

DRUCK  MARKT

19. Januar 2011

impressions 25

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



worldwide published

Im Würgegriff der Rohstoffmärkte: Drucken wird teurer

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



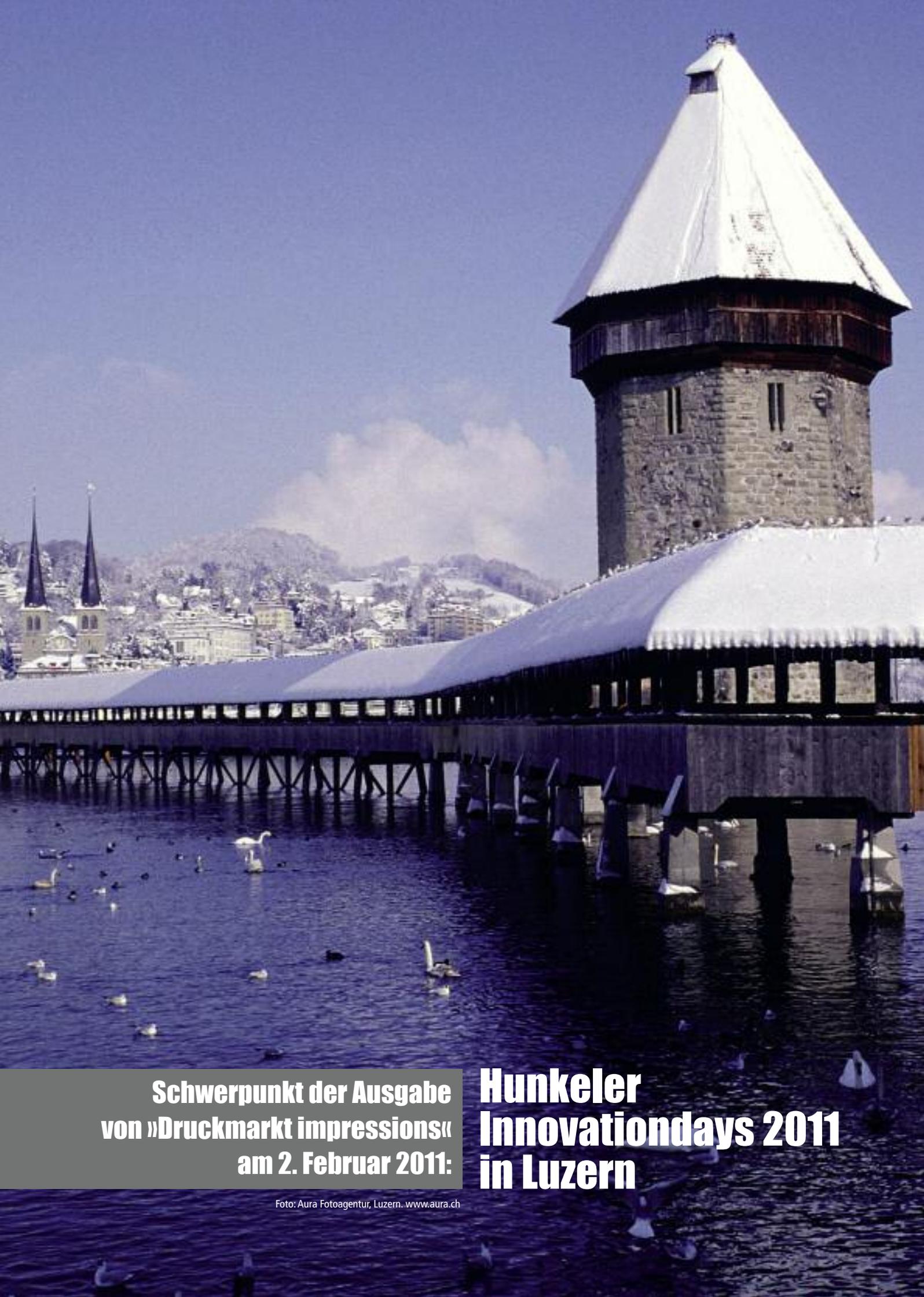
Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt: Neuer Name für Marktführer im Banknotendruck
Werbung: Aufschwung im deutschen Werbemarkt
Tiefdruck und Rollenoffset: In der Defensive
Large Format Printing: Unterwasser-Kunstgalerie
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011

Titelbild: Sun Chemical

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt-schweiz.ch 



**Schwerpunkt der Ausgabe
von »Druckmarkt impressions«
am 2. Februar 2011:**

**Hunkeler
Innovationdays 2011
in Luzern**

Foto: Aura Fotoagentur, Luzern. www.aura.ch



2011 – wohl auch kein gutes Jahr für die Branche?

Inhalt

- Markt & Zahlen**
- 04 Portal
- 08 Aufschwung im deutschen Werbemarkt
- 08 Neuer Name für den Marktführer im Banknoten- und Sicherheitsdruck
- 10 Im Würgegriff der Rohstoffmärkte
- 14 In der Defensive
- Prepress & Premedia**
- 18 Nachrichten
- Print & Finishing**
- 20 Nachrichten
- 22 Unterwasser-Kunstgalerie
- 23 Ausbau der Marktposition
- Papier**
- 24 Nachrichten
- Termine, Bildung & Events**
- 26 Terminkalender
- 27 Nachrichten
- 28 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 29 Neue Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter
- 30 Nachrichten
- 31 Business to Business

Als im Oktober 2009 feststand, dass das Versandhaus Quelle nicht mehr zu retten war, schwante uns schon nichts Gutes. Auch wenn es eigentlich keine Überraschung mehr war, konnte dies kein gutes Zeichen für die Druckindustrie sein. Denn mit dem Versandhaus verschwand einer der größten Kunden der Branche von der Bildfläche. Immerhin druckte Quelle jährlich zwei einige Zentimeter dicke Kataloge mit jeweils rund 1.400 Seiten und einer Auflage von neun Millionen Exemplaren. Ein richtig dicker Auftrag, den sich die Tiefdruckereien Prinovis und Schlott teilten. Daneben erschienen zahlreiche Aktions-, Sonder- und Spezialkataloge mit einer Auflage von in Deutschland noch einmal 560 Millionen Exemplaren. Diese Umsatzquelle ist versiegt und reißt nunmehr – zeitversetzt – die »schlott gruppe« in die wohl unvermeidliche Insolvenz.

Von nicht zu erwartendem Preisverfall ist nun die Rede und einmal mehr von Überkapazitäten. Und es wird wieder einmal die Frage aufgeworfen werden, wie es im Bereich der Kataloge weitergehen kann. Verlierer ist eindeutig der Tiefdruck, der ja quasi dazu verdammt ist, nur höchste Auflagen zu drucken (lesen Sie dazu unseren Beitrag auf Seite 14).

Das unerfreulichen an dieser Geschichte ist jedoch noch nicht einmal das Schicksal des Tiefdrucks, sondern die derzeitige Preissteigerungswelle, die für alle Druckereien verheerende Folgen haben könnte (lesen Sie dazu unseren Beitrag auf Seite 10). Diese werden nämlich ihre steigenden Kosten nur schwerlich an die Kunden weitergeben können. Mit der Folge, dass sich der Margenverfall weiter beschleunigt. Und das kann ja nur eines bedeuten: Auch 2011 wird wohl kein gutes Jahr für die Branche!?



Ihr

Klaus-Peter Nicolay

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 2011



Jens Pille, Druckinstrukteur im Kundenzentrum von KBA, auf dem Tapa Peak (6.035 m) im Dhalagiri-Massiv. Ursprünglich stand im Rahmen der Nepal-Reise anlässlich des 20. Jubiläums des Kletterklubs Rucksachsen die Besteigung des Hongde (6.556 m) auf dem Programm. Aufgrund von Zeitverzögerungen und der Notwendigkeit eines weiteren Höhenlagers auf dem Weg zum Gipfel blieb dieser jedoch unbezungen. Der nur unwesentlich niedrigere Tapa Peak bot würdigen Ersatz und führte ihn doch noch auf den Gipfel eines 6.000ers. Auf den letzten Metern des Aufstiegs bot sich ein überwältigender Ausblick auf das Annapurna- und Dhalagiri-Massiv.



Die Bundesagentur für Arbeit hat die manroland AG Werk Plamag Plauen zum dritten Mal in Folge mit dem Zertifikat für Nachwuchsförderung ausgezeichnet. Ausbildung hat eine lange Tradition mit hohem Stellenwert im Unternehmen. 64 junge Frauen und Männer lernen derzeit bei manroland Plauen.



Die Titelstory zum Thema Rohstoffe und Preisanstieg in der Druckindustrie lesen Sie in dieser Ausgabe auf den Seiten 10 ff.



ROLAND HAMACHER hat seine Tätigkeit als Segment Manager Packaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Kodak aufgenommen. Mit der Besetzung der neuen Position verstärkt Kodak die Betreuung der Kunden im Verpackungsdruck.



WERNER W. THIELE wechselte vom Schweizer Fachhandelsunternehmen GP QualiTrade AG zur streulicreations GmbH nach Maur. Er ist für Marketing, Communications und den Kundenkontakt in verschiedenen europäischen Regionen verantwortlich.



WILHELM KANZLER ist seit 1. Januar General Manager DMT Northern Europe bei Pitney Bowes. Er übernimmt damit die Leitung des hochvolumigen Bereichs (DMT) in den Regionen DACH und Skandinavien. Kanzler kommt von der Böwe Systec AG.



GUIDO JACOBS hat bei Canon Deutschland die Funktion des Country Marketing Directors in der Consumer Imaging Group (CIG) übernommen. Er kommt von Canon UK und löste Thomas Knops ab, der das Unternehmen verlassen hat.



CHRISTIAN KARG, Vice President Marketing & Sales der Daetwyler Graphics AG Schweiz, ist ab sofort alleiniger Geschäftsführer der MDC Max Daetwyler GmbH Deutschland in Griesheim, die ihre Geschäftsführung neu strukturiert hat.



BWH hat ein Kochbuch mit den Lieblingsrezepten seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter herausgegeben. Das Mitarbeiterkochbuch ist

über den Buchhandel für 24,80 Euro zu beziehen (ISBN 978-3-89384-048-9), lässt sich aber auch online als eBook durchblättern. Die Zutaten der Rezepte lassen sich als PDF-Einkaufsliste ausdrucken. Das erleichtert den Einkauf und das Kochen! <http://www.bw-h.de/mitarbeiterkochbuch/>



ContiTech Elastomer Coatings lud die Kunden der Lüerssen Grafische Vertriebs GmbH zu einem Fahrsicherheitstraining auf das ContiDrom, eine Reifen-Teststrecke des Continental-Konzerns bei Hannover ein. »Ob Reifen oder Drucktuch – die Produkte unseres Unternehmens stehen für Dynamik und ausgereifte Technik«, erklärt Clemens Knisel, Area Manager Phoenix Xtra Blankets. Wie viel davon in beiden steckt, konnte beim Slalomfahren, Bremsen auf nasser Fahrbahn und beim Austesten von Kurven-Grenzgeschwindigkeiten erfahren werden. www.contitech.de

Für den Unterwasserfotografen Noam Kortler ist es eine lebenslange Leidenschaft, die bunte Tierwelt der Meere und faszinierende Unterwasserlandschaften im Bild festzuhalten. Im Lauf der Jahre hat er rund um die Welt fotografiert und ausgestellt. Jetzt wurde die Idee einer Unterwasser-Kunstgalerie wahr. Mehr auf Seite 18.



“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



**Messe in Zürich
NEUE SCHWEIZER MESSE
«PRINT&PUBLISHING»**

Die ehemalige Publishing Expo innerhalb der swiss publishing week soll durch eine eigenständige Messe ersetzt werden: Die Organisatoren der swiss publishing week planen mit easyFairs eine neue Messe für Print, DTP und Grafik. Die «Print&Publishing» soll am 26. und 27. Oktober 2011 in der Messe Zürich stattfinden.

**Faltschachtelhersteller Zalai
EDELMANN ÜBERNIMMT
MEHRHEIT**

Nachdem die Heidenheimer Edelmann Gruppe die Lindauer Druckerei Eschbaumer GmbH übernommen hat, wurde nun auch die ungarische Druckerei Zalai Nyomda Zrt. in Zalaegerszeg übernommen. Das Unternehmen gehört zu den führenden Herstellern von Faltschachteln und Etiketten in Mittel- und Osteuropa.

**Heidelberg und Lincoln
ZUSAMMENARBEIT BEI DER
AUSBILDUNG**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG und der Walldorfer Maschinenbauer Lincoln GmbH kooperieren bei der Ausbildung. Mit Beginn des neuen Ausbildungsjahres im September werden Auszubildende von Lincoln im Bereich Mechatronik Teile ihrer beruflichen Ausbildung beim Heidelberg Druckmaschinenhersteller absolvieren.

**berolina
VERTRIEBSPARTNERSCHAFT
MIT XEROX**

Xerox hat im November 2010 mit berolina Schriftbild eine Vertriebspartnerschaft geschlossen. berolina wird im Rahmen der Kooperation Drucker und Multifunktionssysteme von Xerox in sein Portfolio aufnehmen und im Rahmen ganzheitlicher Druckmanagement-Lösungen vertreiben.
➤ www.xerox.de

**Dr. Spallart tritt zurück
MANAGEMENTWECHSEL BEI
DER PAPIERFABRIK SCHEUFELN**

Bei der Papierfabrik Scheufelen, Tochterunternehmen der finnischen Papiergruppe Powerflute OYJ, gab es zum Jahreswechsel erhebliche Veränderungen im Management. Dr. Michael Spallart trat zum 31. Dezember 2010 als CEO von Scheufelen zurück und wird innerhalb von Powerflute Entwicklungsprojekte begleiten. Kim Jokipii, der Scheufelen nach der Übernahme durch Powerflute im Dezember 2009 verließ und seither als Mitglied im Aufsichtsrat von Scheufelen tätig war, kommt im Januar 2011 als CEO zum Unternehmen zurück. Auch Hariolf Koeder kehrt mit sofortiger Wirkung als Deputy Chief Executive Officer zu Scheufelen zurück. Er wird dabei zukünftig auch die Bereiche Vertrieb und Marketing sowie Business Development verantworten.



➤ www.scheufelen.de



➤ www.scheufelen.de

**Presstek und E. Michaelis
HÄNDLERABKOMMEN FÜR
PRESSTEK DI ABGESCHLOSSEN**

Die Presstek Deutschland GmbH hat E. Michaelis in Reinbek zum Händler für Presstek DI-Druckmaschinen ernannt. Nach der Übernahme der Friedrich W. Beck GmbH im Oktober 2010 hat Michaelis seine Kompetenz in den Segmenten Verbrauchsmaterial, digitale Drucksysteme, Workflow und Weiterverarbeitung verstärkt. »Die Übernahme des DI-Vertriebs stellt einen weiteren Baustein in der strategischen Ausrichtung dar«, erklärt Norbert Zimmermann, Geschäftsführer bei Michaelis. Die Reinbeker werden sich auf den Vertrieb der Presstek 52DI in Schleswig Holstein, Hamburg und dem nördlichen Niedersachsen konzentrieren. E. Michaelis & Co. wurde 1804 gegründet und betätigt sich in den Bereichen Papiergroßhandel, Graphic Solution und Packaging. Michaelis ist Gesellschafter der europaweit agierenden igepa group. Die Gruppe betreut mehr als 40.000 Kunden. Mit rund 2.350 Mitarbeitern erwirtschaftete die Gruppe 2009 inklusive aller strategischen Partner europaweit einen Umsatz von 1,5 Mrd. Euro und setzte etwa 1,5 Mio. Tonnen Papier ab.
➤ www.igepagroup.com

**Start des Joint Ventures Meiller GHP
NEUER PLAYER AM MARKT ADRESSIERTER
WERBESENDUNGEN**

Die Unternehmen meiller direct und die zum Geschäftsfeld Direct Mail der Swiss Post Solutions gehörenden Aktivitäten bei adressierten Werbesendungen fusionierten zu Meiller GHP. Damit haben die Österreichische Post und die Schweizerische Post ihr Vorhaben eines Joint Venture realisiert. Das Unternehmen nahm am 11. Januar offiziell seinen Betrieb auf. Geleitet wird das Unternehmen von Stephan Krauss, dem als weitere Geschäftsführer Bernhard Butz (CFO) und Jürgen Kremser (Technik) zur Seite stehen. Meiller GHP setzt sich aus der 1864 gegründeten Meiller Druck und Verlag GmbH sowie der GHP-Gruppe, die 2006 von der Schweizerischen Post übernommen wurde, zusammen. »Beide Namen genießen im Markt eine hohe Reputation und stehen für Kompetenz, Service, Qualität und Zufriedenheit der Kunden. Mit der Namensgebung möchten wir Tradition und Werte der beiden Unternehmen erhalten«, erläutert Stephan Krauss.



➤ www.meillerghp.com



Mit Meiller GHP entsteht ein Unternehmen mit rund 1.560 Beschäftigten und einem geschätzten Anteil von und rund 9% am Geschäft adressierter Werbesendungen. Das Unternehmen verfügt über Standorte in Deutschland, Tschechien, Polen, Russland, Frankreich, England und Schweden und wird seinen Hauptsitz in Schwandorf haben.
➤ www.meillerghp.com



Igepa group

ÜBERNAHME DER LÜERSSEN GRAFISCHE VERTRIEBS GMBH

Die Igepa group hat zum 1. Januar 2011 die Lüerssen Grafische Vertriebs GmbH, Norderstedt, übernommen. Das 1997 gegründete Unternehmen beliefert Druckereibetriebe mit einem breiten Produktsortiment und Dienstleistungen für den Drucksaal. Schwerpunkte sind die Anfertigung von Drucktüchern und Lackplatten sowie der Handel mit Drucklacken, Feuchtwasserzusätzen und weiteren Druckhilfsmitteln.

Auch nach der hundertprozentigen Übernahme durch die Igepa group sollen die Ansprechpartner bei Lüerssen für die Kunden erhalten bleiben, um Kontinuität in der Kundenbetreuung zu gewährleisten. Hans-Joachim Lüerssen und Klaus Holzinger bleiben in der Geschäftsführung. Der Vertrieb wird in die bundesweite Vertriebsorganisation der Igepa group integriert. Mit der Übernahme wird die strategische Ausrichtung der Igepa group, eine der führenden Papiergroßhandelsgruppen in Europa, durch die Erweiterung des Produkt- und Dienstleistungsangebotes für den Drucksaal konsequent fortgesetzt. Durch das Zusammenwirken von Betreuung und Belieferung will sich die Igepa als Systemanbieter für den Drucksaal etablieren.

➤ www.igepagroup.com

technotrans kauft Partner UMSÄTZE AUSSERHALB DER DRUCKINDUSTRIE

Der Vorstand der technotrans AG, Sassenberg, hat mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, die Option auf den Kauf der Mehrheitsanteile an der Termotek AG, Baden-Baden, einem Spezialanbieter für Laserkühlungen, zum 1. Januar 2011 wahrzunehmen.

Die beiden Unternehmen haben zuletzt im Rahmen einer Kooperation bei der Entwicklung, im Einkauf, in der Produktion und im Vertrieb zusammengearbeitet. »Wir sind zu der Überzeugung gelangt, dass in erheblichem Umfang Synergien gehoben werden können«, so Henry Brickenkamp, Sprecher des Vorstandes der technotrans AG. »Außerdem erschließen wir uns mit dem Markt für Laseranwendungen einen dynamischen Wachstumsmarkt. Termotek wird in unserer Strategie rund 30 Prozent des Umsatzes außerhalb der Druckindustrie erwirtschaften.«

Die Produktpalette der Termotek AG umfasst Temperiergeräte für Laser in verschiedenen Anwendungsbereichen, hauptsächlich in der Halbleiterindustrie, bei medizinischen Geräten, Lasermarkiersystemen und Kunststoffschweißen. Gründer und Vorstandsvorsitzender Frank Dominick wird das Unternehmen, das 50 Mitarbeiter beschäftigt und im Jahr 2010 rund 7 Mio. € Umsatz erzielte, auch künftig leiten.

➤ www.technotrans.de

➤ www.termotek-ag.com

Xerox

DEUTSCHLAND WIRD EIGENSTÄNDIGE EINHEIT

Xerox verleiht dem Geschäft in Deutschland einen höheren Stellenwert und macht die hiesige Landesgesellschaft zu einer eigenständigen regionalen Einheit. Zum



neuen General Manager wurde zum 1. Januar 2011 Jo van Onsem ernannt. Mit diesem Schritt wird Deutschland

künftig direkt in der europäischen Geschäftsführung durch Jo van Onsem repräsentiert.

Xerox Deutschland gehörte bis zum 31. Dezember 2010 zur Region »Central Entity«, die zukünftig aus Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien und Luxemburg sowie, neu hinzukommend, aus den nordischen Ländern Dänemark, Finnland, Schweden und Norwegen bestehen wird. General Manager dieser Region bleibt wie bisher Erich Kirisits. Jo van Onsem ist seit mehr als 20 Jahren für Xerox in verschiedenen Funktionen tätig. Er war bereits lange Zeit in Deutschland, unter anderem als General Manager der Production Systems Group und General Manager von Xerox Global Services – dem heutigen Global Document Outsourcing Geschäft. Zuletzt war er als General Manager zuständig für das Geschäft von Xerox in den Benelux-Ländern.

➤ www.xerox.de

Schlott kämpft ums Überleben GESPRÄCHE MIT DEN BANKEN SIND GESCHEITERT

Die etwa 2.000 Mitarbeiter der Großdruckerei Schlott bangen um ihre Zukunft. Dem 1947 gegründeten Unternehmen droht das Aus. Seit mehr als zwei Jahren kämpft der Konzern gegen rote Zahlen an. Schwer zu schaffen machte der Druckerei der Untergang des Versandhauses Quelle Ende 2009, für das Schlott einen Teil des Kataloges druckte.

Schlott hatte im Herbst 2009 ein Sanierungsprogramm aufgelegt und für die Finanzierung Kredite erhalten. Da sich das Ergebnis im Geschäftsjahr 2009/10 nach Angaben von Schlott schlechter entwickelten als erwartet, haben die Banken das Recht zur Kündigung der Kredite. Sollten die Finanzpartner das Recht ausüben, wäre Schlott nicht in der Lage, die Forderungen zu bedienen. Dem Unternehmen dürfte dann die Insolvenz drohen. Gespräche mit einem potenziellen Eigenkapitalgeber waren bereits gescheitert.

In den ersten neun Monaten des vergangenen Geschäftsjahres wies das Unternehmen einen Verlust von 26,9 Mio. € aus bei einem Umsatz von 231,5 Mio. €. Das Sanierungsprogramm und der Abbau von rund 500 Stellen haben wohl nicht ausgereicht, um den Verfall der Marktpreise für Druckprodukte auszugleichen, so Vorstandschef Bernd Rose.

➤ www.schlottgruppe.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Adobe Systems und **Deloitte Consulting** haben eine Vereinbarung getroffen, nach der eine neue Generation von Anwendungen erstellt werden soll, die Leistungsfähigkeit, Reichweite und die Wirkung von Enterprise-Systemen ausweiten. • Der UV-Spezialist **Dr. Hönle AG** wurde von der Münchener Strategieberatung **MSG** auf Platz 34 der hundert erfolgreichsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands gewählt. • **Ricoh Europe** ist Ende November dem **Kofax** Global Partner Programm als Platinum-Partner und Value Added Reseller (VAR) beigetreten. • **Södra** bestätigt, dass der Preis für Langfaserzellstoff im Januar 2011 in Europa bei 950 Dollar pro Tonne konstant bleibt. •



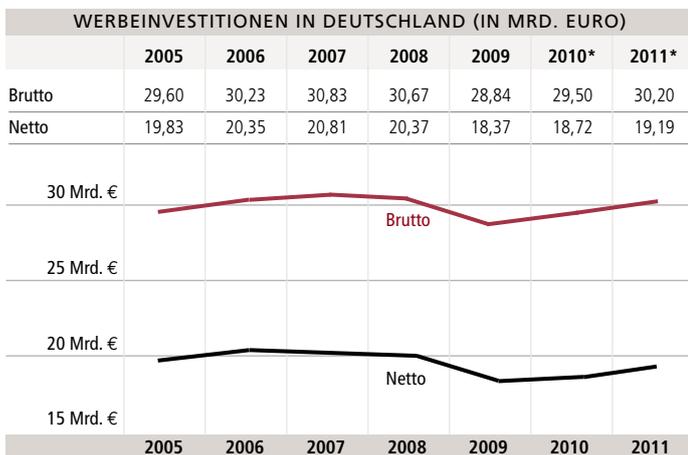
ZAW-Prognosen 2010 und 2011

AUFSCHWUNG IM DEUTSCHEN WERBEMARKT

Nach der Prognose des ZAW Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft können die Investitionen in Werbung 2011 rund 30,29 Mrd. Euro und damit ein Wachstum von 2,7% (+0,79 Mrd. Euro) erreichen. Steigt das Volumen in dem angenommenen Ausmaß, lägen die für Werbung aufgewandten monetären Betriebsmittel auf der Höhe des von den Instituten vorausgesagten Plus beim Brutto-Inlandsprodukt (BIP) von 2,5%, so die Dachorganisation der 41 Verbände der werbenden Wirtschaft, Medien und Agenturen in einem jetzt veröffentlichten Lagebericht.

2010 IN DIE GRÜNE ZONE Danach hat sich 2010 die verbesserte Lage der deutschen Volkswirtschaft in der Belebung der Werbeaktivitäten widergespiegelt. Der ZAW erwartet als Ergebnis der laufenden Betriebserhebungen ein Wachstum der Investitionen in Werbung von 2,3% auf 29,5 Mrd. Euro. Damit wäre der Sprung aus dem starken Abschwung des Jahres 2009 mit -6 Prozent in den Aufschwung gelungen. Profitiert daran haben auch die Medien als Werbeträger mit einer Steigerung ihrer Netto-Werbeumsätze von 1,9% auf 18,7 Mrd. Euro nach einem desaströsen Jahr 2009 mit -9,8% und einem Verlust von 2 Mrd. Euro Netto-Werbeinnahmen.

Die für 2011 erwartete Steigerung der Werbeinvestitionen von 2,7% über die Hürde von 30 Mrd. Euro wird den Medien davon voraussichtlich 19,19 Mrd. Euro Netto-Werbeumsatz bringen.



Quelle: ZAW; Druckmarkt-Grafik 1/2011

* Prognose

TRADITIONELLE MEDIEN BLEIBEN DOMINANT 20 Jahre nach dem Aufkommen des Internet haben laut ZAW die traditionellen Medien zwar punktuell Marktanteile an digitale Werbeträger verloren, bleiben aber in der Summe mit einem Anteil von mehr als 90% dominant. In diesem Zusammenhang verweist der ZAW darauf, dass Internet-Unternehmen wie Ebay oder Google Werbeträger wie Zeitungen, Zeitschriften, TV oder Außenwerbung benutzen, um auf ihr Angebot reichweitenstark in der Bevölkerung hinzuweisen. www.zaw.de

Aus KBA-Giori SA wird KBA-NotaSys SA

NEUER NAME FÜR DEN MARKTFÜHRER IM BANKNOTEN- UND SICHERHEITSDRUCK

Zum 1. Januar 2011 hat die in Lausanne ansässige KBA-GIORI ihren Namen in KBA-NotaSys SA geändert. 2001 hatte die Koenig & Bauer AG die Beratungs-, Vertriebs- und Entwicklungsgesellschaft für die Banknotenproduktion, De La Rue Giori, zu 100% übernommen und in KBA-GIORI umbenannt.

der Welt auf Maschinen mit der Bezeichnung Koebau-Giori-DeLaRue gedruckt.

Mit der Zugehörigkeit zu KBA wurden die Ressourcen bei der Banknotenentwicklung und der Sicherheitstechnik ausgebaut. 2009 bezog KBA-GIORI eine neue Hauptniederlassung in Lausanne, in der die 180



Der neue Name KBA-NotaSys bezieht sich auf die italienischen Firmenwurzeln, wo Nota Banknote bedeutet. ›Sys‹ soll die Systemkompetenz ausdrücken.

Anfang der 1950er-Jahre hatte Gualtiero Giori nach Erfindung des mehrfarbigen Stahlstich-Tiefdrucks (Intaglio-Druck) und des Simultan-Drucks (Trockenoffset) das auf den Banknoten- und Wertpapierdruck spezialisierte Unternehmen in der Schweiz gegründet. Fast zeitgleich begann die Partnerschaft mit KBA, bei der KBA die Konstruktion und Fertigung Stahlstich- und Simultan-druckmaschinen übernahm. Die Schweizer konzentrierten sich auf den Vertrieb, die Beratung, die Entwicklung fälschungssicherer Banknoten und die prozessübergreifende Verfahrenstechnik. Die Arbeitsteilung führte zu einer herausragenden Marktstellung: schon vor der Übernahme des Schweizer Partners durch KBA vor knapp zehn Jahren wurden gut 90% aller Banknoten in

Mitarbeiter optimale Bedingungen für Innovationen im Banknoten-Design und beim Fälschungsschutz vorfinden.

Entgegen der Meinung, die Banknote hätte im Zeitalter von Electronic Cash und Online Banking ausgedient, ist der weltweite Bedarf an neuen Banknoten in den letzten Jahren gestiegen. Neben der zunehmenden Zahl an Geldautomaten (die keine abgegriffenen oder beschädigten Scheine verarbeiten), trägt der steigende Wohlstand in vielen Schwellenländern dazu bei. Auch in der zurückliegenden Wirtschaftskrise blieb die Marktnische Sicherheitsdruck stabil, während Marktsegmente wie der Akzidenz- und Zeitungsdruck vom Konjunktur- und Wertschlagbruch hart getroffen wurden.

➤ www.kba.com



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

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.

DRUCKMARKT COLLECTION
in Kooperation
mit
value



Im Würgegriff der Rohstoffmärkte

Verbrauchsmaterialien wie Druckfarben und Papier, Druckhilfsmittel und Drucktücher werden teurer – der Energie- und Logistiksektor sorgt für weiteren Kostendruck

Auch wenn nicht überall ein solch dramatischer Preisanstieg zu verzeichnen war, werden die Preise aller wichtigen Rohstoffe in den nächsten Monaten vermutlich weiter anziehen. Dies zumindest ist die Einschätzung der Flint Group, einem der größten Hersteller in den Marktsegmenten Druckfarbe und Verbrauchsmaterialien mit einem Umsatz von rund 2,1 Mrd. €.

Rohstoffe für Drucktücher teurer

»Bei Transfer-Media-Produkten, das heißt bei Druchtüchern, metallverstärkten Drucktüchern und Sleeves, kam es in den letzten drei Jahren zu einem kontinuierlichen Anstieg der Materialkosten«, erläutert Fredrik Broman, Vice President Produktmanagement Transfer Media bei Flint Group Print Media Europe. »Nach unserer Prognosen wird sich dieser Trend fortsetzen und sich 2011 sogar noch beschleunigen, da die Nachfrage nach Kautschukpolymeren, Lösungsmitteln, Geweben und Nickel ansteigen wird«.

Die Marktpreise für Butadien, ein wichtiger Bestandteil von Gummimischungen für die Drucktuchoberfläche, sind seit Anfang 2009 um

beinahe 100% gestiegen, der Abbau von Lagerbeständen hat zu einer geringeren Verfügbarkeit geführt, die den Druck auf die Preise noch erhöht.

»Auch das von uns verwendete Gewebe für den Unterbau der Drucktücher wird seit einiger Zeit teurer«, so Broman. Die Preise für die Mischgewebe befinden sich weit über dem Niveau des Jahres 2009 und die geringeren Ernteerträge werden bis weit ins Jahr 2011 hinein zu einem erheblichen Kostenanstieg führen. Sogar synthetische Fasern steigen im Preis, da sich die Nachfrage erhöht hat und es zu ölbedingten Einflüssen auf die Preise kommt«, so Broman.

Lösungsmittel unter Druck

Zudem steigen aufgrund unerwartet hohem Marktbedarf und geringerer Raffinerie-Kapazität auch die Preise für Lösungsmittel, die bei der Herstellung von Transfer-Media-Produkten eingesetzt werden. Es wird erwartet, dass sie im Jahr 2011 noch einmal um 7% bis 12% steigen werden.

Nick Brannan, Vice President Produktmanagement Press Room Chemicals bei Flint Group Print Media Europe ist wegen der Preisprognosen für Lösungsmittel ebenfalls besorgt, da sie einen erheblichen Ein-

Die globalen Rohstoffmärkte erleben turbulente Zeiten. Und was die Rohstoffe für die Produktion von Verbrauchsmaterialien wie Feuchtmittelzusätze, Waschmittel und Drucktücher für die Druckbranche anbelangt, sind die Aussichten bestenfalls wechselhaft. In den letzten Monaten sind die Preise für viele wichtige Grundstoffe im Schnitt um 25% gestiegen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Ohne die entsprechenden Rohstoffe geht auch bei der Druckfarbenproduktion nichts mehr. Der Farbenhersteller Flint Group informiert seine Kunden seit letztem Jahr regelmäßig über die Entwicklungen am Rohstoffmarkt.

fluss auf konventionelle Drucktuchwaschmittel und Feuchtmittelzusätze haben. »Am meisten Sorgen bereiten uns die mangelnden Raffineriekapazitäten, die benötigt werden, um Rohöl in Erdölestillate umzuwandeln«, so Nick Brannan. »Wir wissen, dass die Absatzmengen vieler Chemikalien seit 2009 deutlich gestiegen sind – einige um mehr als 30%, was die Preise unter Druck setzt.«

Lösungsmittel wie Glykole und Glykolether auf Ethylen- und Propylenbasis, die als Ersatz für Alkohol eingesetzt werden, stehen ebenfalls unter Druck, da die Produktionsvolumina zu einem Zeitpunkt gedrosselt wurden, als sich der Markt gerade erholte.

Druckpuder und Feuchtmittel

Außer Lösungsmitteln nennen die Hersteller noch weitere Bereiche. Stärke, die in Druckbestäubungspudern eingesetzt wird, könnte durch eine schlechte Weizen- und Kartoffelernte in Osteuropa und eine deutlich gestiegene Nachfrage weltweit knapp werden. Hier erwartet Flint kurzfristig einen Preisanstieg von über 25%.

Gummiarabikum, das in Feuchtmittelzusätzen zum Einsatz kommt, ist

nach Aussage der Flint Group ebenfalls gefährdet, da lang anhaltende Regenfälle in den Produktionsgebieten dazu geführt haben, dass die Bäume in dieser Saison nur ein Mal anstatt zwei Mal geerntet werden können. »Hierdurch wird es zu kurzfristigen Lieferschwierigkeiten und unvermeidlichen Preisanstiegen kommen«, so Brannan.

Auch Druckfarben werden teurer

Die beispiellose Preissteigerung aller wichtigen Rohstoffe, die die Versorgungskette der Druckfarbenhersteller im Jahr 2010 geprägt hat, beeinflusst auch die Herstellungskosten von Heatset-, Coldset- und Illustrationsstiefdruckfarben.

Teilweise stiegen die Rohstoffpreise in den vergangenen sechs Monaten um mehr als 100%. Für das Jahr 2011 wird ein Anhalten dieses Trends prognostiziert. Daher kündigte Flint bereits im November 2010 eine Preiserhöhung um 22% für Verpackungsdruckfarben und Farben für schmale Rollen an, die das Pigment Violet PV 23 verwenden. Dieses sei in den letzten 12 Monaten 70% teurer geworden. Flint Group Print Media Europe hatte zum Januar 2011 Preiserhöhungen bei Heatset-, Coldset- und Illustrationsstiefdruckfarben angekündigt. Dabei

WAZU KOLOPHONIUM UND PHENOLHARZE?

Kolophonium ist ein Naturprodukt, das hauptsächlich aus Kiefern gewonnen wird. Weltmarktführer ist China mit einem Anteil von 60%, gefolgt von Brasilien als zweitgrößtem Lieferanten mit 20% und einer Reihe weiterer Länder. Nach dem Pflanzen der Bäume dauert es einige Jahre, bis das Produkt erstmals geerntet werden kann. Die Gewinnung erfolgt ähnlich wie bei Naturkautschuk, der Baum wird angeschnitten und das austretende Harz aufgefangen. Das Harz wird von kleinen Landwirten gewonnen und an Zwischenhändler verkauft, die die erworbenen Mengen wiederum an Großhändler verkaufen. Von diesen wird das Produkt entweder an eine Destillieranlage verkauft oder selbst weiterverarbeitet. Danach wird das Kolophonium meist über Händler im Ausland verkauft und kommt bei der Herstellung von Phenolharzen für Druckfarben oder bei zahlreichen weiteren Anwendungen von Parfüm bis hin zu Straßenmarkierungen und Klebstoffen zum Einsatz.



Technologien, die ohne Kolophonium auskommen, bieten noch keine adäquate Qualität und verzeichnen aufgrund erhöhter Nachfrage aus der Non-Print-Industrie einen vergleichsweise drastischen Preisanstieg.

Wozu dient Phenolharz in Druckfarben?

Phenolharze geben der Druckfarbe ihre grundlegende Eigenschaften, wie Glanz, Scheuerfestigkeit und Wegschlagverhalten. Zusammen mit Harzen auf der Grundlage von speziellen Kohlenwasserstoffen bilden sie das Trägermaterial für Pigmente.

Phenolharze sind eine Weiterentwicklung von Kolophonium, wobei letzteres mit Phenolen reagiert und dadurch ein Hochleistungsharz entsteht. Dieses wird wiederum benötigt, um den ständig steigenden Anforderungen von Druckmaschinen, Verbrauchsmaterialien und Märkten gerecht zu werden. Im Offsetdruck wirken Phenolharze als Motor des technischen Fortschritts, um Spitzenleistungen bei höchsten Druckmaschinengeschwindigkeiten zu erzielen und anspruchsvollste Qualitätsanforderungen zu erfüllen. Der Einsatz von Phenol- und Kohlenwasserstoffharzen ist unabdingbar und wird im Hinblick auf die für den Druckprozess benötigten Eigenschaften ständig optimiert.

Eine weitere Alternative für Phenolharze auf der Grundlage von Kolophonium sind Tallöl-basierende Phenolharze. In Nordamerika beispielsweise enthalten Druckfarben traditionell Tallöl-Phenolharz, das bei der Papierherstellung anfällt. Allerdings werden derzeit die Kapazitäten in der Papierherstellung (insbesondere in Nordamerika) reduziert und die Verfügbarkeit von Tallöl wird zunehmend kritisch. Deshalb ist es keine Alternative zu Kolophonium-basierten Phenolharzen.



ENDE DER KOSTENSPIRALE NICHT IN SICHT

bvdm warnt vor weiteren Belastungen durch steigende Energiepreise

Die Umlage für die Förderung erneuerbarer Energien steigt im Jahr 2011 auf 3,530 Cent pro Kilowattstunde. Dies ist eine Steigerung von mehr als 70%. Bisher hatte die Umlage noch bei 2,047 Cent pro Kilowattstunde gelegen. Für 2012 ist eine weitere Novelle des ›Erneuerbaren Energien Gesetzes‹ und damit eine weitere Belastung der Unternehmen durch die Politik geplant. »Für eine mittelständische Branche wie die Druckindustrie entwickeln sich die Energiepreise und die Förderung der erneuerbaren Energien auf Kosten der Betriebe immer mehr zu einem Parforceritt«, so Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien. Seit dem Jahr 2000 steigen die Energiepreise für gewerbliche Anlagen jährlich um etwa 4%. Auch steigende Preise für grafische Papiere belasten die Erträge der Druckunternehmen. »Dieser Kostenspirale muss ein Ende gesetzt werden«, so Deimel.

Mit der aktuellen Ökosteuerbelastung kann die Druckindustrie nicht zufrieden sein, erklärt der bvdm. Real wird sich die Steuerlast bei den Unternehmen um den Faktor 2,5 erhöhen. Die EEG-Belastung bedeutet in steigendem Maße auch eine Schwächung für den Export. Mit über 30% wird der EEG-Aufschlag ein typisches deutsches Unternehmen im Jahr 2011 belasten. Der deutsche EEG-Aufschlag von 35,30 Euro/MWh ist in dieser Größenordnung einzigartig und für die Druckindustrie im internationalen Wettbewerb besonders wettbewerbsschädlich.

Eine einseitige Förderung erneuerbarer Energien wertet der bvdm außerdem als problematisch, da dadurch Fehlanreize gesetzt würden. Die Subventionen für den Ausbau der erneuerbaren Energien verteuerten unnötig den Strompreis, ohne in gleichem Maße den Kohlendioxid-Ausstoß zu verringern. Damit erneuerbare Energien ihren Klimaschutzbeitrag erbringen können, müssten sie wettbewerbsfähig sein und langfristig ohne Förderung auskommen, fordert der bvdm.

Wesentlich bessere Ansätze leisteten dagegen eigene Initiativen der Branche wie die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände. Mit dem Klimaschutzrechner können Kunden der Druckindustrie den CO₂-Ausstoß der Druckproduktion beziffern und kompensieren lassen. Deimel: »Deutschland ist in Sachen Green Printing führend. Nun sind andere Länder gefordert.«

Dies zeige beispielsweise auch der gerade zu Ende gegangene UNO-Gipfel in Cancun. Deimel bekräftigt die Stellungnahme des Bundesverbandes der deutschen Industrie: »Wenn die EU einseitig mit ehrgeizigen Klimazielen weiter voranprescht, verliert Europa und vor allem Deutschland moderne Produktionsanlagen und Jobs, ohne den weltweiten Klimaschutz auch nur ein Stück voranzubringen.«

➤ www.bvdm-online.de



stiegen die Preise für Heatsetfarben um 0,45 €/kg, für Coldsetfarben um 0,35 €/kg und für Illustrationstiefdruckfarben um 0,40 €/kg.

»Diese Preiserhöhung wird nur teilweise die tatsächlichen Kostensteigerungen abdecken, die wir im Jahr 2010 hinnehmen mussten und die für das erste Quartal 2011 vorausgesagt werden«, erklärt Fredrik Broman. Besonders besorgniserregend sei die weiterhin unbeständige Situation bei Kolophoniumharzen. Im letzten Jahr war Kolophonium einem ständig steigenden Preisdruck ausgesetzt. Kolophonium ist ein wesentlicher Grundstoff für Phenolharze, die zur Herstellung von Druckfarben (Heatset, Illustrations-Tiefdruck, Coldset und Bogenoffset) verwendet werden.

»Aktuell liegt der Preis bei 2.500 US-Dollar je Tonne. Betrachtet man die Preisentwicklung der letzten 30 Jahre, stellt dies zwar nicht den absoluten Höchstwert dar, jedoch lagen die Marktpreise im letzten Jahrzehnt mehr oder weniger stabil bei etwa 800 Dollar pro Tonne. Es scheint so, als würden sich die Preise auf dem aktuell hohen Niveau einpendeln. Für Einkäufer stellt sich die Lage schwierig dar – wir müssen einerseits auf Termin kaufen und andererseits genügend Ware vorhalten, um lieferfähig zu bleiben.«

Preisentwicklung wird sich kaum entspannen

Dieses Szenario deckt sich mit der allgemeinen Preisentwicklung aller Rohstoffe, die bei der Produktion von Verbrauchsmaterialien für die Druckbranche eingesetzt werden, und es gibt leider keine Anzeichen dafür, dass sich diese Situation in absehbarer Zeit entspannen wird.

Die Herausforderung für die Hersteller besteht in der Sicherstellung der Versorgung. Ernteaussfälle, geringe Lagerbestände und gestiegene Nachfrage außerhalb der Druckfarbenindustrie, verursachen Schwierigkeiten bei den Herstellern von Phenolharzen und haben somit auch Auswirkungen auf die Druckfarbenhersteller.

Phenolharzhersteller stehen vor der Herausforderung, ihre Versorgung mit Kolophoniumharz sicherzustellen. Sie müssen die Kostensteigerungen weitergeben, da sonst einige diesen Preiskampf nicht überleben oder zumindest ihre Produktion solange einstellen müssten, bis sich die Situation wieder entspannt hätte. Zurzeit gibt es keine Anzeichen für eine Verbesserung und es steht zu befürchten, dass sich dies auch in den nächsten sechs bis neun Monaten nicht ändern wird.

Zudem gab es einen schweren Einbruch in der Pigmentversorgung,



Nicht nur steigende Zellstoffpreise (hier ein Teil des Zellstofflagers bei der Ziegler Papier AG) sind für die Papierindustrie zum Problem geworden. Auch die Energie- und Logistikkosten machen das Leben für die Papierfabriken nicht einfacher.

weil in China und Indien viele Hersteller den Markt wegen strengerer Umweltauflagen verlassen haben. Das betrifft insbesondere blaue, gelbe und rote Pigmente.

Papierbranche im Wandel

Doch damit nicht genug. Die Papierindustrie beklagt den höchsten Produktionseinbruch seit der Ölkrise 1975 im Jahr 2009. Insgesamt sank alleine in Deutschland die Jahresproduktion von Papier, Karton und Pappe um 8% auf rund 21 Millionen Tonnen. Speziell grafische Papiere gingen um 13% zurück. Angesichts des Anteils von 44% an der Papierproduktion ein heftiger Einbruch. Dennoch blieb die deutsche Papierindustrie im weltweiten Vergleich die Nummer vier – nach den USA, China und Japan – und in Europa die Nummer eins.

Dabei müssen sich die Papierhersteller trotz leichter Aufschwungtendenzen weiterhin auf große Veränderungen einstellen. Entwicklungen, die größtenteils nicht in den Unternehmen selbst aufgefangen werden können, treffen die Branche und führen zu Preiserhöhungen. Am härtesten waren wohl die drastischen Kostenerhöhungen für Rohstoffe wie Zellstoff und Chemie, die sich bereits ab Mitte 2009 einstellten.

Alleine der Preis pro Tonne Zellstoff verteuerte sich innerhalb eines Jahres um 260 €, das heißt um über 50% bis September 2010. Deutliche Kostentreiber sind zudem in den Bereichen Logistik und Vertrieb zu sehen. Langfristig können zudem die steuerlichen Mehrbelastungen im Energiebereich nicht mehr alleine von den Herstellern geschultert werden.

Obwohl innerhalb der letzten zwölf bis 15 Monate seitens der Papierindustrie Betriebsstätten mit mehr als einer Million Tonnen Produktionskapazität im gestrichenen Bereich endgültig geschlossen wurden, werden auch künftig Kapazitätsanpassungen der Industrie zu erwarten sein. Dies ist auch bei der nun anstehenden Übernahme von Myllykoski durch UPM abzusehen. Mit einer Verknappung der Kapazitäten werden die Papierhersteller versuchen, die Preise weiter zu erhöhen.

Welche Folgen diese Pressteigerungen auf breiter Front haben werden, ist abzusehen. Die Druckereien werden die höheren Preise nur in Ausnahmefällen an ihre Kunden weitergeben können und in der Folge einen weiteren Margeneinbruch erleben.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Seit Januar 2011:
Alle 14 Tage!

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.



In der Defensive

Stehen Rollenoffsetdrucker bald vor dem gleichen Problem wie der Tiefdruck?
Eine Analyse der Marktsituation

Sorge macht allerdings die Handwerkslichkeit, mit der den Marktveränderungen entgegengewirkt wird. Vor allem technische Lösungsversuche stehen im Vordergrund. Klammert man strategische Sichten aus, liefern die Fakten ein eklatantes Marktproblem – aber keinesfalls ein technisches. Trotzdem stellten manroland und GOSS auf der drupa 2008 jeweils ihr eigenes Konzept für eine 96-Seiten Offset-Rotation vor – in Tiefdruckdimensionen, wie manroland bekräftigt. Aber wem nützt dieses Wettrüsten der Rotationen? 4,32 m und 2,86 m sind Zylinderbreiten aus Tiefdruck und Rollenoffset. Sind das die Antworten auf einen stagnierenden Markt, in dem Drucker zum Preisdumping erniedrigt werden?

Rückläufige Märkte

Wie lange dieses Match noch dauern soll, ist offen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht wird es immer mehr zum Nullsummenspiel für Drucker. Oder anders: Wie kommt bei geschrumpfter Auflage und häufigem Formwechsel eine Highspeed-Anlage auf ihre Maximalleistung? Kaum steht der Passer, ist die Auflage durch und der nächste Form-

wechsel steht an. Das ist sehr viel Geld für ein paar Minuten volle Leistung.

Was erwartet uns, wenn wegen rückläufiger Aufträge kein Wachstum mehr zu schaffen ist? Denn aus der Sicht der Publikationsmärkte hat technische Innovation ein völlig anderes Gesicht, als das wirtschaftlich zweifelhafte »größer-breiter-schneller« des Maschinenparks.

Drucker haben ein Marktproblem, kein Maschinenproblem. Verleger, Redaktionen und Marketingleute entscheiden sich immer klarer für den Mix unterschiedlicher Vertriebskanäle aus Print und digitalen Zugriffen. Das heißt, die Verlage müssen mehrgleisig fahren und alle Medien nutzen. Print wird nämlich nicht mehr ausschließlich, sondern partiell und nach Marktbedürfnis eingesetzt.

Gut, aber die falsche Richtung

Theodor Bayard, Drucksachverständiger und langjähriger Akteur in einer deutschen Verlagsdruckerei widerspricht dem, was Tiefdrucker in der Vergangenheit unmissverständlich gefordert haben: großvolumige, überbreite Maschinen. Ziel: niedrige Stückkosten. Sein Statement (im Druckmarkt 54, Mai 2008) ist eine schallende Ohrfeige für das Aufrüsten. Zitat: »Die Entwicklung im Illus-

Das ist keine Zeit zum Jubeln. Weder für den Tiefdruck, noch für den Rollenoffset. Dennoch ist es auch noch nicht die Büchse der Pandora, die sich in unheilbringender Weise über das Print-Business ergießt. Aber viele Fragen zu den Auswirkungen eingedampfter Auflagenhöhen und Seitenumfänge blieben bisher unbeantwortet.

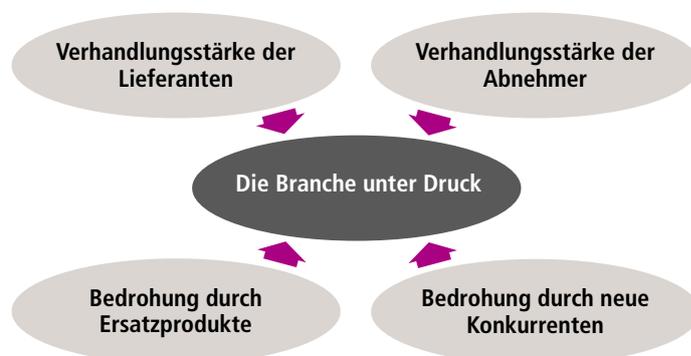
Von Rudolf Zeinhofer



Der hier publizierte Beitrag basiert auf einer Analyse von Rudolf Zeinhofer aus dem Jahr 2008 und wurde nur in wenigen Passagen aktualisiert.



Nach dem Porter-Modell wird die Branchenrentabilität durch bestimmende Wettbewerbskräfte beeinflusst.



trations-Rollentiefdruck zu immer größer, breiter und schneller: ist eine großartige Ingenieurleistung, aber ein Schritt in die falsche Richtung.« Deutlich genug.

Größer, breiter, schneller bringt sicherlich sinkende Stückkosten, zeigt aber im Gegenzug seine brutale Wirkung in der Preispolitik. Wenn es die Linearität zwischen Produktivitätssteigerung und sinkenden Marktpreisen gibt, dann nur zu Gunsten der Kunden.

Wie werden Drucker überleben? Werden sie überhaupt? So, wie es derzeit aussieht, kann man davon ausgehen, dass der Niedergang einiger nicht mehr zu verhindern ist. Das Kalkül, mit sinkenden Stückkosten und hohen Ausstoßraten kostendeckende Umsätze und erträgliche Renditen einzufahren, geht so nicht auf. Marktmacht und Preisdruck der Kunden sind zu stark.

Vielleicht ist das mit einer der Gründe, warum sich KBA im Herbst 2007 aus dem Segment Tiefdruck verabschiedet hat? Den Rückzug und Verkauf an Mitstreiter Cerutti registrierte die Branche mit Betroffenheit. Nicht zuletzt deshalb, weil Patente und Know-how gleich mit dazu gepackt wurden, als seien sie ohnehin nichts mehr wert. Ein Abschied vom Tiefdruck, weil nichts mehr geht?

Only the strong survive

Dr. Anders Bjurstedt, ehemaliger Generalsekretär der ERA (European Rotogravure Association e.V.), hat in seiner Dissertation die Thematik Tiefdruck vs. Offset-Rolle akribisch aufgerollt. Die Arbeit birgt mehr Sprengstoff, als es unserer Branche angenehm sein kann. Es geht um die »Vertreibung aus dem Paradies«. Das klingt hart und ist es auch. »Only the strong survive« oder die Flexibelsten und einige Cleverle. Das Wettrennen zwischen Tiefdruck und Heatset-Offset ist danach eine technische Profilierung der Maschinengiganten. Ob die so genannten Innovationen ihren Weg zum Drucker überhaupt noch finden können, wird sich in der investitionslastigen Printbranche noch zeigen.

Bisher jedenfalls ist nirgendwo zu sehen, dass das Verbraucherverhalten der Industrie und gesellschaftliche Trends in den Auswirkungen auf das Printgeschäft systematisch erfasst und analysiert werden. Der Blick auf die Kundenbedürfnisse des Publikationsmarktes ist offensichtlich nicht opportun oder zumindest nicht im Bewusstsein der Lieferanten gelandet – an ihrer Produktpolitik ist Weitblick nicht erkennbar. Denn woher sollen Druckaufträge in einem stagnierenden Markt kommen?

Wird der qualitativ hochwertige Tiefdruck als »Fast food« der Printbranche geopfert? Bereits vor fast zehn Jahren zeichnete sich schon deutlich ab, welche brisante Entwicklung auf den Tiefdruck zukommt. Damals offenbarten die Fakten einer Vergleichsstudie bereits aufziehende Gewitterwolken. Bjurstedts »Tsunami-Warnungen« wurden von der Tiefdruck-Community in den Wind geschlagen. Ignoranz, Arroganz? Im anglo-amerikanischen Ökonomie-Vokabular findet sich eine Bezeichnung dafür: »Business Blindspots« oder das Unvermögen von Managern, Entwicklungen erkennen zu wollen. Dies beschert der Wirtschaft eine vergleichbar vernichtende Wirkung wie ein Tsunami in seiner Zerstörungskraft – nur nicht ganz so schnell.

Dieser Tsunami ist seit 2008 da und der Markt zeigt Wirkung: die apokalyptisch anmutende Insolvenz von Quebecor World nach dem gescheiterten Merger mit Roto Smeets in den Niederlanden, die Kapazitätsreduzierungen bei Polestar in Großbritannien, der Wegfall von einigen hundert Arbeitsplätzen bei Schlott, Schließungen bei Prinovis, Bauer und Burda, das Aussteigen von Ringier aus dem Tiefdruck und vieles mehr in diesem Segment sind seit Jahren Warnsignale.

Überkapazitäten, Preisverfall, gestiegene Energie- und Rohstoffkosten wurden und werden als die Schuldigen ausgemacht. Sie haben aber nur einen marginalen Anteil an der Problematik im »High-Volume-Printing«.

Wer im Printgeschäft nichts verändert, wird verändert, so die knappe Formel.

Verhandlungsstärke der Kunden

Bislang ist die Verhandlungsstärke der Kunden ungebrochen und Preiserhöhungen in weite Ferne gerückt. Deshalb noch einmal: Drucker haben ein Marktproblem, kein Maschinenproblem. Ohne Kreativität im und um das Printprodukt wird sich das auch nicht ändern.

Die Verhandlungsstärke der Kunden steigt, je heftiger am Stückpreis gesägt wird. Produktivitätsvorteile aus »größer-breiter-schneller« können die Printpreise nicht mehr positiv beeinflussen. Dazu ist es zu spät. Im Kommunikationsmix der Vermarkter sind TV, Internet, Handy und Multimedia fester Bestandteil ihrer Marktführung.

Die Marktmacht der Kunden im Printgeschäft kann mit reinem Preisdumping jedenfalls nicht gebrochen werden, weil sie:



BREAK-EVEN-GRÖSSEN TIEFDRUCK VS. ROLLENOFFSET

Seitenzahl	Maschinentyp	Break-even (Auflage)
64 Seiten	32 Seiten	225.000 Exemplare
64 Seiten	64 Seiten	550.000 Exemplare
96 Seiten	48 Seiten	95.000 Exemplare
96 Seiten	64 Seiten	150.000 Exemplare

ZEITSCHRIFTEN-AUFLAGEN DEUTSCHLAND (2002/2003)

Auflage	50.000 - 200.000	200.000 - 500.000	500.000 - 1 Mio.	> 1 Mio.
Total	67%	15%	8%	5%
Rollenoffset	78%	15%	4%	2%
Tiefdruck	10%	42%	27%	20%

- das europäische Print-Szenario sehr gut kennen,
- wissen, wer produktivere Maschinen hat und darauf druckt ,
- ihre Zahlungswilligkeit fließend neuen Bedingungen anpassen.

Damit ist der Traum von überlebensfähigen Gewinnmargen schon ausgeträumt.

Aber anders gefragt: Entsteht hier nicht eine grandiose Herausforderung für Drucker, neue Ideen in Geschäftsprozesse zu investieren? Was kann Print, was TV, Internet und Handy nicht können? Das pure Drucken reicht kaum mehr aus, erträgliche Renditen zu erwirtschaften. Den Verkauf im Tiefdruck beeinträchtigen zudem verschiedene Faktoren wie

- der Preisdruck durch Überkapazitäten, durch hochvolumige Seitenkapazitäten (überbreite Maschinen),
- das Erstarken der Heatset-Offset-Rollen mit Kostenvorteil in der Vorstufe,
- niedrige Auflagen, geringe Umfänge und Short Runs.

Die Bedrohung von Printprodukten durch Ersatzprodukte oder die Fragmentierung der Märkte, wie wir es im Segment Zeitung verfolgen, bestehen auch im Illustrationsdruck. Dass auch neue Konkurrenten in die angestammten Print-Märkte eindringen, wird schon lange nicht mehr ausgeschlossen: e-Books oder Internet-taugliche Reader werden das Leseverhalten und den Medienkonsum verändern. Und das nicht zu Gunsten des Mediums Print.

Tiefdruck ohne Gegenwehr

Die Break-even-Analysen von Dr. Bjurstedt sind aus der Sicht des Tiefdrucks insofern erschreckend, weil der Offset seinen Siegeszug ohne jegliche Gegenwehr aus dem Tiefdrucklager antreten konnten. Der Rollenoffset ist einfach durchmarschiert.

Ernüchtert stellt jetzt die Tiefdruckgemeinde fest, dass sie erst wieder bei Umfängen über 64 Seiten wettbewerbsfähig ist. Und bei Auflagen im Zeitschriftensektor drehen die Objekte kaum über 200.000. Hinzu kommen Short-Runs und Split-Editions, Aufträge mit kurzen Laufzeitanteilen und häufigen Zylinderwechseln treffen den Tiefdruck an seiner schwächsten Stelle: der Zylinder-

herstellung. Denn in der Druckformherstellung ist der Rollenoffset uneinholbar.

Markant erscheint beim Vergleich 64 zu 64 die 550.000er Grenze, ab der der Tiefdruck seine Vorteile geltend machen kann. Kaum ein anderes Produkt als Kataloge bewegt sich in Auflagen jenseits der 500.000, neben den ganz großen Publikumszeitschriften natürlich. Und gerade Kataloge stehen derzeit kräftig unter Beschuss.

Offset marschierte durch

Von 1987 beziehungsweise 1991 bis 2006 nahm der Tiefdruck eine verhaltene, der Heatset-Offset aber eine durchschlagende Entwicklung. Im Tiefdruck hat sich die Zahl der Betriebe nahezu halbiert. Während die Maschinenanzahl um 37% sank, erhöhte sich der Papierdurchsatz in Europa um 16% auf über 5 Mio. Tonnen (t). Der Grund sind großvolumige Maschinen. Der Papierdurchsatz pro Betrieb stieg um über 100%, der an der Maschine um mehr als 80%. Rasanter als der Tiefdruck entwickelte sich dabei das Offset-Rollen-geschäft. Analog zur vorigen Betrachtung nahm die Anzahl der Standorte um 5% ab, jedoch stiegen die Installationen um 21% mit spürbarer Wirkung. Der Papierdurchsatz kletterte um 184% auf nahezu 8 Mio. t, der je

Standort um 200% und jener an der Maschine um 150%.

Die Investitionen in Deutschland konzentrierten sich auf die Jahre 1990 bis 2000. Alleine in dieser Zeit wurde der deutsche Heatset-Offset-Rollenmarkt um etwa 200 Maschinen angereichert. Dabei sind über 45% der Heatset-Rollen in Europa noch 16-Seiten-Maschinen.

Kampfansage an den Tiefdruck

Kann eine Kampfansage an den Tiefdruck überhaupt noch deutlicher ausfallen? Zum einen stagnieren die Printmärkte, zum anderen verschiebt sich das Volumengeschäft auf niedrige Auflagen und geringere Umfänge. Short-Runs erschweren dem Tiefdruck zusätzlich das Geschäft. Der auf Massenproduktion getrimmte Publikations-Tiefdruck genügt heute nur mehr in Ausnahmen den stark reduzierten Auflagenhöhen und Seitenumfängen. Größer, breiter, schneller, verkommt zur Historie und zehrt an den Deckungsbeiträgen. Die immer härter werdenden Marktbedingungen inflationieren modernste Drucktechnologie – sowohl im Tiefdruck als auch bei den Offsetrollen.

In beklemmender Weise platziert sich der Tiefdruck im Auflagen-Cluster unter 200.000 bis 500.000 genau



TIEFDRUCK IN EUROPA						
	1987		2006		Differenz	
	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen
	92	367	53	233	-42%	-37%
Papier (in 1.000 t)						
Gesamt	4.355		5.040		+16%	
Papier je Betrieb	47		95		+102%	
Papier je Maschine	12		22		+83%	

Im Tiefdruck hat sich die Zahl der Betriebe nahezu halbiert. Während die Maschinenanzahl um 37% sank, erhöhte sich der Durchsatz in Europa um 16% auf über 5 Mio. t. Der Papierdurchsatz pro Betrieb stieg um über 100%, der an der Maschine um mehr als 80%.

im kritischen Break-even mit 42% Anteil und befindet sich damit in einem Wettbewerbssegment, in dem der Offset seine Stärken unangefochtenen ausspielen kann. 67% der Zeitschriften-Produktion in Deutschland liegen im Auflagensegment von 50.000 bis 200.000 Exemplaren. Bei Web-Offset liegt der Anteil in deutlichem Abstand gegenüber den anderen Auflagen-Clustern bei 78%, der Tiefdruck mit 10% erneut in der Domäne des Web-Offset. Beste Voraussetzungen also für Rollenoffset, weiter an Boden gut zu machen, denn die Seitenumfänge sind ebenfalls rückläufig. Werbeeinnahmen aus dem Anzeigengeschäft gehen damit verloren.

Die Auswege aus diesem Verdrängungs-Szenario sind nicht sehr vielseitig. Der Griff der Manager zur Kostensäge kann vielleicht Schlimmeres verhindern, zumal der Printmarkt – so wie er zur Zeit ist – nicht wächst. Mit Downsizing nehmen die Großen Kapazität aus dem Markt: das heißt auch Personalabbau. Aber: auch wenn der Tiefdruck unter erheblichem wirtschaftlichen Druck steht, sollte das nicht von einer weiteren fatalen Folge des Rollen-Wettrennstens ablenken. Die Offset-Rolle befindet sich mit der Attacke auf den Tiefdruck auf dem gleichen Pfad.

Markt schlägt Technik

Seit langem schon wurden spürbare Marktveränderungen auf dem Printsektor verschlafen. Etwas seltsam, da professionelle Frühwarnsysteme die Marktbewegungen wesentlich früher erkennen können und so die Bedrängnis des Tiefdrucks hätten verhindern oder zumindest lindern können. Sarkastisch ausgedrückt zählt nur die Technik und nicht das Marktpotenzial. Das mag für Techniker zwar aufregend sein, aber zahlungswillige Kunden bestimmen nun einmal das Marktvolumen und nicht umgekehrt.

Genau dieses Denken beschert den Kunden ihre Verhandlungsstärke, während Drucker über den Preiskannibalismus jammern und überall Schuldige finden, nur nicht bei sich selbst. Überwiegend sind es Denkfehler und Fehleinschätzungen mit ihren unerwünschten Nebenwirkungen. Hier hilft weder Arzt noch Apotheker. Niemand ist frei von Fehlscheidungen. Es geht nicht um Schuldzuweisungen, sondern einzig und allein darum, wie mit einer geradezu naiven Technik-Glorifizierung versucht wird, Marktgesetze auszuhebeln. Darin steckt die eigentliche Tragik des Tiefdrucks, weil die Entwicklung der Märkte offensichtlich nicht mehr verstanden wird. Das einzig Verständliche zur

HEATSET-ROLLENOFFSET IN EUROPA						
	1991		2006		Differenz	
	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen	Betriebe	Maschinen
	555	1.247	526	1.509	-5%	+21%
Papier (in 1.000 t)						
Gesamt	2.800		7.950		+184%	
Papier je Betrieb	5		15		+200%	
Papier je Maschine	2		5		+150%	

Rasanter als der Tiefdruck entwickelte sich das Offset-Rollengeschäft. Die Anzahl der Standorte nahm um 5% ab, jedoch stiegen die Installationen um 21%. Der Papierdurchsatz kletterte um 184% auf nahezu 8 Mio. t, der je Standort um 200% und jener an der Maschine um 150%.

Zeit ist das Füllen installierter Kapazitäten zu Dumpingpreisen. Freude macht das niemandem.

Sich neu erfinden

Per Saldo ist der Tiefdruck nur eingeschränkt in die Lage, sich gegen die Offset-Phalanx zur Wehr zu setzen. Doch der Tiefdruck steckt noch in einem weiteren Dilemma. Erstens hat er kein aktives Marketing, zweitens hat seine geschlossene Interessengemeinschaft nichts bewegt, was dem Illustrations-Tiefdruck Stärkung verspricht. Drittens ist Maschinengigantismus weder Weg noch Ziel, Wirtschaftlichkeit schon. Der Inhalt entscheidet über den Weg der Verbreitung von Wort, Bild und Ton. Mit der Trennung zwischen Hardware (der Druckmaschine) und Software (Content) entscheiden Verleger und Marketer über die Vertriebskanäle von Print, Internet, TV, e-Book etc. Druck wird situationsbezogen eingesetzt.

Druckereien entscheiden eigenverantwortlich über ihr Geschick und ihren wirtschaftlichen Erfolg: mit dem Part des Druckens. Deshalb kommt sie an fundamentaler Strategiearbeit nicht mehr vorbei, wenn sie für einen langfristigen Marktplatz sorgen will. Das Print-Szenario wird gründlich durcheinander ge-

würfelt, wobei das Verweilen in alten Denkmustern den Erfolg verhindert.

Konkurrenten zu bekämpfen ist ausweglos. Es verschlingt Geld, verschleißt Mitarbeiter, vergrault Kunden, bringt minimale Renditen oder Verluste. Wer sich auf den Konkurrenzkampf einlässt, hat meistens schon verloren. Er verhindert konstruktive Kräfte im Unternehmen. Die werden aber dringend benötigt, denn die Druckerei ist trotz vieler Hindernisse immer wieder in der Lage, für sich genügend Differenzierung zu schaffen. Will sie weiterleben, gibt es dazu ein Credo: Die Druckerei muss sich neu erfinden. Sie muss es tun, um nicht im Kampfgewühl der Marktverdrängung stecken zu bleiben.

Dazu sind Ideen notwendig. Was die Menschen noch brauchen, ist Professionalität zum Erkennen und Befriedigen unerfüllter Kundenbedürfnisse. Das ist ihre größte Chance, mit Print erfolgreich zu werden. Die Investition in Maschinen ist dann nur noch eine logische Konsequenz, wenn sie strategisch zum Unternehmen passt.

➤ zeinhofer@zemacon.de

bvdm

VERGLEICHBARE FARBWIEDERGABECHARAKTERISTIKA

Die für den Druck mit nichtperiodischen Rastern vorgesehenen ICC-Profile der ECI beziehungsweise die entsprechenden Fogra-Charakterisierungsdaten können auch für den Druck mit Feinstrastern und mit Hybridrastern verwendet werden. Dies empfiehlt der Bundesverband Druck und Medien nach einer vom ihm angeregten Untersuchung der Fogra. Deren Ergebnisse zeigen, dass die genannten Rastertypen vergleichbare Farbwiedergabecharakteristika aufweisen.

Harry Belz, zuständig für Offsetdruck im bvdm, weist aber auf einen wichtigen Unterschied hin: »Feinst- und Hybridraster zeigen im Druck Tonwertzunahmen, die um bis zu ca. 6% unterhalb derjenigen der nichtperiodischen Raster liegen. Diese Differenzen können in den meisten Fällen durch eine geeignete Korrekturkennlinie im CTP-RIP ausgeglichen werden.« Sehr starke Tonwertkorrekturen führen, so Belz, jedoch manchmal zu Problemen in Verläufen (Stufenbildung). Ob das der Fall ist, sollen Anwender durch Abdrucken einer geeigneten Testform überprüfen. Abhilfe kann unter Umständen ein Verzicht auf die Linearisierung der Druckplattenausgabe schaffen. Bleibt das Problem trotzdem bestehen, ist für den jeweiligen Feinst- beziehungsweise Hybridraster eine individuelle Charakterisierung und Profilierung auf Basis der im Betrieb ermittelten Druckkennlinie erforderlich. Der bvdm hat zur Thematik einen Überblick über die zum Druck mit nichtperiodischen, Feinst- und Hybridrastern angebotenen ICC-Profile der ECI und die entsprechenden Fogra-Charakterisierungsdaten veröffentlicht.

➤ www.bvdm-online.de

X-Rite

INKFORMULATION UND COLORQUALITY VERSION 6

X-Rite hat die Verfügbarkeit der Software-Pakete InkFormulation und ColorQuality Version 6 bekannt gegeben. InkFormulation wurde für Druckereien entwickelt, die eigene Farben herstellen, und ermöglicht die schnelle, präzise und konsistente Farbzuweisung sowie das Erstellen, Speichern, Freigeben und erneute Laden der Rezeptur von Offset-, Flexo-, Tief- und Siebdruckfarben. InkFormulation 6 und Color-



Quality 6 erhöhen die Flexibilität beim Management von Rezepturen und Farbspektren, optimieren die Arbeit mit den Grundstoffen, ermitteln automatisch die richtige Schichtdicke und tragen zur Vermeidung von gefährlichen Abfällen bei. Dank eines durchdachten Berechnungsalgorithmus, der eine bessere Einschätzung des Verhaltens der Farbe auf verschiedenen Bedruckstoffen ermöglicht, ist InkFormulation 6 in der Lage, basierend auf Druckprozess, Druckfarbe, Lichtart, Pigmentpreisen sowie Anzahl der zu verwendenden Komponenten und Materialien die optimale und kostengünstigste Rezeptur zu ermitteln. Mit reproduzierbaren Ergebnissen auf einer breiten Palette von Bedruckstoffen und für zahlreiche Schichtdicken, einschließlich bei transparenten Farbschichten und Metallic-Substraten, unterstützt InkFormulation 6 die Druckereien bei der Beschleunigung des Workflows der Farbzuweisung. Die Restfarben-Verwaltung, die ebenfalls in InkFormulation 6 enthalten ist, erlaubt noch während der Zuweisung die Wiederverwendung von Restfarben.

➤ www.xrite.com

WoodWings

AUTO MOTOR UND SPORT AUF DEM IPAD

Die iPad App Auto Motor HD sowie die iPad-Ausgaben des im Verlag Motorpresse erscheinenden Magazins auto motor und sport wurden mit WoodWings Tablet Publishing-Lösung, den WoodWing Digital Magazine Tools, kreiert. auto motor und sport erscheint bereits seit 1946 und ist eine echte Instanz unter den deutschsprachigen Automobilzeitschriften.

Die iPad App bietet unterschiedliche



Layouts für das Hoch- und Querformat des iPads – im Hochformat liegt der Schwerpunkt auf dem Text, im Querformat werden die Inhalte in ausgezeichneter Typografie und angereichert mit multimedialen Elementen attraktiv präsentiert. Umfassende tabellarische Inhalte wie etwa die Testergebnisse werden über scrollbare Elemente übersichtlich präsentiert. Bildergalerien und weiterführende Inhalte können leserfreundlich über Hotspots aus der aktuellen Seite heraus aufgerufen werden. Links ins Web ermöglichen den Zugriff auf www.auto-motor-und-sport.de, tagesaktuelle Informationen rund um das Auto liefert der integrierte Newsfeed.

➤ www.woodwing.com

Cleverprinting

VERÖFFENTLICHT DIGITALEN FARBATLAS FARBWELTEN-APP

Das Cleverprinting-Farbwelten-Handbuch hat seit seinem Erscheinen im Jahr 2009 viele zufriedene Anwender gefunden. Die Kombination aus Farbmusterbuch und Farbthemen bietet dem Anwender nicht nur Farbwerte, sondern auch kreative Farb-Ideen. Das Handbuch beinhaltet über 1.000 Farben, die in passenden Gruppen zusammengefasst sind und Designern so eine intuitive Farbsuche ermöglichen.



Die Cleverprinting-Farbwelten gibt es jetzt auch als App für das iPad. Die Farben sind dabei sortiert nach Gruppen und Themen, alle bezeichnet mit Namen, sRGB- und CMYK-Werten. Ein Farbindex mit hunderterten von Rot-, Orange-, Gelb-, Grün-, Türkis-, Blau-, Cyan-, Braun-, Grau-, Schwarz- und Weiß-Tönen ermöglicht einen hervorragenden Überblick über Farb-Nuancen und -Abstufungen.

Eine Demoversion mit 10 Farbsets ist kostenlos im App Store erhältlich, die Vollversion ist für nur 4,99 Euro erhältlich.

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



DirectSmile

NEUER SERVER FÜR BILDPERSONALISIERUNG

DirectSmile, Anbieter von Software-Lösungen für personalisiertes crossmediales Marketing und variablen Datendruck, hat den DirectSmile Image Server auf den Markt gebracht. Das System ermöglicht hochvolumige Bildpersonalisierungen für wirksames Direktmarketing und personalisierte Produkte.

Streamline NX von Ricoh DOKUMENTENMANAGEMENT IM GRIFF

Ricoh Europe hat eine All-in-One-Anwendung für das Dokumentenmanagement vorgestellt, mit der erhebliche Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen erreicht werden können. Streamline NX fasst Anwendungen für Mitarbeiter und Administratoren sowie Scan-, Druck- und Verteilungsprozesse in einer Suite zusammen.

Samsung KLEINSTE MONO-LASER-DRUCKER DER WELT

Mit lediglich 34,1 x 22,4 x 18,4 cm und einem Gewicht von nur knapp über vier Kilogramm passen die Samsung-Modelle ML-1860 und ML-1865 Geräte bequem ins Regal. Schnelles Drucken mit bis zu 18 Seiten pro Minute bei einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi bietet gute Voraussetzungen auch für den Einsatz unterwegs.

manroland GEOMAN DRUCKT BRASILIENS AUFLAGENSTÄRKSTE ZEITUNG

Jetzt sind alle großen brasilianischen Zeitungen manroland-Produkte: Die jüngste Investition, die Geoman bei Sempre Editora, läuft seit September 2010 und druckt die Tageszeitungen »O Tempo« mit einer Auflage von 60.000 Exemplaren und Brasiliens auflagenstärkste Zeitung »Super-Noticia« mit bis zu 360.000 Exemplaren.

OKI setzt auf Cloud Printing VEREINBARUNG MIT CORTADO UNTERZEICHNET

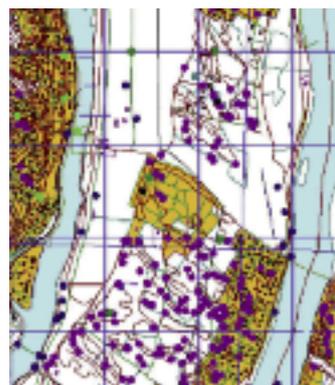
OKI Printing Solutions setzt Anregungen seiner Kunden um und ebnet diesen den Weg in die Cloud. Im Rahmen eines Agreements mit dem Anbieter von Cloud Printing-Lösungen, Cortado, bietet OKI die Möglichkeit, über die bestehende Unterstützung von Private Cloud Printing wie e-Mail-Druck, Web-Print und Internet Printing Protokoll hinaus, weltweit über mobile Endgeräte wie Smartphones, Tablet-PCs oder Netbooks, Dokumente ohne eigenes Output-System auszudrucken. Dazu wurden sämtliche OKI-Treiber in die Applikation Cortado integriert. Um auch bei mobil ausgelagerten Druckaufträgen eine hohe Ausgabequalität zu gewährleisten, sind bestmöglichen Treibereinstellungen vorgenommen worden. Cortado Workplace ist als kostenlose App für das iPad verfügbar und ermöglicht das Drucken ohne Umwege über einen Rechner. Neben dem iPad werden alle anderen iOS-Geräte sowie Android-, BlackBerry- und Nokia-Smartphones unterstützt.

➤ www.oki.de

manroland

AUSERGEWÖHNLICHER LANDKARTENDRUCK MIT ROLAND 900

Seit 2001 obliegen Produktion und Pflege des militärischen Kartenwesens in Ungarn der Kartierungsgesellschaft des Verteidigungsministeriums. Sie ist ein vom Verteidigungsminister eingerichtetes Nonprofitunternehmen auf der Grundlage des ehemaligen militärischen Kartierungsinstituts. Die wichtigste Funktion der Gesellschaft ist die Erfüllung der staatlichen Anforderungen an grundlegende Kartierungsaufgaben unter der Verantwortung des Verteidigungsministeriums. Zu den vorrangigen Aktivitäten der Gesellschaft mit 160 Mitarbeitern, von denen 40 im Druckgeschäft sind, zählen die Produktion und die Bereitstellung von staatlichen topografischen



Landkarten sowie von Landkarten zu militärischen Themen und Datenbanken. 1919 gegründet, hat sich das Budapester Druckhaus die sehr spezifische traditionelle Landkartenproduktion über viele Jahre hinweg bewahrt. Mit ihren Vierfarb- und Sechsfarb-Bogenoffsetmaschinen von manroland im Format 700 x 1.000 mm beziehungsweise 880 x 1.260 mm erfüllt die Gesellschaft die höchsten Qualitätsstandards. Seit ihrer Gründung arbeitet die Kartierungsgesellschaft des Verteidigungsministeriums mit manroland-Druckmaschinen – eine sehr erfolgreiche Tradition. Die Sechsfarben Roland 900 wurde 2002 angeschafft. Seit 2003 druckt sie Landkarten, Atlanten, Plakate (unter anderem auch in Übergrößen), Bücher, Booklets, Broschüren, Periodika, 3-D-Plastiklandkarten etc. auf Papier, Karton und thermoplastischem Material. Das Unternehmen arbeitet mit printcom-Gummitüchern und hat einen ProServ Basic-Plus-Servicevertrag für professionelle jährliche Wartung mit manroland abgeschlossen.

➤ www.manroland.com
 ➤ www.topomap.hu

Ricoh launcht A4-Farbsysteme AFICIO MP C300 UND AFICIO MP C400

Mit seinen neuen multifunktionalen Aficio MP C300 und MP C400 bietet Ricoh A4-Systeme, die bei niedrigen Gesamtdruckkosten eine umfangreiche Standardausstattung bei Hardware und Sicherheitsfunktionen bieten. Die für kleine bis mittlere Arbeitsgruppen konzipierten Systeme bewältigen ein Einsatzvolumen von bis zu 15.000 beziehungsweise 20.000 Seiten im Monat. Pro Minute drucken sie 30



(Aficio MP C300) und 40 A4-Seiten (Aficio MP C400) in Schwarzweiß und Farbe.

Die Papierkapazität kann durch optionale Kassettenbänke auf bis zu 2.300 Blatt erweitert werden. Vorlageneinzug mit Wendefunktion, Full-Speed-Duplex- und Multi-Blatt-Bypass gehören zur Standard-Ausstattung. Die Aficio-Modelle MP C300SR und MP C400SR sind zusätzlich mit einem 250-Blatt-Heft-Finisher ausgestattet, der bis zu 90 Blatt mit Papiergewichten von 52 bis 90 g/m² heften kann.

➤ www.ricoh.de
 ➤ www.ricoh.ch



Bundesagentur für Arbeit 4.500 KYOCERA TASKALFA 300I INSTALLIERT

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) setzt bei Monochrom-Multifunktionssystemen auf Kyocera. Gemeinsam mit dem Partner Fujitsu Technology Solutions hat der Drucker- und Kopiererhersteller in den vergangenen Monaten 4.500 Geräte des Modells TASKalfa 300i in 176 Agenturen mit über 600 Geschäftsstellen der BA installiert. Seit 2002 gehört Kyocera mit über 180.000 gelieferten Druckern zur IT-



Infrastruktur der BA. Zu dem vereinbarten Nutzungskonzept gehört bei etwa 10% der TASKalfa-Systeme die Authentifizierungslösung KYOcontrol, die sichere Ausdrücke per Chipkarte und Follow-me-Printing bietet. Das Servicemanagement für die Systeme an allen Standorten wird vom Fujitsu Servicepartner MR Datentechnik als Subunternehmen durchgeführt. MR Datentechnik ist Kyocera-5-Sterne-Partner und verfügt über ein bundesweites Supportcenter-Netzwerk mit Kyocera-zertifizierten Servicetechnikern.

➤ www.kyocera.de

bizhub Press C8000 SPITZENTECHNIK FÜR NEUES MARKTSEGMENT

Auf den ›Formel Press Events‹ im September und Oktober 2010 stellte Konica Minolta den bizhub Press C8000 vor. Nun ist das System offiziell auf dem deutschen Markt verfügbar. Mit dieser Neuentwicklung steigt Konica Minolta in das Mid-Production-Segment für den Farb-Produktionsdruck ein. Das System richtet sich hauptsächlich an Druckdienstleister und Hausdruckereien mit entsprechendem Druckvolu-



men. Das System kommt auf eine Druckgeschwindigkeit von 80 DIN A4-Seiten pro Minute (46 DIN A3/min) und ist auf Grammaturen von 64 bis 350 g/m² ausgelegt und hält auch bei gestrichenen Papieren bis 300 g/m² eine Geschwindigkeit von 70 DIN A4-Bögen. Die eingesetzte Bildtechnologie erzielt durch eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi hohe Bildqualität. Der bizhub Press C8000 verwendet den zu 10% aus Biomasse bestehenden Polymerisationstoner Simitri HD+. Die 3. Generation steht für eine umweltfreundliche Produktion und hohe Haltbarkeit, auch auf schwerem Papier.

➤ www.konicaminolta.de/business

Druckhaus Cramer INDIVIDUELLE LÖSUNGEN MIT HP INDIGO PRESS 5500

Das Druckhaus Cramer aus Greven bietet seit der Installation der HP Indigo press 5500 verstärkt auch personalisierte Digitaldruckprodukte in geringer Auflagenhöhe an. Das seit über hundert Jahren etablierte westfälische Druck- und Medienunternehmen hat sich neben anspruchsvollen Offsetprodukten auf kombinierte Offset/Digitaldrucke mit erstaunlichen Ergebnissen spezialisiert.



Stefan Scheidt, Projektleiter für Digitaldruck, Druckhaus Cramer.

Zum Kundenstamm gehören Verlage, Werbeagenturen, die Pharmaindustrie sowie die Lack- und Farbenindustrie. Die Produktpalette umfasst Flyer, Broschüren, Bücher und hochwertige Kunstkalender und Bildbände.

Das Unternehmen hat sich für die HP Indigo press 5500 vor allem wegen der exzellenten Druckqualität, die mit dem Offset-Druck vergleichbar ist, entschlossen. Das Druckhaus mit etwa 85 Mitarbeitern bietet auch individuelle Online-Shop-Lösungen an und erwartet durch die neuen Produkte eine Ausweitung des Kundenstammes.

➤ www.hp.com

Canon I-SENSYS MF9220CDN UND MF9280CDN

Die Farblaser-Multifunktionssysteme MF9220Cdn und MF9280Cdn sind die neuen Flaggschiffe in der Canon i-Sensys-Range und lassen keine Wünsche im Büro offen. Die 4-in-1-Systeme bieten beste Canon-Qualität, Produktivität und Vielseitigkeit. Mit automatischem Duplex-Scan und -Druck, automatischer Duplex-Kopie und integrierter Netzwerkkarte sind sie eine Empfehlung für kleine und mittlere Büros. Der



MF9220Cdn ist der Nachfolger des MF8450 und druckt jetzt bis zu 21 Seiten/min. Der MF9280Cdn

löst den MF9170 ab und bietet zudem PCL- und PostScript-Level-3-Unterstützung. Auch der Direktdruck von der Speicherkarte oder vom USB-Stick ist möglich. Den i-Sensys Modelle sind ab Februar 2011 im Fachhandel erhältlich.

➤ www.canon.de

➤ www.canon.ch

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die Standardisierung im Large Format Printing hält offiziell Einzug bei der **Neschen AG**. Beleg dafür ist das Prüfzertifikat FograCert Validation Print Creation. Darin bestätigt die **Fogra**: von Neschen hergestellte CA-Materialien ermöglichen Ergebnisse, die Offset-Drucken nach dem Fogra 39-Prozessstandard entsprechen. • Mit der Installation von zwei Halbformatmaschinen **KBA Rapida 75** im April und Oktober 2010 hat die Regierungsdruckerei **Corag** des brasilianischen Bundesstaates Rio Grande do Sul ihren Maschinenpark deutlich erweitert. • Qualität ist für **Margreff Druck und Medien** die Grundlage, auf der innovative Printkommunikation aufbaut: Aus diesem Grund ist der Lösungsanbieter nun nach ISO 9001:2008 sowie ISO 14001 zertifiziert. • **HB Print** in Cheb hat sich für eine Vierfarben Roland 500 entschieden. Die Wendemaschine wird vorwiegend Akzidenzen für die Haarkosmetik produzieren, aber auch im Verlagsdruck eingesetzt. • Im November 2010 hat sich **KilianDruck** Grünstadt Dinges GmbH erneut dem Überwachungsaudit der Norm DIN EN ISO 9001:2008 unterzogen und dabei alle gestellten Anforderungen an das Qualitätsmanagementsystem erfüllt.



Unterwasser-Kunstgalerie

Für den Unterwasserfotografen Noam Kortler ist es eine lebenslange Leidenschaft, die bunte Tierwelt der Meere und faszinierende Unterwasserlandschaften im Bild festzuhalten. Im Lauf der Jahre hat er rund um die Welt fotografiert und ausgestellt. Jetzt wurde die Idee einer Unterwasser-Kunstgalerie mit der HP Scitex FB7500 wahr.



Für den Druck seiner Aufnahmen verlässt sich Noam Kortler auf Technologie von HP Graphic Arts, unter anderem die HP Scitex FB7500 Druckmaschine. So kann er die Unterwasserwelt in lebendigen, naturgetreuen Farben wiedergeben. In den vergangenen vier Jahren haben Kortler und HP eindrucksvolle Abzüge gemeinsam in einer der ungewöhnlichsten Kunstgalerien der Welt präsentiert. Die

unter Wasser aufgebaute Ausstellung ›Treasures of the Sea‹ (Schätze des Meeres) lädt die Besucher im wahrsten Sinne des Wortes ein, in die Kunst einzutauchen.

unter Wasser aufgebaute Ausstellung ›Treasures of the Sea‹ (Schätze des Meeres) lädt die Besucher im wahrsten Sinne des Wortes ein, in die Kunst einzutauchen.

ABZÜGE IN GALERIEQUALITÄT Kortler weist gleich darauf hin, dass die Unterwasserwelt mit einigen der brilliantesten Farben der Natur aufwartet. Deshalb ist die naturgetreue Reproduktion der wunderschönen Unterwasser-szenen, die er mit seiner Kamera festhält, als Kunstdruck selbst unter optimalen Bedingungen eine Herausforderung. Wenn die Abzüge dann auch noch nicht nur unter den kontrollierten Lichtverhältnissen in einer Galerie gut aussehen sollen, sondern auch im Freien und vor allem unter Wasser, wird es noch schwieriger.

Zusammen haben Kortler und HP, einer der Sponsoren der Ausstellung, bewiesen, dass man mit Digitaldruck nicht nur die äußerst hohen Qualitätsvorgaben erfüllen kann, sondern dies zudem mit digitalen Großformat-Industriedruckmaschinen möglich ist. In den letzten zwei Jahren hat das Team mit der HP Scitex FB7500 die großen, qualitativ äußerst hochwertigen Abzüge für die Ausstellung produziert.

Mit ihrer zuverlässigen Funktion und den sechs UV-härtbaren Tinten hat die HP Scitex FB7500 unter Beweis gestellt, dass sie der Aufgabe, hochwertige Abzüge zu produzieren, absolut gewachsen ist. Laut Kortler haben die Abzüge seine Erwartungen und die seiner Kollegen sogar übertroffen: »Die Farbe, Konstanz und Zuverlässigkeit der Abzüge unter den Ausstellungsbedingun-



gen war sehr gut. Wir waren sehr zufrieden mit der Qualität und der Brillanz.«

LANGLEBIGE SCHÄTZE In diesem Jahr wurden alle 40 Kunstwerke der Ausstellung, die von drei verschiedenen Fotografen beigesteuert wurden, auf der HP Scitex FB7500 gedruckt. Da die speziell für die Maschine entwickelten UV-härtbaren HP-Tinten wasser- und abriebfest sind, waren die Abzüge bestens für die Präsentation unter Wasser geeig-

net. Alle Abzüge hatten entweder das Format 50 x 100 cm oder 70 x 100 cm und wurden an nur einem Tag direkt auf starre PVC-Platten gedruckt. Möglich war dies dank des großformatigen Flachbetts der HP Scitex FB7500.

Zunächst wurden die Drucke bei der Vernissage in Eilat (Israel) im Freien an Land gezeigt. Anschließend wurden die Bilder in Gruppen von je 20 im Lauf von drei Tagen im Roten Meer zu Wasser gelassen, so dass Schwimmer, Schnorchler und Taucher sie unter Wasser betrachten konnten. Jeder Abzug blieb jeweils neun Stunden lang im Salzwasser, einige nur an einem Tag, andere an zweien.

EIN MEER VON FARBEN Da Kortler bereits in der Vergangenheit mit HP zusammengearbeitet hatte, war die Salzwasserbeständigkeit der auf der Scitex FB7500 gedruckten Abzüge für ihn keine Überraschung. »Die Drucke, die in der Ausstellung letztes Jahr unter Wasser waren, sehen heute noch wie neu aus. Und auch die neuesten HP-Drucke sahen, als sie aus dem Wasser kamen, noch genauso leuchtend aus, wie vor der Ausstellung.«

Für Künstler sei die Qualität von größter Bedeutung, berichtet Kortler, »denn wir haben ein gutes Auge für die feinen Nuancen von Farben. Und trotzdem haben die HP Abzüge für diese Ausstellung unsere Erwartungen übertroffen. Selbst im Wasser sahen die Farben kräftig und klar aus.«

› www.hp.com

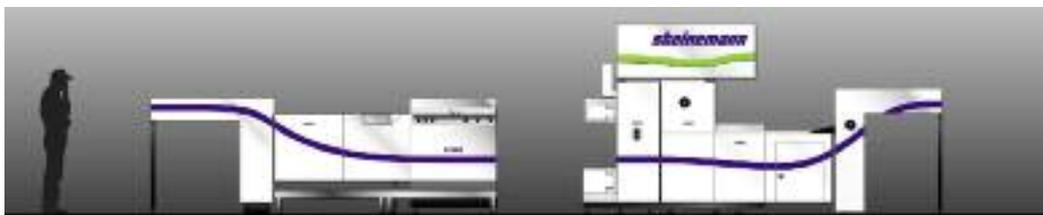


Ausbau der Marktposition

Die Rhiem Druck GmbH mit Sitz in Voerde installiert das bundesweit erste voll ausgestattete Hochleistungs-Laminiersystem Sirius der neuesten Generation von Steinemann Technology.

Von Highend-Faltschachteln über Displays bis hin zu konventionellen Akzidenzen wie Büromaterialien – mit Laminierfolien veredelte Druckerzeugnisse stehen bei den Kunden des Druck- und Medienhauses Rhiem hoch im Kurs. Die meisten von ihnen sind Markenartikler, die ihre Produkte am Point of Sale mit Hilfe hochwertiger Veredelungseffekte deutlicher im Wettbewerb differen-

Dabei hat es die Wahl zwischen glänzenden, mattierten, gefärbten, transparenten oder eben metallisierten Filmen, die sogar Hologramme enthalten können. Die im Vergleich zu Ein-Zylinder-Systemen ungleich größere Flexibilität des Laminiersystems wird auch von dem Super-Hot-Knife unterstützt, das Steinemann Technology für die Sirius der neuesten Generation weiter optimiert



Mit der Installation des deutschlandweit ersten Laminiersystems Sirius der neuesten Generation will Rhiem Druck unter anderem seine Marktposition bei Highend-Faltschachteln ausbauen.

zieren wollen. Vor diesem Hintergrund war für Rhiem ein wichtiger Aspekt, dass die Sirius von Steinemann insbesondere auch beim Laminieren von zum Beispiel Faltschachteln, Werbematerialien und anderen Druckerzeugnissen mit Metallfolien hochwertige Ergebnisse erzielt. Die Installation der Maschine ist für Februar 2011 geplant. Steinemann Technology hatte die Sirius der neuesten Generation erst kürzlich der Öffentlichkeit vorgestellt.

Die Maschine laminiert Formate von 420 mm x 297 mm bis maximal 1.060 mm x 1.450 mm bei Papiergewichten von 100 g/m² bis 600 g/m². Angesichts der hohen Ansprüche der Kunden aus der Markenartikelindustrie wird die Sirius für Rhiem mit je einem Zylinder zum Trocknen und zum Laminieren ausgestattet. Im Ergebnis kann das Unternehmen im Laminierprozess flexibel mit unterschiedlichen Temperaturen arbeiten, deshalb bei hoher Produktionssicherheit alle gängigen Folientypen in Stärken von 10 µm bis 100 µm verwenden und seinen Kunden entsprechend die gesamte Palette der hier möglichen Veredelungseffekte in hoher Qualität bieten.

hat. Bei voller Produktionsgeschwindigkeit trennt es zuverlässig und präzise Folientypen aller Art, was unter anderem auch für Metallic-Polyesterfilme und biologisch abbaubare Filmmaterialien gilt. Ein weiteres Highlight ist die Trocknertechnologie der Sirius für das Wasserlaminieren. Sie erhöht die Produktionsleistung und verringert gleichzeitig den Energieverbrauch.

Neben der voll ausgestatteten Sirius, wie sie bei Rhiem installiert wird, bietet Steinemann Technology sein Laminiersystem der neuesten Generation unter dem Namen »Sirius Thermal« auch als reine Thermolaminiermaschine und als »Sirius Trade« in einer kostengünstigen Version für das Wasser- und das Thermolaminieren an. Beide Varianten können um eine Vielzahl von Optionen erweitert werden, passen sich also flexibel an die Anforderungen von Druckereien und Veredelungs-Dienstleistern an.

► www.steinemann.com

Ernst Nagel auf der Paperworld NEUE SAMMELBRÜCKE FÜR ROBO-FEEDER

Seit der Druck+Form 2010 ist die Sammelbrücke für den Nagel Robo-Feeder auf dem Markt, die auf der Paperworld an den Foldnak 8 gekoppelt wird. Die neue Brücke macht es möglich, auch Broschürenfertiger zu bedienen, die über keine eigene Sammelstation verfügen. Die Brücke ist in Format und Geschwindigkeit auf den Robo-Feeder abgestimmt, kann aber auch an die Foldnak Compact-Linie ge-



koppelt werden, wie bereits auf der Druck+Form gezeigt.

Der Spezialanleger Nagel Robo-Feeder empfiehlt sich aufgrund der minimalen Rüstzeiten besonders für kleinere, mittelgroße und häufig wechselnde Auflagen im Digitaldruck. Ein wichtiges Leistungsmerkmal ist das Einschließen von Deckblättern mit höheren Grammaturen. Auch das Zusammenführen von einfarbig bedruckten Bogen mit farbigen Deckblättern erfolgt ohne Probleme. Die getrennte Saug- und Blasluftregulierung garantiert eine schonende Weiterverarbeitung von Digitaldrucken mit empfindlicher Oberfläche ohne Markierungen. Der Foldnak 8 überzeugt mit einer der größten Formatbreiten seiner Klasse und einer serienmäßigen Verarbeitung von Ringklammern. Mit einem Broschürenumfang bis zu 100 Seiten deckt der Foldnak 8 unterschiedliche Anwenderbedürfnisse bei der Weiterverarbeitung ab. Das einfache Einrichten ermöglicht selbst die Bearbeitung spezieller Aufträge in variierenden Auflagen.

► www.ernstnagel.de



Papier Union

IMAGE-SORTIMENT FÜR DEN DIGITALDRUCK

Mit Mohawk i-Tone bietet die Papier Union jetzt ein Image-Sortiment an, das für den Digitaldruck entwickelt wurde und die bestmögliche Bewertung bei der HP-Indigo-Zertifizierung erhielt.

Die Mohawk i-Tone-Papiere haben gegenüber solchen mit traditioneller Primer-Vorbehandlung deutliche Vorteile: Sie sind kostengünstiger und können für HP-Indigo ebenso eingesetzt werden, wie für den Offsetdruck oder auch den Trockentoner-basierten Digitaldruck. Zudem vergilben sie nicht und sind unbeschränkt haltbar. Im Druck punktet Mohawk i-Tone durch ausgezeichnete Tonerhaftung, detailgenaue Abbildung und schnellere Trocknung. Die Papiere werden zudem unter besonders strenger Berücksichtigung von Umweltaspekten produziert: Das gesamte Sortiment ist FSC-zertifiziert, und für seine Herstellung wird ausschließlich Strom aus Windenergie eingesetzt. Das Mohawk i-Tone-Sortiment der Papier Union umfasst vier Oberflächenvarianten in Flächengewichten zwischen 118 und 324 g/m²: ein Premium-Leinenpapier, eines mit feinsten Linienstruktur, ein Vellumpapier, ein glattes und ein superglattes Feinstpapier. Neben dem klassischen Digitaldruckformat 32 x 64 cm sind die Papiere auf Nachfrage auch in DIN A4 und SRA3 erhältlich.

➤ www.papierunion.de

Gmund Act Green

BEIM CO₂-AUSGLEICH NEUE WEGE GEHEN

Das umfangreiche ökologische Sortiment der Büttenpapierfabrik Gmund wird ab sofort CO₂-neutral produziert und in Deutschland über Römerturm Feinstpapier vertrieben. Gmund Act Green gibt es in zehn verschiedenen Rezepturen und in Grammaturen von 100 g/m² bis 300 g/m², die alle FSC-zertifiziert sind. Das Sortiment bietet zwei Qualitäten, die zu 100% recycelt hergestellt werden. Damit zeigt Römer-



turm, wie schön Umweltschutz sein kann: Mit hoher Weiße und zarter, büttenmatter Oberfläche. Für Ökobotschafter ist das Papier auch mit dem ECO Wasserzeichen erhältlich. Die Farben Cream, Brown und das noble dunkle Green werden aus FSC-zertifiziertem Zellstoff hergestellt, der aus garantiert nachhaltiger Bewirtschaftung stammt. Römerturm setzt ebenso wie die Büttenpapierfabrik Gmund auf hohe Umweltstandards. Dass schädliche Emissionen im Produktionsprozess entstehen, kann zwar nicht verhindert werden, aber die Menge lässt sich durch umweltfreundliche Maßnahmen reduzieren oder ausgleichen. In puncto CO₂-Ausgleich geht Gmund neue Wege: Die bei der Herstellung der Papierkollektion »Gmund Act Green« erzeugten CO₂-Emissionen werden ausgeglichen, indem die Papierfabrik ein umweltschonendes Wasserkraftprojekt in Mittelamerika unterstützt. Das umweltfreundliche Papiersortiment wird also noch grüner.

➤ www.roemerturm.de

Heimtextil 2011

M-REAL PRÄSENTIERT TRENDIGE TAPETENROHPAPIERE

Der weltweit führende Hersteller von Tapetenroh-papieren präsentiert auf der Heimtextil 2011 seine Produkte, die sowohl den aktuellen Design-Trends entsprechen als auch einfach zu verarbeiten sind. Die Cresta-Produktreihe mit Rohpapier-tapeten in Einschicht-, Zweischicht- und Vliesausführung erfüllt sämtliche Anforderungen in Bezug auf Druck- und Produktionsverfahren, ist waschbeständig, abziehbar



und kann trocken auf die eingeleistete Wand aufgebracht werden. Es gibt Rohpapiere sowohl für Schaumvinyl- und Papiertapeten als auch für Sonderprodukte, die speziell für die hohen Temperaturen bei der Produktion ausgelegt sind oder sich für perlglanzpigmenthaltige Druckfarben eignen.

M-real will zusammen mit seinen Partnern in ein neues Bio-Kraftwerk in seinem Werk in Kyrö investieren, das im Herbst 2012 fertiggestellt sein soll und dann auch die umliegende Region Hämeenkyro mit Wärme und Strom versorgen wird. Fossile Brennstoffe werden durch erneuerbare Energieträger ersetzt, hauptsächlich durch Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Das Bio-Kraftwerk wird die CO₂-Emissionen der Papiermühle um 100.000 Tonnen pro Jahr reduzieren können, was dem jährlichen Abgas-aufkommen von 60.000 Autos entspricht.

➤ www.m-real.com

Jetzt FSC-zertifiziert

IDEM SUPERIOR UND DIGITAL VON DER PAPIER UNION

Ihre Selbstdurchschreibenden Papiere Idem Superior und Idem Digital bietet die Papier Union jetzt ohne Aufpreis mit FSC-Zertifikat an. Das Idem-Sortiment der Papier Union umfasst ein breites Angebot verschiedener Grammaturen, Farben und Formate, die eines vereint: Beste Bedruckbarkeit und Laufeigenschaften in der Druckmaschine und im Datendrucker sowie nachweislich hohe Opazität und Sicherheit in der Weiterverarbeitung. Idem ist aufgrund seiner besonderen Gelatine-Mikrokapseln und seiner Beschichtung mit natürlichen Komponenten das umweltfreundlichste SD-Papier. Dies wird nun durch die FSC-Zertifizierung weiter verbessert. Ergänzt wird das Sortiment durch nützliches Zubehör wie Neutralisierungspaste, Neutralisations-Test-Spray oder Selbsttrennleim.

CORE Uncoated

DEUTSCHE PAPIER BIETET CORE JETZT AUCH ALS NATURPAPIER

Deutsche Papier erweitert das gestrichene Bilderdrucksortiment CORE um die ungestrichene Qualität CORE Uncoated. In den letzten Jahren hat sich CORE zu einer der am stärksten wachsenden Bilderdruckmarken in Europa entwickelt. Ab sofort vereint die Marke CORE ein ungestrichenes und gestrichenes Sortiment in allen gängigen Formaten und Grammaturen.

➤ www.deutsche-papier.de



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
Bucherstellung
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



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2011			
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	IRD, 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/
08. 06. - 09. 06. 2011	Mailingtage	Nürnberg	www.mailingtage.de
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
13. 10. - 15. 10. 2011	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	www-viscom-messe.com
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

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK**MARKT**
 macht Entscheider entscheidungssicher



GMG-Abend auf dem Druckforum 2011

MÖGLICHKEITEN SOFTWAREBASIERTEN FARBMANAGEMENTS

GMG berichtet gemeinsam mit Anwendern aus der Praxis am 2. Februar 2011 ab 18 Uhr im Haus der Wirtschaft in Stuttgart über das Thema »Farbmanagement im Digitaldruck für identische farbliche Ergebnisse im Offset- und Digitaldruck/LFP«.

Interessierte Besucher werden von Nicolas Kirste, Produktmanager bei GMG, und Marvin Bartels, verantwortlich für die Druckvorstufe bei der in Calbe, Sachsen-Anhalt, ansässigen Offsetdruckerei Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG, erfahren, dass es in wenigen Schritten möglich ist, das Farbrsultat einer Digitaldruckmaschine an klassische Druckverfahren wie den Offsetdruck anzupassen und ein farbstabiles Druckverhalten über die gesamte Auflage zu erreichen. Wie? Indem alle Druckdaten durch das zentrale, softwaregestützte GMG Farbmanagement für den Digital- oder Großformatdruck aufbereitet, und auf ein bestimmtes Drucksystem abgestimmt werden. Dieses Farbmanagement-System gibt Dateien mit normalisierten Farben weiter an die jeweiligen RIPs, die die Daten dann ohne weiteres Farbmanagement ausgeben. Dadurch wird das Farbmanagement der einzelnen Druckmaschine außer Kraft gesetzt und nur noch von einer zentralen Stelle ausgeführt.

Im Gesamtergebnis bleibt der visuelle Farbeindruck unabhängig von Druckverfahren und Druckmaschine bei allen Farben erhalten. Daher kann eine visuelle Übereinstimmung mit Offsetdruck beziehungsweise eine ISO Coated V2 Anmutung problemlos auch im Digitaldruck produziert werden. Herausforderungen im Zusammenhang mit so genannten Hybridumgebungen, in denen unterschiedliche Druckverfahren eingesetzt werden, können somit erfolgreich und kosteneffizient von jeder Druckerei gemeistert werden.

► www.gmgcolor.com

UV-Spezialist Hönle

SEMINARE ZUM THEMA UV-HÄRTUNG MIT LEDS

Die Dr. Hönle AG entwickelt, produziert und vertreibt UV-Geräte und -Systeme für die unterschiedlichsten Anwendungen. Der UV-Spezialist legt auch größten Wert auf Forschung und Entwicklung neuer Technologien.

In Kooperation mit der BASF AG bietet Hönle 2011 Seminare zum Thema UV-Härtung mit LEDs an, in dem Chemielieferanten, OEMs und Endanwender Einblicke in das Thema erhalten. In einem Workshop (12. April) für Chemielieferanten

erhalten die Teilnehmer eine Einführung in den technischen Part, in dem Grundlagen, Vor- und Nachteile, Energieeffizienz und Zukunftsperspektiven der LED-Härtung vermittelt werden. Wenn schließlich der Einfluss unterschiedlicher Formulierungen in Kombination mit verschiedenen LED-Einheiten im Labor demonstriert wird, haben die Teilnehmer auch Gelegenheit eigene Formulierungen zu testen. In einem Workshop für OEMs und Endanwender (17. Mai) liegt der Fokus mehr auf der technischen Seite. Die Teilnehmer erhalten hier einen umfassenden Einblick in die Technologie und Aushärtungsmechanismen einer LED-Härtung.

► www.hoenle.de

Polar

WIEDER AUF DEM DRUCKFORUM

Unter dem Titel »Prozessoptimierung in der Weiterverarbeitung« lädt Polar gemeinsam mit der Heidelberg Postpress GmbH am 26. Januar zum Druckforum 2011 nach Stuttgart ein.

Untersuchungen zeigen, dass in vielen Druckereibetrieben die größten Potenziale zur Verbesserung von Qualität und Produktivität in der Weiterverarbeitung liegen. Die Anforderungen an Produktivitätssteigerungen werden mittlerweile auch von den Kunden deutlich formuliert. Hinzu kommen ein geändertes Bestellverhalten und ein kritisches Qualitätsbild der Endkunden. In Verbindung mit der sich stets drehenden Preisspirale am Markt entsteht so ein immenser Druck in den Betrieben. Dabei sind es oft einfache Mittel und Wege, die eine Effizienzsteigerung um bis zu 20% ermöglichen. Eine individuelle Analyse und Beratung helfen meist, die Situation zu entschärfen.

Der Moderator Dr. Erich Zahn hat sich über viele Jahre bei Heidelberg Business Consultancy in der grafischen Branche einen Namen als Logistik-Experte gemacht. Er disku-



tiert mit Michael Neugart, Geschäftsführer von Polar, und Roland Nafzger, Leiter Channel Management der Heidelberg Postpress GmbH über Beratungsansätze zur Logistik- und Prozessoptimierung, die eine deutliche Effizienzsteigerung mit geringem Investitionsaufwand ermöglichen. Drei Lösungsansätze zur Prozessoptimierung über neue Ausschießschemen, Direktverpackung am Sammelhefter und Automatisierung im Schneiden werden vorgestellt.

► www.polar-mohr.com

Print Media Academy

NÄCHSTE WINTER-UNIVERSITÄT FINDET IN THAILAND STATT

Die Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG veranstaltet die nächste Winter-Universität, ein Managementprogramm für erfahrene Führungskräfte aus der Printmedien-Industrie, vom 21. bis 24. März 2011 in Bangkok, Thailand. Das viertägige Intensivseminar richtet sich an Teilnehmer aus aller Welt und bietet Gelegenheit, das Wissen über die Branche zu erweitern sowie Erfah-



rungen und Erfolgsstrategien auszutauschen.

»Der Wettbewerbsdruck und Veränderungen in der Marktdynamik nehmen immer mehr zu. Manager in der Printmedien-Industrie müssen daher stets über die aktuellen Branchentrends und über umfassende nachhaltige Methoden für ein strategisches Management auf dem neusten Stand sein«, so Martina Brand, Leiterin für International Business Training bei der Print Media Academy. Aus diesem Grund wird es in dem Seminar vorrangig um die verschiedenen Aspekte der Unternehmensführung gehen. Weitere Präsentationen und Diskussionen zeigen den Weg für neue Ideen in den Bereichen Finanzwesen, Controlling, Vertrieb sowie Marketing und Strategie. Zudem werden die Teilnehmer Gelegenheit haben, mit Experten und Kollegen über ihre eigenen Erfahrungen zu sprechen und wertvolle Rückmeldungen zu erhalten.

► www.print-media-academy.com

► www.heidelberg.com



Verpackung Schweiz!

BRANCHEN-HIGHLIGHT DER VERPACKUNGSINDUSTRIE

In wenigen Wochen, am 2. und 3. März 2011, ist in den neuen Hallen der BEA bern expo der Startschuss zum bedeutendsten Verpackungsevent, der fünften Verpackung Schweiz. An diesem Branchentreff sollen alle dabei sein, die sich mit dem Thema Verpackung befassen. Die gesamte Wertschöpfungskette von Verpackungslösungen über Prozesse & Design aus den Sparten Nahrungsmittel, Pharma, Chemie, Kosmetik und dem Luxusbereich wird am Verpackungsanlass präsent sein.

Das Patronat des größten Verpackungspreises Swiss Star, mit dem integrierten Ökopreis, dem easyFairs Green Packaging Award, wird auch 2011 wieder an easyFairs vergeben. Für diesen wichtigsten Contest in der schweizerischen Verpackungswelt schaffen das Schweizerische Verpackungsinstitut SVI und easyFairs gemeinsame Synergien. Weiter wird in Kooperation mit visuell und dem Schweizerischen Verpackungsinstitut SVI wiederum das World Café stattfinden. An der live Diskussionsplattform können Branchenkenner diverse Themen lösungsorientiert diskutieren.

Mit dem Standort Bern erfüllt easyFairs ein Wunsch vieler Aussteller, die französische Schweiz besser beim Jahreshighlight der Verpackung zu integrieren.

Für ganz große Verpackungsfans läuft bis kurz vor Messestart ein nationaler Fotowettbewerb. Alle, die auf Schweizer Straßen ein Auto mit dem Messe-Sticker der Verpackung Schweiz 2011 entdecken, knipsen und an easyFairs senden, können zu den Gewinnern eines Apple-Gutscheins zählen.

➤ www.easyfairs.com

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.	manroland, Praxisdialog Nr. 37, Produktdifferenzierung durch Druckveredelung	Offenbach
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
16. 03.	vdmb, Das Telefon als Wettbewerbsvorteil nutzen	Leipzig
17. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Marketing für Druckereien	Heidelberg
17. 03.	manroland, Praxisdialog Nr. 38, Wie sich neue Entwicklungen nutzen lassen	Offenbach
17. 03.	vdmb, PDF-Profi-Workshop für einen effizienten Workflow	Ismaning
19. 03. - 30. 03.	TGM, Photoshop CS4 »Part Eins«	München
30. - 31. 03.	vdmb, Von inDesign aufs iPad – Digitale Magazine gestalten	Ismaning
22. 03. - 25. 03.	Fogra, Fehler an Druckerzeugnissen	München
23. 03. - 24. 03.	Heidelberg PMA, Professionelles Vertriebsmanagement	Heidelberg
23. - 24. 03.	vdmb, Von inDesign aufs iPad – E-Books erstellen	Ismaning
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.	vdmb, Social Media Marketing	Ismaning
30. 03. - 31. 03.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
31. 03.	Heidelberg PMA, Welt der Printmedien	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 ➤ www.zdm-bayern.de



»Musik kennt keine Grenzen«

4. INTERNATIONALER AZUBI-GESTALTUNGSWETTBEWERB

Zum vierten Mal schreiben die Druck- und Medienverbände von Baden-Württemberg, dem Elsass, Luxemburg, der Schweiz, Niederlanden und Niederösterreich sowie die Berufsschule aus Südtirol einen Gestaltungswettbewerb für Auszubildende in der Medienstufe aus. Dabei soll ein Jahreskalender mit dem Thema »Musik kennt keine Grenzen« gestaltet werden.

In diesem Wettbewerb können die Auszubildenden ihr berufliches Können zeigen und Länderübergreifend vergleichen. Die eingereichten Arbeiten werden von einer internationalen Fachjury bewertet; diese besteht aus Vertretern der organisierenden Länder. Die zwölf besten Kalenderblätter werden mit einem Preis von je 500 € honoriert. Es soll ein einzelnes Monatsblatt eines Kalenders zum Thema »Musik kennt keine Grenzen« gestaltet werden. Von klassisch bis modern – alle Musikrichtungen sind zugelassen. Die besten Monatsblätter werden in verschiedenen Ausstellungen der einzelnen Länder gezeigt und in Form eines internationalen Kalenders für das Jahr 2012 realisiert. Einsendeschluss ist der 31. Mai 2011.

www.bildung-bw.de

digi:media

NEUE GESCHÄFTSMODELLE IM DIGITALEN VERLAGSZEITALTER

Die digi:media hat gerufen – und (fast) alle kommen: Verbände, Verlage und Brancheninitiativen der gesamten Kommunikations- und Publishing-Industrie setzen Anfang April mit zahlreichen Veranstaltungen die Zeichen für die Zukunft.

E-Reader, Smartphones, Media Tablets – die neuen Geräte-Innovationen sind für Verlags- und Medienhäuser eine Chance und Herausforderung zugleich. Einerseits bieten sie immer mehr Möglichkeiten, das eigene Portfolio um neue, digitale Produktformate zu bereichern und die Leser mit unmittelbarem Mehrwert direkter zu erreichen. Andererseits heißt es jetzt zu entscheiden, welche digitalen Content-Angebote das klassische Verlagsprogramm sinnvoll ergänzen und welche es künftig sogar ersetzen können. Und: Welche Aufbereitungsform eignet sich für welchen Inhalt?

Die eintägige Konferenz zum Thema »Digitale Produktinnovationen in Verlagen«, die am 7. April auf der digi:media stattfindet, wird kompetente Antworten auf diese Fragen geben. Veranstalter ist die Akademie des Deutschen Buchhandels (ADB). Die Workshops werden zudem vermitteln, wie sich digitale und mobile Formate innerhalb des verlagsinternen Workflows effizient umsetzen und vermarkten lassen.

Der erste Teil der Konferenz wird digitale Geschäftsmodelle und Entwicklungen der Zukunft vorstellen. Danach geht es unter dem Motto »Online, Mobil, Interaktiv« um digitale Verlagsprodukte und Businessmodelle. Den Konferenztag beschließen Workshops zu den Themen »Vermarktung und Vertrieb digitaler Verlagsprodukte«, die auch »Rechtliche Rahmenbedingungen im E-Business« mit einbeziehen. Angesprochen sind Fach- und Führungskräfte aus Fach-, Special Interest- und Publikumsverlagen sowie aus Medienhäusern.

NETWORKING BEI »KRESSKÖPFE LIVE« Kressköpfe, das »who-is-who?«-Verzeichnis der Medienbranche ist eine Datenbank im Internet und erscheint als Jahrbuch auch in gedruckter Form. Die darin enthaltenen Profile enthalten ein Foto, berufliche und persönliche Infos zum jeweiligen »Kopf« sowie dessen Kontaktdaten. Am Nachmittag des 7. April bietet sich auf der digi:media die Chance, viele »kressköpfe« live zu treffen – auf dem gleichnamigen, renommierten Branchentreffpunkt. Zentrales Thema des Nachmittags ist die Digitalisierung gedruckter Inhalte.

➤ www.digimedia.de

Sonderausstellung in Leipzig »JAPANISCHES BUCHDESIGN DER GEGENWART«

Im Jahr 2011 feiern die beiden Länder Japan und Deutschland 150-jährige Freundschaft. Aus diesem Anlass zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig ab dem 11. Februar bis zum 27. März eine neue Sonderausstellung.

Die Ausstellung zeigt in Kooperation mit dem Printing Museum Tokyo und dem Japanischen Kulturinstitut Köln (The Japan Foundation) herausragende Beispiele moderner



Otsuka Sueko – Persönlichkeit und Werk, herausgegeben zum 100. Geburtstag von Otsuka Sueko, Verlag Otsuka Gakuin, 2003.

japanischer Buchkunst. Rund 100 Bücher geben Einblick in Typografie, Illustration und Buchbindetechnik und präsentieren fernöstliche Besonderheiten in der Kunst des Buchdrucks. Jeden Sonntag, 12 Uhr, finden öffentliche Führungen durch die Ausstellung statt.

➤ www.druckkunst-museum.de

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



**digi:media 2011 auf Erfolgskurs
GEBALLTE KOMPETENZ IN
MESSE UND FACHPROGRAMM**

Drei Monate vor ihrer Premiere vom 7. bis 9. April steuert die digi:media, Fachmesse für commercial publishing & digital printing, auf Erfolgskurs. Das fachliche Rahmenprogramm mit seinen vielfältigen Kongressen, Seminaren, Workshops und Themenparks bietet ein wohl einmaliges Spektrum der Publishing- und Kommunikationsindustrie und adressiert damit die unterschiedlichen am Workflow involvierten Besucherzielgruppen – von Werbe-, oder Kreativagentur, Marketer über Druckdienstleister und Produktionsagenturen bis hin zu Verlagen und Adressvermarktern. So geballt die Kompetenz im Know-how-Programm, so präsent ist sie im Angebot der rund 130 erwarteten Aussteller. Die Global Player der gesamten Publishingindustrie sind ebenso vertreten wie kleine, innovative Unternehmen. Die gesamte Prozesskette von der Kreation bis hin zum Finishing wird abgebildet und damit der Messe-Dreiklang aus Content-Technik-Business mit Leben gefüllt. Im Sinne der besseren Transparenz ist das Ausstellungsangebot in neun, sich an der Produktionskette orientierenden Themenwelten, gegliedert. Das sind im einzelnen: Content, IT-Solutions, Workflow, Electronic Media, Verbrauchsmaterialien, Digitaldruck, Weiterverarbeitung, Konfektionierung und Services.

Zu den Ausstellern der digi:media-Premiere zählen zum aktuellen Stand Mitte Januar unter anderem die Global Player des Digitaldrucks, die Größen des Finishings und die gesamte Bandbreite der Softwareanbieter für die Publishingindustrie.

➤ www.digimedia.de

**Chipkarten
FOGRA-FORUM »SMART-CARD-
PRODUKTION«**

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet am 7. April 2011 in München ein Forum »Smart-Card-Produktion«. Seit über einem Jahrzehnt legt das Institut einen Forschungsschwerpunkt auf die Produktion von Chipkarten, wobei die Ergebnisse dieser intensiven Forschungsarbeit auch in die internationale Normung einfließen. Nun findet erstmalig in München ein Fogra-Forum zum Thema Her-



stellung von Smart Cards statt, das neue Impulse für diese Technologie setzen wird.

Die Veranstaltung spannt einen weiten Bogen von neuen Materialien über moderne Drucktechniken bis hin zur zeitgemäßen Herstellung. Spezialisten aus Industrie und Forschung berichten über ihre Erfahrungen auf dem komplexen Gebiet der Chipkarten-Produktion. Das »Forum Smart-Card-Produktion« wird damit für Hersteller und Anwender von Chipkarten ebenso wie für Produzenten von Lesegeräten weitreichende Informationen bieten, unter anderem über Verfahren zur Fehlervermeidung.

Die Schwerpunkte der vier Vortragsrunden beziehen sich insbesondere auf neue Materialien und innovative Beschichtungen, moderne Drucktechniken, zukünftige Herstellungsverfahren und Reduzierung der Ausfallrate durch gezielte Fehlervermeidung unter Berücksichtigung von zukünftigen Normen.

➤ www.fogra.org

**Fit für die Branche der Zukunft
»GEPRÜFTER
MEDIENPRODUKTIONER/F:MP.«**

Die Anforderungen an die Kreativindustrie steigen und die Innovationszyklen werden immer kürzer. Dienstleister benötigen heutzutage eine weitreichende Beratungskompetenz, die dazu beiträgt, Ideen erfolgreich in Lösungen zu übersetzen. Die Weiterbildung »Geprüfter Medienproduktionsf:mp.« genießt in der Branche deswegen einen hohen Stellenwert. Über einen Zeitraum von zehn Monaten wird im Rahmen der Weiterbildung relevantes Wissen in allen Teilbereichen der Medienproduktion vermittelt. Das eröffnet den Teilnehmern beste berufliche Qualifikationen, um als »Medienconsultant« zu einer erfolgreichen Medienproduktion und der optimalen Umsetzung kreativer Ideen beizutragen.

Mittlerweile haben schon über 420 Medienproduktionser erfolgreich an der jährlich stattfindenden Bildungsmaßnahme teilgenommen. Die Teilnehmer schätzen es besonders, dass die Themenfelder stets am Puls der Zeit bleiben. So kamen zum Beispiel im aktuellen Kurs die Bereiche »nachhaltige Medienproduktion«, »Web2Print« sowie »Wechselwirkung von Papier und Druck« hinzu. Im mittlerweile 21. Kurs, der im September 2011 in Köln starten wird, kommen wieder Themenfelder hinzu. Der neue Komplex »Single Source Publishing« berücksichtigt beispielsweise die zunehmende Automatisierung rund um die Contentdistribution.

➤ www.f-mp.de/content/campus/gepruefter-mp/

that's it Solutions

**AM 1. FEBRUAR 2011 AUF DEM
DRUCKFORUM IN STUTTGART**

Im Januar und Februar 2011 veranstaltet der Verband Druck und Medien e. V. zum 33. Mal das Druckforum im Haus der Wirtschaft in Stuttgart. Hier treffen sich zahlreiche Vertreter der Druckbranche und nutzen die Möglichkeit, um sich in interessanten Veranstaltungen zu informieren und auszutauschen. Das in Neckartailfingen bei Stuttgart ansässige Web-to-Print Systemhaus »That's it Solutions Lieder-mann« ist dieses Jahr bereits zum vierten Mal an einem Tag des Druckforums dabei. Besagter Tag steht dieses Mal unter dem Motto »Web-to-Print Projekte erfolgreich im Markt einführen«. Marcel Lieder-mann, Inhaber des 2005 gegründeten Web-to-Print Systemhauses wird über dieses spannende Thema berichten. Dabei wird es besonders um die Wichtigkeit der Zusammenarbeit zwischen dem Shopbetreiber und dem Systemhaus gehen, denn nur so können Web-to-Print Projekte erfolgreich umgesetzt werden. Als Gastredner an diesem Abend sind Jürgen Zietlow von druckdeal.de sowie Francisco Martinez der Straub Druck + Medien AG, eingeladen. Beide werden über ihre Erfahrungen in Web-to-Print berichten. Auch die Frage, warum manche Web-to-Print Projekte gescheitert sind wird dabei eine Rolle spielen und vor allem: Was braucht es, damit ein Web-to-Print Projekt erfolgreich wird?

➤ www.thatsit-solutions.de



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

DRUCKEREIBEDARF

Streifenerschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Aulen • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen abschneiden
Wagen • Voreinstellen • Filmen • Block-
Anlagen • Bandrollen • Nummerieren
Falten • Handkarren • Diverses Massengeräte

Gravur Maschinen und Applikation

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
LUPPENSTRASSE 8
D-70366 WILMUNGERSCHWENNINGEN
Telefon 0 71 37 31 12-11 • Fax 37 32 43 0

DRUCKMASCHINEN

www.ceruttibern.ch

**Rollenoffset-
Rotationen**

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL

Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Helmstrasse 23
CH-8304 Kolliten
Telefon 043 359 44 44
Telefax 043 359 44 45

Lettershop
Laserprint
Full moon
www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus

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

Binderhaus GmbH & Co. AG
Feldstrasse 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 07141-26145-45 • Fax 07141-26145-44
e-mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

www.arcusdesigns.de

TECHKON

Alle Farben perfekt im Griff ...

- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
Wiesbadener Straße 27 • D-61462 Königstein
Telefon 06174-92 44 50 • Fax 06174-92 44 99
info@techkon.com • http://www.techkon.com

MAILINGPRODUKTION

ELCO
switzerland

Elco AG
Wildschachen
5201 Brugg
T 056 462 80 00
F 056 462 80 80
www.mylco.ch

DIENSTLEISTUNGEN

So stehen Sie glänzend da ...

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

LUERSEN
GRAFISCHE VERTRIEBS GMBH

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

Baistulland
Elektronik GmbH
Kameratechnik für
Lettershops & Weiterverarbeiter

Auerhäuser Allee 4 • 30010 Laatzen/DE
Tel: 05102/9333-21 • Fax: 05102/9333-132
www.baistulland.de • info@baistulland.de

MKW Strahltriebwerke
Maschinen

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

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

Am Weiher • D-56766 Ulmen

DIGITALDRUCK

32x46.de
Druckbogen für Druckprofis

www.32x46.de

DRUCKFARBEN

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

RELIEFDRUCK

Nettopreise für Aggravuren u. Druckreihen
Suprapresse für Großbäncher
Briefbogen - Laserscife
Reliefmaschinen - Reliefroller

• **PRESTIGE PRINT** •
Zepplinstr. 10, 63110 Rüssgau/Frankfurt
Ebn 0 6106/854840, Fax 88 63 42
www.reliefdruck.de
info@reliefdruck.de

HEISSFOLIENPRÄGUNG
WASSERZEICHEN
BLINDENSCHRIFT
STAHLSTICH

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

fordern Sie unser „know-how“

Wir stellen Ihnen die neuesten
Nachschub- und Nachlauf- sowie
Beschleuniger- für alle Maschinen-Produkte
sowie alle Applikations- und Applikations-
Geräte, Folien- und Applikations-
Geräte.

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
LUPPENSTRASSE 8
D-70366 WILMUNGERSCHWENNINGEN
Telefon 0 71 37 31 12-11 • Fax 37 32 43 0

WEITERBILDUNG

gib
Zürich

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

Schär

FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION

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



VERSCHIEDENES

SCHMUCK

BARBARA HAUSER

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

HANDGEMACHTE
SCHOKOLADE, KONFEKT,
PRALINEN & MEHR

Genuss
K
F A B R I K

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

Stefi Talman Schuhe, Taschen und Accessoires

Oberdorfstrasse 13, 8001 Zürich +41 44 252 81 10 www.stefitalman.ch

Vipasa
Vino Pasta Salsa

**WEIN UND PASTA –
MEHR NICHT!**

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

Gütesiegel

Publikation
BERÄUSCHT
KRÄFTIGT
TRAUERNSICHT

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

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Speiß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlichten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebel-fisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und Texten von Hans-Georg Wenke.

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
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de





- Bald nur noch
-
- > www.
-
- ▶



überschätzt

Die

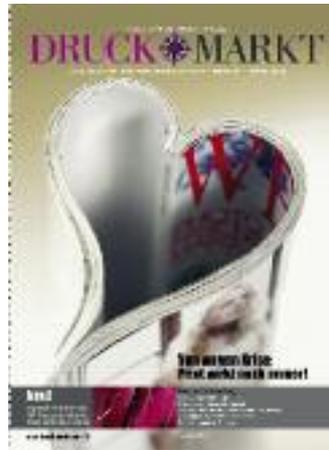
Von

 Lesetipp



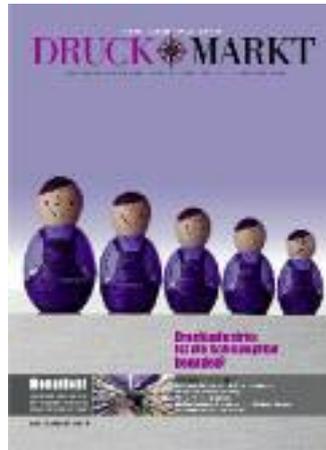
Weitere Nachrichten in
»DRUCKMARKT impressions 17«.
www.druckmarkt-schweiz.ch

 Lesetipp



Weitere Beiträge auch in der
Ausgabe 64 »DRUCKMARKT«.
www.druckmarkt.com

 Lesetipp



Weitere Beiträge auch in der
Ausgabe 65 »DRUCKMARKT«.
www.druckmarkt.com

 anklicken und lesen!

»Chancen für die digital gedruckte Zeitung« (DRUCKMARKT 56).

»Das Beilagensgeschäft legt zu« (DRUCKMARKT 56).

»Zeitungen in Bewegung« (DRUCKMARKT 57).



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

DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Monatlich mit Bildstreifen, Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Monatlich mit Bildstreifen, Hintergrundberichten und Nachrichten.

DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.com