

DRUCK MARKT impressions 23

13. Dezember 2010

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



worldwide published

Kreative Lösungen mit und ohne Druck

Alle 14 Tage!

Ab Januar 2011 ergänzend
zum Heft: das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Titelbild: Burgo Papier

Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt: manroland und Océ kooperieren
Diskussion: Medientechnologie Druck »Ein-Farbe-aufs-Papier-Bringer«?
Digitaldruck: Wenn es etwas mehr sein darf
Termine, Bildung und Events
Graphic Arts: Superfici – Oberflächen

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt-schweiz.ch 

Handwritten signature
10



DIE Schlaumacher

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder doch auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir doch schon längst für Sie erledigt!

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

Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln »Druckmarkt« und »Value« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



White Paper
Buchherstellung
Fakten, Zahlen und Analysen zur digitalen Bücherherstellung.
August 2009.
20 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Transpromo
Transaktion und Transpromo sind neue Schlagworte. Der Investitionskompass erläutert.
November 2009.
32 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Dossier
E-Commerce
Web-to-Print, Web-to-Business und Cloud-Computing werden an praktischen Beispielen erläutert.
Oktober 2010.
28 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Digitaldruck
Farbe und Schwarzweiß: erläuternde Artikel, zehn Seiten Marktübersichten plus Glossar.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24,90 CHF
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit
value



Viel Neues zum Jahreswechsel.

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 KBA erreicht Gewinnschwelle
- 07 manroland und Océ kooperieren
- 08 PostPrint wechselt von Berlin nach Leipzig

Meinung & Diskussion

- 10 Medientechnologie Druck:
»Ein-Farbe-aufs-Papier-Bringer«

Premedia & Prepress

- 12 Nachrichten

Print & Finishing

- 16 Nachrichten
- 22 EWA-Herbstkonferenz
- 24 Wenn es etwas mehr sein darf

Termine, Bildung & Events

- 26 Terminkalender
- 27 Branchentreffen mit Praxisrelevanz
- 28 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 29 Nachrichten

Graphic Arts

- 30 Superfici – Oberflächen
- 31 Mohawk-Show auf Welttournee

- 32 Business to Business



Vielleicht haben Sie es schon festgestellt: Der »Druckmarkt« hat im Internet ein neues Gesicht. Zusammen mit dem neuen Erscheinungsbild bietet die Seite jetzt auch einige neue Funktionen, ist sehr viel übersichtlicher geworden und bietet mehr Informationen. Dabei wollen wir auch die tagesaktuelle Berichterstattung auf der Startseite forcieren.

Zu den hervorzuhebenden neuen Funktionen gehört die äußerst leistungsfähige Suchfunktion samt Volltextsuche in allen seit dem Jahr 2000 erschienenen Beiträgen der gedruckten Ausgaben. So lässt sich das Branchengeschehen um knapp elf Jahre zurückverfolgen.

Und es wird Zug um Zug weitere Neuheiten geben. Allerdings wollten wir darauf aber nicht warten, sondern haben die Seite schon jetzt online gestellt, um bis zum Jahreswechsel mögliche Optimierungen vornehmen zu können. Dann nämlich soll auch der »Druckmarkt Schweiz« in neuem Kleid im Internet präsent sein.

Und was für Sie als Leser der »Druckmarkt impressions« sicherlich besonders interessant ist: Ab Januar wollen wir unser PDF-Magazin etwa alle 14 Tage erscheinen lassen, mindestens aber 20 mal im Jahr.

Daneben wird es monatlich neue Ausgaben unserer »Druckmarkt Collection« geben (vielleicht auch mehr) und andere Dienste des Druckmarkt werden verstärkt. So bieten wir ab sofort die verschiedensten Möglichkeiten, Publikationen des Druckmarkt zu abonnieren.

Es wird also in den Monaten Dezember und Januar nicht nur für uns spannend, sondern auch für Sie, unsere Leser. Die Redaktion wird Sie über die neuen Highlights auf dem Laufenden halten.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur Druckmarkt

Impressum »Druckmarkt« und »Druckmarkt Schweiz« sind unabhängige Fachzeitschriften für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheinen je 6 mal pro Jahr. »Druckmarkt impressions« wird gemeinsam von den beiden Magazinen publiziert und erscheint mindestens 20 mal jährlich als PDF-Magazin, das ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. »Druckmarkt« erscheint im arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. Alle Angaben in den Ausgaben sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

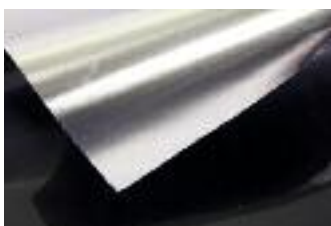
Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50. **Redaktionsbüro Schweiz:** Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77. www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt-schweiz.ch
© by Druckmarkt 2010



Vom 22. bis 28. September begrüßte die **Bobst** Gruppe anlässlich ihrer einwöchigen Hausmesse »Competence10« an ihrem Hauptsitz in Lausanne-Mex mehr als 2.000 Besucher aus über 600 Unternehmen aus aller Welt. Unter dem Motto »Towards Zero Fault Packaging« (auf dem Weg zur fehlerfreien Verpackungsproduktion) präsentierte die Unternehmensgruppe, zu der neben Bobst die Unternehmen Asitrade, Fischer & Krecke und Martin gehören, sowie weitere etwa 20 Partner gleich mehrere Weltpremieren für die Faltschachtel- und Wellpappenindustrie auf der Veranstaltung. Dabei bot die Competence10 ein perfektes Ambiente für den Gedankenaustausch.



Seit einigen Tagen sind die Ergebnisse des diesjährigen Wettbewerbs »Schönste deutsche Bücher« bekannt. Von 20 Neuerscheinungen, die der **Verlag Hermann Schmidt, Mainz**, in diesem Jahr verlegt hat, konnten sich gleich zwei Titel einen Platz unter den schönsten der Schönen sichern. Eines davon ist das »Lesikon der visuellen Kommunikation« von Juli Gudehus, das wir in Heft 67 ausführlich vorgestellt haben. Auch in der aktuellen Ausgabe Druckmarkt 68/69 stellen wir wieder ein Buch des Verlags vor.



Im Streit um das Patent von Druckplatten hat das Landgericht Düsseldorf ein Urteil bestätigt, wonach der israelische Hersteller **VIM Technologies** ein deutsches **Presstek**-Patent verletzt. Das Gericht hat VIM angewiesen den Verkauf der VIM-Produkte DP-R28 und DP-R36 in Deutschland unverzüglich einzustellen. Presstek hat angekündigt, die Geltendmachung seiner Patente gegenüber anderen Wiederverkäufern von VIM-Produkten in ganz Europa zu verfolgen.



Die Mediadaten für den Druckmarkt mit den Themenschwerpunkten für 2011 und den Anzeigenpreisen (unverändert gegenüber 2010) stehen im Internet oder als gedruckte Version bereit.

Modernste Technologie ist rund um den Globus verfügbar. In Bogota oder Beijing wird genauso hochwertig und effizient gedruckt wie in Boston oder Berlin. Wer sich einen wirtschaftlichen Vorsprung sichern will, sollte nicht nur in beste Technik, sondern auch in gewinnbringendes Know-how investieren. Wie geschickt mancher Druckereibetrieb den Faktor »Wissen« als Motor einsetzt, beleuchtet die **Heidelberg Nachrichten** in der aktuellen Ausgabe. Darüber hinaus vermittelt das Magazin Wissenswertes über das Schulungsangebot von Heidelberg, gibt Tipps zur Vermarktung des Angebots an die Hand und eröffnet Einblicke in die Psychologie des Verkaufsgesprächs.



Die **Heidelberger Druckmaschinen AG** hat ein Jahr nach dem Start des neuen Geschäftsfelds für die Auftragsfertigung Heidelberg System Manufacturing bereits nennenswerte Erfolge erzielt. So haben schon mehr als 20 externe Unternehmen – überwiegend aus der Energiebranche und dem Maschinenbausektor – im laufenden Geschäftsjahr 2010/11 Projekte mit unterschiedlichem Volumen bei Heidelberg in Auftrag gegeben. Der größte Einzelauftrag kommt von einem Unternehmen aus der Leistungselektronik, für das Heidelberg verschiedene Elektronikboards liefert. Für den Maschinenbausektor produziert Heidelberg vorwiegend Gussteile, insbesondere für Hersteller von Baumaschinen sowie im Bereich Medizintechnik. Sie entstehen in der Gießerei des Unternehmens am Standort Amstetten, der kürzlich sein 25-jähriges Jubiläum feierte.



Das gerade erschienene **manroland-Kundenmagazin expressis verbis** edition 2011 bietet ein weit gefächertes Spektrum: es zeigt aktuelle Informationen zum Druckmarkt auf, richtet den Blick in die Zukunft und zeigt Innovationen bei Zeitungen und Zeitschriften sowie im Werbemarkt auf. Das Magazin beschäftigt sich mit Veränderungen im Verpackungsmarkt und den nach wie vor bewährten Vorzügen von Büchern. Schließlich beleuchten einige Artikel den Medienwettbewerb. Dies alles wird flankiert von umfangreichem statistischem Material. Das Quellenverzeichnis dient der Vertiefung. Die neue Ausgabe liefert also informative Einblicke in die Branche rund um die Druckmaschine ebenso wie jenseits der Druckmaschine. Der Umschlag wurde mit repräsentativer Druckveredelung gedruckt. Dafür kam eine Sechsfarben Roland 700 HiPrint mit Lackmodul und InlineFoilier Prindor zum Einsatz. Den Innenteil im Illustrationsrollenoffset lieferte das Druckhaus Kaufmann.



Der Konzern Agfa-Gevaert NV im belgischen Antwerpen wies nach Medienberichten im 3. Quartal einen im Jahresvergleich um 9% höheren Umsatz aus. Bei 742 Mio. € Umsatz stieg auch der Gewinn auf 16 Mio. €. Stärkstes Standbein des Agfa-Konzerns ist der Bereich Agfa Graphics, der bei einem Wachstum von 16,3% auf rund 400 Mio. € Umsatz mehr als die Hälfte des gesamten Konzernumsatzes stellt. Nach Unternehmensinformationen rechnet der Vorstand damit, dass der Vorjahresumsatz von 2,78 Mio. € auch in diesem Geschäftsjahr erreicht wird.



ANTOINE FADY wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2011 zum Chief Executive Officer (CEO) der Flint Group ernannt. Fady ist damit Nachfolger von Charles Knott, der diese Aufgabe abgibt, um die Verantwortlichkeiten von Chairman und CEO zu trennen.



JOSEF AUMILLER wurde von den Mitgliedsunternehmen der PrintCity-Allianz zum neuen »Botschafter« für das Jahr 2010 ernannt. Aumiller ist Leiter Produktmarketing und Verkaufsförderung im manroland Geschäftsbereich Rollendrucksysteme.



MICHAEL EHRHART wurde zum Managing Director von InfoPrint Solutions Deutschland verpflichtet. Ehrhart war zuvor in verschiedenen Führungspositionen für Océ tätig, darunter das globale Marketing für den Transaktionsdruck und Print on Demand.



Die Farbe des Jahres 2011 steht (zumindest für Pantone) fest: Das Unternehmen kürte Pantone 18-2120 Honeysuckle (Geißblatt) als einen dynamischen und belebenden Farbton. Während die Farbe des Jahres 2010, Pantone 15-5519 Türkis, für viele Zuflucht symbolisiert habe, ermutige Honeysuckle dazu, den alltäglichen Herausforderungen mit Schwung und Elan entgegenzutreten, glaubt Pantone. Das dynamische Rot-Pink baue auf, hebe die Stimmung und symbolisiere Selbstvertrauen sowie Courage, um den anstrengenden Herausforderungen des Alltags entgegenzutreten. »In stressigen Zeiten brauchen wir etwas, das uns aufmuntert. Die Farbe ist fesselnd und stimulierend und sorgt für das nötige Adrenalin, um dem Trübsal ein Schnippchen zu schlagen«, erklärt Leatrice Eiseman, Executive Director des Pantone Color Institute. »Die Intensität des festlichen Rot-Pinks ist anziehend und fesselnd. Es ist nicht der süße Geruch des Nektars, sondern die



Farbe des Geißblattes, die die Kolibris anlockt. Honeysuckle hat zudem einen nostalgischen Zug, da uns die Farbe an unbeschwerte Frühlings- und Sommertage erinnert«, führt Leatrice Eiseman weiter aus.

Wer will dem schon widersprechen?



DRUCKMARKT-
REDAKTION UND
VERLAG WÜNSCHEN
SCHÖNE FESTTAGE
UND VIEL ERFOLG IM
JAHR 2011.

Lesen Sie mehr
Nachrichten, Interviews,
und Hintergrundbeiträge
im ersten PDF-Magazin
der Branche.

DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.com

**Druckfarben****ROHSTOFFE VERTEUERN
DRUCKFARBEN**

Flint Group, Sun Chemical und Huber Group haben in den letzten Wochen Preiserhöhungen für ihre Druckfarben angekündigt. Als Grund nennen alle Hersteller unisono den erheblichen Preisanstieg bei den Rohstoffen – eine Entspannung auf den Märkten der Rohstoffbeschaffung sei nicht abzusehen.

Environmental Inks**SIEGWERK ÜBERNIMMT
US-DRUCKFARBENHERSTELLER**

Der Druckfarbenhersteller Siegwirk hat am 30. November den Druckfarbenhersteller Environmental Inks and Coatings Corporation (EIC) übernommen. EIC ist Lieferant von umweltfreundlichen wasserbasierten Farben im wachsenden Schmalbahn-Segment in den USA und Kanada.

► www.siegwerk.com

OFS Group**HILFE BEI DER AKTION »KINDER
IM KRIEG«**

Zusammen mit dem Schweizer Fernsehen und anderen ist auch die OFS Group an der Aktion »Jeder Rappen zählt« dabei. Von jeder Druckplatte, die beim Kodak-Fachhandelspartner OFS Group bestellt wird, geht ein Rappen an die Aktion, die vom 13. Dezember 2010 bis zum 18. Dezember 2010 durchgeführt wird.

Heidelberg**1.000. MASCHINE LÄUFT IN
CHINA VOM BAND**

Am Montagestandort Qingpu bei Shanghai wurde die 1.000. Heidelberg-Maschine, eine Speedmaster CD 102 mit vier Druckwerken fertiggestellt. Heidelberg hatte das Werk 2005 für den Bau von Falzmaschinen eröffnet, 2006 begann die Produktion kleinformatiger Druckmaschinen, seit 2009 der Bau von 70x100-Modellen.

Werbemarkt wächst wieder**ZENITH OPTIMEDIA SIEHT
NACHHALTIGE ERHOLUNG**

Die weltweite Werbewirtschaft erholt sich langsam – wie es scheint nachhaltig. Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrer Studie »Advertising Expenditure Forecast« für die nächsten drei Jahre kontinuierliches Wachstum zwischen jährlich 4,6% (2011) und 5,2% (2012 und 2013). Das Vertrauen der Werbungtreibenden werde jedoch nur langsam zurückkehren, so die Studie. Der globale Werbemarkt werde im Vergleich zum Langzeitschnitt von 6% unterdurchschnittlich wachsen und erst 2012 wieder auf das Niveau vor der Finanz- und Wirtschaftskrise zurückkehren. Das Wachstum in Deutschland beziffert die Studie mit zwischen 2,1% und 2,9%. Nach der Studie zeigt die Entwicklung der Mediengattungen Print abermals als Verlierer. Bis 2013 werde Werbung im Druck weitere 2% einbüßen. Weit überdurchschnittlich entwickle sich die Online-Werbung mit einem Wachstum von 48% in den nächsten drei Jahren. Deutlich zulegen werden zudem Outdoor-Werbung (18%), Kino und TV (je 19%).

► www.zenithmedia.de

Neunmonats-Bericht der Koenig & Bauer AG**KBA ERREICHT IM DRITTEN QUARTAL 2010 WIEDER
DIE GEWINNSCHWELLE**

Die seit März 2010 erkennbare Nachfrageerholung im Druckmaschinenbau hält an. Der Aufschwung ist allerdings weniger stark als in anderen Bereichen des Maschinenbaus. Das Weltmarktvolumen ist in der Druckbranche weiter deutlich geringer als das Niveau vor Ausbruch der Finanzkrise im September 2008.

In diesem Szenario kann sich der Auftragszuwachs des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer AG in den ersten neun Monaten sehen lassen. Auf Konzernebene legten die Bestellungen nach Angaben von KBA gegenüber dem Vorjahr (2009: 682,3 Mio. €) um stattliche 46,7% auf 1.001,2 Mio. € zu. Der Konzernumsatz stieg gegenüber 2009 um 4,7% auf 772,1 Mio. €. Zusammen mit den Kosteneinsparungen aus dem laufenden Konsolidierungsprogramm (zum 30. September beschäftigte die KBA-Gruppe 6.437 Mitarbeiter, 658 weniger als im Vorjahr und 1.700 weniger Stellen als vor Ausbruch der Wirtschaftskrise im Sommer 2008) führten die höheren Erlöse im dritten Quartal zu einem Vorsteuergewinn von +15,3 Mio. € (2009: +9,6 Mio. €).

Bei Bogenoffsetmaschinen wuchs der Auftragseingang um 24,3%, im Segment Rollen- und Sondermaschinen zogen die Bestellungen dank einiger größerer Aufträge aus der Zeitungsindustrie und der lebhaften Nachfrage bei Nischenprodukten gegenüber dem Vorjahreswert sogar um 73,6%. Die Hightech-Zeitungsrotationen Cortina und Commander CT sind derzeit die Hauptumsatzträger im Rollenbereich. Der im 3. Quartal verbuchte Auftragszuwachs bei großen Rotationsanlagen wird allerdings erst 2011 umsatzwirksam.

Die Exportquote erreichte mit 87,8% im langjährigen Vergleich ein sehr hohes Niveau. Dabei blieb der Anteil

der Lieferungen ins europäische Ausland mit 30,3% (2009: 34,8%) erneut geringer als vor der Finanzkrise. Gleiches gilt für die regionale Umsatzquote Nordamerikas mit 9,7%. Dagegen ist die Bedeutung des Vertriebsgebietes Asien/Pazifik mit einem Umsatzanteil von 26,8% (2009: 23,5%) erneut gestiegen, was vor allem auf die rege Nachfrage aus China zurückzuführen ist. Die Schwellenmärkte Lateinamerika und Afrika lagen mit 21,0% ebenfalls deutlich über dem langjährigen Durchschnitt. Insgesamt ist die Umsatzverteilung ein Spiegelbild der weiterhin regional sehr unterschiedlichen Wirtschaftsdynamik auf dem Weltmarkt.

POSITIVER AUSBLICK FÜR 2010 Im jüngsten Quartalsbericht bestätigt der KBA-Vorstandsvorsitzende Helge

Hansen die im Frühjahr 2010 genannten Ziele: »Ich bin zuversichtlich, dass wir die für 2010 angestrebte Steigerung des Umsatzes um etwa sieben Prozent auf gut 1,1 Milliarden Euro und auch ein besseres Ergebnis vor Steuern als im Vorjahr realisieren können. Beim erwarteten Ergebnis schließen wir die Ausschüttung einer Dividende nicht aus.«

An der angekündigten Absicht, neben dem Kerngeschäft mit innovativer Drucktechnik ein weiteres Geschäftsfeld zu erschließen, hält KBA fest. »Leider dauert dies deutlich länger als von mir ursprünglich erwartet und prognostiziert«, bedauert Helge Hansen. »Nicht alles, was sich zunächst als interessant, aussichtsreich und relativ schnell realisierbar darstellt, hält am Ende einer intensiveren Prüfung stand.«

► www.kba.com



Zusammenarbeit im Inkjet-Digitaldruck

MANROLAND UND OCÉ: WELTWEITE STRATEGISCHE ALLIANZ

Inkjetproduktionssysteme werden zunehmend als Ergänzung zum Offsetdruck für Kleinauflagen und Just-in-time-Produktionen eingesetzt: Sie bieten Kostenvorteile und kurze Durchlaufzeiten. Anwendungen sind etwa Bücher, Werbebeilagen, Kataloge oder Broschüren (siehe auch den Beitrag auf Seite 28). Der dadurch entstandene Wettbewerb des Digitaldrucks hat die drei großen deutschen Druckmaschinenhersteller dazu bewogen, Kooperationen im Digitaldruck zu suchen. Doch während KBA und Heidelberg offenbar noch auf der Suche sind, hat manroland nun Nägel mit Köpfen gemacht.

Ab 2011 werden manroland und Océ im Bereich von Digitaldrucklösungen eine globale Zusammenarbeit eingehen und Lösungen samt Beratung, Systemen, Serviceleistungen und Materialien aus einer Hand anbieten. Den Hauptnutzen sehen die kooperierenden Unternehmen für die Druckbetriebe: Bisher seien Druckereien gezwungen gewesen, verschiedenen Technologien in Eigenregie zusammenzustellen, wodurch keine technologisch oder wirtschaftlich idealen Lösungen möglich gewesen seien. Die Betriebe könnten nunmehr nach gemeinsamer Beratung von manroland und Océ die für ihr Unternehmen richtige Technologie- und Workflowlösung auswählen.

Allerdings ziehen auch Océ und manroland Vorteile aus der Kooperation. Océ erhält Zugang zu neuen Kundensegmenten und hat so die Möglichkeit, seine Marktanteile in der grafischen Industrie auszubauen. manroland steigt (wieder) in den Digitaldruck ein und kann schrittweise eigene Kompetenz im digitalen Druck aufbauen. Auf Anfrage bestätigte manroland, dass auch eigenes Know-how aus dem Rotationsbereich in die Kooperation einfließen werde und zum Beispiel Komponenten wie Falzmaschinen bauen wird.



»Mit dieser Kooperation erschließen wir uns einen vielversprechenden Wachstumsmarkt, der dicht an den Kernkompetenzen von manroland angesiedelt ist«, sagt Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender von manroland. »Der Digitaldruck hat bereits einen nicht zu unterschätzenden Marktanteil. Das Druckvolumen im Digitaldruck wächst speziell bei kleineren Auflagen sehr dynamisch. Zahlreiche unserer Kunden investieren in Digitaldruck. Dies ist ein Schritt, um Wachstumschancen für manroland zu eröffnen und ein lukratives Geschäftsfeld zu bedienen. Denn dieser Bereich des Digitaldrucks ist ein Geschäft, das den industriellen Druck immer mehr ergänzt.«



Océ wiederum ist bei digitalen Rollendrucksystemen seit Jahrzehnten weltweit erfolgreich im unternehmensnahen Hochgeschwindigkeitstransaktionsdruck. Sebastian Landesberger, weltweit verantwortlich für den Océ-Geschäftsbereich Production in Printing, ergänzt: »Zudem sind wir im Direct-Mailing-Sektor gut positioniert. Mit den hochproduktiven Inkjetfarbdrucksystemen haben wir die Möglichkeit, unsere Marktabdeckung im Offsetmarkt zu erhöhen. Die strategische Allianz mit manroland bietet für uns die ideale Voraussetzung, Océ-Inkjettechnologie auch in der grafischen Industrie zu etablieren.«

nico

➤ www.manroland.com

➤ www.oce.de

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin »DRUCKMARKT impressions«. Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

»DRUCKMARKT impressions« ist kein Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von »DRUCKMARKT« erscheint und eine moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht »DRUCKMARKT impressions« zu einem lebendigen Medium, das die Berichterstattung des »DRUCKMARKT« aktuell ergänzt.

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Marke wird Firmenname

SEETAL ELCO AG WIRD ZUR ELCO AG IN BRUGG

Die Seetal Elco AG ist Spezialist für Briefumschläge, Schreibwaren und Dienstleistungen rund um Direct Marketing. Das international tätige Familienunternehmen blickt auf ein bald 100-jähriges Bestehen zurück. Ab 1. Januar 2011 tritt das Unternehmen unter dem Namen Elco AG auf.

Im aargauischen Brugg entstand Anfang 2007 mit dem Zusammengehen der Traditionsunternehmen Seetal Schaller AG und Elco Papier AG das mit jährlich rund zwei Milliarden produzierten und vermarkteten Produkten das größte Unternehmen im Schweizer Markt der Briefumschläge und Schreibwaren. Die Marke ELCO weist einen hohen Bekanntheitsgrad auf. 60% der Schweizerischen Bevölkerung kennen die Marke ungestützt und vertrauen ihr seit Jahren. Der große Erfolg der über hundert Jahre jungen Marke ELCO hat die Unternehmensleitung bewogen, den Markennamen auch zum Firmennamen zu machen. Christian Wipf, Verwaltungsratspräsident, betont, dass es neben der Namensänderung keine weiteren Veränderungen gibt.

► www.mylco.ch

Transportkosten

ANSTIEG BEI KARTONAGEN UND DRUCKERZEUGNISSEN

Laut der aktuellen Ausgabe des Transport Market Monitor (TMM) von Capgemini Consulting und Transporeon, haben die Transportpreise im europäischen Ladungsverkehr für Papier, Kartonagen und Druckerzeugnisse nach einem leichten Preisrückgang bis Ende Juni 2010 deutlich angezogen.

Die Transportkosten in der Papier- und Druckindustrie folgten dem Trend der Frachtpreise in Europa. Hier wurde im 2. Quartal 2010 eine Preissteigerung von 13,5% gegenüber 2009 verzeichnet. Nach Indexwerten lagen die durchschnittlichen Frachtkosten pro Straßenkilometer in der Papierverarbeitung und Druckindustrie sogar noch leicht über dem Mittelwert aller untersuchten Wirtschaftszweige.

Viele Logistikmanager stehen angesichts der Schwankungen der Transportpreise vor der schwierigen Aufgabe, für die Zukunft geeignete Strategien bei der Beschaffung von Frachtraum zu entwickeln. Traditionelle Methoden und längerfristige Ausschreibungen von Transporten könnten angesichts der Auswertungen des TMM derzeit nicht den finanziellen Vorteil verschaffen, den sich die Logistikmanager versprechen.

Die Gesamtausgabe des Transport Market Monitor ist kostenlos erhältlich.

► www.transportmarketmonitor.com

Messegesellschaft kauft »PostPrint«

FACHMESSE WECHSELT VON BERLIN NACH LEIPZIG

Zum Ausbau ihres Neugeschäfts hat die Leipziger Messe die Fachmesse »PostPrint« gekauft. »Mit dem Erwerb der Markenrechte für die PostPrint, die von Berlin nach Leipzig umzieht, stärken wir unser Portfolio im Bereich Buch und Druck«, sagt Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger

Rund 1.400 Firmen sind allein in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen in der Branche tätig. Davon arbeiten zirka 30% in Werbung und Vorstufe, 40% im Druck, 10% als Druckweiterverarbeiter und 20% im Verlagswesen. Zu den Schwerpunkten der Fachmesse gehören Digital-, Offsetdruck



Messe. Die PostPrint findet vom 14. bis 16. September 2011 erstmals in der sächsischen Metropole statt. Seit 2005 wurde das Forum für die grafische Industrie in Berlin veranstaltet.

»Leipzig bietet das ideale Umfeld für die PostPrint«, kommentiert Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Messe. »Die Stadt Leipzig hat eine lange Tradition als Buch- und Grafikstadt. Die Affinität zum Thema Drucken und Buchbinden ist daher außerordentlich hoch.«

und Weiterverarbeitung, Office-Lösungen und Postbearbeitung sowie Druck-Dienstleistungen wie Mailingproduktion, Bilddatenbanken oder Logistik. Darüber hinaus wird erstmals dem Thema Vorstufe ein breiter Raum eingeräumt.

Die Leipziger Postprint will sich als Fachmesse für den ostdeutschen Markt weiter etablieren. In Berlin hatte man das Konzept unter anderem aufgrund fehlenden Wachstums der Besucher- und Ausstellerzahl auf Eis gelegt.

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Ricoh Europe, Spezialist für Office-Lösungen, Managed Document Services und Production Printing, hat seine Kooperation mit **Nuance Inc.**, einem Anbieter von Sprach- und Imaging-Lösungen, erweitert. Beide Unternehmen unterzeichneten eine europaweite Reseller-Vereinbarung, in deren Rahmen eine neue Dokumentenmanagement-Software speziell für die Multifunktionssysteme von Ricoh entwickelt wird. • Der **FFI Fachverband Faltschachtel-Industrie e.V.** hat die **Fritz Majer + Sohn KG** als neues Mitglied sowie **Hewlett-Packard**, **Indigo Digital Presses**, als assoziiertes Mitglied aufgenommen. • Der **RGF Ring Grafischer Fachhändler**, seit 25 Jahren Verbundgemeinschaft von Fachhändlern für die grafische Industrie, und **Agfa** haben eine strategische Zusammenarbeit vereinbart. Im ersten Schritt übernimmt der RGF die Vermarktung der Agfa Anapurna-Reihe. • Mitte Oktober feierte **Pemco Inc.** sein 50-Jahre-Jubiläum. In einem halben Jahrhundert entwickelte sich das Unternehmen von einer kleinen Firma für Umbauten zum international tätigen Hersteller von Verpackungs- und Schneidelösungen für die Papierindustrie, gehört seit 1981 zum Körber-Konzern und ist Teil der Papiersparte **Körber PaperLink**. •

“Die RICOH SCHWEIZ AG bietet jedem Kunden die optimale Lösung im Production Printing – dafür stehe ich mit meinem Namen.”

Stefan Ammann
Chief Executive Officer
RICOH SCHWEIZ AG


Ricoh
Production
Printing

Gemeinsame Ziele verhelfen uns allen zum Erfolg

RICOH kümmert sich um Ihre gesamte Druckumgebung,
damit Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

Moving Ideas Forward.

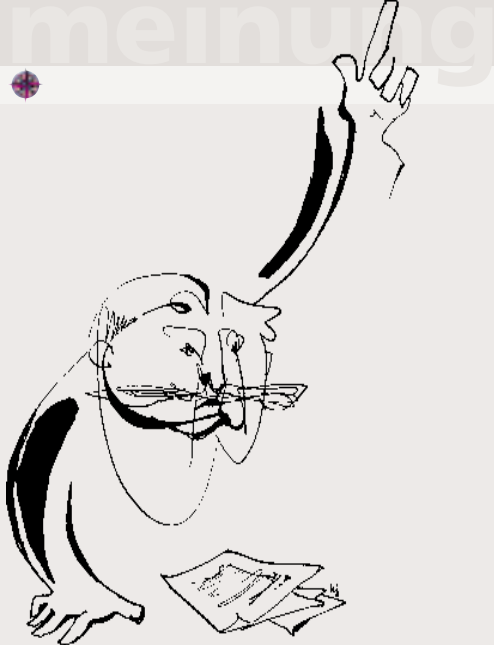
RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
Tel. 0844 360 360
Mail info@ricoh.ch
Web www.ricoh.ch

RICOH

Office Solutions

Production Printing

Managed Document Services



Medientechnologie Druck: »Ein-Farbe-aufs-Papier-Bringer«?

In »Druckmarkt impressions 22« vom 9. November 2010 haben wir über die neuen Berufsprofile der Branche berichtet und im Anschluss an den Text der Pressemitteilung eine Anmerkung der Redaktion erlaubt.

Darin haben wir darauf verwiesen, dass der »Mediengestalter« eine erfolgreiche Namenswahl war, dass es aber nicht darüber hinwegtäuschen dürfe, dass der Begriff ebenso auch für Verwirrung sorgt, da er mehr verspricht als wirklich gelehrt wird. Denn Mediengestalter sind in der Praxis zunehmend dazu verdammt, Workflows zu überwachen, statt Medien zu gestalten. Die jetzt erfolgte Anlehnung der neuen Berufsbezeichnungen an das Modell mit der Bezeichnung »Medientechnologie Druck« kann nach Ansicht der Redaktion die Erwartungen junger Leute genau so enttäuschen. Denn mit welchen Medien außer Papier und Karton wird sich der Medientechnologie Druck in der Praxis wirklich auseinander setzen müssen? Der in der Schweiz übliche Begriff des »Drucktechnologen« erschien der Redaktion in dem kleinen Kommentar ehrlicher.

Dazu erreichte uns folgender Leserbrief:

Sehr geehrte Damen und Herren,

hauptamtliche und ehrenamtliche Sachverständige haben in nahezu dreijähriger inhaltlicher Auseinandersetzung die Neustrukturierung beruflicher Erstausbildung erarbeitet. Interessant ist, dass die Kritik daran nur auf die Namensgebung reduziert wird. Positive Aspekte wie strukturelle Änderungen, neue Ausbildungsmöglichkeiten, kompetenzorientiert formulierte Ausbildungsinhalte für eine zukunftsorientierte Ausbildung werden schlicht ausgeblendet. Stattdessen wird ein neuer Ansatz reduziert auf die Berufsbezeichnung.

Selbst die Vorläufer des Druckers ließen keine hinreichenden Schlüsse auf berufliche Inhalte zu: der Buchdrucker druckte mitnichten nur Bücher. Die damit verbundene Drucktechnik war Hochdruck. Die aus den Druckverfahren Hoch, Tief und Flach abgeleiteten Berufsbezeichnungen sagten auch nicht viel über die Tätigkeit aus. Jugendliche mussten sich auch früher bereits mehr mit den Lerninhalten beschäftigen, wollten sie Näheres über die Berufe erfahren. Nur Eingeweihte suchten und fanden unter B den Buchbinder, unter D den Drucker, unter M den Mediengestalter und unter S den Siebdrucker.

Weshalb die Wortkombination mit Medien? Die Ausbildungsberufe sind jetzt nach einem strategischen Ansatz gebündelt findbar.

Zu guter Letzt noch einige Anmerkungen zu dem von der Redaktion als »ausgesagekräftiger« apostrophierten Drucktechnologen; die Tatsache, dass er in der Schweiz ein eingeführter Begriff ist, reicht als Begründung nicht aus. Und, ohne den Schweizer Kollegen zu nahe treten zu wollen, erkennt man zweifelsfrei hinter der Berufsbezeichnung einen Mitarbeiter einer Druckerei? Oder misst er den Öldruck? Ist er gar eine neue Ausbildungsmöglichkeit beim regionalen Wetterdienst, der den Luftdruck misst? Städte errichten so genannte Druckräume, wäre der Drucktechnologe dort tätig?

An diesem Beispielen lässt sich schnell erkennen, dass treffende Berufsbezeichnungen nicht so einfach zu finden sind, denn der Drucker ist letztendlich »ein-Farbe-auf-das-Papier-Bringer«.

Die Sachverständigen waren der Auffassung, dass Medientechnologie eine attraktive Berufsbezeichnung sei, die geeignet ist, Jugendliche für »unsere« Branche zu interessieren und nicht nur für Mechatroniker, Produktionstechnologen und andere noch spannend klingende Berufe.

Beiträge wie der vorliegende tragen dazu bei, dass Berufe bereits vor Inkrafttreten aktualisierter Ausbildungsordnungen, wieder als »sterbende« Berufe abgestempelt werden. Besser wäre es, die neuen Inhalte oder strukturellen Verbesserungen als Chance zu sehen und aufzuzeigen, wie viel Potenzial mit dem Medientechnologen verbunden.

Aber dazu müsste man sich intensiv mit dem Thema Ausbildung und deren Aktualisierung befassen.

Ein Prozess übrigens, der schon seit circa drei Jahren intensiv betrieben wird, dessen mediale oder besser redaktionelle Begleitung bisher aber ausgeblieben ist. Eine Auseinandersetzung auf dieser Ebene wäre jedenfalls konstruktiver gewesen. So bleibt nur der schale Beigeschmack des Besserwissens.

Mit freundlichen Grüßen

Rainer Braml

Sachverständiger Medientechnologie Druck, Sachverständiger Medientechnologie Druckverarbeitung, Sachverständiger Buchbinder

ANMERKUNG DER REDAKTION: Wir möchten den Leserbrief (auch wenn es in den Fingern und im Kopf noch so kitzelt) nicht weiter kommentieren, wundern uns aber schon, dass uns der Autor des Leserbriefes dafür kritisiert, dass wir die Namensschöpfung, nicht aber die Ausbildungsinhalte kritisiert haben. Sollten wir das? Warum sollten wir das? Wir haben nichts gegen die Neustrukturierung der Ausbildungsinhalte – ganz im Gegenteil. Und wir haben auch nichts gegen die Arbeit des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA). Nur die Namensfindung hat uns gestört. Und damit sind wir offensichtlich nicht ganz alleine, wie wir in Gesprächen erfahren haben und wie es die Pressemeldung aus dem Hause Laserline zeigt, die wir an dieser Stelle leicht redigiert wiedergeben.

Berufsbezeichnungen werden modernisiert LICHTBLICK FÜR DIE AUSBILDUNGSMISERE

Dutzende von Bewerbungen für das nächste Ausbildungsjahr stapeln sich bereits vor Weihnachten auf dem Schreibtisch von Christian Luther, Personalchef des Berliner Druckzentrum Laserline. »Alles Anfragen für Mediengestalter«, sagt der 52-Jährige. Doch während in den begehrten Ausbildungsgängen wie dem Mediengestalter viel zu viele Bewerbungen auf dem Tisch landen, bleibt der Zuspruch in den industriellen und handwerklichen Berufen spärlich. Und das liege nicht nur daran, dass Jugendliche Schreibtischjobs favorisieren: viele Berufe sind bei Schulabgängern schon durch ihre Bezeichnung vollkommen uninteressant.

Drucker bietet Laserline als Ausbildungsberuf selbstverständlich an – doch das Interesse an dem gut bezahlten und abwechslungsreichen Job hält sich in Grenzen. Ganz finster sieht es bei den Buchbindern aus. »Das Wort Buch löst ja allein schon bei vielen jungen Leuten Panikattacken aus«, sagt der Laserline-Personalchef.

Doch nicht nur die Bezeichnungen für manche Berufe klingen altmodisch, in vielen Bereichen haben sich auch die Inhalte erheblich verändert. Deshalb werden einige Ausbildungsberufe derzeit auch in der Druckindustrie neu geordnet. Zum einen werden die Ausbildungsinhalte der Realität angepasst, und zum anderen bekommen einige Berufe auch eine Frischzellenkur für ihren Namen. »Buchbinder« ist einer der Begriffe, die es künftig in der Druckindustrie nicht mehr geben wird – wohl aber im Handwerk. Künftig wird im industriellen Bereich aus dem Buchbinder der »Medientechnologe Druckverarbeitung«. Und auch der Drucker mutiert zum Medientechnologen. Diesmal mit einem »Druck« hintendran. »Die Umbenennung geschieht nicht nur, weil die alten Bezeichnungen unmodern sind«, heißt es bei der IHK Berlin. »Vor allem das Berufsbild hat sich geändert.« Letztlich hänge eine Umbenennung von der Entwicklung des Berufes ab.

Ob sich allerdings die Jugendlichen unter den neuen Begriffen inhaltlich mehr vorstellen können als unter den alten, bleibt fraglich. »Alles was mit Medien zu tun hat, klingt erstmal interessant«, stellt Personalchef Luther fest. Letztlich führe allerdings auch der tollste Name nicht zu mehr Bewerbungen für einen Beruf, wenn der Inhalt nicht stimme. »Da orientieren sich die jungen Leute immer an der Peergroup«. Und wenn die Qualität eines Berufs bei den Gleichaltrigen als nicht ausreichend erachtet werde, »dann hat er keine Chance, egal wie er heißt.«

Was sind eigentlich Medien?

Ein Medium (lat.: medium für Mitte, Mittelpunkt) ist etwas in der Mitte Befindliches, dazwischen Liegendes; der Plural ist Medien. Zwei Verwendungen dieses Begriffs sind unterscheidbar:

Medium als stofflicher Vermittler: Ein Medium ist zunächst ein zwischen individuellen Körpern befindlicher raumfüllender Stoff mit bestimmten Eigenschaften. Meist ist ein solcher Stoff ein chemischer Stoff. Das Medium eines Schwimmbeckens ist beispielsweise Wasser, jenes einer älteren Lokomotive Dampf, der zusätzlich einen gewissen Druck ausübt. Weil Stoffe Impulse und Energie übertragen, können sie auch Information übermitteln. Die Übertragung von Schall benötigt beispielsweise einen vermittelnden Stoff wie Luft.

Medium als Übermittler von Informationen: Ausgehend von der stofflich vermittelten Informationsübertragung ergibt sich eine Verallgemeinerung, bei der die stoffliche Qualität eines Mediums in den Hintergrund tritt. Der Begriff Medium kann auch ein Kommunikationsmittel beliebiger Art zwischen Sender und Empfänger bedeuten. Verwandte Bedeutungen treten in der Philosophie und Soziologie auf. So werden auch Personen, die behaupten mit geistigen Wesen kommunizieren zu können, als Medien bezeichnet. Heute werden allerdings eigentlich alle technischen Kommunikationsmittel zwischen Menschen allgemein als Medien bezeichnet, etwa das Fernsehen, Radio, die Printmedien, das Internet usw.

Zusammengefasst sind Medien also Objekte, die die Überlieferung von Botschaften ermöglichen. Durch komplexe Symbolsysteme (Sprache

oder Schrift) ist die Codierung (Verschlüsselung) und Decodierung (Verstehen) von Botschaften für einen Großteil eines Kulturkreises möglich. Dabei ist das gesprochene Wort die ursprünglichste Form von Kommunikation. Neue Techniken und Technologien haben inzwischen zahlreiche Kommunikationsformen ermöglicht. Die in einer Kultur verfügbaren Kommunikationsmedien nehmen dabei großen Einfluss auf den Diskurs und die Orientierung der jeweiligen Gesellschaft.

Woher kommt eigentlich der Begriff Technologie?

Eine Technologie (altgr. téchne, dt.: Fähigkeit, Kunstfertigkeit oder auch Handwerk, und lógos, dt.: Lehre bzw. Vorgehensweise) ist eine Gesamtheit von Verfahren zur Produktion von Waren und Dienstleistungen. Im engeren Sinn bezeichnet Technologie die Lehre oder Wissenschaft von einer Technik. Im heutigen Sprachgebrauch wird der Begriff häufig als Synonym für Technik verwendet. Der Begriff Technik bezeichnet allerdings eine eingesetzte Methode, um ein bestimmtes Ergebnis zu erreichen. Der Begriff Technologie bezeichnet das Wissen um die Techniken. Der Technologe muss demzufolge die Technologie, nicht die Technik, beherrschen.

PS: Manchmal hilft es nicht wirklich weiter, wenn man nachschlägt, um einen Begriff (dazu noch einen zusammengesetzten) zu definieren. Vielmehr wird man gelegentlich von der Vielfalt eines Begriffes geradezu erschlagen – wie im vorliegenden Fall. Ist der Drucker nach diesen Definitionen etwa ein »Botschaften-Überlieferungs-Fähiger«? Nein, dann doch vielleicht lieber »Farbe-aufs-Papier-Bringer«!

nico



Mehr als 100 Publikationen nutzen bereits **WoodWings** Digital Magazine Tools für die Kreation ihrer iPad Apps. Dies teilte WoodWing Software, Anbieter von Lösungen für das Cross-Media-Publishing und einer der Innovationsführer im Tablet-Publishing-Markt, mit. Zudem wurden nach Aussage des Unternehmens bislang mit der WoodWing-Lösung knapp 1.000 digitale Ausgaben produziert, die über die iPad Apps verbreitet und gelesen werden. Damit sind die Digital Magazine Tools von WoodWing wohl eine der populärsten Tablet Publishing-Lösungen auf dem Markt. www.woodwing.com



Auf der **Canon Expo 2010** zeigte der japanische Technologie-Konzern, wohin die Reise bei den Imaging-Technologien und im Digitaldruck gehen kann. Den ausführlichen Bericht lesen Sie in Druckmarkt 68/69. www.druckmarkt.com

Zwei Monate nach der Vorstellung auf der IFRA Expo 2010 entscheidet sich mit der Celleschen Zeitung der erste Kunde für die gemeinsame Lösung von **ppi Media** und Digital Collections (DC). In Celle wird Content-X durch das Projekt- und Themen-Management iDater 3.0 von Desatec Systems ergänzt.



Fujifilm Offsetdruckplatten

PRODUKTIONSLINIE FÜR OFFSETPLATTEN SOLL 2012 DEN BETRIEB AUFNEHMEN

Um den wachsenden Bedarf an umweltfreundlicheren Druckplatten zu erfüllen, hat sich Fujifilm für die Inbetriebnahme der dritten Produktionslinie im niederländischen Tilburg entschieden. Der Bau der neuen Fertigungsstraße hatte bereits 2008 begonnen, wurde aber im letzten Jahr auf Grund der Wirtschaftskrise vorläufig eingestellt. Nun soll die dritte Produktionslinie mit einem Investitionsvolumen von rund 100 Mio. Euro Anfang 2012 in Betrieb genommen werden. Dann wird der europäische Standort Tilburg Fujifilms größte Fertigungsstätte für Offsetdruckplatten sein, wo alle aktuellen Modelle sowie künftige Neuentwicklungen produziert werden können. Mit der neuen Linie wird Fujifilm die CtP-Druckplatten der Brillia-Reihe in Europa in räumlicher Nähe der vielen tausend Anwender fertigen und kann so zur Abfederung unplanmäßiger Bedarfsspitzen zeitlich flexibler reagieren. In Tilburg werden dann insgesamt drei Plattenstraßen produzieren. Durch die Nutzung weiter entwickelter und technisch aktueller Produktionsverfahren lässt sich in naher Zukunft die Umweltbelastung erneut reduzieren.

➤ www.fujifilm.de



Wenn es um Qualitätsansprüche geht, gibt es oftmals keine Kompromisse. Aus diesem Grund hat sich der Fotograf und Autor Jens Petersen aus Kiel für die Farbkalibrierungstools ColorMunki Photo und ColorChecker Passport von **X-Rite**, dem Hersteller von Farbmanagement-, Farbmessungs- und Farbkommunikations-Tools, entschieden. Für ihn hat die ständige Suche nach Arbeitshilfen, die die Qualität in der professionellen Fotografie sichern und verbessern sowie den zeitintensiven Workflow erleichtern, ein Ende gefunden. www.xrite.com



Mit PitStop Connect hat **Enfocus** ein Werkzeug für Auftraggeber und Druckereien bereitgestellt, um die Kommunikation zu vereinfachen und einen reibungslosen Arbeitsablauf zu gewährleisten. Mehr in Druckmarkt 68/69. www.druckmarkt.com

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

KOSTENLOSES UPDATE FÜR DESIGNSOFTWARE

Quark veröffentlichte Mitte November QuarkXPress 8.5, ein kostenloses Update der Design- und Seitenlayoutsoftware, das allen Anwendern von QuarkXPress 8 zur Verfügung steht. Das Update bietet erstmalig die Unterstützung des DOCX-Formats von Microsoft Word, neue Pantone-Farbbibliotheken und einen Software-Updater.

DiMS! organizing print HELPDESK ZUM KUNDEN- SERVICE AUSGEBAUT

Der Anbieter von MIS/ERP-Systemen für Druck und Verpackung hat sein Helpdesk zu einem 24-Stunden-Kundenservice ausgebaut, der Kundenanfragen registriert und bearbeitet. Der weltweite Dienst gewährleistet, dass die Anwender das volle Potenzial des DiMS!-Systems ausschöpfen können und minimiert das Ausfallrisiko.

d'accord von CSci DRUCKDATEN UND MUSTER KONTROLLIEREN

Die Software d'accord von CSci ist eine Lösung, um Druckdaten und Druckerzeugnisse digital gegen die Kundenvorlage zu prüfen. Die Version d'accord 2.2 bietet zwei neue Add-Ons: eine Scanneranbindung und einer Barcode-Prüfung. Damit wird der PDF-Vergleich für Prepress und Druck um zwei wichtige Funktionen erweitert.

Oracle und Apple OPEN JDK PROJEKT FÜR MAC OS X

Oracle und Apple haben das Open JDK Projekt für Mac OS X angekündigt. Apple wird hierfür die meisten der für die Implementierung von Java SE 7 auf Mac OS X benötigten Komponenten zur Verfügung stellen. Open JDK wird Apple's Java Technologie den Open Source Entwicklern zugänglich machen, die zum Projekt beitragen wollen.

Online-Rechtschreibprüfung DEM RECHTSCHREIBCHAOS IM INTERNET EIN ENDE SETZEN

Korrekte und verständliche Texte sind nicht nur für Printerzeugnisse ein Muss. Auch Texte auf Webseiten und in webbasierten Anwendungen sollten fehlerfrei und leicht verständlich sein. Die Technologiesparte des Dudenverlags bietet jetzt eine Softwarelösung an, mit der auch Texte in Webanwendungen auf die geltenden Rechtschreib- und Grammatikregeln geprüft und korrigiert werden können. Auch hauseigene Schreibweisen können über die richtigen Voreinstellungen problemlos durchgesetzt werden. Diese nicht ganz billige Lösung von Duden – der Verlag spricht hier von vier- bis fünfstelligen Beträgen – ermöglicht es mittleren und größeren Unternehmen, ihre Web-Editoren TinyMCE und CKEditor mit sogenannten Korrektor-Plug-ins auszustatten, die mit einem eigenen Server kommunizieren, auf dem die Korrekturen in Echtzeit durchgeführt und an den Editor zurückgesendet werden.

➤ www.duden.de/firmenloesungen/

Neue Lösungen für den Zeitungsmarkt

AGFA UNTERSTREICHT SEIN ENGAGEMENT FÜR DEN ZEITUNGSSEKTOR

»Um profitabel zu arbeiten, brauchen Zeitungen Lösungen zur Vereinfachung von Prozessen, eine Formel zur Kostensenkung und Qualitätssteigerung und sie benötigen Werkzeuge und Tools, um die Umweltauswirkungen ihrer Aktivitäten zu verringern«, erklärte Marc Op de Beeck, Senior Vice President bei Agfa Graphics. Dazu stellte das Unternehmen auf der Ifra Expo in Hamburg Neuheiten für die Workflow-Systemlösung Arkitex, ein chemiefreies System für die Druckplattenherstellung und einen schnellen Plattenbelichter der Advantage N-Reihe vor.

Bei der Software Systemlösungen Arkitex, zu der unter anderem die Produkte Arkitex Director, Arkitex Analyst, Arkitex Vantage, Arkitex IntelliTune und Arkitex OptiInk gehören, bildet die neue Systemlösung Arkitex Portal einen besonderen Schwerpunkt bei der web-basierten Zusammenarbeit mit Kunden bis hin zum Druck.



Der Advantage N TR XXT, ein Plattenbelichter der neuesten Generation, ist speziell für Zeitungsdruckereien im Highend-Bereich ausgelegt, die variierende Produktionsspitzen bewältigen müssen, aber auch für Zeitungsdruckereien, die Möglichkeiten im Hybrid-Markt suchen, wobei sie vorhandene Maschinenkapazitäten besser nutzen wollen. Der Advantage N TR XXT erreicht Geschwindigkeiten von über 300

Druckplatten pro Stunde und wird in Kombination mit den chemiefreien violettempfindlichen Druckplatten N92-VCF eingesetzt.

Daneben hat Agfa die VXCF vorgestellt, eine spezielle Clean-Out Unit für die chemiefreie N92-VCF. Mit der umweltfreundlichen Druckplatte und der neuen Clean-Out Unit können Zeitungen Kosten senken und die Produktivität steigern. Das Clean-Out System benötigt dabei 20% weniger Energie und beansprucht 20% weniger Platz. ➤ www.agfa.de

Switch 09 Update 2 AUTOMATISIERUNG UP TO DATE MIT ENFOCUS

Enfocus hat mit Switch 09 Update 2 ein Aktualisierung seiner Automatisierungslösung Switch auf den Markt gebracht. Außerdem ist das Update mit den neuesten Funktionen des im Oktober frei gegebenen PitStop Server 10 kompatibel.

Anwender von PitStop Server 10 können jetzt neben Preflight-Workflows auch Workflows erstellen, bei denen Transparenzen verflacht werden können. Darüber hinaus verfügt Switch 09 Update 2 über mehrere aktualisierte und neue Konfiguratoren. So wird nun auch MadeToPrint InDesign Server von axaio für die Ausgabe, Elpical Claro Premedia Server für die Bildoptimierung) sowie Profile Tagger von ColorLogic, einem Tool zur Erkennung der Separation von CMYK-Daten, unterstützt.

Die Konfiguratoren erlauben die direkte Steuerung und Automatisierung von Anwendungen, die eng mit FullSwitch und PowerSwitch zusammenarbeiten. Enfocus unterhält ein wachsendes Netz von Partnern und erweitert Switch regelmäßig um neue Konfiguratoren. Das Update ist ab sofort bei der Impressed GmbH in Hamburg verfügbar.

➤ www.impressed.de



Linotype

JIM WASCOS NEUE SERIFENLOSE

Die 17 Schnitte umfassende Schriftfamilie Harmonia Sans ist in die Monotype Library aufgenommen worden. Lizenz und Font sind ab sofort bei Linotype erhältlich. Die Harmonia Sans liegt in fünf Strichstärken zwischen Light und Black vor, von denen auch jeweils eine Italic-Variante existiert. Die normalen, fetten und halbfetten Stile gibt es ebenfalls in Condensed, zusätz-



lich stehen vier Festbreitenschriften zur Verfügung. Alle Schnitte der Harmonia Sans sind im OpenType Pro-Format verfügbar.

Die Harmonia Sans wurde von den Monotype-Designern Jim Wasco und George Ryan entworfen. Sie vereint kalligrafische Anteile mit geometrischen Elementen und ist von serifenlosen Schriften wie Futura und ITC Avant Garde Gothic beeinflusst. Zudem schließt sie sich an die ebenfalls von Wasco entworfene Elegy an, die im August 2010 veröffentlicht wurde.

➤ www.linotype.com

➤ <http://webfonts.fonts.com>

Internationale Prinect Anwendertage 2010

WISSENSVERMITTLUNG UND ERFAHRUNGSAUSTAUSCH

Wissensvermittlung, Erfahrungsaustausch und Anwenderdiskussionen zu den Themen Workflow-Integration im Allgemeinen und dem Druckerei-Workflow Prinect von Heidelberg im Speziellen standen im Mittelpunkt der internationalen Prinect Anwendertage 2010. Rund 350 Prinect Anwender in Druckereien und

Trends rund um den Workflow in Druckereibetrieben: So fand ein reger Austausch der Teilnehmer beispielsweise über die unterschiedlichen Möglichkeiten der Prozessintegration sowie die Vorteile und Funktionsweise einer integrierten Druckerei statt, aber auch über ein möglichst effizientes Color Manage-



Rund 350 Prinect-Anwender trafen sich bei den internationalen Anwendertagen 2010 zum Erfahrungsaustausch in Heidelberg.

Vorstufenbetrieben aus sieben Ländern nahmen an den Veranstaltungen in der Print Media Academy in Heidelberg teil. Wie in den vergangenen Jahren wurde die Veranstaltung unter dem Motto »von Anwendern für Anwender« von einem Team aus verschiedenen Anwenderbetrieben konzipiert und moderiert. Ein Fokus vieler Workshops und Diskussionen war dabei das Thema Web-to-Print mit seinen vielfältigen Geschäftsmodellen. Organisatorische und technische Herausforderungen bei der Einführung von Workflow-Lösungen standen zudem ebenso auf der Agenda wie aktuelle

ment. Eine Podiumsdiskussion mit dem Thema »Schneller in Farbe kommen« rundete das Programm ab.

»Die Prinect Anwendertage haben sich mittlerweile als Plattform für den internationalen Erfahrungsaustausch bei Prinect Anwendern etabliert. Der Mix aus Informationen über Toptrends der Branche, vertiefende Workshops und die Tatsache, dass die Veranstaltung von Anwendern selbst gestaltet wird, schätzen die Teilnehmer besonders«, so Christopher Berti, Leiter Produktmanagement Prinect und CtP bei Heidelberg.

Fujifilm-Workflow

MXF NUTZT DIE VORTEILE VON METRIX

Die Kombination des XMF-Workflows mit der Software Metrix 2010 für die Auftragsplanung bietet eine Verbesserung der Arbeitsabläufe. Metrix 2010 ist ein automatisches Tool für die Auftragsplanung, das Fujifilm seit Mitte November und mit Beginn der Partnerschaft mit LithoTechnics Inc als Erweiterung für seine Workflow-Lösung XMF vertreibt. Metrix 2010 findet für



jeden Auftrag auf intelligente Art und Weise die kostengünstigste Maschinenkonstellation unter Berücksichtigung des maximal möglichen Druckformats. Anschließend werden die zu erwartenden Produktionskosten bewertet und mögliche Alternativen aufgezeigt. Durch die Einbindung in XMF können die von Metrix generierten JDF-Layouts schnell und einfach in den XMF-Workflow übernommen werden.

➤ www.fujifilm.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

CGS Publishing Technologies International hat der **Stuttgarter Hochschule der Medien** (HdM) ein umfangreiches Paket mit Farbmanagement-Lösungen zur Verfügung gestellt. Seit dem Wintersemester 2010/2011 arbeiten Studierende der technisch orientierten Studiengänge damit. • Mit dem aktuellen Release 4.6 bietet die tango-Produktlinie von **MarkStein Software** viele neue Funktionen zur einfachen Erstellung von e-Books und digitalen Magazinen für das iPad. • Der Business-to-Business-Verlag **Link Publishing** hat ein Upgrade seiner Produktionssoftware auf **Quark XPress 8** durchgeführt hat. Link Publishing publiziert Fachpublikationen wie Print Monthly und SignLink. • **Enfocus** hat mit Switch 09 Update 2 ein Upgrade des Automatisierungssoftwarepakets Switch auf den Markt gebracht. • **GMG**, Entwickler hochwertiger Farbmanagement-Softwarelösungen, hat den Startschuss für die Internet-Plattform www.proofr.com gegeben. Das weltweite Netzwerk von Remote-Proofing-Standorten ermöglicht Online-Proofingdienstleistungen. • **Linotype** hat neue Updates des Schriftenverwaltungsprogramms FontExplorer X Pro veröffentlicht, die als kostenlose Updates für Kunden für Mac und Windows verfügbar sind.



Um die Attraktivität von Verpackungen zu steigern, setzt die Markenartikelindustrie immer aufwändigere Verpackungsveredelungen ein. Gerade im Süßwaren- und Kosmetikbereich sind auch saisonale Sonderaktionen beliebt, um die Aufmerksamkeit der Konsumenten zu wecken. **Chesapeake Deutschland**, Branded Packaging, Hersteller hochwertiger Faltschachteln für diese Segmente, erweitert am Standort Stuttgart seinen Maschinenpark um eine **Heidelberg Speedmaster XL 105-LYY-P-9+LYYL**. Die Druckmaschine mit drei Lackierwerken und neun Offsetdruckwerken nimmt Chesapeake im Mai 2011 in Betrieb.



Anfang Oktober 2010 verbuchte das **KBA** die 100. Bestellung für eine Mittelformatmaschine der Baureihe **Rapida 106** mit Plattenzylinder-Direktantriebstechnik **DriveTronic SPC** für den simultanen Druckplattenwechsel. Sie wird im März 2011 an den belgischen Spielkartenproduzenten **Cartamundi** geliefert.



Das Weilerer Traditionsunternehmen **Holzer Druck** hat am 24. September an einem Kundentag eine neue **KBA Acht-Farben-Maschine** in Betrieb genommen. Die Acht-Farben ist mit modernster Meß- und Automatisierungstechnik ausgestattet. Sie ermöglicht unter anderem den »Flying Job Change«, einen Auftragswechsel parallel zur laufenden Druckproduktion, ist mit der Druckvorstufe vernetzt, erlaubt eine vollautomatische Qualitätsprüfung in der Maschine und bietet extrem kurze Rüstzeiten. Im Bild Dr. Elmar Holzer (links) bei der offiziellen Inbetriebnahme der Maschine.



Epson hat den 24-Zoll-Drucker **Epson Stylus Pro 7890** und den 44-Zoll **Epson Stylus Pro 9890** vorgestellt, die ab Januar 2011 erhältlich sind. Beide Drucker verwenden das **Epson UltraChrome K3 VM Tintenset** in Kombination mit einem TFP-Druckkopf und erzielen damit eine präzise Platzierung der Tintentropfen.



ClimatePartner und **Xerox** haben einen preisgünstigen und einfach zu bedienenden Service zur Ermittlung und zum Ausgleich der Treibhausgasemissionen von Druckproduktionen entwickelt. Hierfür können sich Druckereien auf der eigenen Internetseite anmelden und ihre emissionsrelevanten Daten eingeben. Für die Berechnung eines Druckauftrags spielen Faktoren wie die Farben, Papiersorte, Grammat, Format, Auflage und weitere Aspekte eine Rolle. Die Drucksache dann klimaneutral gestellt werden, wenn in Höhe der ermittelten CO₂-Emissionen Minderungszertifikate aus anerkannten Klimaschutzprojekten gekauft werden.
www.klimaneutraldrucken.de/xerox



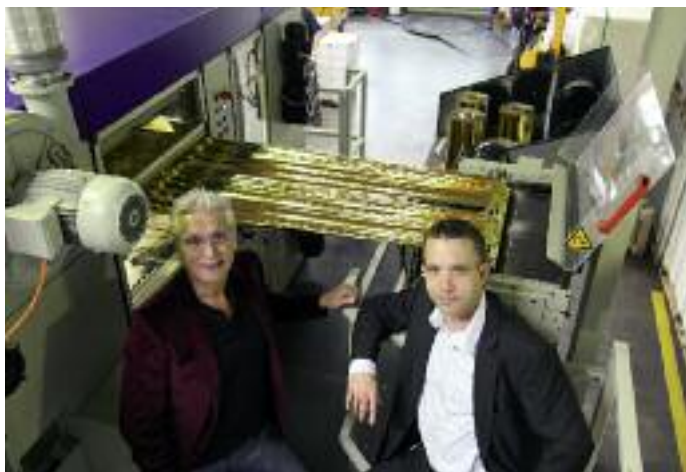
Die neue **Roland 200** mit verlängertem Auslegermodul von **manroland** bleibt kompakt und veredelt dennoch anspruchsvolle Druckprodukte. Bis zu 70 Glanzpunkte werden beim Lackieren mit Rasterwalze und Kammerrakel erzielt, bei geeigneter Materialkombination auch mehr. Neu ist die Lackveredelung mit einem Lackmodul im verlängerten Auslegermodul. Daneben bietet die Maschine zwei bewährte Lackkonfigurationen. Zum einen den **Roland InlineCoater smart** für einen Anteil von 15% bis 50% an Aufträgen mit Lack. Zum anderen das klassische **Inline-Lackmodul** am letzten Druckwerk, wenn nahezu jeder Bogen lackiert wird.

Seit kurzem betreibt das Neusser Unternehmen **Meinke Print Media** Partner das Portal **printbase.de** und bitet seinen Kunden damit auch die Erreichbarkeit im Internet. Um ein dadurch erhöhtes Schneidvolumen abarbeiten zu können, wurde jetzt in ein weiteres **Polar Schneidsystem L-R-137-T** investiert.



»Les Dernières Nouvelles d'Alsace«, die führende Zeitung im Elsass, erscheint täglich in 22 verschiedenen regionale Ausgaben in 190.000 Exemplaren. Die regionalen Ausgaben, von denen ein Teil auch Beiträge in deutscher Sprache enthalten, sollten wirtschaftlicher produziert und Beilagen effizienter zugeordnet und integriert werden. Dazu investierte das Unternehmen in neue **Ferag Versandraumtechnik**. Bei laufender Produktion musste am Standort in Strassburg die neue Technik eingerichtet werden. Zwei neue Produktionslinien mit Einstektrummeln **MultiSertDrum MSD**, ein Vorsammlersystem **RollStream** mit sechs Anlegern, zwei **MultiDisc Auf-/Abwickelsysteme** und fünf **Paketierer Multi-Stack** (mit Deckblattherstellung) sind die Bestandteile der neuen Konfiguration. Hohen Anteil an der gesteigerten Wirtschaftlichkeit der Anlagen hat der Pakettransport **PKT**. Er führt die Pakete automatisiert zu elf Laderampen im unteren Stockwerk.

► www.ferag.com



Günter Thomas (GT) Produktion ist spezialisiert auf die Herstellung hoch veredelter Produkte. Am Standort Alsdorf liegt der Schwerpunkt auf der Vielfalt des Prägens. Die neue Prägefoliendruck-Maschine Gietz FSA 1060 Foil Commander (Formatklasse bis 76 x 106 cm) des Schweizer Maschinenherstellers eröffnet für GT interessante Perspektiven mit einem Folientransportsystem bis zu 4.500 m Lauflänge und der hohen Druckkraft von 350 Tonnen. Im Bild Günter Thomas, Gründer und Geschäftsführer GT Produktion, und Gietz-Geschäftsführer Hansjörg Gietz (rechts).

► www.gt-produktion.de ► www.gietz.ch

Kunden, die der Einladung von **Hubertus Wesseler** in die europäischen Zentrale von **Komori** in Utrecht gefolgt waren, wurden Zeuge des neuen H-UV-Trocknervorgangs. Die Gäste erlebten live, wie innerhalb von 20 Minuten ein 4/4-farbiger 16-Seiter in Auflage 1.000 vom Einrichten der Platten in der Maschine bis zu den gehefteten und beschnittenen Exemplaren lieferfertig produziert wurde. »Wir wollten gemeinsam mit Komori demonstrieren, in welcher Geschwindigkeit der Bogenoffset mittlerweile produktiv ist«, erklärte Geschäftsführer Wolfgang Wesseler.

► www.wesseler.com



Vor kurzem hat die französische Druckerei **IDMM** an ihrem neuen Produktionsstandort in der Nähe von Lyon drei neue Speedmaster XL 75 installiert. Heidelberg lieferte eine Speedmaster XL 75 Vierfarben und zwei Fünffarben, alle drei ausgestattet mit einem Lackierwerk und dem spektralfotometrischen Inline-Messsystem Prinect Inpress Control. Patrice Marta, Geschäftsführer der Druckerei, kann nun höchste Ansprüche seiner Kunden hinsichtlich Qualität und Termintreue erfüllen.



2002 von Andreas Span und Michael Anderlan gegründet, hat sich der österreichische Drucker **Pixel Beschriftungen** aus Innsbruck auf Außenwerbung, Fahrzeugverklebungen, POP Displays und Banner spezialisiert. Fast 95% der Aufträge werden auf Film gedruckt und dann auf Autos, Busse, Straßenbahnen, Lastwagen und Billboards geklebt. Pixel Beschriftungen hat sich zur Rationalisierung des Workflows einen HP Designjet L25500 zugelegt. »Mit dem bestehenden Maschinenpark hatten wir oftmals bis zu drei Tage Trocknungszeit. Seit dem Einsatz des Designjet L25500 im November hat sich das Problem erledigt. Drucke auf dem Designjet sind sofort trocken«, so Andreas Span.



Pitney Bowes hat mit dem Kartendrucker Badgy ein neues Produkt, mit dem on-Demand personalisierte Ausweise, Mitgliedskarten etc. erstellt werden können. Eine in einer Auflösung von 300 dpi farbig bedruckte Plastikkarte ist in 40 Sekunden fertig. Hergestellt wird das Gerät von Evolis, Pitney Bowes vertreibt es exklusiv in Deutschland und Österreich.

► www.pitneybowes.de



Die **topac GmbH**, Spezialist für Printprodukte und Kartonverpackungen aus Gütersloh, nutzt das Veredelungs-Know-how von **Achilles** zur Realisierung einer innovativen Verpackungslösung: mit der Verpackung »topresentpac« bietet topac ihren Kunden eine hochwertige Faltschachtel, in der verschiedenste Produkte dank einer flexiblen Fixierung sicheren Halt haben. Auf der Außenfläche ist viel Platz für Branding vorhanden. Der Klappdeckel des »topresentpac« verfügt über einen kaschierten Magnetverschluss, dessen Mechanismus haptisch und damit multisensorisch fasziniert.

► www.achilles.de



Vorfürungen der Druckmaschinen Alprinta V und VSOP, zahlreiche Fachreferate sowie Präsentationen von Zulieferern und Partnern bot das dreitägige Open House von **Müller Martini** in Maulburg, das unter dem Thema »Etiketten und flexibler Verpackungsdruck – der Prozess« stand. Den rund 300 Besuchern wurde ein gehaltvolles Programm geboten. Auf besonderes Interesse stieß die live vorgeführte neue VSOP-Druckmaschine mit Schwerpunkt UV-Inertisierung und Elektronenstrahlhärtung.

► www.mullermartini.com



FKS

NEUE INHOUSE-VEREDELUNGSMÖGLICHKEITEN

Seit dem 1. September 2010 haben sich die FKS – Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG und der 1992 gegründete tschechische Folienkaschiermaschinen Hersteller Komfi als Vertragspartner zusammengeschlossen. Ab sofort ist FKS exklusiver Vertriebspartner der Komfi Maschinen für Deutschland.

Oberthur Technologies

INSTALLIERT CARDLINE VERSA VON ATLANTIC ZEISERS

Oberthur Technologies, der zweitgrößte Anbieter von Sicherheits- und Identifikationslösungen auf Chipkarten-Basis, hat sich für den Einsatz des CardLine Versa Systems von Atlantic Zeiser entschieden. Dieses bietet eine umfassende Personalisierung, Konfigurationsflexibilität und die Nutzung des DoD-Drucks auf Basis von UV-Tinten.

EFI

EFI FIERY-TECHNOLOGIE UND XEROX IGEN4-DRUCKSYSTEM

EFI gab bekannt, dass die EFI Fiery-Plattform der nächsten Generation nun auch das Drucksystem iGen4 der Xerox Corporation ansteuert. Die neueste Fiery/iGen-Kombination ermöglicht Druckdienstleistungen konstante Höchstleistungen – mit einer hohen Bild- und Farbqualität, Workflow-Tools und einer verblüffenden Produktivität.

Inca Digital

STEIGERT DAS PRODUKTIONSTEMPO DES ONSET S20

Inca Digital hat die Ausgabegeschwindigkeit seines Großformat-Flachbettdruckers Inca Onset S20 auf 310 m²/h gesteigert. Seit der letztjährigen Markteinführung wurde der Durchsatz des Modells damit bereits zweimal um insgesamt 24% angehoben: zunächst im Juni (9%) und mit dem neuen Druckmodus noch einmal um 15%.

bizhub Press C6000 und C7000

FARB-PRODUKTIONSSYSTEME VON KONICA MINOLTA

Mit den neuen Farbproduktionssystemen bizhub Press C6000 und C7000 reagiert Konica Minolta auf die wachsende Nachfrage im Bereich mittlerer Digitaldruckvolumen. Die Komplettlösungen bieten eine Reihe technischer Neuheiten, die auf die steigenden Anforderungen moderner Druckdienstleister ausgerichtet sind. Die Systeme bizhub Press C6000 und C7000 basieren auf der Technik des bizhub Pro



C6501e. Die Kürzel C6000 und C7000 stehen für 60 beziehungsweise 71 Bögen pro Minute. Verarbeitet werden Medien von 64 bis 300 g/m². Mit der neuen Bildtechnologie S.E.A.D. II (»Screen-Enhancing Active Digital Process«) erzielen die Systeme bei einer Farbauflösung von 1.200 x 1200 dpi bei 8 bit eine sehr hohe Farbstabilität und Präzision.

➤ www.konicaminolta.de

Xerox iGen4 reloaded

XEROX ERWEITERT PRODUKTIONS-DRUCKSYSTEM

Xerox hat die Xerox iGen4 weiter optimiert. Sie bietet durch eine große Palette an neuen Funktionen für Druckvorstufe und Endverarbeitung eine noch höhere Produktivität und gleichzeitig verarbeitet das System ein noch größeres Einzelbogenformat (364 x 660 mm). Damit bietet die Xerox iGen4 einen um fast 50% größeren bedruckbaren Bereich als vergleichbare Produkte. Für Druckdienstleister bedeutet das mehr verkaufter Output und gesteigerte Umsätze.

Das System druckt pro Minute 40 Seiten im maximalen Format. Zusätzlich wurde auch der Druck im Format A4 auf 120 Seiten pro Minute beschleunigt. Die Bedruckstoffe können über modifizierte Papierbehälter oder Rollenzuführung zugeführt werden. Eine Multigraf Ablagevorrichtung sammelt die großformatige Druckausgabe und stapelt sie in fahrbaren Transportwagen für weitere Endverarbeitungen.

Die Xerox iGen4 mit XXL-Format kann ab sofort bestellt werden. Ab Anfang 2011 können Anwender der Xerox iGen4 ihre Systeme aufrüsten lassen.

➤ www.xerox.com

Screen

ULTRASCHNELLE TRUEPRESS JET520ZZ

Screen hat das Drucksystem Truepress Jet520ZZ für den Markt freigegeben. Das System, Flaggschiff der Serie Truepress Jet520, bietet eine Druckgeschwindigkeit von 220 m/min im variablen Farbdruck, was 175.000 A4-Seiten pro Stunde entspricht. Die neue Maschine, die fast doppelt so schnell wie das Modell Truepress Jet520 ist, druckt Papierbahnen von bis zu 570 mm. Eine optionale JetInspection-Einheit



prüft die im variablen Datendruck erstellten Barcodes und OCR-Schriften und sorgt damit für gleichbleibend hohe Druckqualität.

Die Produktreihe Truepress Jet 520 umfasst Optionen für den Aufbau einer Single und Dual Engine Duplex (SED/DED) sowie Schwarzweiß- und Farbversionen und Optionen zur Erhöhung der Geschwindigkeit. Die SED-Konfiguration gibt 420 A4-Seiten pro Minute (64 m/min) aus, arbeitet nach Herstellerangaben bereits bei einer Million Bogen pro Monat wirtschaftlich und kann bis zu 5 Millionen Bogen drucken.

Erfolgreicher Feldtest

HORIZONS KOMBIFALZMASCHINE AFC-746F

Nach der Weltpremiere auf der Sinsheimer Druck+Form 2009 wurde die vollautomatische Kombifalzmaschine Horizon AFC-746F mit Päckchenauslage PSX-56 bei der Buchbinderei Schaumann in Darmstadt für einen Feldtest installiert. Als Herausforderung waren auch 16-seitige Signaturen mit einer Grammatur von 170 g/m² zu verarbeiten. Die Maschine glänzte während der gesamten Testphase mit kurzen



Rüstzeiten selbst bei extremen Formatsprüngen. Eine Premiere fand in der Buchbinderei zudem mit dem Einsatz einer Maschine mit Palettenanleger statt.

Der Feldtest verlief so erfolgreich und die Falzmaschine wie auch die Auslage überzeugten die Geschäftsführer Reiner Vettermann und Jürgen Blitz mit ihren Leistungen so umfassend, dass sie beides direkt nach dem Feldtest übernehmen.

➤ www.horizon.de



Zeikon 3050 BREITFORMATDRUCK ZUM EINSTEIGERPREIS

Zeikon bietet mit der Zeikon 3050 nun das vierte Modell innerhalb der 3000-Serie digitaler Etikettendruckmaschinen an. Die flexible Druckbreite der Zeikon 3050 ermöglicht es, Etiketten effizient anzuordnen, was sich in einem höheren Durchsatz niederschlägt. Die Zeikon 3050 bedruckt Bahnbreiten von 250 mm bis 516 mm einschließlich des beliebten 330-mm-Formats. Die Maschine arbeitet mit einer Druckge-

schwindigkeit von 9,6 m/min unabhängig ob vier oder fünf Farben gedruckt werden. Wie bei den anderen Modellen der Zeikon 3000

Serie kommt auch bei der 3050 die LED-Matrix-Technologie zum Einsatz, wobei die Bildauflösung 1.200 dpi beträgt.

Die Zeikon 3050 bedruckt eine Vielzahl von Substraten von selbstklebenden Materialien wie Folien, Polypropylen, PVC und PET, Karton und Papier mit Grammaturen von 40 bis 350 g/m² bis hin zu durchsichtigen und blickdichten Folien.

► www.zeikon.com

DriveLine C LINOPRINT-PRODUKTPORTFOLIO ERGÄNZT

Zur FachPack 2010 in Nürnberg stellte Linoprint erstmals das Drucksystem DriveLine C vor. Als Stand-alone- oder Integrationslösung ist das Drop on demand-Inkjet-System etwa für das individuelle und flexible Bedrucken von ungeklebten Faltschachteln oder auch Kunststoffkarten einsetzbar. Linoprint ist ein Geschäftsfeld der Heidelberger Druckmaschinen AG und bietet Herstellern im Verpackungssegment



Lösungen für den digitalen Inkjet-Druck an. DriveLine C ist eine Komplettlösung für Verpackungsproduzenten bestehend aus Linoprint-Druckeinheit, Trockner, Transportsystem sowie optional verfügbarer Kamera und Auswurfstation. Erste Feldtests sind für Ende 2010 geplant. Bis zu 200 mm breite Substrate lassen sich derzeit mit einer Geschwindigkeit von 35 m/min und einer Auflösung von 360 dpi einfarbig bedrucken. Kernbestandteile der Drucklösung sind Druckkopf und UV-LED-Trockner. Linoprint nutzt für DriveLine C-Transportsysteme von Köra-Packmat. Optional ist für die Drucklösungen ein Kamerasystem erhältlich.

► www.linoprint.de

TSB-Gruppe macht sich fit 96-SEITEN-LITHOMAN S FÜR ROTOOFFSET

Nach dem ersten Verkauf im Juli hat manroland den zweiten Kunden für eine 96-Seiten-Lithoman: die TSB-Gruppe in Mönchengladbach. Das Unternehmen erweitert die Kapazitäten seines Standorts Rotooffset in Unterkaka bei Leipzig. Die Lithoman soll vor allem Beilagen drucken. Bisher laufen bei Rotooffset eine 80-seitige und zwei 48-seitige Rollenoffsetmaschinen. Mit 4,32 Mio. Seiten pro Stunde



wird Rotooffset im kommenden Jahr weiter Fahrt aufnehmen. 90% der weltweit installierten Maschinen mit einer Bahnbreite von über zwei Metern hat manroland entwickelt und gebaut. Die Lithoman S mit 2,86 m Bahnbreite ist mit einem Rollenwechsler, vier Doppeldruckwerken und zwei Falzwerken ausgestattet.

TSB gehört zur Bagel-Gruppe, einem seit 1801 im Familienbesitz befindlichen Unternehmen mit derzeit 1.600 Mitarbeiter. In Unterkaka arbeiten rund 120 Mitarbeiter.

► www.manroland.com

Schweizer Ringier-Gruppe COMPACTA 215 PRODUZIERT BALD IN HONGKONG

Die Schweizer Ringier-Gruppe zählt zu den führenden europäischen Medienunternehmen und ist mit elf Druckstandorten von West- und Osteuropa bis nach Asien global vertreten. Auch in Hongkong unterhält der Global Player ein Produktionswerk. Dort wird neben älteren Maschinen anderer Hersteller bald eine 16-Seiten-Akzidenzrolle KBA Compacta 215 produzieren. Sie soll Teile des vorhandenen Portfolios



produzieren und künftige Druckproduktionen im Auflagenbereich zwischen 10.000 und 200.000 Exemplaren abdecken. Die bestellte 16-Seiten-Rotation mit vier Druckeinheiten und einem F3-Greiferfalzapparat verfügt über einen Cut-off von 578 mm, eine maximale Bahnbreite von 1.000 mm und eine maximale Produktionsgeschwindigkeit von 55.000 Zyl.-U/h. Sie wird im 1. Quartal 2011 mit manueller Papierrollenzuführung, ErgoTronic-Leitstandtechnik, LogoTronic-Voreinstellsystem und QuadTech-Farbregelanlage ausgeliefert.

► www.kba.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die InfoPrint Solutions Company bietet Erweiterungen für die InfoPrint 5000 Tintenstrahlproduktionsdrucksysteme an und baut die vorhandenen Plattformen aus. Damit stehen dem Kunden jetzt drei Drucksysteme zur Verfügung, die jeweils auf der erweiterbaren Drop-on-Demand-Technologie basieren, die bereits bei den ersten Modellen dieser Drucklösung zum Einsatz kam. • Um der Nachfrage nach umweltfreundlichem Breitformatdruck für Innen- und Außenanwendungen Rechnung zu tragen, hat die Kleinhempel GmbH in Hamburg nach einem Betatest einen HP Scitex LX800 Printer erworben. • Henkel erhöht bei einigen Produktgruppen seines Industrieklebstoffgeschäfts die Preise für die Verpackungs-, Konsumgüter- und Konstruktionsklebstoffe in Europa um etwa 15 bis 20%. • Das Druckhaus Berlin-Mitte hat erneut die Rezertifizierung des Umwelt- und Qualitätsmanagementsystems nach den ISO-Normen 14001:2009 und 9001:2008 sowie die Revalidierung erstmals nach der neuen EMAS III (EG-Öko-Audit) bestanden. Ebenfalls konnte das Unternehmen sein vor drei Jahren erworbenes FSC-CoC-Zertifikat erfolgreich verteidigen.

Efi

JUBILÄUM FÜR VUTEK GS-DRUCKER

Efi hat bekannt gegeben, bereits den hundertsten Großformatdrucker der Serie Vutek GS verkauft zu haben. Grund für das unverhofft frühe Jubiläum ist der Entschluss der Firma Quarmby Colour aus dem nordenglischen Leeds, ihre beiden Vutek QS2000-Drucker um einen Vutek GS3200 zu ergänzen.

➤ www.efi.com

Océ Arizona

2000. FLACHBETTDRUCK-SYSTEM INSTALLIERT

Océ liefert das 2.000ste Exemplar seiner Océ Arizona Familie der UV-Flachbettdrucksysteme aus. Die Océ Arizona Familie ist weltweit der Bestseller unter den Flachbettdrucksystemen – sie erreicht höhere Verkaufszahlen als ihre sämtlichen Mitbewerber zusammen.

➤ www.oce.de

Xerox

ERWEITERTES GROSSFORMAT-PORTFOLIO

Xerox hat seine Palette von Inkjet-Drucksystemen für den professionellen Bereich um zwei Systeme erweitert: den Xerox/Epson Stylus Pro 9900 und den Xerox/Epson Stylus Pro 7900. Beide Systeme liefern detailgetreue und scharfe Drucke in den Formaten 24 Zoll beziehungsweise 44 Zoll.

➤ www.xerox.de

Karo Druck in Eppan, Südtirol NEUE KBA RAPIDA 106 FÜR KREATIVE IDEEN

Karo Druck in Frangart an der Südtiroler Weinstraße hat in eine KBA Rapida 106-Mittelformatmaschine investiert und stellt damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft. Die Maschine verdruckt Grammaturen zwischen 40 und 500 g/m² und ermöglicht im 80er-Raster eine hervorragende Qualität.

➤ www.kba.com

arvato services

OCÉ JETSTREAM 1000 INSTALLIERT

arvato services setzt ab sofort die Océ JetStream 1000 ein. Das Inkjet-system eignet sich sowohl für Mailingskampagnen als auch für Transpromo-Anwendungen. Während Informationen bisher nur im digitalen Schwarzweißdruck produziert wurden, kann ein Farbdrukssystem wie die Océ JetStream kundenspezifische Werbebotschaften in Farbe auf Kontoauszüge, Telefonrechnungen oder Versicherungsdokumenten platzieren.

Die Océ JetStream 1000 arbeitet mit einer Prozessgeschwindigkeit von 75 m/min (1.010 DIN-A4-Seiten) und ist für monatliche Druckvolumen von sechs bis acht Millionen Seiten mit Produktionsspitzen bis zu 30 Millionen Seiten ausgelegt. Die Océ JetStream 1000 ist nach Angaben von Océ das erste Vollfarb-Inkjetdrucksystem seiner Klasse, das Schön- und Widerdruck über die gesamte Druckbreite in einem sehr kompakten Druckturm ermöglicht. Darüber hinaus kann das System schrittweise im Feld vom 1/0-Druck über Vollfarbe bis hin zu 6/6-Farb-Anwendungen aufgerüstet werden.

➤ www.oce.de

6. Cortina User Workshop

TEAMGEIST FÜR DEN WASSERLOSEN ZEITUNGSDRUCK

Am 22. und 23. September trafen sich die Anwender der wasserlos druckenden Zeitungsrotation KBA Cortina zum sechsten Mal zum alljährlichen User Workshop. Gastgeber war das Südkurier Medienhaus in Konstanz. Dort produzieren seit Anfang des Jahres zwei dreifachbreite 48-Seiten-Rotationen KBA Cortina 6/2 die Tageszeitung »Südkurier«.



Über das exzellente Druckergebnis der neuen KBA Cortina 6/2-Rotation freuen sich v.l.n.r.: Michael Schäfer, Technischer Leiter Südkurier GmbH, Marco Rauber, Leiter Druckvorstufe Freiburger Druck GmbH & Co. KG (Badische Zeitung), und Patrick Zürcher, Betriebsleiter Freiburger Druck (Foto: Hanser, Südkurier).

südkurier«, Anzeigenblätter, Beilagen, Sonderpublikationen und zahlreiche Fremdprodukte. Michael Schäfer, Technischer Leiter beim Südkurier, erläuterte den Fachkollegen die neue Technik und die Produktionsabläufe in seinem Haus. Die Cortina

sei genau das, was man für die Herausforderungen der Zukunft gesucht habe und eröffne in qualitativer und ökologischer Hinsicht enorme Potenziale, die man in Konstanz auch konsequent nutze. Bei der Anlage am Bodensee ist die im wasserlosen Offsetdruck erforderliche Temperierung erstmals komplett in die Maschine integriert.



Fast 50 Teilnehmer zählte der 6. Cortina User Workshop beim SÜDKURIER in Konstanz am Bodensee (Foto: Hanser, Südkurier).

Dies spart Platz und Energie. Neben Erfahrungsberichten zu den eingesetzten Verbrauchsmaterialien und der Information über technologische Neuheiten und Verbesserungen standen betriebswirtschaftliche Fragen, gemeinsame Projekte sowie die Vermarktung der wasserlosen Drucktechnik bei umwelt- und qualitätsorientierten Zielgruppen auf der Tagesordnung des Workshops.

➤ www.kba.com

Südkurier Medienhaus

STITCHMASTER ST 450 VON HEIDELBERG IM EINSATZ

Seit Mai dieses Jahres produziert das Südkurier Medienhaus in Konstanz mit dem Sammelhefter Stitchmaster ST 450 der Heidelberger Druckmaschinen AG. Der Stitchmaster ST 450 beim Südkurier Medienhaus besteht aus vier Signatur-Anlegern, zwei Umschlaganlegern und einem angeschlossenen Kreuzbanderolierer nach dem Kreuzleger. Als Besonderheit wird der Sammelhefter inline von der Ferag-Druckwei-



terverarbeitung mit Zeitungsprodukten beschickt, die aus einer im wasserlosen Offsetverfahren produzierenden Zeitungsrotation kommen. Dafür hat Heidelberg ein spezielles Zuführband von der Ferag-Anlage zu den Anlegern des Stitchmaster ST 450 entwickelt und steuerungstechnisch eingebunden. Der Sammelhefter steuert dadurch die Geschwindigkeit und Taktung der Anleger sowie der Ferag-Aufrollstation nach dem Trimmer.

➤ www.heidelberg.com



Druckbogen.de

LASERLINE STARTET PORTAL FÜR DIGITALDRUCKBOGEN

Das Berliner Druckzentrum Laserline startet mit einem Online-Projekt für Geschäftskunden: Damit die Bestellung übersichtlicher wird und auch schneller abzuwickeln ist, gliedert Laserline den Bereich der Druckbogen-Bestellung in einem neuen Online-Portal aus. Auf der Seite können Kunden künftig Digitaldruckbogen in zwei Formaten und in diversen Papiersorten bestellen. Laserline betrachtet dieses An-



gebot in erster Linie als Kollegenhilfe für Druckereien, Agenturen oder Copyshops, die kleinere Auflagen selbst nicht drucken oder Veredelungsmöglichkeiten nicht anbieten können.

Innerhalb von acht Stunden ist im Zweifelsfall (fast) jeder Auftrag zur Auslieferung fertig. Laserline bietet die digitalen Druckbogen in den Größen 32 x 46 cm und 35 x 50 cm an. Für beide Formate gibt es mindestens neun unterschiedliche Papiere in diversen Grammaturen.

➤ www.druckbogen.de

Westermann Druck GmbH

XEROX iGEN4 FÜR DEN DRUCK VON BÜCHERN

Die Westermann Druck GmbH mit rund 350 Mitarbeitern entschied sich für den Einsatz einer iGen4. Westermann Druck produziert Kataloge, Zeitschriften und Schulbücher. Hierfür setzt das Unternehmen auf vier Bogen-Offset- sowie drei Rollen-Offset-Drucksysteme. Mit der Anschaffung der Xerox iGen4 vollzieht Westermann den Einstieg in die digitale Bücher-Produktion, da Stückzahlen unter 400 oder



Nachbestellungen in geringen Volumen im Offset nicht wirtschaftlich produziert werden konnten. Diese wurden bisher bei einem externen Digitaldruckdienstleister in Auftrag gegeben. Mit dem eigenen digitalen System kann Westermann Druck Vorabauflagen nun intern, schnell, kostengünstig und in hoher Qualität produzieren. Auch Nachbestellungen und Kleinauflagen werden wirtschaftlich rentabel.

Seit 2006 nutzt das Unternehmen bereits das Schwarzweißsystem Nuvera 120, seit verganginem Jahr ist eine Docucolor 700 für den Druck farbiger Buchdeckel im Einsatz.

➤ www.xerox.de

Grafix Wash&Produce

OPTION FÜR SCHNELLE GUMMITUCHREINIGUNGSZYKLEN

Die Wash&Produce Option der Grafix Hi-Cure UV-Trockner wurde für Gummituchreinigungszyklen auf großformatigen KBA Maschinen von der BG abgenommen. Der hohe Wasserkühlanteil der eingebauten Hi-Cure Elemente sowie eine anspruchsvolle Elektrik sind grundsätzliche Basis der geprüften Sicherheit. Eine BG-Abnahme erfolgt separat für jeden Druckmaschinenhersteller und jede Maschinenserie. Wenn es um kleinste Zeiteinheiten bei Produktionsunterbrechungen für Gummituchreinigungszyklen geht, ist Wash&Produce im Standby-Modus die richtige Option. Diese Variante spart pro Reinigungszyklus fünf Minuten. Für den Fall dass »schnell« nicht unbedingt »minimal« sein muss, ist die Speed-up-Starter Technik der Hi-Cure Lampen eine ausreichende Alternative. Zwar muss nach BG-Vorgabe eine Sperrzeit von drei Minuten nach Ausschalten der UV-Lampen eingehalten werden, auch wenn die Hi-Cure Module dann bereits vollständig abgekühlt sind – nach Abschluss des Waschens muss nochmals eine Pause von zwei Minuten vor Lampenstart berücksichtigt werden. Allerdings benötigt auch das Runter- und Hochfahren der Druckmaschine selbst eine gewisse Zeit – und der Vorteil des 20 Sekunden schnellen Lampenstarts der Hi-Cure Systeme bleibt voll erhalten.

➤ www.grafix-online.de

manroland Benelux

IDRUKKER MIT ROLAND 700 HIPRINT GUT AUFGESTELLT

In einer Phase, in der viele im Grafischen Gewerbe vorsichtig agieren, zeigt die in Rotterdam ansässige Online-Druckerei iDrukker Mut und investiert in eine Roland 700 Hi-Print. Firmeninhaber Piet van den Ende wollte eine günstige Gelegenheit beim Schopfe packen: »Das Nachbargebäude wurde frei und eine Druckmaschine im 3B-Format erschien uns erschwinglich. Eine einzigartige Chance, unsere Produk-



Mit der neuen Roland 700 HiPrint wird iDrukker in Rotterdam weiterhin Online-Bestellungen schnell und günstig abwickeln. | © iDrukker

tionskapazität quasi zu verdoppeln.« Die bewährte Roland 500 wurde durch eine neue Vierfarben Roland 700 HiPrint mit Lackmodul ersetzt, ein neuer CtP-Belichter ebenfalls angeschafft. »Das neue Format machte einen neuen CtP-Belichter erforderlich«, erzählt Robin Heinzmann, Verkaufsberater bei manroland Benelux. »Die Schneidemaschine passte schon gut ins Konzept. Nach einer zusätzlichen Investition in eine Sammelmaschine kann iDrukker jetzt auch auf dem Zeitschriftenmarkt Fuß fassen.«

➤ www.manroland.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Auf der Zeitungsmesse Ifra Expo 2010 in Hamburg haben die »Salzburger Nachrichten« beim langjährigen Lieferpartner Koenig & Bauer eine dreifachbreite Rotation KBA Commander CT bestellt. • Die Staudigl-Druck GmbH & Co. KG in Donauwörth hat einen Drucker HP Scitex TJ8350 erworben, der die vorhandenen Drucker der Scitex TJ-Serie und verschiedene HP Designjet-Drucker ergänzt. • Jeppesen, ein Tochterunternehmen von Boeing Commercial Airplanes, das Navigationskarten, Daten und Arbeitsmittel für den Flugbetrieb produziert, stellt seinen verbleibenden analogen Druck von Karten im Offsetverfahren auf die Digitalproduktion um. Hierfür wurde eine Investition von mehreren Millionen Dollar in fünf Digitaldrucksysteme HP Indigo W7200 getätigt. • Fujifilm Imaging Germany hat sich für den Einsatz von zwei Xerox iGen4 entschieden. Der Fotodienstleister setzt die Digitaldruckmaschinen für die Produktion von personalisierten Fotobüchern ein. • Der belgische Akzidenzdrucker Albe De Coker in Hoboken bei Antwerpen bestellte Ende Oktober 2010 bei KBA drei Mittelformatmaschinen der Baureihe Rapida 106.



EWA-Herbstkonferenz stellt Weichen für 2011

Das Engagement der Rollenoffsetdrucker in der European Web Association EWA ist auch zwölf Jahre nach der Gründung ungebrochen, so EWA-Moderator Michael Dömer. Die Teilnahme von 95% der Mitglieder sei ein positives Zeichen. Auf ihrer Herbstkonferenz diskutierten sie im November in Hamburg die Perspektiven der Branche.

Die EWA ist die größte privatwirtschaftliche Rollenoffset-Organisation im deutschsprachigen Raum. Die ausschließlich durch Geschäftsführer, Inhaber oder Vorstände vertretene EWA repräsentiert ein Umsatzvolumen von über 3,5 Mrd. € und damit rund 2/3 der deutschen Maschinenkapazität. Fast 15.000 Menschen arbeiten in den Unternehmen der EWA.

AUSLASTUNG UND PREISE Nach Aussagen der Teilnehmer war die Auslastungssituation im Herbst 2010 wesentlich besser als erwartet, die Kapazitäten vollständig ausgelastet – die Horrorszenarien seien ausgeblieben. Besser als erwartet habe sich der Zeitschriftenmarkt erholt, die Beilagenproduktion sei stabil und im Kataloggeschäft ergäben sich zwar Verschiebungen bei Auflagen und Umfang, doch sei dies kein Anlass zur Besorgnis.



Die Ertragssituation spiegle dieses Bild allerdings nicht wieder. Den anhaltenden Preisdruck halten die Unternehmer für gefährlich. Deshalb seien immer mehr Unternehmer bereit, Maschinen kurzzeitig abzustellen oder Schichten zu reduzieren, statt ruinöse Preise zu akzeptieren. »Die Kunden müssen für 2011 höhere Preise budgetieren«, so Michael Dömer.

Mit Sorge kommentiert die EWA die Preisentwicklung insbesondere für Papier und Farbe. Wenn die Papierindustrie keine Preissicherheit für 2011 gebe, könne niemand mit Verantwortungsgefühl Festpreise anbieten. »Preissteigerungen müssen 1:1 weitergegeben werden, alles andere ist existenzgefährdend«, so die Empfehlung Dömers. Fusionen beobachten die Unternehmer mit großer Aufmerksamkeit. »Bei Farbe und Papier sind marktbeherrschende Oligopole entstanden«, so ein Teilnehmer. Sollten sich die Fusionsgerüchte in der Papierindustrie bestätigen, müsste die kartellrechtliche Auswirkung sehr genau geprüft werden.

VOTUM GEGEN EINFLUSSNAHME Wichtiger Tagesordnungspunkt war die Diskussion um eine mögliche Koordinierungsfunktion der EU beim Strukturwandel der Branche. Dazu war auch John Caris, CEO Roto Smeets, eingeladen, der verschiedentlich auf EU-Ebene in dieses Thema einbezogen war. Er stellte sich in der Diskussion hinter die Forderung der EWA-Mitglieder, Subventionen ebenso abzulehnen wie jegliche Einmischung von EU-Kommissionen zur Investitionssteuerung der Branche. Man müsse mehr Präsenz in Brüssel zeigen und deutlich machen, dass der Markt das entscheidende Regulativ zur Kapazitätsanpassung ist.

EWA VERSTÄRKT LOBBYARBEIT Ein klares Votum der Teilnehmer gab es auch zu einer verstärkten Lobbyarbeit für Print und insbesondere für den Rotationsdruck. Dies gelte gegenüber Brüssel, aber auch gegenüber anderen Institutionen und der Öffentlichkeit. Überzogene Gesetze und Werbeverbote dürften nicht hingenommen werden.

Print müsse zudem mehr als wichtiger Bestandteil auch für die Zukunft im Multichannel-Zeitalter Position beziehen. Um das zu erreichen, wurden diverse Beschlüsse gefasst und Arbeitsgruppen gebildet. 2011 will die EWA als Rotationsbranche in die Offensive gehen.

ZUSAMMENARBEIT MIT DEM TIEFDRUCK Nikolaus Broschek, Präsident der Tiefdruckorganisation ERA und Generalsekretär James Siever führten als Gäste mit den EWA-Unternehmern einen zukunftsweisenden Meinungsaustausch. Da die Schnittmengen von Tiefdruck und Rollenoffset wachsen, wäre es töricht, sich gegenseitig abzugrenzen. »Der Markt und die technischen Möglichkeiten entscheiden letztlich, welches Verfahren im Einzelfall richtig ist«, so Broschek. Im Übrigen schlossen sich die Repräsentanten des Tiefdrucks in aller Deutlichkeit der Forderung an, die Politik müsse sich aus Themen heraushalten, die von den Unternehmen zu lösen sind.

Ein gemeinsamer Arbeitskreis aus EWA und ERA wird kurzfristig ein Konzept erarbeiten, wie beide Organisationen ihre Arbeit gemeinsam für die Branche verstärken können.

POSITIVE AUFBRUCHSTIMMUNG Michael Dömer berichtet von einer positiven Aufbruchstimmung in den Unternehmen: »Die Krisensymptome sind mit unternehmerischem Geschick und Flexibilität überwunden, den strukturellen Themen stellt man sich mit Engagement und Kreativität. Unternehmen ist unbedingt zu raten, weiterem Preisdruck aus betriebswirtschaftlichem Aspekt konsequent zu widerstehen und Materialpreiserhöhungen weiterzugeben. Die Ertragslage lässt keinen Spielraum zu. Das zeigen die Analysen der Unternehmensergebnisse deutlich. Darüber hinaus wäre es grob fahrlässig und eine Todsünde gegen die Marktwirtschaft, dem Staat oder der EU mehr Einfluss zu überlassen. Es ist Sache eines jeden Unternehmers, ob er für sich Investitionen oder Kapazitätsabbau beschließt.«

► www.ewa-print.de





DER Evaluator

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um irgendwann auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon längst für Sie erledigt!

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



Investitionskompass

Digitaldruck

Farbe und Schwarzweiß:
erläuternde Artikel und
umfangreiche Marktüber-
sichten.

Oktober 2010.

36 Seiten, A4.

19,90 € / 24,90 CHF

plus Versandkosten

Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation
mit
value

Jede einzelne Ausgabe der »Druckmarkt COLLECTION« hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündeln die Fachmagazine »Druckmarkt« und »Value« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Wenn es etwas mehr sein darf

Die besscom AG kurbelt mit hoher Druckqualität und diversen Anwendungslösungen das Geschäft an

Mehr als nur Print – mit diesem Anspruch entstand die besscom AG 2002 durch den Zusammenschluss von zehn Berliner Medienunternehmen. Dementsprechend lässt das Angebot des Unternehmens kaum Wünsche offen.

Digitaldruck ohne Kompromisse

Diese Aspekte spielten bei der Entscheidung für eine digitale Kodak NexPress SE3000 Produktionsfarbdruckmaschine mit fünf Druckwerken eine bedeutende Rolle. »Vierfarb-Digitaldruckmaschinen gibt es jede Menge am Markt, gerade bei uns im Raum Berlin. Damit können wir heute kaum neue Kunden gewinnen, geschweige denn unsere bestehenden Kunden auf Dauer zufriedenstellen. Viele unserer Endkunden haben besondere Vorstellungen und um diese umzusetzen, brauchen wir das fünfte Druckwerk«, sagt Mariusz Zielinski, bei der besscom AG verantwortlich für Vertrieb und Digitaldruck. »Ein weiterer Pluspunkt der NexPress SE3000 Maschine ist ihre Flexibilität in Bezug auf Papierarten und -gewichte. Manche Kunden möchten nur auf ganz bestimmtem Material drucken lassen.

Für sie kommt nichts anderes in Frage und auf der NexPress Maschine können wir beispielsweise ohne Weiteres höhere Grammaturen und Naturpapiere verarbeiten.«

Die Investition kam durch Geschäftskontakte zum Anbieter Océ zustande, der als Vertriebspartner von Kodak die Digitaldruckmaschine in seinem Verkaufsprogramm hat. Die NexPress SE3000 Druckmaschine wurde am besscom-Hauptstandort in Berlin-Tempelhof installiert, an dem derzeit über 200 Mitarbeiter tätig sind, weitere 120 Mitarbeiter werden an drei Standorten in Berlin beschäftigt.

Digitale Druckqualität mit digitalem Zusatznutzen

Schon seit 1997 ist die heutige besscom AG im Digitaldruck aktiv und produziert seit dieser Zeit im Auftrag von Verlagen und Behörden auf vier Schwarzweiß-Drucksystemen Loseblattwerke sowie sonstige einfarbige Dokumente »on demand«. Zudem stehen fünf Farbdrucksysteme zur Verfügung. Auf der NexPress SE3000 Druckmaschine, die dank ihrer Print Genius-Merkmale eine gesteigerte, automatisch kalibrierbare Druckqualität bietet, laufen laut Mariusz Zielinski die anspruchsvollen Produktionen. Dies umfasst auch alle Aufträge, bei denen die

Konzeptionelle und kreative Arbeiten, Crossmedia-Publishing, Direktmarketing, Entwicklung von Webportalen, Online-Shops und Datenbanken, Dokumentenmanagement oder Logistik-Dienstleistungen – alles aus einer Hand. Fast logisch, dass die besscom AG auch im digitalen Farbdruck mehr bieten möchte.



Text und Bilder: Kodak



Mariusz Zielinski, bei der besscom AG verantwortlich für Vertrieb und Digitaldruck, an der Kodak NexPress SE3000.



Letzte Überprüfung eines Digitaldruckjobs am Kodak NexPress Front End vor der Produktion.



Mit diesem Musterfächer bewirbt besscom die Digitaldruck- und Inline-Veredelungsmöglichkeiten der NexPress SE3000.

Inline-Veredelungsformen gefragt sind, die das fünfte Druckwerk in einem Maschinendurchlauf erlaubt. So ist bei dem Unternehmen etwa die Farbraumvergrößerung durch zusätzlichen Einsatz von roter, grüner oder blauer Dry Ink im Farbdruck möglich. Oder die partielle beziehungsweise flächendeckende »Lackierung« der Farbdruke – ergänzt um die brillante Hochglanzveredelung in der Kodak NexPress Hochglanzeinheit. Besonders raffinierte Effekte erlaubt zudem Kodak Nexpress Dimensional Printing. Dieses einmalige Verfahren verleiht Bildele-

menten, Strichgrafiken oder Text eine sicht- und fühlbare dreidimensionale Anmutung. Selbst die Simulation einer Blindprägung oder von Papier-Oberflächenstrukturen ist möglich.

»Viele unserer Auftraggeber kennen die neuen Möglichkeiten der NexPress SE3000 Maschine noch nicht, man muss es ihnen zeigen und erlebbar machen. Dafür haben wir einen Werbefächer produziert, der alle unsere Digitaldruck-Extras zeigt und den wir an Kunden verschicken«, berichtet Mariusz Zielinski. Er betrachtet den Digitaldruck als

nahtlose Ergänzung des Bogenoffsetdrucks, in dem die besscom AG bis zum 3B-Format produziert. Nach seiner Erfahrung generiert die digitale Produktion teilweise ein völlig neues Geschäft: »Kleine Kunden, für die sich der Druck früher nicht gelohnt hätte, beginnen vermehrt im Digitaldruck produzieren zu lassen. Wir können auf der Maschine von Kodak Dinge drucken, die vorher im Offset schlicht zu teuer gewesen wären.«

Last, not least passt die Nexpress SE3000 Druckmaschine auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit ins

Konzept der besscom AG, die FSC- und PEFC-zertifiziert ist und ihren Kunden wahlweise das klimaneutrale Drucken anbietet. Das umweltfreundliche Profil der Nexpress SE3000 Druckmaschine resultiert unter anderem aus der einfachen Deinkbarkeit der Druckprodukte, der Wiederaufarbeitung der ORCs (Operator Replaceable Components) sowie der VOC-Freiheit der verwendeten Druckfarben (Dry Inks).

► www.kodak.com

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36





TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2011			
17. 01. 2011	IRD, IRD-Forum Schweiz	Küsnacht	 www.ird-online.de
21. 01. - 04. 02. 2011	33. druckforum	Stuttgart	 www.verband-druck-bw.de
29. 01. - 01. 02. 2011	paperworld, The World of Office and Stationery	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.com
14. 02. - 17. 02. 2011	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 http://innovationdays.hunkeler.ch
02. 03. - 03. 03. 2011	easyfairs, Verpackung Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
10. 03. - 11. 03. 2011	RD, Jahrestagung	Salzburg	 www.ird-online.de
22. 03. - 26. 03. 2011	Graphispag, Messe für die grafische Industrie	Barcelona	 www.messe-barcelona.de
07. 04. 2011	Fogra-Symposium, Forum Smart-Card-Produktion	München	 www.fogra.org
07. 04. - 09. 04. 2011	digimedia Fachmesse für Publishing & Digital Printing	Düsseldorf	 www.digimedia.de
19. 05. - 21. 05. 2011	TYPO Berlin, 16. Internationale Designkonferenz	Berlin	 www.typoberlin.de
23. 05. - 24. 05. 2011	Fogra-Symposium, Digital trifft Offset	München	 www.fogra.org
24. 05. - 27. 05. 2011	Fespa Digital 2011	Hamburg	 www.fespa.com/digital
28. 06. - 30. 06. 2011	LOPE-C, Large-area Organic & Printed Electronics	Frankfurt	 www.lope-c.com
28. 06. - 30. 06. 2011	Zellcheming, Expo 2011	Wiesbaden	 www.zellcheming-expo.de
23. 08. - 25. 08. 2011	SwissEMEX, Fachmesse für Marketing und Kommunikation	Zürich	 www.suisse-emex.ch
14. 09. - 16. 09. 2011	PostPrint, Fachmesse für Vorstufe, Druck & Weiterverarbeitung	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
28. 09. - 01. 10. 2011	Labelexpo, Europe 2011	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
10. 10. - 12. 10. 2011	Ifra Expo 2011, Messe der Zeitungsindustrie	Wien	 www.ifra.com
12. 10. - 15. 10. 2011	17. Druck + Form	Sinsheim	 www.messe-sinsheim.de
12. 10. - 16. 10. 2011	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
08. 11. - 09. 11. 2011	Fogra-Symposium, Verpackung	München	 www.fogra.org
08. 11. - 10. 11. 2011	ICE Europe, International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
2012			
02. 02. - 03. 02. 2012	Fogra-Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Barcelona	 www.ifra.com



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängbogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay. 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





Branchentreffen mit Praxisrelevanz

Vom 14. bis 17. Februar 2011 trifft sich in Luzern die Fachwelt zu den Innovationdays.2011. Der vom Schweizer Unternehmen Hunkeler AG begründete und im Zweijahresrhythmus durchgeführte Event findet zum neunten Mal statt. Austragungsort ist die neue, nach dem Minergiestandard erbaute Messehalle 2 mit 5.000 m² Ausstellungsfläche.

Die Hunkeler Innovationdays sind als Branchentreffen auf dem internationalen Fachmessenparkett einzigartig. Seit der ersten Austragung 1996 bringen sie regelmäßig die international wichtigsten Anbieter rund um Digitaldruck und Paper Processing in die Schweiz. Mit der 9. Auflage, die vom 14. bis 17. Februar 2011 auf dem Messeplatz Luzern stattfinden wird, beweist dieser Anlass Kontinuität. Nicht Einzelprodukte, sondern ganzheitliche Produktionssysteme mit echtem Praxisbezug stehen im Vordergrund. Der Special-Interest-Event konzentriert sich auf das Paper Processing rund um den Digitaldruck und bietet eine Informations- und Begegnungsplattform mit klar abgestecktem Rahmen. Dabei verdeutlicht das Besucherprofil der vergangenen Jahre das wachsende Interesse, das klassische Offsetdruckereien den digitalen Druckverfahren entgegen bringen. Immer mehr finden entsprechende Lösungen in Investitionsprojekten Berücksichtigung.



INTERNATIONALES ZIELPUBLIKUM Die gesamte Breite und Tiefe an Lösungsszenarien verleiht dem interessierten Fachpublikum eine Gesamtsicht über das aktuelle Angebot im Digitaldruck mit Pre- und Postpressanlagen, im Inline- und Offline-Finishing, im IT-Bereich und bei der gesamten Palette an Bedruckstoffen sowie an Verbrauchs- und Veredelungsmaterial.

Einem internationalen Fachpublikum aus der Mailing-Produktion, aus Rechenzentren, aus dem Web-Finishing und aus der klassischen Druckindustrie bietet sich die Gelegenheit zur Auseinandersetzung mit den Markttrends und den neusten Entwicklungen rund um die digitalen Produktionsverfahren. Dass die Besucher in Luzern auf kompetente Vertreter und Ansprechpartner der Zulieferindustrie treffen, gehört seit jeher zu den Qualitäten der Hunkeler Innovationdays.

Hunkeler hat als Veranstalterin der innovationdays stets auf die Ausgewogenheit zwischen einer hohen Lösungsvielfalt und einer überblickbaren Größe des Branchentreffens geachtet. Dieser Grundsatz behält auch für 2011 seine Gültigkeit. Als Hersteller von Postpress-Lösungen versteht das Unternehmen die Fragestellungen in allen Bereichen des Paper Processing. In Luzern werden denn auch jene Lösungen vorgestellt, die der Markt heute und in Zukunft braucht. Die Tatsache, wonach zahlreiche Aussteller wieder-

rum Neuheiten ankündigen werden, die bisher auf keiner anderen Messe vorgestellt wurden, zeugt vom Stellenwert der Innovationdays.

FARBIGER, BREITER, SCHNELLER Vollfarbigkeit, breite Papierbahnen bis 762 mm und Leistungen über 200 Meter pro Minute werden auf den Hunkeler Innovationdays neben der Automatisierung und Vernetzung die dominierenden Themen sein. Mit den Modulen der neuen POPP7-Generation hält Hunkeler bereits jetzt die Antwort auf diese neuen Herausforderungen bereit. Das Konzept beruht auf der erfolgreich im Markt produzierenden POPP6-Technologie für 520 mm breite Papierbahnen. Die »huncolor ready« bewähren sich mehr als 1.000-fach in allen Bereichen, wo Leistung, Vielfalt und Wirtschaftlichkeit bei schonender Verarbeitung vollfarbig bedruckter Dokumente in einem weiten Bedruckstoffspektrum vom Leichtpapier bis zum schweren Material gefordert sind.

DOXNET-VOR-ORT IST GAST IN LUZERN DOXNET – The Document X-perts Network – ist bereits zum vierten Mal Gast in Luzern. Der Fachverband wird am Nachmittag des 14. Februar 2011 im Verkehrshaus in Luzern eine DOXNET-vor-Ort mit einer Vortragsreihe zu Themen rund um das Dokumenten-Management durchführen.

MESSEHALLE 2 MIT MINERGISTANDARD Für die Innovationdays.2011 steht auf dem Messeplatz Luzern modernste Infrastruktur bereit. Das Branchentreffen wird in der im September 2009 eröffneten neuen Messehalle 2 ausgetragen. Neben den 5.000 m² Ausstellungsfläche bietet der direkt angrenzende Gastronomiebereich Raum für 350 Personen. Als erste in der Schweiz wurde die Halle 2 nach dem Minergie-Standard erstellt. Die auf dem Dach installierte Fotovoltaikanlage mit 1.496 Hochleistungs-Solarpanels ist die größte in der Zentralschweiz und deckt den jährlichen Stromverbrauch von etwa 110 Haushalten ab.

➤ www.hunkeler.ch





SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
21. 01. - 23. 01.	TGM, Handsatz – Die Regeln der Typografie begreifen	München
22. 01.	TGM, Microsoft Word für Gestalter	München
24. 01. - 29. 01.	Heidelberg PMA, Intensivseminar für Unternehmensnachfolger	Heidelberg
25. 01. - 28. 01.	Heidelberg PMA, Print Buyer University	Heidelberg
27. 01. - 28. 01.	Ink Academy, Mit Strategie zum Ziel	Perasdorf
27. 01. - 28. 01.	TGM, Kreativitätstechniken probieren	Immenstadt
29. 01. - 30. 01.	TGM, Das Einmaleins der Typografie	München
03. 02.	Heidelberg PMA, Neukundengewinnung	Heidelberg
03. 02.	IRD, Professionelles Auftragsmanagement in der Umsetzung, Folgeseminar	Wien
05. 02.	TGM, Interaction und Interface Design Flow	München
06. 02.	TGM, FontLab »Part Zwei« – Schriften beißen nicht	München
08. 02. - 09. 02.	Heidelberg PMA, Aufträge richtig kalkulieren	Heidelberg
16. 02. - 17. 02.	Heidelberg PMA, Vorstufen-Know-how einfach erklärt	Heidelberg
17. 02.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Berlin
18. 02. - 19. 02.	TGM, Bildsprachen	Pforzheim
18. 02. - 20. 02.	TGM, Handbuchbinden – Vom Rohbogen zur Buchform	München
19. 02. - 20. 02.	TGM, Farbe, Typografie und Gestaltung	München
21. 02. - 22. 02.	Fogra, Farbmanagement in Druckvorstufe und Druck	München
22. 02.	Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg
22. 02.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Karlsruhe
23. 02.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
24. 02.	IRD, Professionelles Auftragsmanagement in der Umsetzung	Heidelberg
24. 02.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
25. 02.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
27. 02.	TGM, TEX	München
15. 03.	Ink Academy, Druckerzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	Celle
17. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Marketing für Druckereien	Heidelberg
19. 03. - 30. 03.	TGM, Photoshop CS4 »Part Eins«	München
22. 03. - 25. 03.	Fogra, Fehler an Druckerzeugnissen	München
23. 03. - 24. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Vertriebsmanagement	Heidelberg
27. 03.	TGM, Excel auch für Gestalter	München
29. 03.	Ink Academy, Druckverfahren	Celle
30. 03.	Ink Academy, Druckfarbe	Celle
30. 03.	Ink Academy, Zusammenspiel der Offsetdruckfarbe auf Papier und Karton	Celle
30. 03. - 31. 03.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
31. 03.	Heidelberg PMA, Welt der Printmedien	Heidelberg
31. 03.	Ink Academy, Druckvorstufe	Celle
01. 04.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO (ISO 12647)	München
02. 04. - 03. 04.	TGM, Mikro- und Makrotypografie mit InDesign CS4	Berlin
06. 04. - 07. 04.	Fogra, CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
08. 04. - 09. 04.	TGM, Bildsprachen	Berlin
09. 04. - 10. 04.	TGM, Druckproduktion heute	München
12. 04.	Heidelberg PMA, Erfolgreich am Telefon akquirieren	Heidelberg

Alle Veranstaltungen sind gebührenpflichtig. Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

➤ www.tgm-online.de ➤ www.print-media-academy.de ➤ www.fogra.org ➤ www.ink-academy.de

Ricoh

UNTERSTÜTZT PROJEKTE ZUR BERUFSVORBEREITUNG

Ricoh Deutschland spendet dem Internationalen Bund, einem freien Träger der Jugend-, Sozial- und Bildungsarbeit, 7.200 €. Damit werden die Projekte »Fit fürs Berufsleben« und »Kreativraum« unterstützt. Der Betrag wurde im Rahmen der jährlichen Kundenbefragung von Ricoh gesammelt. Pro Fragebogen, der von Kunden beantwortet worden ist, hat Ricoh Deutschland zwei Euro gespendet.



Spende für Projekte zur Berufsvorbereitung: Karola Becker, Verbundgeschäftsführerin Internationaler Bund, mit Uwe Jungk, Chief Executive Officer und Vorsitzender der Geschäftsleitung von Ricoh Deutschland.

Das Gesundheitsprojekt »Fit fürs Berufsleben« richtet sich an behinderte Menschen, Heranwachsende mit Ernährungsstörungen und Entwicklungsverzögerungen, allein erziehende Mütter und Menschen mit psychischen Erkrankungen. Das Projekt umfasst gesundheitsfördernde Angebote aus den Bereichen Bewegung, Ernährung und Stressbewältigung. Ziel ist es unter anderem, die Ausdauer und die Motorik der Teilnehmer zu verbessern. Maßnahmen zur Berufsvorbereitung stehen auch im Mittelpunkt des Projekts »Kreativraum«, das sich an Jugendliche mit körperlichen, psychischen und Lernbehinderungen sowie an sozial benachteiligte Jugendliche und Erwachsene richtet.

➤ www.ricoh.de

➤ www.internationaler-bund.de



Polar BEDIENERKURSE POLAR X/XT UND COMPUCUT

Polar bietet in Hofheim Bedienerkurse für Abteilungsleiter, Vorarbeiter, Schichtführer und Maschinenpersonal an Polar Schnellschneidern und Polar Compucut an. Die Kurse für Schnellschneider Polar X/XT für 2011: 10. bis 11. Januar, 7. bis 8. Februar, 14. bis 15. März, 11. bis 12. April, 16. bis 17. Mai und 20. bis 21. Juni. Schneidkurse für Schnellschneider E/ED bietet Polar auf Anfrage an.

Die Termine für Compucut-Kurse: 9. bis 10. Februar, 13. bis 14. April und 22. bis 23. Juni.

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.

➤ www.polar-mohr.com

»Tag der Ausbildung« RICOH INFORMIERT ÜBER AUSBILDUNGSMÖGLICHKEITEN

Rund 200 Schülerinnen und Schüler haben den »Tag der Ausbildung« am 4. November genutzt, um sich vor Ort über die Ausbildungsmöglichkeiten bei Ricoh Deutschland zu informieren. Aktuell bietet das Unternehmen fünf verschiedene Ausbildungsberufe im technischen und kaufmännischen Bereich an: IT-Systemkaufmann, Informationselektroniker Bürosystemtechnik, Fachinformatiker Systemintegration, Kauf-



mann im Groß- und Außenhandel und Fachkraft für Lagerlogistik. Für das Ausbildungsjahr 2011 wird Ricoh wieder rund 45 Ausbildungsplätze anbieten. Offizieller Ausbildungsbeginn ist der 1. August 2011.

➤ www.ricoh.de

3. Media Mundo Kongress BELEITEND ZUR DIGI:MEDIA IN DÜSSELDORF

Der f:mp. veranstaltet auf der digi:media, die vom 7. bis zum 9. April in Düsseldorf stattfindet, den 3. Media Mundo Kongress für nachhaltige Medienproduktion. Die Medienproduktion steht in der Verantwortung, schlüssige Möglichkeiten des konkreten Klimaschutzes anzubieten. Dabei greifen Insellösungen wie die Nutzung von umweltgerechten Materialien oder das sogenannte klimaneutrale Drucken jedoch zu kurz. Benötigt werden Beratungs- und Dienstleistungen auf der Grundlage einer ganzheitlichen Strategie der »nachhaltigen Medienproduktion«.

Zusätzlich werden am 9. April in Verbindung mit einem speziellen Themenpark verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit innerhalb der Medienproduktion auf der neuen »Fachmesse für commercial publishing & digital printing« in den Vordergrund gerückt. Als Kooperations- und Contentpartner sieht der f:mp. noch viele weitere Verknüpfungspunkte zwischen den Themenwelten der digi:media und Media Mundo. Im Rahmen des Kongresses stehen neben ökologischen wie ökonomischen Gesichtspunkten der nachhaltigen Medienproduktion auch konkrete Lösungsansätze und Strategien für eine effiziente und innovative Kommunikation im Vordergrund, die dem hohen Anspruch der Nachhaltigkeit gerecht wird.

➤ www.mediamundo.biz

Büttenpapierfabrik Gmund ZU BESUCH BEI DEN PAPIERMACHERN

Ein schönes und qualitativ hochwertiges Papier ist Grundlage und Ausgangspunkt für die Herstellung anspruchsvoller Drucksachen und deren Veredlung. Um der Herstellung solcher Papiere auf den Grund gehen zu können, besuchten die Professorinnen und Professoren des Studiengangs Druck- und Medientechnik der Hochschule München eines der Partnerunternehmen des Studienganges, die Büttenpapierfabrik



brik Gmund. Das Unternehmen vom Tegernsee, das bereits seit über 180 Jahren existiert, hat sich die Herstellung von Feinstpapieren zur Unternehmensphilosophie gemacht. Die Expertise der rund 100 Papierspezialisten, auserwählte Materialien und umweltschonende Technologie garantieren den nachhaltigen Erfolg des familiengeführten Unternehmens. Die Professorinnen und Professoren konnten sich bei der Besichtigung der alten Papiermaschine und beim anschließenden händischen Schöpfen von Papier selbst vom Gmunder Erfolgskonzept überzeugen.

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Oberflächen SUPERFICI



Tullio Pericoli gestaltet den Kalender 2011 der Burgo Group und beschäftigt sich dabei mit Papier, Landschaften und kalligrafischen Elementen.

Tullio Pericoli ist eigentlich Illustrator und Porträtist. In den letzten Jahren hat er sich jedoch der Landschaftsmalerei genähert und schuf nun in seiner Zusammenarbeit mit Burgo exklusiv sechs Aquarelle mit dem Titel Superfici (Oberflächen), in der sich die Erfahrung des »Verweilens und Bewunderns« auf dem Papier niederschlägt. Die Hügellandschaften werden zur Bühne, auf der vom Wandel und Ablauf der Jahreszeiten erzählt wird: Farben und Pinselstriche erwärmen sich oder kühlen ab, während wir unsere Zeit auf dem Papier durchblättern und zu Beobachtern des Naturwunders werden, das uns Jahr für Jahr von Neuem erstaunt. Das Papier fügt sich auf natürliche Weise in diese Landschaften ein. Es wird zu einem eigenen Gewebe und Substrat: ein Roh-Stoff im wahrsten Sinne des Wortes. Es verwandeln sich Felder, Äcker, in denen deutlich kalligrafische Zeichen Furchen in einem fahlen Gelände ziehen. Papier als Territorium, als weißer Raum, der zu repräsentieren und zu füllen ist, aber auch symbolischer, fruchtbarer Boden, der die Saat aufnimmt und Früchte tragen wird. Der von Pericoli geschaffene Kalender setzt die Tradition der Unternehmensgruppe fort, die Jahresbegleiter von den berühmtesten Illustratoren gestalten zu lassen, so in den letzten Jahren Moebius, Griffa, Muñoz und Loustal. Der italienische Schriftsteller Fernando Bandini formuliert seinen Eindruck: »Die Welt der Malerei ist eng mit dem bedruckten Papier verknüpft, sie stellt neben der Fotografie ein besonderes Element dar. Das Foto dokumentiert die Tatsachen mit der



Strenge einer Technik, zu der auch die Meisterschaft im Blick des Autors gehört, während der Zeichner vor allem für seine Art, wie er die Dinge anschaut, erkennbar ist. Sobald er beteiligt ist, spüren wir, dass hier jemand ist, mit dem wir vertraut sind, mit dem wir uns häufig auseinandergesetzt haben; seine Präsenz in der Zeitung ist schon beim ersten Rascheln der Seite, die man öffnet, spürbar. Zur Zeichnung gehören nämlich nicht nur der Strich, der ihren Autor sofort ver-

rät, sondern auch der Geruch und der »Klang« des Papiers.« Superfici wurde auf dem neuen Respecta 100 satin gedruckt, einem holzfreien gestrichenen Papier mit der Zertifizierung FSC recycled 100%. Das Deckblatt wird dagegen durch die Siebdruckfarbe veredelt und auf Prisma Silk, einem holzfreien, gestrichenen Karton mit FSC Zertifikat, hergestellt.

Tullio Pericoli wurde 1936 geboren. Nach seiner Ausbildung im Atelier des Künstlers Ernesto Ercolani zog er nach Mailand. 1970 begann er, seine Zeichnungen in den Zeitungen »Corriere della Sera« und »L'Espresso« zu veröffentlichen. Pericoli wurde zu einer konstanten Präsenz in der Presse. Seine Zeichnungen erschienen auch in internationalen Tageszeitungen und Zeitschriften wie »The New Yorker« und »Harper's Magazine«. Bemerkenswert sind auch seine Arbeit als Bühnen- und Kostümbildner für das Opernhaus Zürich, die Scala in Mailand und andere Schauspielhäuser.

➤ www.burgogroup.com

Mohawk-Show auf Welttournee

Mit der »Letterhead-Show«, die ausgezeichnete Designarbeiten auf außergewöhnlichen Papieren zeigte, tourte die Papierfabrik Strathmore jahrelang um den Globus. Nachdem Strathmore vom Feinpapierhersteller Mohawk übernommen wurde, lebt die Idee weiter, ist nun als 11. Mohawk-Show auf Welttournee und machte in Köln Station.

Von Klaus-Peter Nicolay

Der Papiergroßhändler Papyrus unterstützt diese Show und präsentierte rund 250 Gästen aus Kreativagenturen und der grafischen Industrie die Mohawk-Show im Kölner Media-Park. Außer einer eher kleinen, aber durchaus inspirierenden, Ausstellung ausgezeichneter Drucksachen auf Feinpapier wurden die Gäste in unaufdringlicher und geradezu sympathischer Art über den amerikanischen Papierher-



steller und sein edles Sortiment sowie von Geschäftsführer Boris Borensztein (Bild links) über einige Neuheiten des Großhändlers Papyrus aus Ettlingen informiert.

Mohawk ist eine der größten in Privatbesitz befindlichen Papierfabriken der Welt. Das Unternehmen produziert an drei Standorten auf sechs Maschinen

rund 175.000 Tonnen Papier pro Jahr und hat sich dabei auf die sogenannten »Text and Cover«-Qualitäten spezialisiert, die in unseren Breiten als Fein- oder Designerpapier bekannt sind. In 60 Ländern wird der in dritter Generation und von vier Brüdern geführte Familienbetrieb von 600 Großhändlern vertreten – in Deutschland von Papyrus. Dabei lebt der amerikanische Papierproduzent eine ausgeprägte eigene Umweltphilosophie: So wird beispielsweise der gesamte für die Produktion benötigte Strombedarf bei Mohawk aus Windenergie gewonnen.



Das Team von Mohawk und Papyrus sorgte für einen kurzweiligen Abend in Köln.



Den Schwerpunkt des Abends richteten die Gastgeber auf den Trend zu individuellen Papierlösungen für jede Art von Anwendungen und auf die zunehmende Nutzung hochwertiger Qualitäten im Digitaldruck. Auch wenn analoge Druckverfahren den Markt beherrschen, sieht man bei Mohawk die Zukunft digital. Entsprechend gewachsen ist das i-tone-Sortiment, das in einem Partnerprogramm mit HP Indigo vermarktet wird. Mittlerweile werden immerhin schon 25% der bei Mohawk produzierten Designerpapiere später digital bedruckt.

Den generellen Trend zum Digitaldruck bestätigte auch Bertram Störch von HP Indigo: Nicht nur das Druckvolumen habe sich auf den



Bertram Störch, Marketingleiter bei HP Indigo, bei seinem Vortrag zum Thema Digitaldruck.

Indigo-Maschinen innerhalb der letzten fünf Jahre nahezu verfünffacht, auch die eingesetzten Bedruckstoffe seien immer öfter hochwertige Papiere. Während der Digitaldruck in seinen Anfängen eher als nutzenorientierte Anwendung zum Kopieren gesehen wurde, der später die Qualität für fotoähnliche Produkte erreichte, erobert er nun zuneh-

mend das Segment der edlen Anwendungen. Jüngstes Beispiel ist die Electro Ink White, mit der sich besondere Effekte mit Weiß auf metallischem oder transparentem Untergrund erzielen lassen.

Doch nicht nur der Digitaldruck stellt eine hervorragende Möglichkeit dar, die Papiere des Specials-Sortiments zu drucken. Papyrus hat für die Spezialpapiere das neue Konzept »Paper Identity« entwickelt. Die Mappen zeigen vorgefertigte Zusammenstellungen zu bestimmten Produktbereichen, ermöglichen es aber auch, eigene Ideen einzubringen. »Paper Identity verfolgt einen lösungsorientierten Ansatz, das heißt ausgehend vom Anwendungszweck, zum Beispiel Geschäftsaustattungen, werden Papiere vorgeschlagen. Das erleichtert und vereinfacht die Arbeit bei der Papierauswahl«, so Sebastian Barton, Productmanager bei Papyrus.

➤ www.papyrus.com ➤ www.mohawkpaper.com



Jutta Birkenhauer und Joe O'Connor, Senior Vice President von Mohawk Fine Papers, zeigten einen Überblick über die Produktionsmöglichkeiten von Mohawk-Papieren.





DESIGN & TYPOGRAFIE

→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

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

LACRIMA

SERIF, SENZA & *Italic*

TYPEDESIGN LESSON 2.2

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

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

<https://en.wikipedia.org/wiki/leading>

Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

DIGITALDRUCK

32x46.de

Druckbogen für Druckprofis

Ab sofort mit UV-Lack! www.32x46.de

DRUCKEREIBEDARF

www.ceruttibern.ch

Längs-/Quer-
leimung
in Rotationen

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälschen • Block-
leimen • Bänderrollieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte
Graph. Maschinen- und Apparatebau

JOSEF FOELLMER GmbH
K. Foellmerstr. 11 • D-88068 VS Scherzegg
Telefon 0849/90 21 20 • Fax 0849/90 21 21

• Katalog • E-mail foellmer@foellmer.com
• Auftragsform • <http://www.foellmer.com>

www.spyderlink.ch

webbasierte Zeiterfassung

TECHKON

Densitometer
Farbmessgeräte
Druckplattenmessung

Wir beraten Sie gerne
zu Anwendungsfragen.

TECHKON GmbH
Waldener Str. 27 • D-61162 Kiedigheim
Telefon 06174-92 44 50 • Fax 06174-92 44 99
info@teckkon.com • <http://www.teckkon.com>

DRUCKEREIBEDARF

www.ceruttibern.ch

EL-KO

Hydraulische
Farbzuführsysteme

SEIFERT

Klarsicht- und
Karton-Einsteck-Taschen
selbstklebend

...ab Lager... schnell... zuverfügung
...und zu attraktiven Preisen!

Fragen Sie an!
Thomas Seifert
Produkte + Know-how
Robert-Bosch-Straße 9
73278 Schlierbach
Telefon 07021/92 1220
Telefax 07021/92 1222

DRUCKFORMEN

So stehen Sie
glänzend da ...

... mit Lackplatten für
partielle Lackierungen.
Günstig und schnell von

LUERSSEN
GRAFISCHE VERTRIEBS GMBH

Gutenbergring 21a
22848 Norderstedt
Tel. +49 40/53 43 62 - 0

lackformdienst@luerssengraf.de

DRUCKFARBEN

EPPL

Apple Druckfarben GmbH
Hünikerstrasse 2
8442 Hettlingen
Tel. 052 316 17 33 Fax 052 316 25 61

DRUCKDIENSTLEISTUNGEN

RELIEFDRUCK
Nettopreise für Agenturen u. Druckereien
Superpreise für Umkleeschmizer
Briefbogen, Linsenwale
Reliefmaschinen - Reliefpapier

• PRESTIGE PRINT •
Zeppelinstr. 18, 63110 Rodgau/Frankfurt
Fon 0 61 06/88 68 40, Fax 88 68 42
www.reliefdruck.de
info@reliefdruck.de

**HEISSFOLIENPRÄGUNG
WASSERZEICHEN
BLINDENSCHRIFT
STAHLSTICH**

DRUCKMASCHINEN

www.ceruttibern.ch

Rollenoffset-
Rotationen

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Hermannstr. 25
CH-8104 Wollishofen

Lettershop
Laserprint
Fullcolor

Telefon 043 252 48 44
Telefax 043 252 48 45

www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

MAILINGPRODUKTION

seetalelco

kommt gut an

Seetal Elco AG
Wildschachen • CH-5201 Brugg
Tel. 056 462 80 00 • Fax 056 462 80 80
www.seetalelco.ch • info@seetalelco.ch

Balsfulland
Elektronik GmbH
Kommunikation für
Lebenshilfe & Wohlfühlbedarf

Auerbach-Allee 4 • 39010 Lauterbach
Tel. 05302/9233-24 • Fax 05302/9233-122
www.balsfulland.de • info@balsfulland.de



WEITERBILDUNG



Zürich

Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
CH-8008 Zürich
Telefon +41 1 380 53 00

WEITERVERARBEITUNG

▪ Zusammentragen
▪ Heften • Falzen
Schneiden
▪ Kopf- & Fußbeschnitt
▪ Zwischenschnitte
▪ Kalenderstanzen

MKW Druckwerke Maschinen

Am Weiher • D-56766 Ulmen

Tel. +49 (0)2676 93050 • Fax 930510 • www.mkwgmbh.de

VERSCHIEDENES

SCHMUCK

BARBARA HAUSER



SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

VERSCHIEDENES

Gütesiegel



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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

Mit dem von uns entwickelten Bohrerbohrer können Sie alle Arten von Bohrerbohrern und Bohrungen in allen Materialien und allen Materialien bohren. Die Bohrerbohrer sind in allen Materialien und allen Materialien.

*** Neu: FOLIENBOHRER ***

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
Kupferackerstr. 1 • D-8008 VS Schönenmatten
Telefon 0049 00 22 20 10 10 • Fax 0049 00 22 20 10 10

• Katalog • info@foellmer.com • <http://www.foellmer.com>

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälseln • Blockieren
Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
Kupferackerstr. 1 • D-8008 VS Schönenmatten
Telefon 0049 00 22 20 10 10 • Fax 0049 00 22 20 10 10

• Katalog • info@foellmer.com • <http://www.foellmer.com>

www.ceruttibern.ch

GÄMMERLER

Post-Press-Solutions

Schär Druckverarbeitung AG
Bernstrasse 281 • 4852 Rothrist
Tel. 062 785 10 30 • Fax 062 785 10 33
info@druckverarbeitung.ch
www.druckverarbeitung.ch

schär

binderhaus

PUR-Klebebinder mit Schlitzdüse:
Fotobücher,
Digitaldruck und
gestrichenes Papier
sicher binden.

binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstraße 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 07141-2545-45 • Fax 07141-2545-20
info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

VERSCHIEDENES

Vipasa
Vino Pasta Salsa



WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

HANDGEMACHTE
SCHOKOLADE, KONFEKT,
PRALINEN & MEHR

Genuss
FABRIK

MOSELPROMENADE
D-56812 COCHEM
0160 - 98 96 72 40
WWW.DIE-GENUSSFABRIK.COM

NEWS

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.