49 Mio. €). Insgesamt fielen Sondereinflüsse für Restrukturierungsmaßnahmen in Höhe von 28 Mio. € an.



»Die Heidelberg Gruppe konnte in einem schwierigen Marktumfeld im Geschäftsjahr 2009/10 ihre Marktstellung behaupten und in einigen Segmenten ausbauen. In der zweiten Jahreshälfte war eine Aufwärtstendenz zu erkennen, die durch das traditionell starke vierte Quartal geprägt war. Zielsetzung unserer weiteren Maßnahmen ist es nun, bei stabiler Konjunktorentwicklung im nächsten Geschäftsjahr ein ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen und mittelfristig positive Wertbeiträge in allen Geschäftsfeldern zu erzielen«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens.



Im vierten Quartal (1. Januar bis 31. März 2010) hat sich der vorher bereits abzeichnende Aufwärtstrend fortgesetzt; der Umsatz wurde im Vergleich zum Vorquartal um rund 24% gesteigert und brachte erstmals seit Beginn der Krise wieder ein positives operatives Ergebnis. Der Auftragseingang im 4. Quartal von rund 680 Mio. € unterstreiche die Stabilisierung des Geschäftsvolumens, so Dirk Kaliebe, Finanzvorstand des Unternehmens.

Der vorläufige Auftragseingang im 4. Quartal lag mit 678 Mio. € über dem des Vorquartals (609 Mio. €) und deutlich über dem Wert des Vergleichs quartals im Vorjahr (474 Mio. €), der Umsatz stieg auf 715 Mio. € (Vorquartal: 578 Mio. €). Das operative Ergebnis ohne Sondereinflüsse verbesserte sich auf plus 11 Mio. € nach -13 Mio. € im dritten Quartal. Allein im 4. Quartal betragen die Sondereinflüsse 48 Mio. Euro.

Die Mitarbeiterzahl ist im vierten Quartal 2009/10 um weitere 1.524 Personen zurückgegangen: Zum 31. März 2010 waren damit weltweit 16.496 Mitarbeiter bei der Heidelberg Gruppe beschäftigt (Vorjahr: 18.926 Mitarbeiter).

➤ www.heidelberg.com

Cewe Color

KONZERN ERREICHT SEINE ZIELE

Die Cewe Color Holding hat nach dem Ausbau des Digitalgeschäfts und dem Abschluss der Restrukturierung alle Erwartungen im Geschäftsjahr 2009 übertroffen. Erfolgreichstes Produkt ist weiterhin das Fotobuch.

Nach Angaben des Unternehmens stieg das Ergebnis vor Steuern 2009 um 57% auf 16,8 Mio. €. Auch für 2010 peilt das Unternehmen einen kräftigen Ertragszuwachs an.

Wesentlich zum Erfolg trug das Rekordergebnis im 4. Quartal 2009 bei. Zu verdanken sei dies in erster Linie den hohen Umsätzen im Bereich Fotokalender, Grußkarten, Geschenkartikel und hochwertige Wanddekorationen. Erfolgreichstes Produkt ist weiterhin das Cewe-Fotobuch, das nach Angaben des Unternehmens als führende Fotobuchmarke in Europa seine Position erneut behauptete.

CeWe geht auch für 2010 davon aus, dass sich das Unternehmen deutlich besser als der gesamtwirtschaftliche Trend entwickelt. Nach einem Umsatz von 410 Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr rechnet das Management mit einem Anstieg auf 420 bis 430 Mio. €.

➤ www.cewecolor.de



Fujifilm Europe NEUER GESCHÄFTSFÜHRER IM AMT

Seit 1. April 2010 leitet Junji Okada die Geschäfte von Fujifilm Europe und tritt damit die Nachfolge von Shigehiro Nakajima an, der eine neue Position in der Hauptverwaltung in Tokio übernimmt. Okada übernimmt von seinem Vorgänger alle Funktionen und Verantwortungsbereiche: er wird Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf, sowie Geschäftsführer der Fujifilm Europe B.V. in Tilburg. Okada erwarb Universitätsabschlüsse in Japan und USA und kam 1979 zu Fujifilm. Zuletzt war er Senior Vice President Corporate Division bei Fujifilm Europe mit Verantwortung für alle Corporate Funktionen wie die Ressorts Personal, Finanzen, Planung und Recht.

»Wir bauen unsere Organisation in Europa weiter aus, entwickeln die Fujifilm-Gruppe weiter zu einem führenden Unternehmen in vielen Bereichen und erweitern unsere strategischen Wachstumsbereiche in der Druck- und Medienindustrie, bei medizinischen Systemen, Life Science und fördern auch weiterhin den Imaging Sektor«, sagt Okada.

► www.fujifilm.de



Papier Union informiert Kunden umfassend

PREISENTWICKLUNG IN DER PAPIERINDUSTRIE DURCH EINE REIHE AN NEGATIVEREIGNISSEN VERURSACHT

»Schlimmer hätte das letzte halbe Jahr für die Papierbranche kaum sein können«, schreibt die Papier Union in einem Informationsbrief auf ihrer Internet-Präsenz. Kaum ein Thema hätte die Gemüter in der Branche in den letzten Wochen so sehr erregt, wie die Preiserhöhungen der Papierindustrie und des Papiergroßhandels. »Um die Diskussion zu versachlichen und unseren Kunden Argumente für ihre eigenen Kunden an die Hand zu geben, informieren wir ausführlich über die Hintergründe der aktuellen Preisentwicklung«, so das Unternehmen. Die Ausführungen der Papier Union sind interessant genug, auch bei unserer Berichterstattung Platz zu finden. Hier die leicht redigierte Information:

Zellstoff wird, wie Rohöl, in Dollar gehandelt. Zwischen Dezember und Anfang April verlor der Euro gegenüber dem Dollar fast 15% an Wert. Auch Spekulationsgeschäfte an der finnischen Zellstoffbörse Foex führten zu einer weiteren Verteuerung des Zellstoffs, dessen Preis sich zwischen Mitte 2009 und Anfang 2010 praktisch verdoppelte. In der Folge kam es zu Anhebungen der Abgabepreise durch die Papierhersteller. Der Aufwärtstrend für die Zellstoffpreise hält an, da weitere Negativfaktoren die Situation verschärfen.

Ende Februar erschütterte ein Erdbeben der Stärke 8,8 Chile und zerstörte oder beschädigte Zellstoffwerke mit einer Kapazität von rund 4 Millionen Tonnen. Damit entfällt etwa 8% der Weltproduktion des wichtigsten Rohstoffs der Papierindustrie. Fehlende Energieversorgung und die zusammengebrochene Logistik des Landes lassen ver-



muten, dass viele chilenische Werke auf längere Zeit ausfallen werden. Etwa die Hälfte des in Deutschland gehandelten Papiers stammt aus Skandinavien. Zwischen dem 4. und 20. März streikten in Finnland etwa 3.000 Hafentarbeiter und legten praktisch alle Häfen des Landes lahm. Es kam kein Papier aus dem Land und eine Reihe von Papierfabriken mussten vorübergehend ihre Produktion einstellen.

Während sich die verfügbare Papiermenge verknappte, entwickelte sich die Nachfrage in Osteuropa und in den überseeischen Märkten

nach oben. Dies führte teilweise zu sehr langen Lieferzeiten, vereinzelt sogar Lieferengpässen – auch in Deutschland, wo die Nachfrage in den beiden ersten Monaten dieses Jahres eher gering war und erst seit März Zeichen einer Belebung zeigt. Die Folgen: Im März und April 2010 haben die Papierhersteller umfangreiche Preiskorrekturen durchge-

setzt. Weitere Anhebungen werden im Mai und Juni folgen. Diese Entwicklung trifft den Papiergroßhandel in einer Situation, in der die Margen im Lagergeschäft ein historisches Tief erreicht haben. Der Großhandel hat gegenwärtig keine andere Möglichkeit, als die erhöhten und sich weiter erhöhenden Einkaufspreise in vollem Umfang weiterzugeben.

► www.papierunion.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Synopsis New Technology, Distributor von Highend Farbmanagement sowie Softproof- und Unternehmenslösungen aus Karlsbad, und die **basICColor GmbH**, Softwarehersteller von Colormanagementlösungen aus Penzberg, haben eine vertriebliche und strategische Partnerschaft bekannt gegeben. • **manroland** Finland Oy feierte im Februar ihren 20. Geburtstag. • Mit Canon Business Centern (CBC) in Köln und Koblenz hat **Canon** gleich zwei neue Verkaufsbüros gegründet und damit die Zahl seiner Direktvertriebsstandorte im B2B auf insgesamt 14 erhöht. • **Chesapeake**, Anbieter von Verpackungen für Konsumgüter, baut mit dem Abschluss der Verhandlungen zum Kauf des polnischen Etiketten- und Verpackungshersteller **Cezar S.A.** sein weltweites Netzwerk aus. • Mit dem Magazin CITYBOXX wagt das Berliner Druckzentrum **Laserline** den Sprung ins Verlagsgeschäft. •



Rollenoffset-Konferenz der European Web Association

ABSAGE AN PANIKSTUDIEN UND KLARES VOTUM GEGEN VORLAGE DER EU-KOMMISSION

Zur Frühjahrskonferenz der European Web Association (EWA) trafen sich Geschäftsführer, Inhaber und Vorstände der in der EWA organisierten Rollenoffsetbetriebe am 18. und 19. März in Hamburg. Die EWA ist die größte privatwirtschaftliche Organisation des Rollenoffsets im deutschsprachigen Raum und wurde 1998 von Unternehmensberater Michael Dömer gegründet. Die in der EWA vertretenen Unternehmen repräsentieren ein Umsatzvolumen von über 3,5 Mrd. € und rund 2/3 der deutschen Maschinenkapazität. Fast 15.000 Menschen arbeiten in den Unternehmen der EWA.

INTERESSEGELEITETE PANIKSTUDIEN



Der EWA-Initiator Michael Dömer appellierte in seiner Eröffnungsrede an die Unternehmer, sich auf die Strukturveränderungen der Branche proaktiv einzustellen, warnte jedoch vor interessengeleiteten Panikstudien, die die Branche kaputt reden. Jüngste Veröffentlichungen seien nicht mit seriösen Daten hinterlegt.

Ebenso müsse die PR-Arbeit der e-Medien relativiert werden und mit mehr Print-Präsenz begegnet werden. Dömer erläuterte die Ergebnisse eines Dossiers des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft ZAW, das für 2010 zwar von sinkenden Werbeeinnahmen ausgeht, Print aber auch in Zukunft mit über 70% als eindeutig dominant sieht. In dieser Studie werden auch die Berichte über Tendenzen in der Zeitungsbranche in den USA als »zum Teil sehr oberflächlich« bezeichnet, was zu verzerrten Schlussfolgerungen führe. »Es ist genügend Zeit für eine kluge Strategieanpassung«, so Dömer. »Wir brauchen aber mehr Selbstbewusstsein und zukunftsweisende Projekte statt Opferstories und Klamauk falscher Propheten«.

In weiteren Analysen und eigenen Statistiken aus den EWA-Unternehmen wird zudem deutlich, dass der Aufbau von Kapazitäten im Gegensatz zur Marktentwicklung der letzten Jahre steht.

Wie schwierig es ist, eine klare Marktprognose zu geben, zeigt das Stimmungsbild: Je ein Drittel der Meinungen verteilen sich auf we-

niger, gleichbleibend oder mehr zu erwartende Umsätze für den Rotationsdruck nach der Krise. Einig ist man sich jedoch darin: Das Leistungsportfolio muss sich deutlich erweitern. Mehr Dienstleistungen und Print-Management als Ganzes werden die Zukunft bestimmen. Diese Leistung unterscheidet sich allerdings deutlich von Brokern oder Drucksachenmaklern, die lediglich von Preistreibern profitieren. Qualitatives »Add on« verhindere einen weiteren Preisverfall, der nicht mehr verkraftbar sei.

KEINE EU-SUBVENTIONEN GEWÜNSCHT

Eine klare Absage richtete die EWA Konferenz gegen ein Papier der CCMI, einem Organ der EU Kommission, das eine Regulierung und Subventionierung der Großunternehmen in der Europäischen Druckindustrie zum Ziel hat. »Staatliche Steuerung und Subventionierung können nicht die Lösung im Strukturwandel sein«, so die Aussage der EWA-Stellungnahme an die Kommission. Die EWA richtet ihre Kritik seit Jahren schon gegen Wettbewerbsverzerrungen,

die durch staatliche Finanzierungen von maroden Unternehmen erfolgt. Auch wenn sich vereinzelt Großbetriebe für Subventionierungen der EU stark machen, um ihre Probleme zu lösen, bleibe dies ein Verstoß gegen den Markt. Da helfe es auch nicht, wenn diese Gelder unter dem Begriff Umschulungsmaßnahmen versteckt würden. Die regulierende Bürokratie der EU habe der Werbewirtschaft ohnehin schon viel Schaden zugefügt. Dieses Votum wird die EWA auch in das Meeting der Tiefdruckorganisation ERA einbringen, das sich in Kürze mit diesem Thema beschäftigen wird. Eine Arbeitsgruppe der EWA wird zudem die zum Teil falschen Prämissen des Papiers korrigieren und der Kommission schicken.

Im Übrigen befürwortete die 36. EWA-Konferenz ein engeres Miteinander mit dem Tiefdruck, da die Schnittmenge größer werde und man besser vom Rotationsdruck sprechen sollte. Der Erfahrungsaustausch, Marktanalysen und eine Vertretung gegenüber Politik, Lieferindustrie und Öffentlichkeit müsse übergreifender erfolgen. Die EWA wirbt entsprechend um eine gute Zusammenarbeit mit der ERA und ist für weitere Interessenten aus dem Tiefdruck offen.

➤ www.ewa-print.de

bvdm Konjunkturtelegramm APRIL 2010

Die Stimmung in der Druckindustrie ist erstmals nach vier Monaten wieder besser geworden – gut ist sie allerdings noch nicht. Die Beurteilungen zur Geschäftslage sind um 15% auf –16% gestiegen. Auch die Beurteilung der Auftragsbestände hat sich um 13% auf –35% gebessert, vor allem aber wirken die positiven Einschätzungen zu Nachfrage- und Produktionsentwicklung stimmungsaufhellend. Das Geschäftsklima ist gegenüber März um 14% freundlicher geworden und hat



sich auf –11% verbessert. Es wird als Mittelwert aus aktueller Geschäftslage und den Erwartungen für die nächsten sechs Monate berechnet und dient als Indikator für die Entwicklung im nächsten Quartal. Auch die Erwartungen für das nächste halbe Jahr haben sich stark verbessert und sind um 14% auf –5% gestiegen. Im Vorjahresmonat lagen sie noch bei –54%. 14% der Unternehmer erwarten eine verbesserte Geschäftslage und 19% eine Verschlechterung.

Um die richtige Antwort zu erhalten,
muss man wissen, wen man fragen soll.



Was verbindet überragenden Service mit höherer Rentabilität?

Just Ask Ricoh.

Wir verstehen, dass Verbindungen wichtig sind. Verbindungen zwischen Ihnen und Ihrem Produktionsdruckpartner, zwischen Ihrem Unternehmen und Ihrer Gewinnorientierung. Verbindungen stellen Fragen und geben Antworten.

Fragen Sie einfach Ricoh und unser engagiertes Team erarbeitet mit Ihnen flexible, langfristige Lösungen, mit denen Sie die an Sie gestellten Anforderungen erfüllen können. Sie erhalten Zugang zu unserem 150 Länder umspannenden Netzwerk, in dem 18.000 Techniker im Außendienst lokalen Service bieten. Wir stellen Ihnen Jahrzehnte an Wissen, FuE-Investitionen und globaler Erfahrung zur Verfügung. In Verbindung mit unserem überragenden Service bedeutet das, dass Ricoh zur Steigerung der Produktivität und der Rentabilität Ihres Unternehmens beitragen kann. 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.







Papierindustrie erhöht Umwelteffizienz

Eine VDMA-Studie belegt: Die Papierindustrie erzielt wichtige Fortschritte bei Umwelt-, Ressourcen- und Energieeffizienz durch gestiegene Altpapierquote, gefallene Abfallmenge, Rückgang beim Wasserverbrauch und geringerem CO₂-Ausstoß.

Die Papierherstellung in Deutschland und Europa wird immer umweltfreundlicher. In den vergangenen Jahren hat die Papierindustrie erhebliche Anstrengungen unternommen, um die Umwelt weniger zu belasten und Rohstoffe und Energie effizienter einzusetzen. So wurde beispielsweise die bei der Produktion entstehende Abfallmenge seit 1990 um rund 75% verringert, bei den Luftschadstoffen gab es einen Rückgang von etwa 80%. Zudem halbierte sich der Frischwasserverbrauch und die CO₂-Emissionen sanken um mehr als ein Drittel. Das ist das Ergebnis einer Studie des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik über die Entwicklung der Umwelt-, Ressourcen- und Energieeffizienz der Papierherstellung über einen Zeitraum der vergangenen zehn bis 15 Jahre.

In Deutschland ist die Papierproduktion mit einem Plus von etwa 80% in den Jahren 1991 bis 2008 gewachsen, besonders im Bereich der Verpackungspapiere (106%), und der grafischen Papiere (71%). Damit liegt Deutschland in der Papierherstellung weltweit an vierter Stelle hinter den USA, China und Japan.

»Trotz einer erheblich gestiegenen Papierproduktion ist es den Papierherstellern gelungen, die Auswirkungen auf die Umwelt immer weiter zu senken. Gemeinsam mit den Papiermaschinenherstellern konnte die Industrie daher große Fortschritte machen und einen beträchtlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz leisten«, so Dr.-Ing. Markus Heering, Geschäftsführer, Fachverband Druck- und Papiertechnik (VDMA).

RESSOURCENEFFIZIENZ So hat sich beispielsweise in Deutschland der Einsatz von Altpapier seit 1991 von 6,4 Mio. auf 15,4 Mio. Tonnen mehr als verdoppelt. In Europa ist der Verbrauch von Altpapier 2008 gegenüber 1991 um etwa 90% gestiegen. Demnach ist auch die Altpapiereinsatzquote im gleichen Zeitraum in Europa von 39% auf 48% Altpapier je Tonne produziertes Papier (in Deutschland 68%) gestiegen.

Entsprechend ist die Einsatzquote von primären Rohstoffen (Holz- und Zellstoff) im selben Zeitraum von 57% auf 47% zurückgegangen. Besonders bei Produkten mit kurzer Lebensdauer wie etwa Zeitungen oder bestimmten Kartonarten werden Recyclingfasern aus Altpapier eingesetzt. Die meisten Zeitungen bestehen heutzutage zu 100% aus Altpapier.

Auch beim Abfallaufkommen im Produktionsprozess wurden Erfolge erzielt. Das Aufkommen an Deponieabfällen aus der Papierherstellung in Europa wurde seit 1990 um 75% auf rund 19 kg/t produziertes Papier reduziert.

ENERGIEEFFIZIENZ UND KLIMARELEVANZ Der Energieverbrauch sank seit 1991 im europäischen Durchschnitt um 9% auf rund 4,4 MWh/t produziertes Papier. Die energiebedingten CO₂-Emissionen aus der Papierherstellung konnten durch Steigerung der Energieeffizienz und Veränderungen im Brennstoffmix um mehr als ein Drittel (34%) auf rund 727 kg/t produziertes Papier gesenkt werden.

Die Luftschadstoffemissionen aus der Papierherstellung konnten seit 1990 in Europa signifikant gesenkt werden: Die Schwefeldioxidemissionen wurden beispielsweise bis 2006 um 80% auf 0,4 kg/t produziertes Papier verringert. Der Frischwasserverbrauch im Papiergewerbe in Deutschland ist seit 1991 um 58% auf 18 m³/t Papier gesunken. Die Abwasserfrachten aus der Papierherstellung konnten ebenfalls gesenkt werden: der chemische Sauerstoffbedarf (CSB) um 79%, der biochemische Sauerstoffbedarf (BSB) um 84% und die adsorbierbare organisch gebundenen Halogene (AOX) um 95%.

➤ www.vdma.org/druck+papier



Wie bitte? Klimaneutrale Agentur?

Gespräch mit Benno Frick, Inhaber der Agentur Frick & Partner, einer der ersten klimaneutralen Werbeagenturen in der Schweiz

Die Agentur für Marketingkommunikation wurde schon 1996 von der Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW als überdurchschnittlich engagierte, inhabergeführte Agentur ausgezeichnet. Den Beweis trat sie Anfang 2010 einmal mehr an und wurde von der Schweizer Stiftung »myclimate« als klimaneutrale Werbeagentur zertifiziert und kompensiert alle auf den Arbeitswegen und im Arbeitsalltag der Agentur anfallenden CO₂-Emissionen, indem in Klimaschutzprojekte investiert wird. »Mindestens die Hälfte unserer In-



vestitionen wird im Rahmen von Klimaschutzprojekten in der Schweiz kompensiert, der Rest fließt in Projekte in Schwellen- und Entwicklungsländern«, so Benno Frick.

Nährstoffe statt Abfälle

Nun wissen wir ja inzwischen, was Druckereien bei einer Umwelt-Zertifizierung zu beachten haben – vor allem, was die Maschinen und Gerätschaft angeht. Aber wie läuft eine solche Zertifizierung für eine Werbeagentur ab? Die paar PCs sind ja nun wirklich kein Problem, könnte man denken. Doch Benno Frick sieht dies

weit realistischer. »Zuerst haben wir minutiös alle Emissionen erfasst, für die wir verantwortlich sind. Das beginnt auf dem Arbeitsweg, wo jeder gefahrene Kilometer und jeder Liter Treibstoff zählt. In der Agentur wird der Verbrauch an fossilen Brennstoffen, an Elektrizität und Frischwasser sowie der Papierverbrauch erfasst. Zudem erzeugt jede Tasse Kaffee CO₂-Emissionen, ebenso wie Fahrten mit Öffentlichen Verkehrsmitteln und natürlich alle nicht recyclebaren Abfälle. Diese »Negativbilanz« wird in Tonnen CO₂ umgerechnet: jede Tonne kostet einen bestimmten Betrag.« Dass wir Emissionen heute mit Geld kompensieren, sei ein erster Schritt auf dem Weg von der Sensibilisierung hin zur Minimierung, da der kapitalistische Mensch nun mal am schnellsten über eine Delle im Geldbeutel lerne, so Benno Frick. Dabei stellt Frick fest, dass sich der Aufwand für die Zertifizierung in Grenzen gehalten hat. Es sei aber allemal eine interessante Erfahrung zu erkennen, wo der Mensch überall zur Klimaerwärmung beiträgt und wo er mit zum Teil geringem Aufwand zur Entlastung der Umwelt beitragen kann.

»Wenn man weiß, wie viele Kilowattstunden Strom jedes Jahr durch die Kabel einer Agentur fließen, überlegt man sich sehr wohl, wo Optimierungspotenzial schlummert

Es gibt in der Schweiz nur vier Werbeagenturen, die ihre ökologische Mitverantwortung vollumfänglich wahrnehmen und sich als »klimaneutral« bezeichnen dürfen. Die 1987 gegründete Full-Service-Agentur Frick & Partner GmbH aus Erlenbach bei Zürich ist eine dieser Agenturen und seit Jahresbeginn die erste klimaneutrale Kommunikationsagentur im Kanton Zürich.

und was in Zukunft bewusster angegangen werden kann«, so Benno Frick. Dabei denkt er zum Beispiel an die Energieeffizienz bei der Neubeschaffung von Hardware und Peripherie. »Wir werden in Zukunft genau darauf achten, nur Computer anzuschaffen, deren Netzteile einen Wirkungsgrad von mehr als 80% haben. Neue Peripherie wie Drucker oder Bildschirme werden bezüglich des Strom- und Standby-Verbrauchs ebenfalls genauer geprüft werden, als wir es vor ein paar Monaten noch getan hätten.«
Allerdings besteht zurzeit kein Bedarf an Neuanschaffungen, weil die Geräte tadellos funktionieren. Und jedes noch funktionsfähige Gerät belastet die Umwelt, wird es grundlos entsorgt.

Über das Geforderte hinaus

»Die Kompensation unserer CO₂-Emissionen kostet knapp 1% der jährlichen Wertschöpfung. Das halte ich für eine vertretbare und sinnvolle Größenordnung«, erläutert Benno Frick. Doch das spüren die Agenturkunden nicht. »Weil wir keinen Klimazuschlag erheben und niemanden dazu anhalten, auf Recyclingpapier zu drucken oder die Website mit Ökostrom zu betreiben.«
Allerdings hätten die Kunden die Gewissheit, dass die Agentur nicht nur ihre Arbeit, sondern auch die ökologische Verantwortung ernst nimmt und über das Geforderte hinaus denkt und handelt. »Wir wollen das Leben auch weiterhin genießen und uns den Spaß an der Arbeit

nicht durch ideologische Prinzipien beschneiden lassen. Mir graust vor der Idee, alles nur noch im Toner-Sparmodus auf Recyclingpapier ausdrucken zu dürfen ...!«
Und falls trotzdem jemand explizit eine klimaneutrale Werbeagentur wünscht, wäre es aus Sicht von Benno Frick sicher interessant zu sehen, aus welchen Gründen dies geschähe. »Wenn es um die ökologische Mitverantwortung ginge, wären wir zumindest ideell auf derselben Wellenlänge – und die Chemie zwischen Auftraggeber und Agentur ist bekanntlich wichtig. Wenn sich aber jemand lediglich ein grünes Mäntelchen umhängen und uns als ›ökologische Hofnarren‹ halten wollte, würde der Kontakt wahrscheinlich nur von kurzer Dauer sein.«

Ein Trauerspiel

Genau so konsequent wie diese Aussage sind auch die Beweggründe, die Benno Frick zum Schritt hin zur Klimaneutralität bewogen haben. »Ich habe das Trauerspiel zu Kopenhagen im Dezember 2009 mitverfolgt und konnte kaum fassen, dass Partikulärinteressen einmal mehr obsiegt haben und lediglich der Form halber eine Erklärung zur Kenntnis genommen wurde, die das Papier nicht wert ist, auf dem sie geschrieben steht. Deshalb haben wir beschlossen, im Rahmen unserer Möglichkeiten zu tun, was die vermeintlich Großen einmal mehr nicht geschafft haben.«

› www.frick-partner.ch



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-Mailings‹, ›Digitaldruck-Mailings‹, ›E-Mailings‹ 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





Umweltorientierte Produktion

Bei Heider Druck stehen Nachhaltigkeit und Leistung im Einklang

Der Joh. Heider Verlag wurde 1889 gegründet und gab ein Jahr später eine eigene Tageszeitung für Bergisch Gladbach und Umgebung heraus. Auch wenn diese bereits 1952 an die »Kölnische Rundschau« verkauft wurde, sind Heider und Zeitung für die Region ein Synonym geblieben: noch immer sind zwei Zeitungsrotationen von KBA im Einsatz. Das Verlags-, Druck- und Medienhaus bietet jedoch schon länger ein vielseitiges Portfolio im Rollen- und Bogenoffset an. Man sieht sich als Dienstleister für Verlage, Verbände, Agenturen oder andere Auftraggeber. Eine dritte Säule bildet die Akquise von Print-Werbeanzeigen durch die Joh. Heider Verlag GmbH.

Coldset: weniger Energieverbrauch

2002 installierte Heider eine Zeitungsrotation KBA Journal mit zwei Drucktürmen. Vier Jahre später kam ein Colora-Druckturm hinzu. Heute können im Coldset-Druck bis zu 64 Seiten im Berliner Format beziehungsweise bis zu 48 Seiten durchgehend 4/4-farbig produziert werden. Mit dieser Investition war ein erster Schritt in Richtung Energieeffizienz getan, denn der Energiebe-

darf ist gegenüber dem Heatset vergleichsweise gering. Bei einem 48-seitigen Produkt im Berliner Format lassen sich pro Fertigungsstunde bis zu 85% der Energiekosten einsparen. Natürlich bringt die Produktion im Coldset Einschränkungen bei der Papierauswahl mit sich, da nur ungestrichene Natur- und Recyclingpapiere eingesetzt werden können. Das aber steht im Einklang mit den Umweltzielen des Unternehmens und führte zu Schritt Nummer zwei in Sachen Ökologie. Mit den Zertifikaten FSC und PEFC unterstützt Heider Druck die ökologisch nachhaltige Waldbewirtschaftung.

Öko-Bogenoffset

Ein weiterer Schritt war die Inbetriebnahme der neuen Rapida 106 im Mai 2009, die wie andere Rapidas seit dem Jahr 2000 mit dem Öko-Zertifikat »Emission geprüft« der Berufsgenossenschaft ausgezeichnet ist. Die bis zu 18.000 Bogen/h schnelle Fünffarben-Rapida 106 mit Lackturm druckte vom ersten Tag an alkoholfrei. Damit niemand auf die Idee kommt, dennoch IPA ins Feuchtmittel zu geben, wurde die Alkoholmessung und -konstanthaltung kurzerhand ausgebaut. Außerdem kommen nur ökologische Druckfarben auf Pflanzenöl-Basis zum Einsatz. Die Tuch-

Mit dem Signet »Ökologisch drucken« weist Heider Druck in Bergisch Gladbach auf seine ökologische Druckproduktion hin. Neue, auf dieses Unternehmensziel abgestimmte Technik bietet noch mehr Möglichkeiten zur Schonung der natürlichen Ressourcen bei höherer Effektivität und Wirtschaftlichkeit.



Das in den 50er-Jahren erworbene 18.000 m² große Grundstück bietet genügend Raum für weiteres Wachstum.



Frank Wipperfürth vom VDM Nordrhein-Westfalen überreichte im Sommer 2009 die PSO-Zertifizierungsurkunde an Guido Heider. Das Logo »Ökologisch drucken« steht bei Heider Druck für umweltorientierte Produktion und der Tiger auf der fünften Druckeinheit der schnellen KBA



Rapida 106 symbolisiert Verantwortung für den Schutz der Umwelt ohne Verzicht auf Leistung.



wascheinrichtung, mit der sich der Waschmittelverbrauch senken lässt, leistet ebenfalls einen positiven Umweltbeitrag. Ebenso die Logo-Tronic-Vernetzung zur Voreinstellung der Druckmaschine. »So sind viele Produktionen bereits mit dem ersten Abzug verkaufbar«, freut sich Hans-Martin Heider, einer der Geschäftsführer des in vierter Generation in Familienhand befindlichen Unternehmens.

lich läuft die Rapida 106 mit der Maximalleistung von 18.000 Bogen/h. Besonders kleine und mittlere Auflagen werden auf die Rapida 106 konzentriert, um deren kurze Rüstzeiten zu nutzen. Die hohe Automatisierung mit Plattenwechselvollautomaten, automatischer Saugringpositionierung, absenkbarem Non-stop-Rollo und ziehmarkenfreier SIS-Anlage führt zu einer Leistungssteigerung von fast 40% gegenüber den vorherigen Maschinen.

Closed-Loop-Farbbregelung:

Der Makulaturreduzierung dient zudem QualiTronic Color Control in der Maschine. Das System scannt jeden Bogen und regelt automatisch die Farbdichtewerte. Zusätzlich steht DensiTronic professional bereit, um auf Messstreifen oder direkt im Druckbild auch farbmetrische Werte messen und regeln zu können. Auf Basis dieses durchgängigen Systems erfolgte im Sommer 2009 die PSO-Zertifizierung.

Schon wenige Wochen nach Produktionsbeginn der neuen Rapida 106 zeigten sich positive wirtschaftliche Effekte. Die durchschnittliche Druckleistung über kleine und größere Auflagen hinweg stieg deutlich über 10.000 Bogen/h. Wann immer mög-

Nachhaltigkeit schließt Veredelung nicht aus

Die Rapida 106 bietet gegenüber der bisherigen Technik – Zwei- und Vierfarbenmaschinen im Mittel- und Halbformat – weitere Vorteile. So können im fünften Farbwerk Sonderfarben gedruckt und mit dem Lackwerk Dispersionslackierungen aufgetragen werden oder mit dem Druck von Mattpaste im 5. Werk und der anschließenden Dispersionslackierung auch Matt-Glanz-Effekte im Drip-Off-Verfahren realisiert werden. Die ökologische Ausrichtung von Heider Druck sollte nicht die Möglichkeit hochwertiger Veredelungen ausschließen. Hin zu edleren Drucksachen und weg vom Massengeschäft, lautet die Devise. Wo immer möglich, sollen auf die Bedürfnisse der Auftraggeber maßge-

schnederte Drucksachen höchster Qualität entstehen. Dieses Ziel bestimmt die Prozesse im Unternehmen: Gestaltung, Bildbearbeitung, Korrektorat, Versenden, Adressieren, Nummerieren oder die Ausstattung der Druckprodukte mit Mailingverstärkern und Sympathieträgern wie integriertem Saatgut gehören zum breiten Dienstleistungsangebot.

Investitionen mit Weitsicht

Der Heider Verlag wird von Hans Heider sen. und seinem dritten Sohn Roberto geleitet. Das Verlagsprogramm umfasst Veröffentlichungen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik und Schrifttum zur bergischen Heimat sowie Bildbände. Daneben erbringt der Verlag Dienstleistungen für seine Druckereikunden, wie die Akquisition und Verwaltung von Anzeigen.

90 Mitarbeiter sowie bei Bedarf weitere Aushilfskräfte sind in Verlag und Druckerei beschäftigt. In der Regel wird im Druckbetrieb zweischichtig gearbeitet, in Stoßzeiten auch mal in drei Schichten.

Dem Unternehmen stehen aktuell etwa 6.000 m² Produktionsfläche zur Verfügung. Das Grundstück, das der Großvater der heutigen Führungsgeneration erworben hat, ist mehr als dreimal so groß. Es besteht also genügend Raum für gesundes Wachstum. »Wir sind froh, noch Reserven für zukünftige Erweiterungen zu haben. Wir sind ein lebendiger Betrieb, der noch einiges erreichen will«, erläutert Roberto Heider.

DRUCKMARKT
impressions

Zur IpeX erscheint ein Special des PDF-Magazins »Druckmarkt impressions«. Ab 10. Mai 2010 unter www.druckmarkt.com

- www.heider-druck.de
- www.kba.com



Intelligent drucken

Eigenständig operieren – unter einem gemeinsamen Dach nachhaltig produzieren:
J. E. Wolfensberger AG und Printlink AG

»Die Zusammenarbeit zwischen unseren Unternehmen zielt in erster Linie auf eine optimale Nutzung der bestehenden, modernen Infrastruktur und dem Ausschöpfen von Synergienmöglichkeiten«, sagt Benni Wolfensberger, Mitinhaber der J. E. Wolfensberger AG. »Unter Berücksichtigung ökonomischer Aspekte können wir durch die Partnerschaft mit der Wolfensberger AG bis zum Großdruckformat 100 x 140 cm ein Leistungsspektrum anbieten, das seinesgleichen sucht«, ergänzt Marc Lehmann, Geschäftsleiter der Printlink AG.

Kernkompetenz Drucken

Nun verliefen Kooperationen oder Joint-Ventures in der Vergangenheit beileibe nicht bei allen Unternehmen erfolgreich. Was ist also bei den Partnern anders? Oder gibt es entsprechend positive Vorzeichen?

»Zunächst einmal ist die Kernkompetenz beider Betriebe das Drucken«, erläutert Benni Wolfensberger. »Wir haben einen nahen Bezug zum Produkt und den Qualitätsprozess im Griff. Neben diesen Faktoren muss man sich auch mögen und gelegentlich arrangieren.«

Die beiden Unternehmen produzieren im Offsetverfahren ab dem DIN-

A3-Format. Den reinen Vierfarben-Offsetdruck bieten ja viele an, weshalb Benni Wolfensberger das Produktspektrum noch einmal definiert:

»Unsere Spezialitäten liegen im Großformatdruck bis 140 cm. Dazu zählen Plakate oder Poster mit bis zu fünf Farben in einem Druckgang, alle Arten von Akzidenzen und die exklusive Veredelung von Karten, Geschenkpapieren, Flyern und vielem mehr mit Goldbronze. Zudem erscheinen im ›Wolfsberg Verlag‹ jährlich mehrere Editionen. Das sind von verschiedenen Künstlern in unserem Steindruckatelier erstellte nummerierte und signierte Original-Lithografien. Neben einem privaten Kundenkreis beliefern wir Galerien, Kunst- und Buchhandlungen sowie Kunstvereine in der Schweiz und in ganz Europa. Steindrucke, Original-lithografien, auch in der Auflage limitierte Drucke runden das Paket ab.«

Die Linkgroup realisiert heute gedruckte und elektronische Medien und ist auf Finanz- und Unternehmenspublikationen sowie auf IT-gestützte, webbasierte Publikationssysteme spezialisiert. Die ebenfalls inhabergeführte Gruppe mit rund 80 Mitarbeitern bietet eine umfassende Wertschöpfungskette als Generalunternehmer an. Die Printlink AG, vormals Vontobel Druck AG, ist ein auf hochwertigen Offsetdruck spe-

Im März 2009 gaben J. E. Wolfensberger und Printlink (Linkgroup) bekannt, ihre Druckkapazitäten im Rahmen eines Joint Ventures zusammenzulegen. Ende 2009 siedelte Printlink von Zürich-Wipkingen nach Birmensdorf um. Seit Januar 2010 produzieren die Partner unter einem Dach.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Benni Wolfensberger, Mitinhaber der J. E. Wolfensberger AG (links), und Marc Lehmann, Geschäftsleiter der Printlink AG, setzen beide kompromisslos auf Ökonomie, Ökologie und soziale Kompetenz.



zialisiertes Unternehmen und der größte Hersteller von Postkarten in der Schweiz.

Damit sind die Überschneidungen im Produktportfolio der beiden Unternehmen eher gering. »Auf die Produkte bezogen vielleicht 20 Prozent, was die Kunden angeht, jedoch sehr viel weniger«, so Benni Wolfensberger.

Ökonomisch, ökologisch und sozial

»Nachhaltigkeit ist Teil unserer Geschäftsmodelle«, betont Marc Lehmann. Dabei bestünde die größte Verantwortung natürlich darin, die Unternehmen erfolgreich zu führen, weil dies auch den Kunden und Mitarbeitern zugute komme. Das verberge sich hinter der Formel: Ökonomisch, ökologisch und sozial. »Wir betrachten das Können und die Leistungen unserer Mitarbeiter als Erfolgsfaktor. Deshalb legen wir großen Wert auf eine qualifizierte und kontinuierliche Ausbildung. Im Schnitt stehen zehn Prozent unserer Belegschaft in Ausbildung. Fortschrittliche Arbeitsbedingungen und eine individuelle Personalentwicklung machen uns zu einem innovativen und attraktiven Arbeitgeber mit einer geringen Personalfuktuation.«

Und Benni Wolfensberger ergänzt: »Wir wollen aus Überzeugung etwas für die Nachhaltigkeit tun, denn wir glauben an die Zukunft des Offsetdrucks mit industriellen Produktionsmitteln. Das Klima muss für Mitarbeiter und Kunden stimmen, die Leute müssen gerne zur Arbeit kommen – nur mit diesem Ansatz kann die nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens gesichert werden.« Immer mehr Kunden möchten mit ihren eingekauften Leistungen auch einen Nutzen für Gesellschaft und Umwelt schaffen. Neue, zusätzliche Kriterien entscheiden bei der Auftragsvergabe. Standen bisher der Preis und das Endprodukt im Vordergrund, suchen die Kunden heute vermehrt Partner, die sich auch an ihrer Nachhaltigkeit messen lassen, versichern die beiden Unternehmer.

Umweltkonzept: Mehr als nur Fassade

Das moderne Druckzentrum in Birmensdorf wurde 2005 vollständig nach Minergie-Richtlinien konzipiert und gebaut. Es ist in der grafischen Branche das erste und bis heute ein-

zige der Schweiz, das diesen Standard erfüllt. Dank einer wärmegeämmten Hülle aus Holz liegt der Energieverbrauch sogar um 25% unter dem Minergie-Grenzwert. Bis zu 70% der Heizenergie wird durch Wärmerückgewinnung aus dem Drucksaal erzeugt. Insgesamt wurde der Energieverbrauch um über 60% gesenkt. Weitere Optimierungen wie ein neues Beleuchtungskonzept oder der Einsatz einer Fotovoltaik-Anlage auf dem 600 m² großen Dach werden geprüft.

Dazu Benni Wolfensberger: »Die steigenden Energiekosten zwingen Unternehmen aller Branchen, ihre Prozesse nachhaltig zu optimieren. Durch eine kontinuierliche Verbesserung der Energienutzung sollte eine Abnahme des Energieverbrauchs für jeden Betrieb als unternehmerisches Ziel definiert werden. Druckereien, die im Bereich der Energieeffizienz nichts unternehmen, werden von industriellen Entwicklungen abgehängt.«

Deshalb stand für Benni Wolfensberger schon vor dem Umbau fest, dass als Ergebnis der Investitionen ein

rationeller Energieeinsatz, die Nutzung erneuerbarer Energien, eine Verbesserung der Arbeitsqualität, die Sicherung der Konkurrenzfähigkeit und Senkung der Umweltbelastung stehen musste.

Der wichtigste Aspekt beim Minergie-Standard: Das ganze Gebäude wird als integrales System betrachtet, die Gebäudehülle mit der Haustechnik muss entsprechend abgestimmt sein. Benni Wolfensberger wollte eine hinterlüftete Holzfassade aus Schweizer Lärchenholz, ein Naturprodukt, das eine der besten Isolationen bietet. Mit den realisierten Maßnahmen wurde der Minergie-Standard um rund 25% unterschritten.

Glaubwürdig durch Prozess- und Energieeffizienz

Lüftungs- und Klimaanlage benötigen Wärme- und Kälteenergie zur Aufbereitung der Außenluft. Eine wesentliche Verringerung der dafür bereitzustellenden Leistung und des



Das moderne Druckzentrum in Birmensdorf wurde 2005 vollständig nach Minergie-Richtlinien konzipiert und gebaut.



Mit der Ryobi 920 setzt man auf Effizienz: etwa 37% weniger Strom, 27% weniger Plattenfläche, 30% weniger Platz und 10% weniger Makulatur.

jährlichen Energieverbrauchs lässt sich durch Rückgewinnung des Wärmeinhalts der Abluft erreichen. Entsprechend wurde ein Konzept für die Wärmerückgewinnung erarbeitet, bevor die damals neue Roland 900 installiert wurde. Denn als Teil des Produktionsprozesses muss das Energiemanagement berücksichtigt werden. Heute hat Benni Wolfensberger ein gutes Gefühl, wenn er in den Wintermonaten die Wärme der Druckmaschinen als »Heizung« genießen kann.

»Energieeffizienz ist die preisgünstigste Energiequelle und der effektivste Weg, den CO₂-Ausstoß und weitere Belastungen der Umwelt zu reduzieren. Wir sind deshalb bestrebt, unsere Energiebilanz kontinuierlich zu verbessern, indem wir vorausschauend planen, in intelligente Technologien investieren, die besten Partner und Lieferanten auswählen, auf eine leistungsfähige Logistik setzen und alle Prozesse laufend optimieren«, erläutert Marc Lehmann. »Unsere neueste Druckmaschine zeichnet sich durch ihren überdurchschnittlich hohen Technologiestandard, beste Druckqualität und ökologische Vorteile aus. Gegenüber vergleichbaren Maschinen hat die Anlage weit tiefere Verbrauchswerte: etwa 37 Prozent we-

niger Strom, 27 Prozent weniger Druckplattenfläche, 30 Prozent weniger Platz und mindestens 10 Prozent weniger Makulatur.«

Leistungsstark im A1-Format

Die Maschinenserie Ryobi 920 gilt als äußerst wirtschaftlich, bietet hohe Druckqualität und erhöhte Effektivität aufgrund zahlreicher automatisierter und zeitsparender Funktionen. Dazu tragen auch die Produktionsgeschwindigkeit von 16.000 Bg./h und das maximale Bogenformat von 920 x 640 mm bei. Auf der Ryobi 920 können A1-Poster sowie A4-Drucke in acht Nutzen und Bedruckstoffe von 0,04 bis 0,6 mm Stärke gedruckt werden.

Die Ryobi 920-Serie ist die einzige Offsetdruckmaschine für das Format 640 x 920 mm. Sie ist damit für den Druck klassischer DIN-A4-Achtseiter ausgelegt. Als 4- und 5-Farbmaschine ist die Maschine schon einige Jahre auf dem Markt und gehört zu den am meist verkauften Maschinen von Ryobi, da sie eine platzsparende und kosteneffiziente Alternative zu einer 70 x 100 cm-Druckmaschine darstellt.

2009 hat der Hersteller die 920-Serie noch einmal überarbeitet und mit umfangreicher Ausstattung versehen: Sie ist als 2-, 4-, 5- und 6-Farbmaschine verfügbar, optional ab der

4-Farbmaschine auch mit Lackwerk sowie einer großen Bandbreite an Zubehör erhältlich. Dank Reihenaufbauweise sowie integrierter Elektronik, die den obligatorischen Schaltschrank ersetzt, ist ihr Platzbedarf mit dem einer Offsetdruckmaschine im B2-Format vergleichbar.

In Birmensdorf entschied man sich für die Ryobi 920 in Sechsfarben-Ausführung plus Lack aus mehreren Gründen: »Grundsätzlich wollten wir durch eine Maschine im Druckformat 70 x 100 cm unsere Produktion flexibler gestalten. Wegen des konkurrenzlosen Preis- und Leistungsverhältnisses entschieden wir uns aber für die Ryobi 920. Stellplatz- und Strombedarf sind wesentlich geringer als bei vergleichbaren Maschinen«, fasst Marc Lehmann zusammen. »Aufgrund unserer Auftragsstruktur spielt Qualität bei uns eine sehr große Rolle. Bei der Investition haben wir unser Augenmerk auch auf diesen Aspekt gelegt und sind nach wie vor hoch zufrieden mit den Druckergebnissen.«

Peter Krieg, Vertriebsmanager bei Chromos, ergänzt: »Die Anwendungen zeigen, dass die Ryobi 920 einzigartige Vorteile hat. Der geringe Stellplatz ist eine Sache, die Verbrauchswerte im gesamten Umfeld von der Druckplatte bis zum Papier sind ebenso beeindruckend. Dabei druckt sie acht Seiten im Druckfor-

WOLFENSBERGER

1901 übernahm Johann Edwin Wolfensberger eine Steindruckerei in Zürich, die alsbald zur Anlaufstelle für Künstler wurde. Mit dem Neubau der Druckerei vor den Toren der Stadt begann 1909 die Ära mit dem neuen Weltformat für Plakate in der Schweiz, die künstlerische Touristikplakate, Ausstellungen zeitgenössischer Künstler und Kunstreproduktionen brachte. 1956 begann Wolfensberger mit dem Offsetdruck. Auch hier wurden Spezialitäten etabliert wie der Farbendruck und das Goldbronzen. 1985 erwarb Wolfensberger die Liegenschaft in Birmensdorf. Ab diesem Zeitpunkt wird an zwei Standorten produziert. 2005 erfolgte der Umbau in Birmensdorf und die sukzessive Verlagerung an diesen Standort. 2006 zog Wolfensberger – mit Ausnahme des Steindrucks – komplett nach Birmensdorf. Die Steindruckerei findet in der Eglistraße 8 in Zürich ein Domizil.

mat von 640 x 880 mm bei Investitionskosten einer Halbformatmaschine«, erläutert Peter Krieg. »Die Maschine ist also attraktiv für Kunden, die ihr Format erweitern wollen, als auch für solche, die eine Platz sparende und energieeffiziente Maschine suchen.«



Das Motto des nachhaltigen Produzierens haben die Partnerunternehmen in einen Slogan gefasst: »Intelligent drucken«.



Schon im Eingangsbereich erkennen Kunden, wo die Spezialitäten liegen. Und wer will, kann die eigens gedruckte Tapete weiter verzieren.



LINKGROUP

Linkgroup geht auf die 1976 gegründete Engler Satz AG als klassische Layoutsetzerei zurück. Nach Übernahmen von Satz- und Reproduktionsunternehmen wuchs das Unternehmen stetig und wurde 1990 zur Typolitho AG, in der bereits in den frühen 90er Jahren Mediendatenbanken entwickelt wurden. 1996 erfolgte die Übernahme der Offsetdruckerei Vontobel AG, die 1912 gegründet wurde, und im Jahre 2000 schließlich die Neupositionierung als Linkgroup als integrierter Mediendienstleister mit vier spezialisierten Betriebseinheiten: Visiolink (Premedia/Prepress), Iconlink (Online Solutions), Dokulink (Digital Printing), Printlink (Press/ Postpress). Linkgroup bietet zudem Leistungen für spezifische Kommunikationsanforderungen: Financial Publishing (Geschäftsberichte und Finanzpublikationen), Corporate Publishing (Mitarbeiterzeitungen, Kunden-Magazine); Online Solutions (Medienconsulting, Systementwicklung, Hosting); Factory Services (Layout, Bildbearbeitung, Erstellung von Druck- und Officeunterlagen), Cards (Lösungen rund um das Thema Karten).

Zertifizierte Prozesse und Papiere

Die beiden Partnerunternehmen sind nach PSO ISO 12647-2 für den standardisierten Offsetdruck zertifiziert. Denn auch dies gehört für Printlink und Wolfensberger zum Gesamtkonzept des intelligenten Druckens. Dazu zählt die langfristige Qualitätssicherheit mit messbarer, nachvollziehbarer und wiederholbarer Qualität. Daraus resultiert eine Prozessoptimierung, da frühzeitig potenzielle Probleme erkannt werden können, was wiederum zu höherer Sicherheit zwischen Druckvorstufe und Auflagendruck führt. Kosten- und Zeiteinsparungen bei der Abstimmung werden bestimmt von weniger Makulatur und damit der Schonung von Ressourcen. Dabei setzen die Partnerunternehmen seit 2007 auf FSC-Papiere. Alle Drucksachen können bei entsprechender Verwendung mit dem FSC-Label gekennzeichnet werden. Und schließlich wissen auch die beiden Unternehmer Marc Lehmann und Benni Wolfensberger, dass CO₂-Emissionen beim Drucken reduziert, aber nicht ganz vermieden werden können. Klimaneutralität bedeutet, die unvermeidbaren entstandenen Emissionen an anderer Stelle zu vermeiden, also zu neutralisieren. Eine Form vernünftigen Handelns stellt

die Herstellung klimaneutraler Druckprodukte dar. Dies bieten beide Unternehmen ihren Kunden an. »Klimaschutz ist machbar, bezahlbar, sinnvoll und erfolgversprechend« resümiert Benni Wolfensberger.

»Was wir in unseren Slogan gefasst haben: Intelligent Drucken.«

- www.linkgroup.ch
- www.wolfensberger-ag.ch
- www.chromos.ch



HIFLEX

MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems

HIFLEX Web2Print

Überzeugen Sie sich selbst:
www.bestprint24.com



powered by open source

www.hiflex.com/W2P



Nachhaltigkeitsprojekt MVD-PRINT-PARTNER FSC-ZERTIFIZIERT

17 MVD-Print-Partner haben sich als FSC-zertifizierter Betrieb qualifiziert. Die im Partner-Netzwerk kooperierenden Druckereien haben im Rahmen ihrer gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiative die Zertifizierung realisiert. Das Projekt wurde Anfang 2010 gestartet.

➤ www.mvd-online.net

Flint Group UMWELTFREUNDLICHER VERPACKUNGSDRUCK

Mit der Einführung der neuen Farbserie PremoFilm SXS zeigt Flint Group ihr Engagement bei der Produktion nachhaltiger Verpackungen und hilft, CO₂-Emissionen zu minimieren. PremoFilm SXS ist eine wasserbasierte Flexo-Farbserie, die für den Frontaldruck auf Polyolefin-Folien entwickelt wurde.

➤ www.flintgrp.com

b:green ÖKOLOGISCH SINNVOLLE PAPIERALTERNATIVE

Bei der Buchherstellung beträgt der Materialanteil bis zu 40% an den Produktionskosten. Ein Grund für Beltz Druckpartner, zusammen mit einem Papierhersteller ein FSC-Werkdruckpapier zu entwickeln, das den Qualitätsansprüchen genügt, preislich attraktiv und ökologisch ist. Das Papier wird exklusiv für Beltz Druckpartner hergestellt.

Konventionelle Postprint Platte FLINT GROUP ERWEITERT WELLPAPPENSORTIMENT

Nach der erfolgreichen Einführung der nyloflex FSC Digital, eine im Solidsegment einzigartig weiche Photopolymer Platte, die speziell für Transportverpackungen geeignet ist, bietet Flint Group Flexographic Products die nyloflex FSC nun auch als konventionelle Platte an.

➤ www.flintgrp.com

ClimatePartner Switzerland ENERGIEEFFIZIENZ PLUS KLIMARECHNER

Emissionsreduktion statt lediglich Klimaneutralität steht bei ClimatePartner Switzerland im Vordergrund. Bis Anfang Februar konnten die Klimaschutzspezialisten aus Winterthur 15 Druckereien als Neukunden für das Energieeffizienz-Programm CP EEF Print gewinnen. Das Konzept ganzheitlicher Energieeffizienz plus Klimarechner für CO₂-Berechnungen setzt sich in der Branche offensichtlich durch.

Mit insgesamt rund 50 Betrieben aus dem grafischen Gewerbe – darunter auch Buchbindereien – ist es den Experten gelungen, der Branche das Thema Energieeffizienz näher zu bringen und auf breiter Ebene entsprechende Maßnahmen in den Betrieben umzusetzen. Inzwischen beraten die Experten auch Druckereibetriebe bei größeren Umbaumaßnahmen.

Mit dem Klimarechner, der seit Ende 2009 in der Version 3.0 ausgeliefert wird, lassen sich CO₂-Emissionen innerhalb kürzester Zeit berechnen und pro Drucksache detailliert aufzeigen.

Klimaneutral drucken FLYERALARM STARTET NEUE SERVICELEISTUNG

»Alles im grünen Bereich« lautet das Motto der flyeralarm GmbH. Als Online-Druckerei bietet das Würzburger Unternehmen nun auch klimaneutrales Drucken an. Im Rahmen eines Projektes mit dem Landesverband Druck & Medien Bayern hat flyeralarm dafür auf Grundlage des CO₂-Rechners des Verbandes ein neues Baustein-System für die Ermittlung der CO₂-Emissionen entwickelt und für jedes im Offsetdruck hergestellte Produkt CO₂-Durchschnittswerte ermittelt. Die Werte wurden produktbezogen als feste Größe im Online-Shop integriert. Für Kunden sind die Höhe der CO₂-Emissionen sowie der Ausgleichszahlungen auf einen Blick ersichtlich. Bei jeder Bestellung kann er sich nun für einen klimaneutralen Druck entscheiden. Dann steht ein »CO₂ Logo« zum Download bereit, das in das Layout integriert und das Engagement nach außen dokumentiert werden kann. Sobald die Ausgleichszahlung eingegangen ist, erhält der Besteller ein Emissionsminderungszertifikat, das belegt, dass die freigesetzte CO₂-Menge durch die Investition in ein Umweltschutzprojekt (FirstClimate) neutralisiert wurde.

➤ www.flyeralarm.de

BWH GmbH PUBLISHING COMPANY SETZT AUF NACHHALTIGKEIT

BWH GmbH – Die Publishing Company – bezieht seit 1. März 2010 ausschließlich Ökostrom von ener-city. Der Mediendienstleister aus Hannover setzt schon seit dem Neubau seines Firmengebäudes 1994 auf Ökologie und Umweltschutz. Auf dem Gelände in wurde bereits damals an die Kompensation der Bodenversiegelung gedacht, an Dachbegrünung und Regenwasserversickerung. Heute ist das Unternehmen unter anderem FSC-zertifiziert. Neben vielen Einzelmaßnahmen wie dem Einsatz mineralölfreier Druckfarben oder der Reduzierung von Reinigungszusätzen im Druckwasser, hat BWH mit der Einführung des ClimatePartner-Druckprozesses für klimaneutrales Drucken 2009 einen großen Schritt zur Reduktion und – was nicht möglich ist – zur Neutralisation der CO₂-Emissionen gemacht. Um jetzt noch nachhaltiger produzieren zu können, hat BWH einen Stromversorgungsvertrag über die Lieferung von Ökostrom abgeschlossen.

➤ www.bwh.h.de

➤ www.climatepartner.de

➤ www.fsc-deutschland.de

Grüne Welle für Laserline KLIMASCHUTZPROJEKT »GO GREEN«

Mehr als 150.000 Briefe versendet das Berliner Druckunternehmen Laserline pro Jahr. Seit Jahresbeginn gehen die Sendungen nun klimaneutral auf Reisen, denn Laserline beteiligt sich am Klimaschutzprojekt »GoGreen« der Deutschen Post. Und nicht nur die eigene Post verlässt die Druckerei mit dem grünen Label: Auch tausende Mailings von Kunden werden jetzt klimaneutral ausgeliefert. Die zusätzlichen Kosten dafür übernimmt das Druckzentrum.

Das Klimaschutzprojekt »Go Green«, an dem sich Laserline nun beteiligt, unterstützt mehrere ausgewählte und registrierte Projekte weltweit, die auf lange Sicht gesehen, viele CO₂-Emissionen verhindern. Dazu gehört beispielsweise eine Wasserkraftanlage in Brasilien, mit der die Bevölkerung mit sauberer Energie versorgt werden kann. Um darauf hinzuweisen, dass die Briefe umweltfreundlich verschickt wurden, dürfen sie das »GoGreen«-Label tragen.

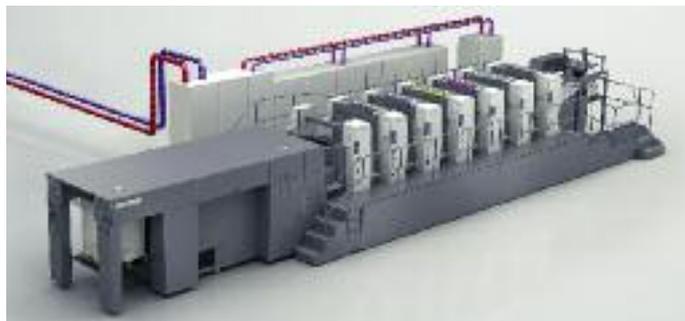
➤ www.laser-line.de



In der Wärme liegt die Kraft

Bei vielen industriellen Prozessen sind hohe Temperaturen notwendig. Beim Abkühlen der Produkte sowie aus der Umgebungsluft und Gasen, die beim Prozess erhitzt werden, lässt sich Abwärme zurückgewinnen. Hohe Energiekosten und Umweltbelastungen zwingen Unternehmen, diese Ressourcen effizienter zu nutzen.

Für eine effektive Wärmerückgewinnung muss die Wärme dort abgenommen werden, wo die Temperatur am höchsten ist: Durch Rückgewinnung aus laufenden Prozessen lässt sich diese Wärme an anderer Stelle nutzen. Gerade beim Betrieb von Peripheriesystemen steht ein Großteil der für die Produktion eingesetzten Energie zur Zweitnutzung bereit. Hier liegt das Potenzial der Energieströme, die während der Produktion entstehen und sonst ungenutzt in die Umwelt entweichen. So haben Druckereien die Möglichkeit, den Primärenergieverbrauch und die aufgewendete Energie weiterzuverwenden.



Moderne Klimatechnik mit Wärmerückgewinnung und Rückkühlung über einen Wasser-Glykol-Kreislauf reduziert die Abhängigkeit von teuren fossilen Brennstoffen.

WÄRME UND WASSER: DREAM-TEAM FÜR ABWÄRMEKONZEPTE Aggregate wie Feuchtmittelkühlgeräte, Trocknungssysteme und Motorkühlungen ermöglichen eine stabile, qualitativ hochwertige Produktion. Dabei ist jedoch ein Drucksaklima mit konstanter relativer Luftfeuchtigkeit und Lufttemperatur nötig. Bei luftgekühlten Aggregaten heizt die entstehende Abwärme den Drucksaal auf.

Dagegen bieten sich für die Wärmerückgewinnung wassergekühlten Aggregate an: Wasser zeichnet sich durch eine hohe spezifische Wärmekapazität aus, es speichert große Mengen und verfügt über eine höhere Dichte als Luft. Außerdem lassen sich durch wassergekühlte Aggregate Luftbewegungen vermeiden, die Staub oder Puder aufwirbeln und das Wohlbefinden verschlechtern. Ein weiterer Vorteil sind die geringeren Betriebskosten, da kein ständiger Luftwechsel erforderlich ist und das Drucksaklima stabil gehalten werden kann: Die Stromkosten für Ventilatoren, die Beheizung der Außenluft im Winter und die Kosten der Luftbefeuchtung entfallen. So bleibt die Qualität hoch, die Energiekosten und Umweltbelastungen jedoch niedrig.

ECOLOGIC: ÖKONOMIE DURCH ÖKOLOGIE Wärmerückgewinnung funktioniert mit Aggregaten, die Wärme abstrahlen oder mit Geräten, die Kühlung benötigen. manroland bietet entsprechende Optionen für Bogen- und Rollendrucksysteme.

SelectDryer-Trockner (IR/TL, UV) führen bis zu 70% der Abluft über eine Wärmerückführung in den Trocknerkreislauf zurück, erhöhen den Wirkungsgrad und minimieren die Energiezufuhr.

Das Luftversorgungssystem SelectAirStation stellt exakt die benötigte Menge an Blas- und Saugluft zur Verfügung, die für die Druckproduktion erforderlich ist. SelectCompressor-Luftversorgungssysteme bieten bei niedrigen Kompressordrehzahlen

längere Wartungsintervalle, hohe Leistung und lange Lebensdauer für die Herstellung von Kompressionsluft. Die Wärmeentwicklung lässt sich durch Wärmerückgewinnung sinnvoll nutzen.

Leistungsgeregelte Komponenten reduzieren beim SelectCombiCenter-Temperaturungssystem den Energiebedarf bei der Feuchtmittel- und Farbwerkstemperierung. So bleiben die Feuchtmitteltemperatur konstant, der Druckprozess stabil und die Verdunstung von Isopropanol gering.

Durch Anbindung an den gemeinsamen Kühlkreislauf der Nebenaggregate lässt sich die Abwärme der Motoren durch SelectMotorCooler-Antriebssysteme noch besser verwerten.

HALBE ENERGIE UND VOLLE LEISTUNG Die Rückgewinnung der in den Lösemitteln der Druckfarben enthaltenen Energie während der Trocknung macht den Dual-Dry RTO-Trockner (Regenerative Thermische Oxidation) zu einem sparsamen und umweltfreundlichen Trockner für Heatset-Drucksysteme. Oft liefern die Emissionen des Trockners ausreichend Energie für die Abluftreinigung und die Trocknung ohne zusätzlichen Gasverbrauch. Im durchschnittlichen Betrieb reduziert der Trockner den Gasverbrauch um die Hälfte gegenüber anderen Systemen. Bei dieser Technologie liegt die Verbrennungstemperatur rund 100°C über der ansonsten benötigten Brennkammertemperatur. Damit halbieren sich die Werte für Stickstoffe und Kohlenmonoxid – ohne negative Auswirkungen auf die Lebensdauer des Trockners. Zusätzlich wird der Kohlenstoffdioxidausstoß verringert.

➤ www.manroland.com



Congo, die Fotoausstellung von Carl De Keyzer, regt zu kontroversen Diskussionen an. Rik Daelman, Geschäftsführer Trapaca Papier mit Rudy Van Hoey, Produzent, Mathilde Studios (v.l.n.r., mittig) im FotoMuseum (FoMu) Antwerpen.



Bildband in Premiumqualität

Carl de Keyzer

BILDBAND CONGO WURDE AUF PHOENIXMOTION VON SCHEUFELN GEDRUCKT

In Fachkreisen zählt der Belgier Carl De Keyzer zu den großen Bildjournalisten unserer Zeit. Seine Arbeiten sind weltweit in zahlreichen Sammlungen vertreten. Congo, das neueste Werk, zeichnet ein scharfes Bild des heutigen Kongos.

Seit kurzem ist im Fotomuseum Antwerpen, Belgien, die einzigartige Serie von Fotografien mit historischer Bedeutung zu sehen. Die Ausstellung ist das Spiegelbild des parallel vom Lannoo-Verlag, Belgien, veröffentlichten Kunstdruckbandes »Congo«. Rudy Van Hoey begleitete bereits das Buch »Europa« von De Keyzer. Gemeinsam mit dem verantwortlichen Gestalter Luc Derycke wählte der Produzent Van Hoey auch für De Keyzers neues Werk »Congo« das Premiumpapier Phoenixmotion der Papierfabrik Scheufelen in Lennigen. Die Papiermarke Phoenixmotion ist in einer Flächengewichtsrang von 90 g/m² bis 400 g/m² in den Oberflächen matt, halbmatt und glänzend lieferbar. Typische Anwendungsbereiche sind anspruchsvolle Geschäftsberichte, Imagebroschüren, Werbebroschüren, hochwertige Bücher, Kunstdrucke



und Kalender. Der feine Druckträger vereint die haptischen Eigenschaften von Naturpapier mit der Optik und Bedruckbarkeit von gestrichenem Papier. Als Vollmitglied der renommierten Bildagentur Magnum legt De Keyzer hohen Wert auf absolute Wiedergabequalität und Emotionalität in seinen Bildbänden.

Für den Bildband »Congo« folgte De Keyzer der Route touristischer Attraktionen aus der Kolonialzeit – wie in einem alten Reiseführer. Mehr als zehn Monate bereiste der Bildjournalist zum Teil unter extrem gefährlichen Bedingungen das Land. Mit seinen Bildern dringt er in das moderne Belgisch-Kongo ein, ohne die Reste der belgischen Präsenz zu übersehen. Dabei zeichnet er nicht nur den Einfluss städtebaulicher und architektonischer Kolonialisierung auf, sondern untersucht fotografisch die Ursachen des heutigen Zustandes – das Chaos und den Verfall des Landes. Er inszeniert seine Bilder nicht, sondern setzt durch gekonnten Lichteinsatz nachhaltige Akzente. Anspruchsvoll, professionell und kompromisslos.

»Congo« – die Arbeiten des mehrfach ausgezeichneten Fotografen sind noch bis Mitte Mai 2010 im Fotomuseum in Antwerpen zu sehen. Weitere Ausstellungen in Europa sind in Planung.

➤ www.scheufelen.com





Berberich mit XING-Gruppe NETZWERK FÜR PAPIER UND RINGBÜCHER

Die Carl Berberich GmbH hat eine eigene Gruppe unter dem Namen »Berberich« im sozialen Netzwerk XING gegründet. Mit diesem Kommunikationsweg im Internet will das Heilbronner Unternehmen Wissen rund ums Papier weitergeben und Informationen erhalten.

➤ www.xing.com/net/berberich

Rekordhoch bei m-real 10 MIO. TONNEN KRAFTLINER PRODUZIERT

M-real stellte im Januar 2010 die zehnmillionste Tonne Kemiart Kraftliner her. Dieses Ereignis wurde mit Kunden in der Kemiart Papierfabrik in Finnland gefeiert. Seit Beginn der Produktion im Jahr 1971 wurde die Kapazität der Papierfabrik mehr als verdoppelt und liegt aktuell bei jährlich 375.000 Tonnen.

➤ www.m-real.com

Papyrus GC 2 KARTON VON MAULE JETZT ERHÄLTICH

Der auch in Europa bekannte Karton CMPC Maule GC 2 des chilenischen Herstellers Maule ist jetzt bei Papyrus vorrätig. Damit erfüllt der Papierhändler die Forderungen des Verpackungsmarktes nach guter Verfügbarkeit und schneller Lieferzeit der benötigten Kartonqualität.

➤ www.schneidersoehne.com

Papier Union PREISERHÖHUNG FÜR DAS GRAFISCHE SORTIMENT

Die Hersteller grafischer Papiere haben ihre Preise 2010 deutlich erhöht und begründen dies mit stark gestiegenen Kosten für Energie, Rohstoffe und Zellstoff. Die Papier Union kann die Erhöhungen durch Kostenoptimierungen nicht mehr aufzufangen und hat ihrerseits die Preise für das Sortiment um 8% bis 10% angehoben.

Tecco: steigende Bedeutung von Papier

VOM EINFACHEN PRODUKT ZUM STRATEGISCHEN POSITIONIERUNGSTOOL

Die Entwicklungen in der grafischen Industrie haben Inkjet-Papiere zu einem wichtigen Bestandteil der strategischen Ausrichtung zahlreicher Unternehmen gemacht. Hersteller von Drucksystemen und Proofingsoftware generieren heute einen erheblichen Teil ihres Umsatzes mit Substraten und Papier sowie mit Tinten und Toner anstatt mit ihren Kernprodukten Druckern und Softwarelösungen. Verantwortlich dafür sind zum einen Marktsättigung und der damit einsetzende Verdrängungswettbewerb, der für sinkende Preise und schrumpfende Margen sorgt. Um Ausgleich zu schaffen, fokussiert man sich auf Verbrauchsmaterialien, in erster Linie auf Tinten, Toner und Papiere. Ein Rückblick zeigt, dass aus der einstigen grauen Maus, dem Papier, heute ein wichtiges, umsatzrelevantes Medium geworden ist. Heute nutzt man Papier als strategisches Werkzeug und zur Darstellung einer

Unternehmensphilosophie. Waren zu Beginn des Proofings alle Papiere doch relativ ähnlich, kennt man heute eine Vielzahl an Merkmalen und Kriterien, um zum einen Unterschiede, zum anderen Unternehmensphilosophien zu kommunizieren, die helfen sollen, unterschiedliche Anwendergruppen und Käuferschichten anzusprechen. Zu diesen gehören neben den Proofinganwendern professionelle Fotografen und Künstler. So wurden Spezialpapiere wie Seidenraster-, Baryt-, und FineArt-Rag erfolgreich aus dem analogen in das digitale Zeitalter portiert. Als Tecco 1995 seine Medien Fograzertifizierte, stand es allein auf weiter Flur. Heute verfügt Tecco über alle relevanten Zertifikate: FSC, PEFC, Fogra, SWOP und GraCol. Diese dienen zum einen als Qualitätssiegel. Zum anderen zeigt Tecco damit auch soziale und ökonomische Kompetenz in einem dynamischen Markt. Seit 2009 ist die Tecco GmbH FSC- und PEFC-zertifiziert. Zudem ist das EFI 6225XF das erste Proofpapier weltweit, das eine PEFC-Zertifizierung trägt.

➤ www.tecco.de

Paperworld 2010 PEFC FESTER BESTANDTEIL DER BRANCHE

Die Paperworld 2010, internationale Messe für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren, die vom 30. Januar bis zum 2. Februar in Frankfurt stattfand, begann für die beiden führenden Waldzertifizierungsorganisationen mit einem gelungenen Auftakt: Bei der von PEFC und FSC organisierten Podiumsdiskussion »Waldzertifizierung: Zwei Wege, ein Ziel?« wurden die Unterschiede und Gemeinsamkeiten von den jeweiligen Geschäftsführern Dirk Tee-

Hauptziel dieser Waldschutzorganisation. Dass dieses Konzept erfolgreich ist, zeigt sich am Beispiel Deutschland: Aufgrund des regionalen Ansatzes werden in Deutschland deutlich über 90% der zertifizierten Wälder nach PEFC-Standards bewirtschaftet. Die Wahrscheinlichkeit, dass Produkte mit dem PEFC-Label aus Deutschland stammen, ist damit vergleichsweise hoch. 2009 legte die Zahl an PEFC-Zertifizierungen in Deutschland um 26% zu. Neben der Papierbranche interessieren sich zunehmend auch



gelbekkers, PEFC Deutschland e. V., und Dr. Uwe Sayer, FSC Arbeitsgruppe Deutschland e. V., dargestellt. Dabei stellte sich ganz klar heraus: PEFC fühlt sich weltweit für unsere Wälder verantwortlich, die flächendeckende Umsetzung einer nachhaltigen Waldwirtschaft ist das

Hersteller von Schreibgeräten für eine PEFC-Zertifizierung.

➤ www.pefc.de



Meeting Point IPEX. Bei KBA sehen Sie Benchmarks.

Was dabei herauskommt, wenn man beim Thema Print die Potentiale modernster Drucktechnik nutzt, sehen Sie bei KBA zur IPEX 2010. Erleben Sie mit uns Weltneuheiten im Bogenoffset wie z. B. KBA Flying JobChange. Natürlich informieren wir Sie auch gerne über unsere vielfältigen Aktivitäten im Rollenoffset, Zeitungs-, Verpackungs-, UV-, Banknoten- und Öko-Druck. KBA setzt die Trends mit moderner Technik, innovativen Verfahren, integrierten Workflows und einzigartiger Flexibilität. Sprechen Sie mit den Champions in Print.

Sie finden uns in
Halle 6 / 6D560

 **KBA**
People & Print

Koenig & Bauer AG (KBA)
Würzburg, Radebeul bei Dresden, www.kba.com



Römerturm Feinstpapier TRANSPARENTPAPIER FÜR DEN DIGITALDRUCK

Römerturm Feinstpapier hat sein Sortiment für den Digitaldruck, die Digital Paper Collection, um ein besonderes Papier erweitert: Glama Digital von Schöllershammer. Das Transparentpapier ist von HP Indigo zertifiziert. Mit dieser Sortimentserweiterung ist Römerturm der Anbieter für HP-zertifizierte Transparentpapiere und offeriert eine optimale Ergänzung zu den anderen Papieren der Digital Paper Collection, da das gesamte Sortiment kombinierbar ist. Allen gemein ist, dass sie aufgrund ihrer Produkteigenschaften optimal für den Einsatz im Digitaldruck sind und für verschiedene Druckmaschinen geeignet sind. Zu allen Papieren der Digital Paper Collection gibt es die passenden Hüllen.

Glama Digital gibt es in der Farbe Weiß in zwei Grammatoren, 112 g/m² und 150 g/m². Es läuft auf allen HP Systemen und überzeugt laut Hersteller durch eine exzellente Bedruckbarkeit und brillante Farbwiedergabe. Das Transparentpapier ist ideal geeignet für Einladungen, zum Separieren und Markieren oder als Blickfang, um hochwertige Druckprodukte aufzupeppen.

➤ www.roemerturm.de

Papiersuche im Vordergrund M-REAL ZANDERS MIT NEUER INTERNET-PRÄSENZ

M-real Zanders, Hersteller von Spezialpapieren, hat seine Internet-Präsenz komplett überarbeitet und die Website stärker auf die Bedürfnisse der Kunden angepasst. Neben einer ansprechend und außergewöhnlich gestalteten Grafik steht das neue Konzept der Papiersuche im Vordergrund. Die Neuerungen umfassen im Wesentlichen den visuellen Auftritt mit einem moderneren und offeneren Erscheinungsbild, aber auch grundlegende technische Verbesserungen. So findet der Nutzer mit wenig Aufwand, mittels Auswahl der für ihn maßgeblichen Kriterien, schnell das für sein Projekt geeignete Papier. Ergänzt wird die Funktionalität der Papiersuche durch visuelle Darstellungen von Farben, Mustern und Oberflächen sowie umfangreiche technische Informationen. Das Unternehmen und die Menschen dahinter werden dem Besucher der Seite durch vielfältige Informationen, Diashows und Fotos der persönlichen Ansprechpartner näher gebracht. Dem Thema Umwelt wird den heutigen Ansprüchen in der Form Rechnung getragen, dass neben ausführlichen Informationen zur Umweltpolitik beider Werke alle zur Verfügung stehenden Zertifikate zum Download angeboten werden.

➤ www.m-real.com

Zanders Zeta color von M-real M-REAL STELLT ZANDERS ZETA COLOR VOR

Zanders Zeta color ist ein ungestrichener, durchgefärbter Karton mit matter Oberfläche, der bei einem Flächengewicht von 260 g/m² in den Trendfarben koralle, mais, indigo, schiefer, farn und korn angeboten wird.

Zanders Zeta color stellt die perfekte Ergänzung zum bestehenden Produkt-Programm für den Text & Cover sowie Letterheadbereich dar und ist FSC-zertifiziert.



In erster Linie konzipiert für den Einsatz im Verpackungs- und Umschlagbereich, ist Zanders Zeta color darüber hinaus für zahlreiche weitere grafische Anwendungen ideal geeignet. Ein wesentlicher Produktvorteil besteht im Herstellungsverfahren. Mittels der durchgefärbten Materialstruktur wird bei jeglicher Weiterverarbeitung ein Sichtbarwerden von weißen Papierfasern ausgeschlossen.

Exklusiv-Händler in Deutschland für Zanders Zeta color ist die Papier Union GmbH.

➤ www.zanders.de

➤ www.m-real.com

Igepa group EIGENMARKEN IM NEUEN DESIGN

In Anlehnung an die Corporate Identity (CI) und das Corporate Design (CD) der Igepa group wurde das Verpackungsdesign der Office-Eigenmarken angepasst und modernisiert.

Mit dem neuen Verpackungsdesign wird der Premiumcharakter der Igepa Office-Eigenmarken weiter verstärkt. Viel Wert wurde beim Re-Design unter der Berücksichtigung des CI und CD auf die Eigenständigkeit der Papiere gelegt. Neben der Igepa-Markenidentifikation umfasst die elegante Verpackungsoptik neben dem Produktnamen auch die jeweilige Produktemotionalisierung der Eigenmarken »Premium Paper«, »Business Paper«, »Coloured Paper«, »Photo Paper«, »Multipurpose Label« und »Overhead Film«. Abgerundet ist das neue Designkonzept mit Produktleistungspezifikationen.

Das neue Outfit bezieht auch die Rückseite des neuen Verpackungsdesigns mit ein. Neben einem übersichtlich gestalteten Verweis zu Cross-Selling Möglichkeiten innerhalb der Produktkategorie präsentiert die Verpackungshülle Igepa Informationen in bis zu 15 Sprachen.

➤ www.igepagroup.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die **Carl Berberich GmbH** hat nach erfolgreichem Re-Audit wieder die FSC/PEFC-Zertifikate erhalten. Die Hauptverwaltung in Heilbronn sowie alle Niederlassungen sind bis März 2015 zertifiziert. Der Geschäftsbereich Berberich Systems, der Ringbücher und Organisationsmittel herstellt und vertreibt, wurde erstmals FSC/PEFC zertifiziert. • Das meistverkaufte **Océ**-Papier verfügt ab sofort über ein Umweltprofil, das neue Maßstäbe im Bereich der Nachhaltigkeit setzen soll: Océ Black Label Zero ist ein hochweißes Multifunktionspapier, das nach Angaben von Océ als erstes Papier am Markt die Kriterien aller wichtigen Umweltzeichen erfüllt. • Die britische Investor Relations Society zeichnete vor kurzem den aktuellen Jahresbericht von **Powerflute** in der Kategorie »Most improved annual report« aus. Der Geschäftsband wurde auf PhoeniXmotion, dem hochwertigen gestrichenen Papier von **Scheufelen** gedruckt. •

ES IST ZEIT FÜR UNÜBERTROFFENE QUALITÄT **UND** BEISPIELOSE ZUVERLASSIGKEIT.

Es ist Zeit für höhere Produktivität **UND** weniger manuellen Aufwand.

Es ist Zeit für variable Lösungen **UND** grundsoliden Support.

Wie können Sie die Responsequoten für Ihre Kunden verbessern und die Investitionsrendite nachhaltig steigern? Eine **Kodak** Lösung macht's möglich. Wir bieten Ihnen Drucklösungen auf Offsetklasse-Niveau und den robusten Workflow, den Sie für eine effiziente, innovative und profitable Produktion benötigen. Es ist Zeit für Lösungen, die den Ansprüchen von Menschen und den Zielen Ihres Unternehmens gerecht werden.

Es ist Zeit für Sie **UND** Kodak.

Hier finden Sie den Anschluss: kodak.com/go/connect



Produktivität und Flexibilität

Buchbinderei Diehl

KLEBEBINDER EUROBIND 50% SCHNELLER ALS VORGÄNGERMASCHINE

Die Buchbinderei Diehl in Wiesbaden produziert seit Anfang des Jahres mit zwei neuen Weiterverarbeitungsmaschinen von Heidelberg, einem Klebebinder Eurobind Pro mit 28 Anlegern und einer Falzmaschine KH 82 mit automatisiertem Kreuzbruch und sechs Falztaschen. »Wir erleben seit Jahren einen extremen Preis- und Kostendruck. Dabei bleiben die Qualitätsanforderungen immer konstant hoch. Dem können wir nur standhalten, wenn das Equipment auf dem neuesten Stand ist und alle Prozesse im Unternehmen reibungslos laufen«, skizziert Geschäftsführer und Inhaber Axel Diehl seine Entscheidung. In einer engeren Zusammenarbeit mit Druckereien sieht er zudem Potenzial: »Einige Druckereien binden uns schon von Anfang an in die Jobplanung ein – damit lässt sich unsere Arbeit ebenso wie das Endprodukt optimal gestalten.«



Qualität, wie sie sein soll: Axel Diehl (links), Inhaber der Buchbinderei Diehl, prüft zusammen mit Thorsten Holtmeier von Heidelberg die Klebebindequalität des Eurobind Pro.

1857 als kleiner Handwerksbetrieb vom damaligen Buchbindermeister Carl Hetterich gegründet, wurde die Firma kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkrieges von Wilhelm Diehl übernommen, der den Betrieb an seinen Sohn Hildebrand übergab. 1989 trat Axel Diehl in die Fußstapfen seines Vaters. Heute bedient die Verlagsbuchbinderei mit 21 Mitarbeitern und einem modernen Maschinenpark im Zweischichtbetrieb zahlreiche Druckereien und Agenturen im Rhein-Main-Gebiet. Neben den beiden neuen Maschinen produziert Diehl mit drei Stahlfoldern in unterschiedlichen Formaten, einem Sammelhefter Stitchmaster ST 350 mit acht Anlegern, einer Schneidmaschine Polar 115 XT Autotrim und einer Fadenheftmaschine Aster 150.

»Die ausschlaggebenden Punkte für das Gesamtpaket waren für mich die Verfügbarkeit und der Service sowie eine zusätzliche Produktivität durch größtmögliche Automatisierung«, beschreibt Diehl seine Entscheidung. »Wir

rüsten mit dem Eurobind Pro rund 50 Prozent schneller und wesentlich genauer als mit der alten Anlage. Der Klebebinde ist binnen zehn bis 15 Minuten produktionsfertig. Bei Standardprodukten ist die automatische Einstellung so präzise, dass schon die erste Broschüre verkaufbar ist«, zeigt sich Diehl über die ersten Praxiserfahrungen mehr als zufrieden.

Bisher wurden mit dem Eurobind Pro in gut sieben Wochen rund 800.000 Broschüren vor allem im A4-Format produziert. »Das liegt über unseren Erwartungen. Wir streben künftig eine kontinuierliche Auslastung des Klebebinders mit etwa 500.000 Broschüren pro Monat an.«

› www.heidelberg.com



LFP für Formel-1-Kampagne

Baier Digitaldruck setzt die Segel
**RIESENBANNER FÜR DIE SÜDTRIBÜNE
 DES HOCKENHEIMRINGS**

Großformatige Werbebanner gelten als ideale Eyecatcher. Dieser Meinung sind auch die Marketing-Experten des Hockenheimrings und haben bei Baier Digitaldruck in Heidelberg kürzlich ein Riesenschild (30 m x 8 m) für die Südtribüne der Rennstrecke bestellt. Für die Großdruck-Spezialisten an sich ein normaler Auftrag, doch nicht in diesem Falle. Hier lag der Fokus auf der optimalen Bannerkonzeption, die alle Anforderungen aufgrund von Wetterbedingungen, Windlast und der örtlichen Lage berücksichtigt und dabei die

gesetzlichen Sicherheitsvorschriften einhält. An der offenen Südtribüne an der Start-Ziel-Kurve kann es zu starken Windböen mit Windlasten von bis zu 100 kg/m² kommen. »Da das Riesenschild vergleichbar mit einem Segel der Gorch Fock ist, mussten genaue statische Berechnungen auf Basis der Materialspezifikationen durchgeführt werden«, so der technische Leiter Michael Kemmerer von Baier Digitaldruck. Besonderes Augenmerk galt dabei auch der Ösenmatrix, die dafür sorgt, dass das Banner nicht abreißen kann. Produziert wurde das Banner in dem besonders leichten und luftdurchlässigen Material Bright Mesh 310g. Bei eisigen Minus-Temperaturen waren sechs Mitarbeiter mit zwei Hubsteigern insgesamt zwei Tage damit beschäftigt, das Banner mit über 400 Schwerlastösen sicher zu befestigen.

»Mit der Installation dieses Banners haben wir puncto Größe und Standort eine bemerkenswerte Werbefläche geschaffen. Die Ausrichtung zur Autobahn A6 und ein tägliches Verkehrsaufkommen von über 80.000 Fahrzeugen führen zu enormen Kontaktchancen. So haben wir schon nach kurzer Zeit positive und eindeutig zuzuordnende Resonanz verzeichnen können, das wir als wichtigen Bestandteil unserer Formel-1-Kampagne zurzeit im Einsatz haben«, so Marketingleiter Jorn Teske von der Hockenheim-Ring GmbH.

› www.baier.de › www.hockenheimring.net



**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 Kommunikationserfolgs 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





**EFI VUTEk QS220
MASSSTÄBE IM LFP-
GROSSFORMAT**

EFI stellte kürzlich den VUTEk QS220, einen Flachbett-Direkt-drucker mit UV-Härtung. General Manager Dick Wissenbach: »Viele Drucker sehen sich in der Zwickmühle zwischen Geschwindigkeit und Qualität. Der QS220 vereint das Beste aus beiden Welten und bewältigt dabei 16 Platten im Format 120 x 240 cm pro Stunde.«

**KBA und System Brunner
KOOPERATION BEI MESSUNG
UND REGELUNG**

Die Koenig & Bauer AG und die System Brunner AG werden künftig bei der Inline-Messung und Regelung der Farbqualität im Bogenoffset kooperieren. Zur Ipx in Birmingham soll erstmals an einer Bogenoffsetmaschine Rapida 106 auf dem KBA-Stand eine gemeinsame integrierte Lösung gezeigt werden.

**HighEnd-Papier von ColorGate
FOGRA-ZERTIFIZIERT:
PROOF PAPER CG ISOPROOF 200**

Unter der Bezeichnung CG Isoproof 200 hat ColorGate ein seidenmattes Proofpapier ohne optische Aufheller auf den Markt gebracht, das speziell für Contract Proofing und kompetentes Color Management entwickelt wurde. Von der Fogra zertifiziert, erfüllt das Papier die Anforderungen der ISO 12647-7:2007.

**OKI
ES-LED-NETZWERKDRUCKER
ES6410DN UND ES7411DN**

OKI Printing Solutions hat das Angebot seiner TCO-optimierten Executive Series-Modelle ausgebaut. Mit dem ES6410dn und dem ES7411dn bietet OKI zwei LED-Netzwerk-Farbdrucker mit günstigen Betriebskosten bei gleichzeitig hoher Qualität. Pro Minute drucken beide Geräte bis zu 34 Farb- und 36 Schwarzweiß-Seiten.

Stark Druck

**INVESTITION IN GOSS SUNDAY
5000-TECHNOLOGIE**

Stark Druck wird noch in diesem Jahr mit der Installation einer neuen Goss Sunday 5000 Rotation in seiner Druckerei in Pforzheim als erstes Druckhaus in Deutschland das 96-Seiten-Format einsetzen. Die aus vier Druckeinheiten bestehende Druckmaschine mit kanalloser Gummituchtechnologie ist mit einer Bahnbreite von 2.860 mm, dem automatischen Plattenwechselsystem Goss Autoplate und Digi-Rail Digitalfarbwerken sowie einem punkturlosen PCF-3 Greiferfalzapparat konfiguriert. Sie wird mit Goss Contiweb FD Rollenwechsler, Ecocool Trockner und dem automatisierten Steuerungs- und Workflowsystem Goss Web Center ausgestattet. Zudem umfasst der Auftragsumfang eine Option für die nachträgliche Installation einer zweiten, ähnlich ausgestatteten 96-seitigen Sunday.

Vor Vertragsabschluss hatte Stark Druck einen seiner Katalog-Druckaufträge unter Ausnutzung der vollen Bahnbreite der Sunday 5000 Rotation, die im vergangenen Jahr in Italien installiert wurde, auf der Maschine getestet.

➤ www.gossinternational.com

Neues von Ferag

**SCHNEIDTROMMEL SNT-50 MIT
NUR EINEM ROTOR**

Die neueste Entwicklung der Ferag Verfahrenstechnik GmbH in Leipzig ist eine Schneidtrommel mit nur einem Rotor und der Typbezeichnung SNT-50. Sie lässt sich bis zu einem unbeschnittenen Format von 500 x 320 mm beziehungsweise bis zu einem beschnittenen Format von 450 x 300 mm einsetzen. Die Produkte werden während des Verarbeitungsumlaufs in der SNT-50 schonend und sicher gehalten,



und zwar ohne Verschiebung in den Taschen. Im Gegensatz zur SNT-U erfolgt bei der SNT-50 der dreiseitige Beschnitt zunächst an der Front und dann gleichzeitig an Kopf und Fuss, wie es auch an den Ferag-Schneidtrommeln mit zwei Rotoren praktiziert wird. Damit ist, sofern der Markt die innovative SNT-50 annimmt, die Nachfolgeneration der bisherigen Schneidtrommeln SNT-35, SNT-42 und SNT-48 eingeleitet.

➤ www.ferag.com

Ernst Nagel GmbH

**FOLDNAK 100 TEIL DES PRAKTIKUMS
AN DER HDM**

Die Hochschule der Medien bietet im Rahmen des Medienstudiums eine praxisnahe Ausbildung: vom Design und der Druckvorstufe über den Offset- oder Digitaldruck bis hin zur Weiterverarbeitung ist die Hochschule mit Technologien und Maschinen ausgestattet, die die Studierenden bei der Vorbereitung auf das Berufsleben unterstützen. Im Bereich der Weiterverarbeitung ist seit Dezember 2008 eine Foldnak 100-Linie von Ernst Nagel installiert, die aus Broschürenfertiger Foldnak 100 und der Rückenpresse SP+ besteht.



Teil der Ausbildung in den unterschiedlichen Studiengängen ist das Grundlagenpraktikum 5P (PrePress PressPostPress), das die Möglichkeit eines Durchlaufs durch die technischen Abteilungen des Studienganges Druck- und Medientechnologie

bietet. Die Studenten erhalten an vier Terminen zu je 6 Stunden pro Abteilung einen grundlegenden Eindruck von den speziellen Techniken, Maschinen und Verfahren. »Wir schätzen die Ernst Nagel GmbH als Partner in der Lehre und freuen uns über die zur Verfügung gestellte Broschürenstraße«, betont der für das Grundlagenpraktikum zuständige Dozent Klobe. »Den Studierenden werden die besten Voraussetzungen geboten, professionelle Druckweiterverarbeitung von Grund auf zu lernen.« Die Finishing-Lösung Foldnak 100 bietet Zusammentragen, Heften, Falzen und Pressen in einer Straße. Der Foldnak 100 bietet eine große Bandbreite an Formaten. Je nach Format produziert die Maschine bis zu 3.000 Broschüren pro Stunde und eignet sich durch den Einsatz von Drahtheftköpfen auch für die industrielle Broschürenfertigung. Mit dem SP Plus online können die Broschüren abschließend durch die quadratische Rückenpresse veredelt werden.

➤ www.hdm-stuttgart.de

➤ www.ernstnagel.de



Neue Dimension im Offsetdruck BERLINER DRUCKEREI RÜSTET SICH MIT GENIUS 52UV

Die Druckerei Gerhard Bohm in Berlin-Zehlendorf hat sich für eine lang ersehnte Neuinvestition entschieden. »Genius 52UV« heißt zukünftig die neue Dimension für das aufstrebende Druckunternehmen. Die Maschine druckt ohne Wasser und Zonenschrauben. Für die Betreiber der Druckerei Bohm bedeutet das in der 132-jährigen Firmengeschichte vor allem auch die Erweiterung des Angebotes von alltäglichen und



nicht-alltäglichen Drucksachen. Die Geschäftsführerin Mariana Weihe, die das Unternehmen seit 18 Jahren führt, erklärt: »Wir haben mit der Genius 52UV nun die Möglichkeit, unser Angebot um Materialien zu erweitern, die wir vorher nicht drucken konnten. Ob Mousepads oder Tischsets, wasserfeste Etiketten oder Plastikschilder für den Point of Sales, 3D-Postkarten oder Wackelbilder – die Möglichkeiten, sind endlos.« Die Genius 52UV bedruckt Materialstärken bis 0,8 mm. Dabei ermöglichen die UV-Farben das Bedrucken von nichtsaugenden Materialoberflächen. Auch Papier und Karton werden verarbeitet.

➤ www.druckerei-bohm.de
➤ www.kba-metronic.com

Polar SICHERHEIT AM SCHNELL- SCHNEIDER

Die meisten Länder schreiben dem Betreiber von Maschinen gewisse Sicherheitsstandards gesetzlich vor. Das Betreiber-Unternehmen hat dabei sicherzustellen, dass die hierfür notwendigen Prüfungen über den gesamten Lebenszyklus der Maschinen erfolgen. Sie muss dabei durch einen qualifizierten Prüfer durchgeführt werden, auf die Maschine abgestimmte Zeitintervalle müssen eingehalten und ein entsprechender Prüfnachweis erstellt werden.

Bereits Anfang der 1970er Jahre hat Polar ein spezielles Sicherheitskonzept entwickelt und in Deutschland eng mit der Berufsgenossenschaft zusammengearbeitet. Es beschreibt die systematische Überprüfung der sicherheitsrelevanten Einrichtungen an Polar Schnellschneidern und wird regelmäßig an die neuen europäischen Richtlinien angepasst. Das Konzept wurde bereits in drei europäischen Ländern den zuständigen Sicherheitsbehörden präsentiert und mit den Polar-Landesvertretungen praktisch umgesetzt. Als nächstes soll es nun auch in der Schweiz zur Anwendung kommen.

Für bestimmte Prüfpunkte werden von Polar selbst entwickelte Prüfgeräte eingesetzt. Die bestandene sicherheitstechnische Prüfung wird durch einen Aufkleber dokumentiert, so dass Aufsichtsbehörden den einwandfreien Zustand des Produktes erkennen können.

➤ www.polar-mohr.com

MB Bäuerle

PIT STOP UND PRESTIGE FOLD NET BIETEN KOMFORTABLES ARBEITEN

Eine typische Erscheinung beim Falzen von Digitaldrucken oder anderen kritischen Materialien ist das Aufbrechen der Tonerschicht entlang der Falzlinie. Ursache dafür sind nicht der Falzprozess oder die Technik, sondern das physikalische Verhalten von Toner und Papier. Das Einbringen einer Rillung entlang der Falzlinie kann das Brechen der Tonerschicht deutlich reduzieren.

MB Bäuerle bietet hierfür ein Inline-System, das aus der Balkenrillmaschine Pit Stop DH Speed und der vollautomatischen Falzmaschine prestigeFoLD NET 52 besteht, an. Die gerillten oder perforierten Bogen gelangen nach dem Rillvorgang auf den Ausrichttisch des Falzsystems und können direkt inline weiterverarbeitet werden. Da die Verarbeitung in einem Durchgang erfolgt, wird die Gefahr von Markierungen oder Zerkratzen empfindlicher Materialien reduziert. Als Vorteil nennt MB Bäuerle das Doppel-Antriebsystem, mit dem in einem Durchgang verschiedene Arbeitsgänge wie Rillen, Perforieren, Mikro-Perforieren oder Stanz-Perforieren erfolgen können.

Mit der Falzmaschine prestigeFoLD NET 38 bietet MB Bäuerle ein Modell mit Bedienkomfort und CIP4-Kompatibilität für den unteren Formatbereich. Die Einrichtautomatik übernimmt selbständig die Positionierung der Stellelemente für Flachstapelanleger, Taschenanschlüge, Bogenweichen, Falzwalzen, Lineale und Auslagerollen; 20 Standardfalzarten sind abrufbar. Ein Speicher für die Einstelldaten von über 200



Jobs ermöglicht das Einrichten von Wiederholaufträgen in kurzer Zeit. Einlesbare Barcodes stellen die Maschine anhand der vorgegeben Auftragsdaten selbstständig ein. Zudem ist die Maschine mit einem Softwaremodul zur Fernwartung ausgestattet.

Damit ist es möglich, via PC den Status der Maschine einzusehen und gegebenenfalls Einstellungen vorzunehmen. Die Maschinen sind auch auf der PostPrint in Berlin zu sehen. ➤ www.mb-bauerle.de

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Mit einer modifizierten Hightech-Rotation KBA Commander CT von **Koenig & Bauer** will die französische **CPI-Gruppe** als europäischer Marktführer ihre Produktivität im einfarbigen Bücherdruck weiter steigern. Die Commander CT mit einem Infrarottrockner, einem Imprinter und einem KBA-Bücherfalzapparat wird speziell für die Marktanforderungen von CPI konfiguriert. • **SP-Paino Oy** investierte im Rahmen der 20-Jahr-Feier von **manroland** Finnland in eine Fünffarben ROLAND 700 HiPrint. • Nur 14 Monate nach der Bestellung der ersten 8-Farben Concepta investiert die chinesische Druckerei **Jiangsu Yuanyang Data Processing** in eine zweite Concepta von **Müller Martini**. Als neuen Kunden für die Concepta gewann Müller Martini zudem die französische **Imprimerie Debusschère** in Wille und die in Oyonnax ansässige **LGR Pharprint**, die sich mit einer 4-Farben-Concepta ebenfalls erstmals für Müller Martini entschied. • Das Ziel von Upgrades bei Zeitungsdruckmaschinen ist die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und der Produktionsflexibilität. Aus diesen Gründen rüstet das italienische Druckhaus **SIGRAF** seine 2007 installierte **manroland** UNISET zur vollfarbigen 64-Seiten-Produktion auf.



Ricoh

NEUE LEISTUNGSFÄHIGE A4-DRUCKER

Mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 130 Seiten pro Minute gehen die neuen Prioport-Systeme DX 3243 und DX 3443 von Ricoh ins Rennen. Die Schnelldrucker für das A4-Format lösen die Modelle DX 3240 und DX 3440 ab und lassen sich in eine Multifunktions-Landschaft integrieren.

➤ www.ricoh.de

Mutoh

NEUE TINTEN FÜR POLYESTERSTOFFE

Mutoh Europe, Hersteller von Großformat-Piezo-Tintenstrahldruckern hat neue wasserbasierenden Farbstoffdirekttinten angekündigt. Der neue Tintensatz in 4 Farben ohne flüchtige organische Verbindungen wurde speziell für Mutohs bereits vorhandene Druckerreihe Viper TX und Viper TX Extreme (Direktdruck auf Stoff) abgestimmt.

Evert Etiketten

INDIVIDUALISIERTE PRODUKTION

Die Evert Etiketten GmbH in Prutting hat eine HP Indigo ws4500 in Betrieb genommen. Mit dem digitalen Rollendrucksystem ist das 1932 gegründete Unternehmen in der Lage beispielsweise Tickets mit fortlaufender Nummerierung oder wechselnden Motiven zu drucken. Auch für den Barcode-Druck setzt Evert das HP Indigo System ein.

Kodak Prosper 5000XL

IF PRODUCT DESIGN AWARD 2010

Die Kodak Prosper 5000XL Druckmaschine wird für ihr Design gewürdigt und mit einem iF Product Design Awards ausgezeichnet. An dem vom iF International Forum Design veranstalteten Wettbewerb nahmen Hersteller aus 39 Ländern mit mehr als 2.400 Produktdesigns teil.

➤ www.graphics.kodak.com

Vom Labor in den Praxisbetrieb

FOGRA UND COLOR ALLIANCE: GRUNDLAGEN FÜR STANDARDS IM LFP

Um weltweit mehr Prozesssicherheit beim Large Format Printing zu erhalten, bedarf es einheitlicher Standards. Dazu haben die Color Alliance (CA) und die Fogra eine enge Zusammenarbeit begonnen, um die entsprechenden Parameter zu definieren und dem Praxisbetrieb bereitzustellen, »Gemeinsam



mit der Fogra möchten wir einen Standardisierungsprozess im LFP-Bereich in Gang bringen und vorantreiben«, erläutert André Kapsa, Geschäftsführer der Color Alliance in Vlotho. Den Anfang machen CA-zertifizierte Druckmedien, die von der Fogra bereits überprüft werden. Dies gilt sowohl für die Konformität hinsichtlich des Validation Prints (ISO/CD 12647-8) als auch für grundlegende Fragen wie die farbmetrische Kennzeichnung. Darüber hinaus sollen noch andere Druckmedien-, Printer- und Tintenhersteller mit ins Boot geholt werden.

Da LFP nicht mit dem Offsetdruck vergleichbar ist und damit auch die für den Offsetdruck wohl relevanteste Druckbedingung FOGRA39 nicht angemessen ist, müssen die Prüfkriterien evaluiert und wenn nötig neu festgelegt werden. Ein Beispiel: Die Prozessfarben im Offsetdruck sind standardisiert. Der Farbton Magenta ist (innerhalb geringer Toleranzen) immer gleich. Ein Magenta bei den Druckertinten sieht jedoch in der Regel von Hersteller zu Hersteller anders aus. Ähnliches gilt auch für die Digitaldruckmedien. Beim Offset gibt es zum Beispiel eindeutig definierte Papierklassen – im Inkjet nicht. Seit längerem schon versucht die Color Alliance durch eine Vereinheitlichung



der Druckmedien (einheitliches CA-Coating) Impulse zur Erarbeitung eines Standards zu geben.

Andreas Kraushaar, Abteilungsleiter Vorstufentechnik in München: »Wo man messen kann, braucht man nicht zu streiten. Wenn sich mit unseren herstellerunabhängigen FograCert-Prüfprogrammen die Konformität von Druckergebnissen zweifelsfrei belegen lässt, sind wir am Ziel. Bis dahin ist es noch ein langer Weg. Mit unseren aktuellen Bemühungen stehen wir noch weitgehend am Anfang.«

➤ www.color-alliance.com

Hunkeler

»HUNCOLOR READY« IM MARKT ETABLIERT

Über 1.000 Module der POPP6- und POPP7-Generation für Bahnbreiten bis 520 mm unter der Marke »huncolor ready« sind nach Angaben von Hunkeler weltweit im Einsatz. Inzwischen wurde das Konzept mit POPP7 auf die nächst höhere Kategorie für Bahnbreiten bis 762 mm (30 Zoll) und die dadurch ermöglichte 3-up-Produktion im DIN A4-Hochformat erweitert. Schlüsselkomponente ist das Schneidmodul CS6-II. Mehr als 100 dieser Module produzieren inline oder als Offline-Lösungen in der Mailingproduktion. Die zwei Querschneidzylinder erlauben den variablen Rausschnitt im Bereich von 3,2 bis 70 mm. In Verbindung mit bis zu fünf Längsschneidmessern ist die Herstellung von Druckerzeugnissen unterschiedlicher Formatlängen mit rundum randabfallendem Druck oder im Einfach-, Doppel-, Dreifach- und Vierfachnutzen möglich. Mit Leistungen von 220 m/min bei Rolle-Rolle-Produktion und 180 m/min im Rolle-Blatt-Betrieb mit dem Schneider CS6 und der Stapelauslage LS6 verarbeiten die Systeme alle marktüblichen Bedruckstoffe vom leichten Papier bis zum 300 g/m² schweren Halbkarton.

➤ www.hunkeler.ch

CEvolution Bottle

EDLE TROPFEN ELEGANT VERPACKT

Eine Luxus-Getränkeverpackung vereint Genuss, Lebensfreude und hohe Produktansprüche. Mit »CEvolution Bottle« widmet sich Edelmann der exklusiven Kreation von Luxus-Verpackungen für Spirituosen, Wein und Champagner. Partner ist der Kartonhersteller Korsnäs, ein langjähriger Lieferant mit Expertise in der Getränkeindustrie. Das Highlight der Edition »CEvolution Bottle« ist die Edelmann-Verpa-



ckung mit Hebemechanismus, die an einen Korkenzieher erinnert. Beim Wegklappen auf die Seite hebt sich die Flasche um mehrere Zentimeter und kann bequem entnommen werden.

➤ www.edelmann.de



Start der Serienproduktion WELTSCHNELLSTER THERMO- DRUCKKOPF VON KYOCERA

Der japanische Technologie-Konzern Kyocera präsentiert die neue KLE-Thermodruckkopf-Serie für Desktop-Kartendrucker zum Bedrucken unelastischer Materialien wie Ausweise und Kreditkarten. Der Druckkopf bietet 300 dpi Auflösung und druckt 5 cm pro Sekunde in Farbe. Dies ist laut einer Recherche von Kyocera die höchste Druckgeschwindigkeit in diesem Segment. Kyocera startete die Serienproduktion Anfang März. Bei dem neuen Druckkopf wird der Kyocera eigene Double-Partial-Glaze-Aufbau (DPG – doppelte partielle Glasur) an der Kante des Druckkopfs eingesetzt. Diese Struktur nutzt die konvexe Form der wärmespeichernden Glasurschicht



Bei Real-Edge-Druckköpfen befindet sich das Heizelement an der Kante des Trägermaterials und ermöglicht dadurch einen Druckprozess, bei dem das zu bedruckende Material nicht gebogen werden muss.

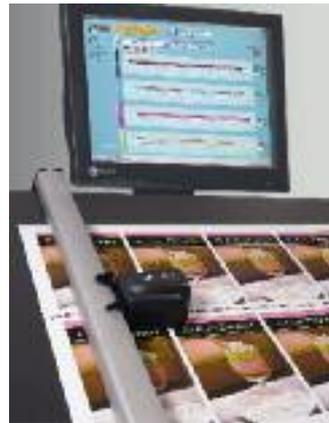
zur Erhöhung des Wirkungsgrads beim Drucken. Die dadurch erreichbare Geschwindigkeit beträgt das Eineinhalbfache herkömmlicher Kyocera-Druckköpfe.

➤ www.kyocera.de

Digiinfo Steuerung für Offsetmaschinen

INKZONE MOVE UNTERSTÜTZT EASYTRAX VON X-RITE

InkZone Move unterstützt ein breites Spektrum an Farbmess- und Regelsystemen verschiedenster Hersteller. Mit EasyTrax wird jetzt auch die neuste Messtechnik von X-Rite in die Steuerungslösung für Offsetdruckmaschinen integriert. Diese Komplettanbindung präsentiert Digital Information gemeinsam mit weiteren Produkten auf der Ipx. Das EasyTrax kann für den automatischen Scan-Messvorgang oder für Einzelmessungen an beliebiger Stelle innerhalb des Druckbogens eingesetzt werden. Es unterstützt den Drucker bei der Qualitätsarbeit gemäß Prozessstandards wie G7 oder PSO. Ein im EasyTrax integrierter Laser stellt die korrekte Ausrichtung des Farbmessstreifens vor jedem Messvorgang sicher. Zusammen mit dem densitometrischen und/oder spektralen Messprinzip sind zuverlässige Messergebnisse mit hoher Wiederholpräzision garantiert. Unmittelbar nach dem Messvorgang werden die Werte am Monitor grafisch visualisiert. Dabei erleichtert die Software die Arbeit auf Grundlage vertrauter Größen wie Dichten und Tonwertzunahmen, erlaubt aber ebenso die Anzeige farbmetrischer Werte im CIELAB-Farbraum mit Delta-E. Die laufende Protokollierung der Messdaten erlaubt jederzeit eine



Rückverfolgung des Prozesses und den Qualitätsnachweis. Auch ältere Densitometer und Scan-Messgeräte werden durch die Schnittstelle von Ink Zone unterstützt. Über die Software InkZone Loop lässt sich praktisch jede Offsetmaschine kostengünstig mit einer Closed-Loop-Farbbregelung aus- beziehungsweise nachrüsten. Von InkZone Perfect für den Online-Farbzonen-Preset, über InkZone Move für die Ansteuerung der Scan-Messgeräte bis zu InkZone Loop für die Closed-Loop-Farbbregelung bietet Digital Information eine Gesamtlösung, die es erlaubt, auf neuen und Gebrauchsmaschinen fast aller Offsetmaschinenbauer die Wirtschaftlichkeit und Qualität signifikant zu verbessern.

➤ www.digiinfo.ch

Druckhaus Axel Springer VERSANDRAUM MIT ZWEI PROLINERN

Neben neun Tages- und fünf Sonntagszeitungen, die auf insgesamt neun NewsLiner-Einstecksystemen von Müller Martini mit maximal sechs Anlegern produziert werden, wird Axel Springer in Berlin-Spandau zukünftig auch seine Wochenblätter für den Großraum Berlin drucken. Die Totalauflage der über 20 Ausgaben, die im nordischen Tabloid-Format erscheinen, beträgt rund 1,5 Mio. Exemplare. Diese wurden bisher extern produziert, werden zukünftig jedoch zur besseren Auslastung der hauseigenen Anlagen untertags ebenfalls in Berlin-Spandau gedruckt.

Die dafür benötigte zusätzliche Einsteckkapazität steht Axel Springer ab diesem Herbst mit zwei neuen ProLinern, die identisch konfiguriert sind, zur Verfügung. Diese wird benötigt, weil sich zum einen die Produktionen von Tages- und Wochenzeitungen überschneiden. Zum anderen haben die Wochenblätter im Schnitt zwischen sechs und zehn, in Spitzenzeiten bis zu 15 Beilagen. Deshalb hat das Druckhaus Axel Springer die beiden zwölf Stationen aufweisenden ProLiner mit jeweils einem Vorsammler CoLiner à sechs Stationen gekoppelt und ist damit auch für ein schwankendes Beilagenaufkommen bestens gerüstet.

➤ www.mullermartini.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Bei **Rako Etiketten** in Witzhave wurde eine **Nilpeter**-Produktionslinie vom Typ FA-4 mit insgesamt 13 Druckeinheiten installiert. Damit hat Rako bereits in die vierte Maschine aus dieser Modellreihe. • **Presstek** hat ein Abkommen mit **Wifag** abgeschlossen, nach dem der grafische Fachhändler den Vertrieb der digital bebilderten Offsetdruckmaschine Presstek 52DI für Baden-Württemberg übernimmt. • **Pochteca Papel S.A.**, einer der größten mexikanischen Verarbeiter und Distributoren von Großformatpapier und Kartonprodukten, produziert seit Februar 2010 auf der Großformatverpackungsmaschine Wrapmatic GRM des **Körber PaperLink**-Unternehmens **Pemco**. • Die Druckerei **Girzig+Gottschalk** aus Bremen hat erneut die Zertifizierung nach PSO bestanden. Das 1970 gegründete Unternehmen mit etwa 30 Stammkräften hat die Zertifizierung nach ProzessStandard Offsetdruck vor zwei Jahren erstmalig durchgeführt. • Zum dritten Mal innerhalb von fünf Jahren hat das Prüflabor **Buyers Laboratory Inc. (BLI)** **Ricoh** mit dem Award »Most Outstanding Colour Printer Line of the Year« ausgezeichnet.



Xerox verstärkt Produktionsfarbdruck mit neuen Modellen

DRY INK TECHNOLOGIE SORGT FÜR LEBENDIGERE BILDER UND OPTIMALE FARBWIEDERGABE

Mit den beiden neuen Systemen 800/1000 Colour Press bietet Xerox weitere Optionen für die Produktion von farbigen Digital-Drucksachen.

Die Xerox 800/1000 Colour Press verarbeiten Papiersorten verschiedenster Art mit Druckgeschwindigkeiten von 80 respektive 100 Seiten pro Minute. Mit einer Auflösung von 2400 x 2400 dpi bieten sie eine herausragende Bildschärfe. Die Xerox Dry Ink Technologie benötigt kein Fixieröl, wodurch die Ergebnisse brillant wie ein Offsetdruck wirken.

Die neuen Modelle sind zwischen den Xerox DocuColor 7002/8002 und dem Xerox »Flagschiff« iGen4 angesiedelt.

FÜNFTE FARBSTATION

Für die neuen Systeme ist eine fünfte Farbstation erhältlich, die das Auftragen eines Transparenzeffekts ermöglicht und Farbdrucke

mit einem seidenmatten Glanz versieht. Die farblose Clear Dry Ink wird während des Druckvorgangs wie eine fünfte Farbe auf das Substrat aufgetragen. Damit lassen sich Bilder und Textpassagen optisch betonen oder digitale Wasserzeichen als gestalterische Elemente oder als Sicherheitsmerkmal aufbringen. Anwender, die beispielsweise XMPie für das 1:1-Marketing nutzen, können personalisierte Inhalte hervorheben und besonders klar und lebendig darstellen. Mit flexiblen Weiterverarbeitungsoptionen sind die Systeme individuell nach Produktionsumgebung, Druckvolumen und spezifischen Anwendungsanforderungen konfigurierbar. Beim Launch der neuen Modelle sind ein GBC Advanced Punch, ein oder zwei Großraumbogenauslagen mit herausfahrbarem Handwagen, ein Standard- oder Booklet-Maker sowie ein SquareFold Trimmer-Modul verfügbar. Nach der Markteinführung

werden zusätzliche Endverarbeitungsoptionen wie der Xerox Tape Binder, GBC eBinder 200 und PlockMatic Pro 30 Professional Booklet Maker erhältlich sein. Designbedingt benötigen die Systeme eine geringere Stellfläche als vergleichbare Modelle. Neben den zwei Großraumbehältern für je 2.000 Blatt lässt sich die Papierkapazität mit weiteren optionalen Behältern auf bis zu 8.000 Blatt erweitern. Die Behälter fassen Materialien von 55 bis 350 g/m². Die Formate können von 182 x 182 mm bis 330 x 488 mm variieren.

WORKFLOW-LÖSUNGEN

Die integrierten Workflow-Lösungen wie die Xerox FreeFlow Digital Workflow Collection vereinfachen die Arbeitsabläufe. Beide Drucksysteme sind mit dem Xerox FreeFlow und Xerox EX Print Server (EFI) erhältlich, zu einem späteren Zeitpunkt auch mit einem Xerox CX Print Server. Die Optionen von Xerox und EFI sind mit der Adobe

PDF Print Engine kompatibel und ermöglichen den schnellen und zuverlässigen Druck von nativen PDF-Dateiformaten.

Mit einem neuen Servicepaket vereinfacht Xerox eine Vielzahl an Wartungsmaßnahmen. Die Diagnosesoftware signalisiert, wenn eine bestimmte Wartungsaufgabe ansteht und gibt eine Schritt-für-Schritt-Anleitung. Eine zusätzliche Selbstreinigungs-Technologie maximiert die Laufzeit und gewährleistet eine gleichbleibend hohe Qualität.

Die Xerox 1000 Colour Press ist ab sofort verfügbar, die Xerox 800 Colour Press folgt im Laufe des Jahres.

Xerox hat für die Xerox 800/1000 Colour Press mit transparenter Dry Ink Technologie einen Design Guide entwickelt, der Kunden unterstützt, das digitale Druckgeschäft weiter auszubauen.

➤ www.xerox.de



Rod
Krein
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



UV: Nischenmarkt mit Potenzial

PRAXISDIALOG 33: GESCHÄFTSMODELL UV-DRUCK

Beim PraxisDialog 33 in Offenbach am 15. April ging es um das Thema UV: Was bietet der UV-Druck, wo sind Stärken und Schwächen dieses Verfahrens? Wie profitieren Druckereien davon und welche Herausforderungen bestehen?

Michael Nitsche, manroland, gab einen Überblick und stellte die vielfältigen Einsatzgebiete vor. Er erläuterte unterschiedliche Prozessvarianten, die funktionsgerechte Maschinenausrüstung sowie Vorteile von UV-Applikationen. Druckereien könnten dank UV kreative und gleichzeitig funktionale Produkte schaffen, so Nitsche. Dazu zählt er beschichtete Substrate für brillante Glanz- oder Matteeffekte und den Einsatz von Metallic-, Duft-, oder Perlmutterpigmentlacken in hoher Veredelungsqualität. Er zeigte, wie die Kosten je nach Bedarf und Applikation von konventionellen Bogenoffsetverfahren, über den Wechselbetrieb mit UV und den reinen UV-Betrieb variieren.

Björn Fandrich vom Druckfarbenhersteller Jänecke & Schneemann präsentierte verschiedene UV-Druckfarbenarten und zog den Vergleich mit konventionellen Druckfarben. Er wies auf die Vor- und Nachteile sowie auf verfahrenstechnische Besonderheiten hin.



Mit UV-Applikationen lassen sich Druckergebnisse mit besonderen Effekten erzielen.

Wie funktioniert UV-Härtung und was müssen Druckereien bei der Auswahl und Platzierung von Modulen und Strahlern beachten? Tobias Schurr vom Trocknerhersteller Eltosch beantwortete Fragen zu Härtungssystemen. Dabei erläuterte er die Vorteile der klima- und ressourcenschonenden UV-Trocknungssysteme SelectDryer von manroland. Michael Wollrabe von der Richard Bretschneider GmbH berichtete aus der Praxis der Verpackungs- und Akzidenzdruckerei mit Sitz in Braunschweig, die seit über zehn Jahren Anwender von UV-Technologie ist. Er bot authentische Einblicke und beschrieb Anforderungen an Mitarbeiter und Drucksystem. Eine Roland 700 HiPrint produzierte im Anschluss im reinen UV-Betrieb mit Lackeffekten veredelte Druckprodukte, deren haptische und optische Effekte überzeugten.

► www.manroland.com

Print-on-Demand-Konzept KOOPERATION ZWISCHEN PAPERC UND HP

Seit Ende Februar arbeiten die Fachbuchplattform PaperC und HP Indigo Digital Press zusammen. Ziel der Kooperation ist ein gemeinsames Print-on-Demand-Konzept für PaperC-Inhalte. Die neuartige Fachbuchplattform ermöglicht es, dass PaperC-Nutzer sich ihre Texte selbst seiten- oder kapitelweise zusammenstellen und auf Wunsch eigene Kommentare und Notizen in die Print-Version integrieren. Um diese, teils umfangreichen Fachtexte nicht umständlich auf dem heimischen Drucker ausgeben zu müssen, bietet der HP Indigo Anwender Digital Print Group in Nürnberg einen Digitaldruckservice für diese Dokumente über die PaperC-Website an.

Die Digital Print Group ist auf die digitale Produktion von Büchern spezialisiert und arbeitet mit einer HP Indigo 7000 Digital Press. Auch die Logistik übernimmt die Digital Print Group. So bekommen Kunden innerhalb von 24 Stunden ihre personalisierten Fachtexte in gebundener Form bequem nach Hause geliefert. Derzeit stellen bereits 20 Fachverlage ihre Bücher auf der PaperC-Plattform zur Verfügung, mit weiteren Verlagen wird verhandelt. Rund 2.000 Fachbuchtitel hat das Unternehmen mittlerweile im Programm. Das mit der Unterstützung von HP-Indigo realisierte Print-On-Demand-Portal ist ein spannendes Beispiel für den »User Selected Content«, bei dem die Leser selbst entscheiden, was für sie relevant ist. Um möglichst vielen Anwendern das neue Angebot nahezubringen, können sich registrierte PaperC-Nutzer mit verschiedenen Aktionen Freiguthaben sichern. Die Registrierung bei PaperC ist kostenfrei.
► www.paperc.de

Ein Handgriff, kein Klebeband RATIOFORM VERSCHENKT »BLITZKARTONS«

Mit Blitzkartons lässt sich der Versand effizienter gestalten als mit herkömmlichen Kartons. Ratioform bietet ein kostenloses Probierpaket mit verschiedenen Blitzkartons an, die im direkten Vergleich zur bisherigen Verpackung getestet werden können.

Verpackungsabläufe sind meist Prozesse mit einer Vielzahl einzelner Arbeitsschritte. Verpackungen mit minimalem Handlingaufwand redu-



zieren die Packzeit und damit die Kosten. Das Gratspaket von Ratioform enthält mehrere Musterverpackungen, die im Nu versandfertig sind. Die Blitzkartons lassen sich mit einer Handbewegung durch einfaches Zusammendrücken aufrichten und die Böden müssen nicht verklebt werden. Für den Verschluss ist durch einer Selbstklebevorrichtung am Deckel kein Packband erforderlich. Höhenrillungen erlauben es, die Blitzkartons in zehn verschiedenen Höhen zu befüllen. Ratioform führt die Blitzkartons in mehr als 50 verschiedenen Ausführungen im Sortiment. Auf Wunsch sind die Verpackungen auch in individuellen Abmessungen und bedruckt erhältlich.

Das Probierpaket kann auf der Homepage kostenlos angefordert werden, wenn bei der Suchfunktion »blitz11« angegeben wird.

► www.ratioform.de



Mehr als Farbe bieten

Die Druckerei Resch investiert in eine digitale Kodak NexPress Produktionsfarbdruckmaschine. Damit expandiert das Familienunternehmen in den Digitaldruck und feiert bei seinen Kunden mit Anwendungslösungen für das fünfte Kodak NexPress Druckwerk Erfolge.

Bei der Resch Druck GmbH in Meiningen, Thüringen, erfolgte mit der Anschaffung einer Kodak NexPress S2500 Farbdruckmaschine eine bedeutende Weichenstellung für die Zukunft. Das Unternehmen hat sein Domizil im zentral gelegenen Meiningen Druckhaus, in dem bereits 1675 eine Druckerei existierte. Der familiengeführte Betrieb mit 13 Beschäftigten zählt zu den modernsten Druckereien Thüringens. CtP mit prozessfreien Platten und Bogenoffsetdruck auf einer Heidelberger Speedmaster 74-5 sind seit Jahren etablierte Produktionsverfahren.



Saskia Resch (links) und Melanie Möller sind für die Bedienung der digitalen Kodak NexPress S2500 Produktionsfarbdruckmaschine verantwortlich.

DIGITALDRUCK ERGÄNZT OFFSET PERFEKT »Wir wollten nicht stagnieren, sondern eine Investition tätigen, die uns für das neue Jahrzehnt technologisch fit macht.« Mit diesen Worten liefert Saskia Resch die Begründung für den Einstieg in den digitalen Farbdruck. Außerdem, so die Industriemeisterinnen Printmedien Saskia Resch und Melanie Möller, passe die Maschine mit ihrer breiten Bedruckstoff-Kompatibilität und einer dem Bogenoffset vergleichbaren Druckqualität ideal zum breit gefächerten Fertigungsspektrum. Der typische Akzidenzdruckbetrieb, der auch ein kleines Verlagsprogramm mit Büchern aus eigener Produktion vermarktet, zählt Firmen aus der überregionalen Wirtschaft, Sport- und Kulturveranstalter sowie zahlreiche Werbeagenturen zu seinen Kunden.

Den Auftraggebern kann Resch Druck mit der im November 2009 installierten NexPress neben der schnellen Produktion von Klein- und Kleinstauflagen mit unmittelbarer Weiterverarbeitung ohne Wartezeiten zahlreiche neue Möglichkeiten bieten. Zum Beispiel den digitalen Druck von Zeitschriftenumschlägen mit Personalisierung, während die Inhaltsseiten im Bogenoffset gedruckt werden. Oder den rationellen Druck mit Veredelung der Produkte in einem Durchgang unter Nutzung der Anwendungslösungen für das fünfte Kodak NexPress Druckwerk. Die vollflächige oder partielle »Seidenmatt-Lackierung« mit transparenter Dry Ink ist ein ebenso gerne angewandtes

Verfahren wie die Hochglanzveredelung der Farbdruke, für die Resch Druck zusätzlich die Kodak NexPress Hochglanzeinheit angeschafft hat.

DIMENSIONAL PRINTING Für besonders ausgefallene Druckprodukte steht zudem Kodak NexPress Dimensional Printing zur Verfügung. Dieses Verfahren stattet Farbbilder, Grafiken oder Text in einem Maschinendurchgang mit eindrucksvollen 3D-Effekten aus. Selbst Effekte mit der Anmutung einer Blindprägung oder die Simulation einer Papiertextur sind möglich. »Es ist gigantisch, dass man Elemente ohne großen Auf-

wand als Prägung darstellen kann. Das war bei uns ein sofortiger Erfolg und kommt bei den Kunden sehr gut an«, berichtet Saskia Resch. »Wir verwenden Dimensional Printing, um Logos oder andere Objekte plastisch hervorzuheben. Es macht wirklich Spaß, mit dieser Maschine neue Anwendungsmöglichkeiten zu entdecken.« Sie muss es wissen, denn neben Aufgaben wie Kundenberatung, Angebotserstellung und Datenbearbeitung ist sie auch für die Bedienung der NexPress S2500 Druckmaschine zuständig.

Resch Druck hat die Maschine mit dem Kodak NexPress Intelligent Calibration System (ICS) gekauft, das die Überprüfung und Aufrechterhaltung einer gleichmäßigen Druckausgabe automatisiert. Bei dem Unternehmen wird der automatische Kalibriervorgang in größeren Zeitintervallen beziehungsweise nach dem Austausch wichtiger Komponenten der Digitaldruckmaschine durchgeführt.

Ein weiterer Aspekt, der auch im Kundenkreis ein positives Echo hervorruft, ist die umweltfreundliche Produktion mit der NexPress S2500. Dazu zählen die leichte Deinkbarkeit der Druckprodukte, die Wiederaufarbeitung der Systemkomponenten sowie die Dry Inks, die keine leicht flüchtigen Lösemitel (VOCs) enthalten.

› www.graphics.kodak.com

IPEX 2010

18. bis 25. Mai in Halle 8
NEC Birmingham, UK

www.ipex.heidelberg.com

HEI PRODUCTIVITY

Höchste Produktivität bei höchster Qualität ist die Herausforderung im Markt. Kombinieren Sie mit Heidelberg Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und Qualität – für eine effiziente Produktion und Ihren entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb.
www.heidelberg.com

HEIDELBERG



Verdienste wurden gewürdigt

Engagiertes Engagement im bvdm

GOLDENE EHRENNADEL DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE

Erstmals ehrte der Bundesverband Druck und Medien verdiente Persönlichkeiten aus der Druck- und Medienbranche mit der neu geschaffenen Goldenen Ehrennadel der Druckindustrie.

bvdm-Präsident Rolf Schwarz überreichte zum Auftakt des Unternehmerforums der deutschen Druck- und Medienindustrie in Berlin am 15. April 2010 die Ehrennadel an Heinz Fuhrberg, Dr. Roland Gerschermann, Alexander Schorsch und Richard Zöller. Ausgezeichnet wurden die Ehrenamtsträger für ihr nachhaltiges Engagement in den Gremien des Bundesverbandes Druck und Medien, mit dem sie die Interessen der Druckindustrie in besonderer Weise gefördert und vertreten haben.

Heinz Fuhrberg entwickelte als ehemalige Geschäftsführer der Boyens Offset GmbH (Heide) die heutigen Leitlinien und die Ausrichtung der Berufsbildung in der Druckindustrie. Insbesondere das in seiner Amtszeit entstandene Kon-



Von links: Hauptgeschäftsführer Thomas Mayer, Heinz Fuhrberg, Alexander Schorsch, Richard Zöller, Dr. Roland Gerschermann und Präsident Rolf Schwarz

zept der »Bausteinqualifikation« prägt heute den Ausbildungsgedanken der Branche und ist nahezu allgemeingültig geworden.

Dr. Roland Gerschermann, Geschäftsführer der F.A.Z., wurde für seinen vorbildlichen Einsatz in der sozialpolitischen Arbeit des Verbandes ausgezeichnet. Unter seiner Führung gelang der Tarifverhandlungskommission ein grundsätzlicher Paradigmenwechsel hin zu betriebsorientierten Reformen bei den Arbeitsbedingungen.

Alexander Schorsch war von 1997 bis 2002 Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien. Sein Hauptanliegen war es, die Medienkompetenz der Druckindustrie zu stärken und dies nach außen deutlich zu machen. Er gab damals die Initialzündung für ein verstärktes Konzept der Öffentlichkeitsarbeit mit der Kampagne Cross-Media – Kompetenz für Medien. Durch seine Anregungen aus der Praxis brachte er die Themen Rating der Druckindustrie,

wertorientiertes Kundenmanagement, Multimedia-Kalkulationssystematik und Benchmarking-Aktivitäten voran.

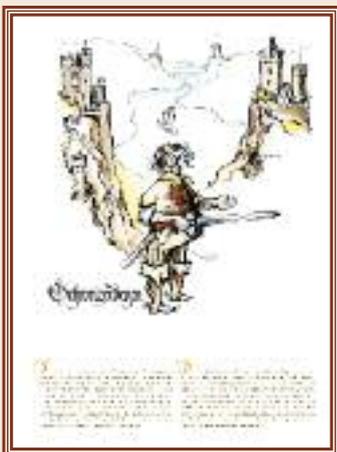
Richard Zöller, der ehemalige Technische Leiter von M. DuMont Schauberg, Köln, wurde vor genau 25 Jahren in den Hauptvorstand des Fachbereichs Zeitung des Verbandes gewählt. Seit 1987 war er dessen stellvertretender Vorsitzender und Delegierter für den Zeitungsdruck im Ausschuss Technik und Forschung. In dieser Zeit bewältigte die Branche gewaltige Innovations-sprünge in der Druck- und Vorstufentechnik.

Die goldene Ehrennadel steht für das Know-how und den Wandel der Druckindustrie. Angelehnt an das frühere Signet des Bundesverbandes Druck steht es für Digitalisierung und Technik sowie die gewaltigen Umbrüche in der Branche. > www.bvdm-online.de



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2010			
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



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

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

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





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 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.

»Robert Schumanns Leipziger Netzwerk«

AUSSTELLUNG ÜBER SCHUMANNS KONTAKTE UND DEN NOTENDRUCK

Das Jahr 2010 steht im Zeichen des 200. Geburtstages des Romantikers Robert Schumann (1810 – 1856). Die Ausstellung »Robert Schumanns Leipziger Netzwerk«, eine Kooperation des Schumann-Hauses Leipzig mit dem Museum für Druckkunst Leipzig, betrachtet Schumanns vielfältige Kontakte zu Verlegern, Komponisten und Interpreten während seines Aufenthaltes in Leipzig von 1828 bis 1844 und bietet einen Einblick in die verschiedenen Techniken des Notendrucks. Sie findet vom 6. Juni bis zum 15. August im Museum für Druckkunst Leipzig statt.

Als Robert Schumann 1828 aus Zwickau nach Leipzig zum Studium der Rechte kam, stieß er auf ein reges musikalisches Treiben in der Pleißestadt,



dem damaligen europäischen Musikzentrum neben Wien und Paris. Schnell folgte er zunehmend seiner Leidenschaft zur Musik, so dass bereits 1833 eine erste Komposition aus seiner Hand in einem Konzert in Leipzig aufgeführt wurde. Eingebunden in ein Netzwerk von Interpreten, Musikschaffenden und Verlegern, erhielt Schumann in Leipzig zahlreiche künstlerische Impulse. Als Gründer der Neuen Zeitschrift für Musik wurde er bald auch als Musikkritiker und -redakteur bekannt. In Bildern, Dokumenten und Musikalien wird Schumanns Leipzig in der Ausstellung lebendig.

Ein weiterer Teil der Ausstellung zeigt die zahlreichen Facetten des Musiknotendrucks, in dessen Geschichte verschiedene Druckverfahren zum Einsatz kamen. Bis zur Erfindung des Notenstichs (Tiefdruck) um 1740 war das Hochdruckverfahren für die Herstellung von Musiknoten dominierend. Um 1796 kam mit der Entwicklung der Lithografie (Flachdruck) ein weiteres Druckverfahren zum Einsatz. Die Ausstellung betrachtet den Musiknotendruck von der frühen Neuzeit bis ins 20. Jahrhundert und zeigt neben originalen Druckformen, historischem Werkzeug und Drucken eine Auswahl an für den Notendruck relevanten Druckpressen.

➤ www.druckkunst-museum.de

Unternehmerforum STRATEGIEN FÜR PRINT IN EINER NEUEN MEDIENWELT

Wo steht Print in zehn Jahren? Im Wettbewerb um iPad gegen Kindle, Apple gegen Amazon, Google gegen die Verlage, eBooks oder iPhone-Apps tritt das Medium Nummer eins scheinbar in den Hintergrund. Strategien in einer neuen Medienwelt eruierten dazu Strategen und Medienmacher am 16. April 2010 in Berlin.

Fazit des Forums ist, dass Medienmacher auf das Medium Print und seine Aufmerksamkeitsstärke vertrauen. Sie zeigten aber gleichzeitig auch die Anforderungen an die Druckbranche von morgen. Dr. Wolfram Weimer, Chefredakteur des Focus: »Print muss gegenüber Online seine Glaubwürdigkeit ausspielen.« Er schilderte eine neue Welt der Metawirklichkeit, in der Talkshows das Parlament als Ort der politischen Willensbildung entmachten. In dieser inszenierten Politik komme den Medien und speziell den Printmedien eine neue Funktion zu. Prof. Dr. Groebel fordert eine neue Offensive der Printbranche angesichts der wachsenden Bedeutung der sozialen Netzwerke und der jungen Mediennutzer.



Yunfeng Cui,
Director Media
Solutions, konstatierte dagegen:
»Print muss seine
Qualitäten aus-

spielen.« Die Fragmentierung der Medienwelt biete Druckdienstleistern die Chance sich zu spezialisieren und neue Märkte zu erzielen. Wichtig sei es, die Prozesse für die Kunden zu gestalten.

➤ www.bvdm-online.de



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

Wie werde ich Print Experte?

SYSTEM BRUNNER BIETET SCHULUNGSPROGRAMME

Standardisierung und Prozessoptimierung sind die Erfordernisse, an denen sich Druckereien orientieren müssen. Dazu bietet System Brunner in Locarno Schulungen an. Für 2010 stehen Interessenten noch folgende Termine zur Verfügung: 14. bis 16. Juni und 6. bis 8. September.

➤ www.systembrunner.com

EskoArtwork

CONSULTING LEARNSHOPS 2010

EskoArtwork veranstaltet wieder die »Business Consulting Learnshops«. Die Termine: 4. – 6. Mai (Stuttgart), 8. – 10. Juni (Chemnitz) und 19. – 21. Oktober (Köln). Das Seminar mit Schwerpunkt Verpackungsdruk vermittelt Konzepte zu den Themen JDF/JMF-Integration, Farbmanagement und Standardisierung.

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 zusätzlich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

➤ www.polar-mohr.com

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 jährliche Konferenz und Ausstellung 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 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

HEIDELBERGER PRINT MEDIA ACADEMY SEMINARE 2010

Termin	Seminar	Preis
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.

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

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

World Editors Forum in Beirut DIE ZUKUNFT DER NACHRICHTENVERBREITUNG

Mit dem Aufkommen von iPad, Tablet-Computern und E-Readern als einsatztaugliche Nachrichtenplattformen verbinden sich große Hoffnungen für die Zukunft der Nachrichtenverbreitung. Doch wie können Zeitungsunternehmen diese Plattformen am effektivsten nutzen? Der Beantwortung dieser Frage widmet das World Editors Forum seine Jahreskonferenz sowie eine Reihe von Online-Seminaren. Das alljährlich veranstaltete World Editors Forum (WEF), das vom 7. bis 10. Juni parallel zum Weltkongress der Zeitungen und der Info Services Expo in Beirut, Libanon, stattfinden wird, steht unter dem Thema »Das Jahr des Tablet: Wie die mobile Content-Bereitstellung die Nachrichtenberichterstattung verändert«.

»Wir gehen davon aus, dass ein neues informationelles Ökosystem entsteht und dabei neue Schlüsselaspekte im Vordergrund stehen werden«, so WEF-Direktor Bertrand Pecquerie. »Dazu zählen die neuen Lesegeräte und deren Einfluss auf die Nachrichtenberichterstattung. Wir befassen uns auch mit der wachsenden Bedeutung, die der Vernetzung und dem Austausch zwischen den verschiedensten Nachrichtenquellen zukommt.« Erstmals wird das Gipfeltreffen der internationalen Zeitungswelt in der arabischen Welt durchgeführt.

➤ www.wanlebanon2010.com

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. • Die Roadshow »Creatura 2010« des **Fachverband Medienproduktions e.V. f:mp** startete am 20. April in München. Die nächsten Stopps sind am 11. Mai in Frankfurt, am 12. Mai in Köln, am 8. Juni in Hamburg und schließlich am 9. Juni in Berlin. Die Teilnahmegebühr beträgt 25 € zzgl. MwSt. und beinhaltet den Eintritt zur Abendveranstaltung (siehe auch »Druckmarkt impressions 17«, Seite 52). ➤ www.creatura2010.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 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

**Color Alliance
REFERENTEN FÜR LFP-SCHULUNGEN VERPFLICHTET**

Die Schulungsräume der Color Alliance (CA) waren Anfang des Jahres fertig gestellt. Jetzt steht auch das Programm fest. Gemäß dem Motto »Von Profis für Profis« werden die Kurse von zahlreichen erfahrenen, in Theorie und Praxis ausgewiesenen Fachleuten durchgeführt.

Das LFP-Schulungsangebot setzt sich zusammen aus maßgeschneiderten Kursen für Entscheidungsträger und Seminaren zu den Fachbereichen Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung/Applikationen und Specials, etwa Webdesign und Webpublishing.

Der reguläre Preis pro Person und Kurstag beträgt 475 €. Sind die Seminare durch die CA-Mitglieder gesponsert, reduziert sich die Gebühr auf 300 €. Alle Preise verstehen sich inklusive Schulungsunterlagen, Mediennutzung und Material sowie Verpflegung.



LFP-SCHULUNGEN DER COLOR ALLIANCE

Seminare	Termin
Adobe Illustrator – Professional	04. 05.
Adobe InDesign – Professional/Kaschierseminar	05. 05.
Adobe Acrobat, Enfocus PitStop Professional/Tapetendruck	06. 05.
Datenerstellung und Datenübergabe für LFP	07. 05.
LFP – den großformatigen InkJet-Druck verstehen	08. 05.
LFP – Farbmanagement und Profilierung in der Praxis	09. 05.
LFP – den großformatigen InkJet-Druck verstehen	10. 05.
LFP – Farbmanagement und Profilierung in der Praxis	11. 05.
Datenerstellung und Datenübergabe für LFP	12. 05.

Weitere Informationen: ➤ www.color-alliance.com

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

ppi-Kundentage 2010 in Lübeck

IT-IDEEN FÜR LANGFRISTIGEN ERFOLG IN DER VERLAGSBRANCHE

Zum zehnten Mal lädt ppi Media, ein Unternehmen der manroland AG, am 14. und 15. Juni 2010 zu den ppi-Kundentagen ein. Schwerpunkte des Branchentreffs sind crossmediale Anzeigen- und Produktionslösungen sowie IT-Strategien internationaler Medienhäuser. Auf den Kundentagen stellen nationale und internationale Referenten die IT-Strategien ihrer Verlage vor und geben Einblicke in unterschiedliche Lösungsansätze.

Patric Schäfer (Saarbrücker Zeitung) wird beispielsweise berichten, unter welchen Voraussetzungen in nur 15 Monaten die drei Standorte der Saarbrücker Zeitungsgruppe – Cottbus, Saarbrücken und Trier – auf einen zen-



tralen Produktionsworkflow umgestellt und gleichzeitig ein neues Redaktionssystem sowie ein kaufmännisches Anzeigensystem eingeführt werden konnten. Weiterhin stellt Stephan Puls (F.A.Z.) die Strategie zur crossmedialen Anzeigenvermarktung vor und informiert über die ersten Schritte mit AdX, der ppi-Anzeigendispositionslösung für Print, Online und Mobile, für die sich die F.A.Z. im Herbst 2009 entschieden hat.

Weitere Vorträge werden das Outsourcen von Dienstleistungen, Micro-payment-Lösungen und Neuigkeiten bei den ppi-Entwicklungen thematisieren. Auf der Veranstaltung erhalten erstmalig auch drei Start-up-Unternehmen (Xnip, Geoflags und Redmatch International) die Möglichkeit, ihre Geschäftsideen rund um die Medienbranche vorzustellen.

➤ www.ppimedia.de

2. Forum ePrint Portal LÖSUNGEN FÜR ECOMMERCE, EPRINT UND WEB-TO-PRINT

Das 2. Forum ePrint Portal, das Forum für eCommerce, ePrint und Web-to-Print des Bundesverbandes Druck und Medien und zipcon consulting, steht am 10. und 11. Mai 2010 in Mainz unter dem Motto »Konzepte, Erfolgsfaktoren und

Visionen«. Online verkaufen, Payment-Systeme, Datenannahme und Datenprüfung, Plattformen, Technologien für eCommerce sind ebenso Themen wie »Wie sehen Unternehmen in 10 bis 20 Jahren aus und was muss ein Unternehmer tun, um die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen?«

➤ www.eprint-forum.de

FOGRA-VERANSTALTUNGEN 2010

Termin Symposien

17. - 18. 06. Digitaldruck trifft Offset

16. - 17. 11. Anwenderforum UV-Druck

Schulungen

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. Farbverbundlicher 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

Druckveredelung experimentell DRUCKERLEBNIS BEI GERSCHER SIEBDRUCK

»Beeindruckend, was heutzutage in der Druckveredelung alles möglich ist«, so der Kommentar einer der 120 Gäste auf der Veranstaltung »Druckerlebnis« am 25. März 2010. Die Achilles Gruppe, Sappi und die Deutsche Papier hatten zur Gerscher Siebdruck GmbH in Aglasterhausen eingeladen und für ein abwechslungsreiches Programm aus Vorträgen und Live-Demonstrationen gesorgt.

So wurde unter anderem auf der Veranstaltung das neue Buch der experimentellen Druckveredelung »Extra« vorgestellt. Die Grafikdesigner und Herausgeber Franziska Morlok und Till Beckmann betonten, dass für die 33 dargestellten Veredelungstechniken so manche Hürde zwischen Grafikern und Technikern zu meistern war.

In der Produktion von Gerscher sorgten die Veranstalter für ein abschließendes Highlight: Anhand des Motivs der Einladung wurde auf Posterformat das vorab bereits vierfach veredelte Papier in drei zusätzlichen Veredelungsschritten live vollendet, sodass am Ende insgesamt sieben Veredelungen passgenau übereinander lagen.



Freuten sich über eine gelungene Veranstaltung: Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe und Sabine Gerscher von Gerscher Siebdruck.



Hubertus Wesseler GmbH – Experten treffen Könner

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 im Kompetenz-Kreis der Hubertus Wesseler GmbH, den die Full-Service-Anbieter rund um den Offset- und Digitaldruck im Rahmen ihrer Hausmesse am 4. und 5. Mai 2010 als Podiumsdiskussion präsentieren.

Thema der Runde wird es 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 mal ansieht, was für Könner in Sachen Printmedien sich in unserem Kundenkreis finden, deren Know-how zum Teil deutlich unter Preis verkauft werden muss, dann kann man schon nachdenklich werden«, so Teuber.



Impression von der Wesseler Hausmesse des vergangenen Jahres.

Die Experten, auf die diese Könner als Gäste des Kompetenz-Kreises treffen werden, haben es in sich. Mit in der Runde ist zum Beispiel auch Burkhard Weller. Der Präsident des Toyota-Händlerverbandes ist größter Toyota Händler 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 beachtliche 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 ganze Reihe von Premiumpartnern der Wesseler GmbH zeigen darüber hinaus rund um die Kernthemen ihr Angebot an Verbrauchsmaterialien, Farbe, Toner, Papier und nützlichen Ergänzungsgeräten für den Offset-Druck.

➤ www.wesseler.com

➤ 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 Digitaldrucktechnologie – 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

Angesichts der immensen Umwälzungen in der Medienlandschaft stellt sich für Zeitungsverlage immer dringender die Frage, welche Digitalstrategien zukünftig erfolgversprechend sein werden. Im 10. Jubiläumjahr 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

**Hauchler Studio
MEDIENFACHWIRT UND
INDUSTRIEMEISTER**

Im Herbst 2010 beginnen die neuen Fachschulkurse Medienfachwirt und Industriemeister Print im Hauchler Studio. Die seit Sommer 2009 geltenden neuen Prüfungsanforderungen beider Berufsprofile sind identisch formuliert, da im mittleren Management das Planen, Steuern, Durchführen und Kontrollieren von Medienproduktionen auf Basis gleicher betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Zusammenhänge basiert. Gleichgeblieben sind die grundlegenden Qualifikationen, im handlungsspezifischen Bereich wird unterschieden in den technischen Bereich der »Medienproduktion« und in den Bereich »Führung und Organisation«, was jeweils mit nur einer schriftlichen Situationsaufgabe geprüft wird. Die wesentlichen Unterschiede in den Berufsprofilen ergeben sich im Bereich der technischen Kompetenzen: Neu ist die Unterscheidung in einem Vertiefungsschwerpunkt, der sich für Industriemeister auf »Druck- und Druckweiterverarbeitungsprozesse« und für Medienfachwirt auf »Druckvorstufenprozesse« bezieht. Der Projektarbeit kommt besondere Bedeutung zu, denn hier ist in Form einer praxisorientierten Gesamtplanung nachzuweisen, dass der Prüfungsteilnehmer als betriebliche Führungskraft komplexe, praxisorientierte Aufgaben und Problemstellungen erfassen, darstellen, beurteilen und lösen kann. Reduziert wurden auch die Prüfungszulassungsvoraussetzungen.

➤ www.hauchler.de

Ringvorlesung feiert 10. Geburtstag

**DRUCKTECHNIKTRENDS AN DER HDM IN
STUTTGART PRAXISNAH VERMITTELN**

Die manroland-Vorlesungsreihe mit dem Titel »Zukunftstechnologien der Druck- und Medienindustrie« hat sich zu einer inspirierenden Plattform für den Gedankenaustausch zwischen Wissenschaft und Industrie entwickelt. Die Ringvorlesung wurde erstmals im Sommersemester 2001 an der Hochschule der Medien angeboten, Initiator der Vorlesungsreihe an der HdM war Professor Bernd-Jürgen Matt. manroland und die HdM hatten sich damals entschlossen, gemeinsam zu untersuchen, welche Wissensinhalte die grafische Industrie benötigt und wie diese vermittelt werden können. Denn nur eine kontinuierliche und verlässliche Partnerschaft liefert wichtige Impulse für das Studium und garantiert den Praxisbezug. Sowohl die Hochschule als auch manroland profitieren seither nachhaltig vom stetigen Austausch.

➤ www.manroland.com ➤ www.hdm-stuttgart.de



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 selbständig 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 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

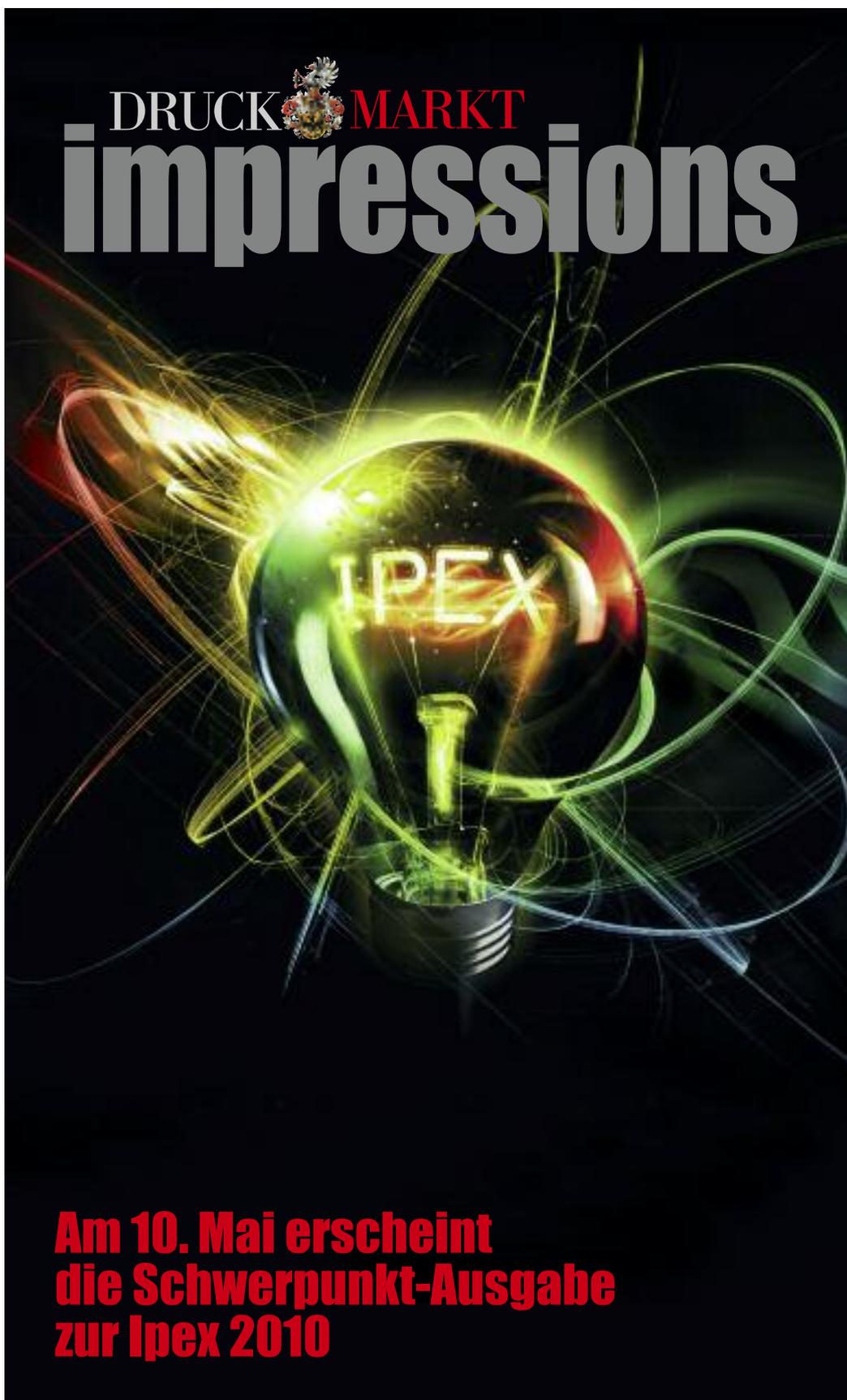
IRD-VERANSTALTUNGEN 2010

Termin	Trendforen	Ort
05. - 06. 05.	Media-Mundo-Kongress	Berlin
10. 06.	5. IRD-Automatisierungskongress	Hanau
Seminare		
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



DRUCK MARKT impressions



**Am 10. Mai erscheint
die Schwerpunkt-Ausgabe
zur IpeX 2010**

IMPRESSUM

DRUCK  MARKT

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

DRUCKMARKT 

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

DRUCK  MARKT
VERLAG ZÜRICH