DRUCK MARKT
20. April 2011

impressions 30

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

worldwide published

Solidarität mit Japan

mehr dazu auf Seite 6

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das PDF-Magazin Druckmarkt impressions.

Schwerpunkte dieser Ausgabe:
Markt: Gelungene Premiere der digi:media
Premedia & Press: 1:1-Marketing zu Ende gedacht
Digitaldruck: Highspeed-Inkjetdruck mit 1.067 mm Druckbreite
Print & Finishing: Papiere für Etiketten und Verpackungen
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011

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

Know-how aktuell!

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 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‹, ›Value-Journal‹ und die ›Grafische Revue‹ ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Dossier
E-Commerce
Web-to-Print, Web-to-Business und Cloud Computing werden an Praxis-Beispielen erläutert.
Oktober 2010.
28 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

Investitionskompass
Digitaldruck
Farbe und Schwarzweiß: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

Dossier
Print Szenario 2011
Die Kommunikation im Umbruch. Die Chancen und Stärken von Druck und Werbung.
März 2011
28 Seiten, A4
19,90 €/ 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

Investitionskompass
Drucker und MFPs
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu A3-Druckern und Multifunktionssystemen.
April 2011
28 Seiten, A4, davon 8 Seiten Übersichten.
19,90 €/ 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION
in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue

Digi kommt und Media bleibt

Inhalt

Markt & Zahlen
04 Portal
06 Nachrichten
08 Sappi will Papierfabrik Biberist schließen
09 M-real will Zanders Premium-Papiere verkaufen
11 Wifag kauft Solna
12 Gelungene Premiere der digi:media

Premedia & Print
18 1:1-Marketing zu Ende gedacht
20 Ideen aus Karton

Print & Finishing
24 Nachrichten
25 Hochgeschwindigkeits-Farbdrucksystem mit 1.067 mm Druckbreite
29 Neuer Firmenstandort samt Klebebinder
30 Papiere für Etiketten und Verpackungen
33 Bis zu 70 Zeitungsausgaben täglich
34 Alles aus einer Hand
36 Edle Bildbände in Kleinauflage

Termine, Bildung & Events
38 Buch ›Druck- und Medientechnik‹ neu aufgelegt
40 Terminkalender
41 Nachrichten
42 Seminare & sonstige Veranstaltungen

45 **Business to Business**

Dass die digi:media in Düsseldorf auf Anhieb erfolgreich sein würde, war nicht unbedingt abzusehen. Um so erfreulicher, wenn Besucher, Aussteller und Veranstalter nach der dreitägigen Fachmesse vom 7. bis 9. April 2011 zufrieden sind. ›Drucken in Zeiten von E-Book, iPad, Facebook und Co.‹ war das Thema, das verschiedenen Fragen nachgehen sollte. Haben Zeitungen noch eine Zukunft, wenn es den Inhalt auch als App für's iPad gibt? Machen gedruckte Anzeigen noch Sinn, wenn die Kunden auch über soziale Netzwerke zu erreichen sind? Und welche Geschäftsfelder eröffnen sich durch die neuen Technologien? Mit diesen Themenfeldern schlug die digi:media die Brücke zwischen den Medienkanälen Druck, Internet und mobiler Kommunikation und sprach auch das veränderte Mediennutzungsverhalten an.

Die Antwort gab aber nicht die Messe, sondern Google. Der Suchmaschinenbetreiber, eigentlich für seine ausschließlich digitalen Dienste bekannt, hatte Ende März 2011 die Quartalszeitschrift ›Think Quarterly‹ publiziert, die nicht nur rein digital im Web verfügbar ist, sondern als gedrucktes, 68-seitiges Hardcover-Buch an 1.500 Geschäfts- und Werbepartner in England versendet wurde. Und damit nicht genug: Ausgerechnet der Schnellsucher Google regt mit dem Magazin an, sich mehr ›Zeit zum Nachdenken‹ zu gönnen. Denn, so ist im Editorial zu lesen: »In einer Welt, die sich immer schneller ändert, brauchen wir Zeit, zu reflektieren.« Muss man noch mehr sagen? Nein, denn es spiegelt genau wider, was auf der Messe deutlich wurde und auch im Alltag festzustellen ist: Digital kommt und die (traditionellen) Medien bleiben – auch die papierbezogenen Medien, sprich Drucksachen aller Art.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay,
Chefredakteur Druckmarkt

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

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50.
Redaktionsbüro Schweiz: Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77.
www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt.ch
© by Druckmarkt 2011

Das Unternehmerforum des Bundesverbandes Druck und Medien stand in diesem Jahr im Zweiklang zwischen Markt und Tarifpolitik. Beim Treffen in Hamburg diskutierten am 1. April rund 130 Unternehmer über die marktstrategischen und wirtschaftlichen Weichenstellungen. »Als Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband sehen wir unsere dringlichste Aufgabe darin, den Betrieben Impulse und Orientierung und den Interessen der Arbeitgeber politisches Gehör zu geben«, sagte bvdm-Präsident Rolf Schwarz (im Bild rechts). Dazu fordert der bvdm wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen. Eine für die Branche illusionäre Lohnforderung nannte der Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Prof. Dr. Dieter Hundt (Bildmitte), die Forderung der Gewerkschaft ver.di von 5,5% für die Beschäftigten der Druckindustrie. bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel: »Wir appellieren an die Beschäftigten, sich gemeinsam mit ihren Arbeitgebern für Arbeitsplatzsicherheit und Zukunftssicherung einzusetzen.«

Am Vorabend der Leipziger Buchmesse Mitte April veranstaltete Papyrus Deutschland seine zweite Verlagsveranstaltung unter dem Motto ›Faust II‹. Im Mittelpunkt des Events standen Diskussionen zur Entwicklung der Verlagsobjekte im Medienmix. Wir werden über die Veranstaltung noch berichten.

Die dritte Auflage der beliebten Notizbücher von Munken ist auf dem Markt. Die drei neuen Motive stammen alle aus der Serie ›Rough Roads‹ mit extremen Nahaufnahmen von Strassenbelägen. Die Notizbücher sind im Munken-Shop auf der Website von Arctic Paper erhältlich.
› www.arcticpaper.com/munkenshop

Canon Deutschland sponsert auch in diesem Jahr den Danone Nations Cup – das größte Jugendfußball-Turnier der Welt für Spieler im Alter zwischen zehn und 12 Jahren. Das Turnier wird seit 2000 von Danone organisiert und jedes Jahr unter der Beteiligung von 2,5 Millionen Jugendlichen durchgeführt.

Am 9. April 2011 ging die digi:media auf dem Düsseldorfer Messegelände nach dreitägiger Dauer zu Ende. Nach Ansicht des Veranstalters verlief die Messe erfolgreich. Rund 170 Aussteller und etwa 6.100 Besucher hätten das neue Messeformat gelobt. Mehr dazu und ein kleiner Rückblick ab Seite 12.

Die gewohnt breite Mischung aus Fachbeiträgen zu aktuellen Produktionsmöglichkeiten mit moderner Bogen- und Rollenoffsettechnik, Anwenderberichten und Meldungen aus aller Welt enthält die soeben veröffentlichte Nr. 38 des KBA Report. In der aktuellen Ausgabe beleuchtet die Kundenzeitschrift die rasante Entwicklung der Branche in den sogenannten ›Emerging Markets‹ des Mittleren und Fernen Ostens sowie Lateinamerikas.

74%
DER DEUTSCHEN

nehmen ein Buch mit, wenn sie verreisen. Selbst bei den unter 30-jährigen fahren 70% mit einem Buch im Gepäck in den Urlaub. Dies ist das Ergebnis einer Forsa-Umfrage, die im Auftrag von Tank & Rast die Urlaubsbeschäftigungen der Deutschen herausfinden sollte. Für die Studie wurden mehr als 3.000 Personen ab 18 Jahre zwischen dem 25. Februar und 18. März 2011 befragt.

Eine ausgesprochen positive Bilanz der am 13. April nach fünf Tagen zu Ende gegangenen Fachmesse Print China im chinesischen Dongguan (Provinz Guangdong) ziehen der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG und die chinesische Tochtergesellschaft KBA-China. Der nach dem Motto ›Proven Green Technology‹ im Zeichen einer umweltorientierten Druckproduktion gestaltete über 1.000 m² große Messestand kam bei den Besuchern ebenso an wie die vier Bogenoffsetmaschinen. Mit über 250 verkauften Rapida-Druckwerken und zwei Compacta 215-Akzidenzrotationen übertrafen die Abschlüsse auf der Fachmesse in 2011 die ohnehin positiven Erwartungen deutlich.

Zum jährlich stattfindenden Girls' Day werden Mädchen aus der 7. bis 9. Klasse dazu aufgerufen sich über technische Ausbildungsberufe zu informieren. Deutschlandweit haben in den vergangenen Jahren über eine Million Mädchen am Girls' Day teilgenommen, um verschiedene Berufsfelder kennen zu lernen, Kontakte für Praktika zu knüpfen oder ihren Traumberuf zu finden. In den Ausbildungsberufen der Druckindustrie sind nach wie vor mehr Jungen als Mädchen vertreten. So lag der weibliche Anteil nach Angaben des Bundesverbandes Druck und Medien 2009 gesamt bei 38,6%. Davon werden 54,6% zur Mediengestalterin ausgebildet, 10,8% zur Druckerin und 19,6% im Bereich der Druckweiterverarbeitung.

Wie im letzten Jahr hat sich auch in diesem Jahr das Druckhaus Berlin-Mitte an dem Aktionstag beteiligt und 14 Mädchen aus den umliegenden Schulen begrüßt. Im Druckhaus werden derzeit neun Jugendliche in den typischen Berufsgruppen der Druckindustrie ausgebildet.

Am Girls' Day informierten sich 16 Schülerinnen bei manroland in Offenbach über Ausbildungsberufe rund um die Druckmaschine. Der Aktionstag soll Mädchen Berufe näher bringen, in denen Frauen unterrepräsentiert sind wie Druckerin oder Mechatronikerin. Entsprechend engagiert sich manroland.

Ein ungewohnter Anblick auch in der Ausbildungswerkstatt in Wiesloch-Walldorf: Statt der meist männlichen Azubis beherrschten am Girls' Day 2011 viele junge Mädchen das Bild. Heidelberg hatte Schülerinnen aus der Region eingeladen, die verschiedenen Berufsbilder kennen zu lernen, in denen das Unternehmen ausbildet. Betreut wurden sie dabei von Azubis und Ausbildern, die ihren Arbeitsbereich vorstellten und ausführlich alle Fragen rund um die Ausbildung beantworteten.

Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 17 Jahren konnten sich beim ›Zukunftstag für Mädchen und Jungen‹ am 14. April einen Einblick in den Arbeitsalltag verschiedener Abteilungen verschaffen und mehr über die Ausbildungsmöglichkeiten bei Ricoh erfahren. Pro Jahr beginnen rund 50 junge Menschen eine Ausbildung bei Ricoh Deutschland.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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

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

›DRUCKMARKT impressions‹ ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von ›DRUCKMARKT‹ erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des ›DRUCKMARKT‹ aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ... DRUCKMARKT macht Entscheider entscheidungssicher.

23. April

UNESCO-WELTTAG DES BUCHS

Seit 1995 steht ein Tag im Jahr ganz im Zeichen des Buchs: Am 23. April wird der UNESCO-Welttag des Buchs gefeiert. Der 23. April wurde nicht zufällig ausgewählt: Es ist der Todestag von William Shakespeare. Buchhandlungen, Verlage und Bibliotheken laden zu zahlreichen Aktionen ein.
› www.welttag-des-buches.de.

IVW

WOCHEN- UND SONNTAGSZEITUNGEN IM PLUS

Während die überregionalen Tageszeitungen auch im 1. Quartal 2011 Leser verloren, haben die Wochen- und Sonntagszeitungen erneut Käufer gewonnen. ›Die Zeit‹, die ›Welt am Sonntag‹ und die ›Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung‹ legten um 0,5% bis 2,2% zu. Die Tageszeitungen büßten bis zu 5,2% (Bild) ein.

Online-Werbung

STANDARD-WERBEFORMATE LEIDEN DEUTLICH

Die Preise für Online-Standardformate wie Banner oder Skyscraper leiden zu Jahresbeginn. Eine entsprechende Meldung der Fachzeitschrift w&v bezieht sich dabei auf den Online-Werbemarktplatz AdScale, der in seiner Studie ›Adscale Analyzer‹ zeigt, dass die Preise für im Februar 9% unter dem Vorjahresmonat lagen.

Anzeigenblätter

WERBEUMSÄTZE SIND GESTIEGEN

Die Anzeigenblätter in Deutschland verzeichnen im Geschäftsjahr 2010 bei den Nettowerbeumsätzen einen Anstieg von 2,3%. Dies teilte der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) anlässlich seiner Frühjahrstagung in Berlin mit. Nachdem im Geschäftsjahr 2009 die Umsätze eher moderat gesunken waren, überspringt das lokale Medium wieder die Grenze von zwei Milliarden (2,011 Mrd. €). Mit dem Ansteig um 2,3% beziehungsweise 45 Mio. € bleiben die Anzeigenblätter der drittgrößte Werbeträger in Deutschland hinter dem Fernsehen und den Tageszeitungen. Der BVDA meldet 1.407 Anzeigenblatt-Titel mit einer wöchentlichen Aauflage von 92,3 Millionen Exemplaren (Stand 1. Januar 2011). Im Vergleich zum Vorjahr verteilt sich die Erscheinungsweise fast unverändert vor allem auf die Wochenmitte und das Wochenende. Rund zwei Drittel (2011: 63,6%) aller Anzeigenblätter erscheinen mittwochs und donnerstags (895 Titel), etwa ein Drittel (2011: 33,7%) erscheint am Wochenende (474 Titel).
› www.bvda.de

Elektronische Rechnungsstellung als Standard?

BVDM WARNT EU-KOMMISSION VOR FÖRDERUNG DES E-INVOICING

Elektronische Rechnungsstellung als ausschließlichen Standard, wie es die Europäische Kommission bis zum Jahre 2020 erreichen will, benachteiligt ganze Industriezweige, deren Beschäftigte und weite Teile der Endverbraucher. Davor warnt der Bundesverband Druck und Medien (bvdm). Der Verband unterstützt damit den offenen Brief von insgesamt elf Verbänden und Institutionen der europäischen Papier-, Druck- und Medienindustrie, der Direkt-Marketing- und Versandlogistik an die EU-Kommission und fordern diese zu einem offenen und konstruktiven Dialog auf.

NACH DEM WILLEN DER EU-KOMMISSION soll die elektronische Rechnungstellung (E-Invoicing) zur vorherrschenden Fakturierungsmethode werden. Die Initiative der Kommission hat nach Meinung der Verbände für die Druckindustrie und werbetreibende Dienstleistungsunternehmen massive wirtschaftliche Auswirkungen.

Momentan haben Rechnungen auf Papier einen Anteil von 95%. »Das Stellen elektronischer Rechnungen ist für mittelständische Betriebe ein komplexer und kostenintensiver Vorgang. Zudem ist die Regelung der elektronischen Rechnungsstellung in Europa nicht harmonisiert«, so bvdm-Hauptgeschäftsführer **Dr. Paul Albert Deimel.** Seine volle Wirkung entfalte E-Invoicing nur bei der Integration der elektronischen Rechnung in die Buchhaltungssysteme der Unternehmen. Der elektronische Versand alleine biete keine Effizienzvorteile. Bei Betrachtung der angeblichen Kostenvorteile und Umweltaspekte von E-Invoicing werden nach Ansicht des bvdm wesentliche Aspekte nicht berücksichtigt. Außerdem nutzten viele Unternehmen ihre Rechnungen auf Papier auch zur regelmäßigen Kundeninformation. Zudem habe das Medium Print für die Verbraucher einen besonderen Stellenwert und große Glaubwürdigkeit. Dr. Paul Albert Deimel: »Print gehört in der Kommunikation auch im Jahre 2020 zu einem gesunden ausbalancierten Medienmix. Druckprodukte – auch in der Geschäftskommunikation – haben einen hohen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Wert. Diesen muss die EU-Kommission wahren.«

› www.bvdm-online.de

Solidarität mit Japan

Schweizer Firmen haben zur Solidarität mit den Leid geprüften Menschen in Japan aufgerufen und eine Initiative ins Leben gerufen, die wir vom ›Druckmarkt‹ ebenfalls unterstützen wollen.
Die Idee für das Yukiko-Shirt stammt von Sandra Koch (›Apfelbäckchen‹). Der Legende nach stehen Kraniche in der japanischen Kultur für Langlebigkeit: wer 1.000 Kraniche faltet, dem erfüllen die Götter einen Wunsch. Seit dem Tode des Atombombenopfers Sadako Sasaki, die mit dem Falten von Origami-Kranichen gegen ihre durch die Strahlung verursachte Leukämie-Erkrankung ankämpfte, sind Origami-Kraniche auch Symbol der Friedensbewegung.

Mit dieser Aktion soll ein Beitrag für eine sorgenfreie Zukunft der Kinder in Japan geleistet werden. Bis zum 18. April kamen durch den Verkauf des Shirts über 23.000 Franken zusammen.

Wir zeigen Solidarität mit Japan

Wir sammeln gemeinsam für Japan. Helfen Sie Japan mit der Bestellung des Yukiko Shirts. Dank der Unterstützung zahlreicher Schweizer Unternehmen wird der gesamte Betrag von CHF30 bzw. CHF35 für Japan eingesetzt. Die Schweizerisch-Japanische Handelskammer (sjcc.ch) ist Pate der Solidaritätsbewegung und garantiert den zweckmässigen Einsatz der Spende. **www.solidaritaet-japan.ch**

manroland
NEUES STANDBEIN INDUSTRIE-SERVICE
manroland hat den Geschäftsbereich Industrieservice gegründet. Er vermarktet die Kompetenzen und das Know-how der manroland-Mitarbeiter und bietet Personaldienstleistungen, Facharbeiter ebenso wie Ingenieure an. Die Leitung hat zum 1. April 2011 Felix Wolf übernommen.
› www.manroland.com

Herma Gruppe
2010 WIEDER ZURÜCK AUF WACHSTUMSKURS
Nach zwei Geschäftsjahren mit leichten Umsatzrückgängen knüpft der Selbstklebespezialist Herma an seinen Wachstumskurs an, den die Wirtschaftskrise unterbrochen hatte. Umsätze von 229,1 Mio. € in der Unternehmensgruppe bedeuten 2010 eine Steigerung von 15,8% gegenüber dem Vorjahr.
› www.herma.de

Paid Content
ZAHLUNGSBEREITSCHAFT HAT DEUTLICH ZUGENOMMEN
Die Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte hat zugenommen. So meldete die Londoner ›Times‹ vor wenigen Tagen 79.000 verkaufte Web-Abos. Damit würde die Times bereits geschätzte 780.000 € im Monat erwirtschaften. Vier Monate zuvor betrug die Zahl der Web-Abos noch 50.000. Eine Zunahme von 60% innerhalb kürzester Zeit.

Canon
AUSZEICHNUNGEN BEIM RED DOT DESIGN AWARD
Beim renommierten red dot design award ist Canon dieses Jahr mit zwei Preisen in der Kategorie Product Design ausgezeichnet worden. Sowohl das Tintenstrahl-Multifunktionssystem Pixma MG8150 als auch die Rechner der X-Mark-I-Serie erhielten in diesem Jahr den begehrten ›roten Punkt‹ für herausragendes Design.

Chromos AG
NEUER GESCHÄFTSBEREICH DIGITAL
Nachdem die Chromos AG seit Anfang 2011 neben dem Schweizer Markt auch denjenigen Österreichs als exklusiver HP-Indigo-Vetriebspartner betreut, hat das Handelshaus einen neuen, eigenständigen Unternehmensbereich ›Digital‹ geschaffen. Dieser ist für die Schweiz und Österreich nun sowohl für den Bogendruck als auch Rollendruck mit den Digitalsystemen von HP Indigo verantwortlich. Im Zug dieser Gebietserweiterung wurden Verkauf und Service verstärkt und in einem Team von rund 20 Mitarbeitern gebündelt. Der Unternehmensbereich Digital obliegt im Verkauf der Führung von **Adrian Meyer.** Für die Technik ist die Serviceorganisation Imsag zuständig, ein Tochterunternehmen der Chromos. Chromos operiert somit seit Jahresbeginn mit vier wichtigen Geschäftsbereichen: Offset, Digital, Verpackungsmaterial, Druck und Weiterverarbeitung.

› www.chromos.ch

550 Mitarbeiter betroffen

SAPPI WILL PAPIERFABRIK IN BIBERIST SCHLIESSEN

Der südafrikanische Papierkonzern Sappi will offenbar seine Schweizer Fabrik in Biberist schließen. Dies teilte der Konzernbereich Sappi Fine Paper Europe (SFPE) mit, zu dem das Werk gehört. Von der Stilllegung wären 550 Mitarbeiter betroffen. Sappi begründet seine Pläne mit den schwierigen Marktbedingungen und der anhaltenden Zunahme der Produktionskosten. Auf Grund der fortbestehenden Überkapazitäten für gestrichenes und ungestrichenes Feinpapier auf den europäischen Märkten habe es sich »in den letzten Jahren als unmöglich erwiesen, die stark angestiegenen Kosten für Rohstoffe und Energie auszugleichen«.
In Biberist sei trotz aller Bemühungen keine tragbare Rendite zu erzielen gewesen. Bereits im April 2010 hatte die Papierfabrik 48 Stellen gestrichen.
Kommt es zur Schließung, wird Sappi jährlich 435.000 Tonnen gestrichenes und 65.000 Tonnen ungestrichenes Feinpapier weniger produzieren. Sappi würde seinen Kunden dann vergleichbare gestrichene Feinpapiere anderer Sappi-Standorte in Europa anbieten, so dass keine Lieferengpässe entstehen sollten, heißt es in der Mitteilung von SFPE. Die ungestrichenen Produkte der Markenfamilie Cento würden allerdings auslaufen.
Biberist wurde 1862 gegründet und war Teil der Biber Holding, die 1997 Konkurs anmelden musste. Biberist wurde daraufhin von M-Real übernommen und ging 2008 an Sappi.

› www.sappi.com

Mayr-Melnhof
ANSTIEG BEI UMSATZ UND ERGEBNIS
Der Mayr-Melnhof Konzern konnte 2010 den konjunkturellen Aufschwung in Europa nutzen und das Geschäftsjahr mit einem deutlichen Anstieg bei Umsatz und Ergebnis abschließen. Der Umsatz stieg um 11,1% auf knapp 1,8 Mrd. €, das Ergebnis auf 150 Mio. €. Vor dem Hintergrund starker Nachfrage und Vollauslastung gelang MM Karton nach eigenen Angaben die Weitergabe des Rohstoffkostenanstiegs insbesondere bei Faserkosten und somit eine Erholung der Marge.
MM Packaging verzeichnete nach Unternehmensinformationen ebenfalls einen Zuwachs bei Umsatz und Menge, wodurch wieder ein hohes Ertragsniveau erreicht wurde, das infolge der verzögerten Weitergabe der stark gestiegenen Kartonpreise jedoch leicht unter dem Vorjahr lag. Strategiekonform wurde der Wachstumskurs in neue Märkte mit dem Erwerb des größten chilenischen Faltschachtelerzeugers Marinetti weiter fortgesetzt.
› www.mm-karton.com

Tiefdruckerei Sebald

BURDA DRUCK GMBH OFFENBURG ÜBERNIMMT

Die Burda Druck GmbH Offenburg hat mit Dr. Siegfried Beck, dem Insolvenzverwalter der insolventen Schlott-Gruppe AG, Freudenstadt, einen Kaufvertrag zur Übernahme der zu Schlott gehörenden Tiefdruckerei U.E. Sebald geschlossen. Der Erwerb steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Kartellbehörden. Das Unternehmen hat in Nürnberg rund 220 Beschäftigte und produzierte im vergangenen Geschäftsjahr eine Jahrestonnage von rund 145.000 Tonnen.

Der Münchener Medienkonzern Burda hatte sich erst im Februar mit der Mönchengladbacher TSB-Gruppe im Vertrieb, bei der Auftragsbearbeitung und Produktionsplanung verbündet. Burda Druck verfügt über zwei Tiefdruckereien in Offenburg sowie eine weitere in Vieux Thann (Frankreich) und zählt zu den großen und leistungsstarken Druckunternehmen Europas.

Die Übernahme der Tiefdruckerei Sebald dient der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Burda Druck, wie Geschäftsführer **Egon Weimer** ausführt: »Sebald hat jahrzehntelange Tiefdruckerfahrung, verfügt über einen zeitgemäßen Maschinenpark und eine hochqualifizierte Belegschaft. Das Unternehmen passt gut zu uns.«

› www.hubert-burda-media.de

Verkauf an Papierwerke Lenk AG

M-REAL WILL ZANDERS PREMIUM-PAPIERE VERÄUSSERN

Die M-real Zanders GmbH, Bergisch Gladbach, beabsichtigt, den gesamten Bereich der Zanders Premium-Papiere an die Papierwerke Lenk AG zu verkaufen. Der Bereich umfasst Marken wie Gohrsmühle, Zanders Classic, Zanders Bankpost, Zeta, Reflex Special, Elefantenhaut, Efalin, Estralin, Medley und diverse weitere, traditionsreiche Marken. Die Papiere werden bei Briefpapieren und -umschlägen, Broschüren, Büchern und Kalendern eingesetzt.

Den Geschäftsbereich Durchschreibepapiere im Werk Reflex will M-real fortführen.

Die Veräußerung würde den gesamten Geschäftsbereich der Premium-Papiere, die dazugehörenden Maschinen und Anlagen sowie etwa 100 M-real Arbeitnehmer umfassen. Eine entsprechende Absichtserklärung wurde unterzeichnet, die Verträge sollen nach abschließender Prüfung im zweiten Quartal 2011 unterzeichnet und umgesetzt werden.

Zanders Premium Papiere wollen sich zukünftig exklusiv auf das Segment qualitativ hochwertiger Papiere fokussieren und in die Entwicklung neuer, innovativer Premium Papiere investieren. »Die geplante Veräußerung des Premium-Papier-Geschäftsbereichs ist ein weiterer Schritt der M-real-Strategie, Bereiche, die nicht zum Kerngeschäft gehören, zu verkaufen«, so Mikko Helander, Vorstandsvorsitzender von M-real. Im Oktober 2010 hatte M-real die Papiermaschine 5 und die dazugehörenden Anlagen im Werk Reflex an Metsä Tissue verkauft.

Die Papierwerke Lenk AG, Kappelrodeck, ist ein Schwarzwälder Spezialpapierhersteller mit einem Portfolio von mehreren hundert Papiersorten, einer Jahresproduktion von rund 35.000 t hochwertigen Spezialpapieren und etwa 130 Mitarbeitern. Lenk wurde im Jahr 1900 gegründet und hat sich bereits früh auf die Entwicklung technisch anspruchsvoller Papiere (unter anderem als Erfinderin des Krepppapiers) konzentriert. Ziel der Akquisition der Zanders Premium Papiere ist, sich ein zweites langfristiges Standbein im Markt der hochwertigen Papiere zu schaffen.

› www.zanders.com

› www.lenk.de

Tarifverhandlungen vertagt

BVDM FORDERT MEHR FLEXIBILITÄT

Die Tarifverhandlungen in der Druckindustrie, die am 13. April in Frankfurt am Main begannen, wurden nach drei Stunden vertagt.

Die Forderung der Gewerkschaft nach 5,5% mehr Lohn stößt bei den Arbeitgebern angesichts der strukturellen Probleme der Branche auf Unverständnis. Während andere Branchen zum Teil zweistellige Wachstumsraten verzeichneten, kämpfe die Druckindustrie mit Umsatzeinbrüchen, Insolvenzen und Personalabbau. Allein in den letzten zehn Jahren sei der Umsatz der Branche um mehr als 20% zurückgegangen und habe fast ein Drittel ihrer Betriebe mit über 60.000 Beschäftigten verloren, so der Bundesverband Druck und Medien.

Kernprobleme der Druckindustrie sind nach Einschätzung des bvdm das Abwandern von Marktanteilen von Print zu elektronischen Medien, der international harte Wettbewerb und zu starre manteltarifliche Regelungen wie beispielsweise zur Maschinenbesetzung. Die Arbeitgeber fordern mehr Flexibilität in den Betrieben. Notwendig sei dazu eine Reform des Manteltarifvertrages. Dazu gehöre auch eine Öffnung des Arbeitszeitkorridors auf eine durchschnittliche Arbeitszeitdauer von bis zu 40 Wochenstunden.

Am 28. April 2011 sollen die Verhandlungen weitergeführt werden.

› www.bvdm-online.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Der Spezialchemiekonzern Altana hat das Geschäftsjahr 2010 mit Spitzenwerten bei Umsatz und Ergebnis abgeschlossen. Der Umsatz stieg auf 1,53 Mrd. € und damit um 30% gegenüber dem Vorjahr. Bei der zum Konzern gehörenden Eckart Effect Pigments stieg der Umsatz um 29% auf 356,6 Mio. €. • Die Auftragssituation der Hersteller von Komponenten, Maschinen und Anlagen für die Photovoltaik in Deutschland stellt sich zum Ende des 1. Quartals 2011 als außerordentlich gut dar. In der aktuellen Geschäftsklimaumfrage des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) melden gut 93% der Unternehmen eine Verbesserung der Auftragslage im Vergleich zum Vorjahr. • Die Toshiba TEC Germany Imaging Systems GmbH hat das Traditionsunternehmen J. Fuhrmann Büro-Center GmbH in Hamburg gekauft, das als unabhängige Niederlassung von Toshiba TEC weitergeführt wird. •

Papyrus in Deutschland

LEICHTE ERHOLUNG IM LETZTEN JAHR

Papyrus Deutschland (ehemals Schneidersöhne) hat im ersten Jahr mit neuem Namen den Umsatz auf 793 Mio. € gesteigert (2009 waren es noch 782 Mio. €). Auch die gesamte Papyrus-Gruppe legte in den 22 europäischen Ländern, in denen sie vertretenen ist, leicht zu: der Absatz stieg geringfügig auf 1,84 Mio. Tonnen, der Umsatz auf 1,9 Mrd. € (2009: 1,82 Mrd. €). Auch wenn das Vorkrisenniveau damit noch längst nicht erreicht werde, sei man

mit dem Ergebis zufrieden, so **Michael Hürter,** Senior Vice President Papyrus und neuer Sprecher der Geschäftsführung von Papyrus Deutschland.
Boris Borensztein, Geschäftsführer bei Papyrus Deutschland, berichtete über eine unterschiedliche Marktentwicklung. Der Markt sei 2010 um 4% gewachsen, die gestrichenen Sorten lagen mit 5% noch etwas darüber, der Absatz von Officepapieren stagnierte jedoch und nur die Recyclingqualitäten konnten um 5% wachsen.
2010 habe es überdurchschnittlich viele Preiserhöhungen seitens der Papierindustrie gegeben, denen Papyrus mit einer Papierpreiserhöhung um 7% bis 9% Ende März 2011 folgte. Im Lieferantenportfolio sei man nun sehr gut aufgestellt, nicht nur durch die Ergänzung um UPM in Standardbereichen, sondern auch durch kleine Hersteller wie Gmund, Favini und Schoellershammer. Auch der chilenische Maule-Karton könne in Deutschland jetzt als Bogenware angeboten werden.
› www.papyrus.com/de

Auftakt für ›digi-Trends‹

DIGITALDRUCK IST ZUM MAINSTREAM GEWORDEN

Der Digitaldruck hat einen neuen Professionalisierungsgrad erreicht. Das Interesse ist dem entsprechend groß. 45 Teilnehmer folgten bei der Auftaktveranstaltung der neuen Reihe ›digi-Trends‹, organisiert von der digicom Interessengemeinschaft Digitaldruck und dem Verband Druck und Medien NRW in Lünen, den Vorträgen und der Diskussionsrunde.

Die Referanten (von links) Katharina Matters, Verband Druck und Medien NRW, Bertram Störch, Hewlett-Packard, Frank Dieckhoff, digicom, Iris Hagemann, Xerox und Peter Berger, Horizon.

Mit dem Vortrag ›Variabler Datendruck – Vermarktung, Datenverarbeitung, Produkte‹ gab Katharina Matters vom Verband Druck und Medien NRW einen Einblick in die Themen rund um Individualisierung, Infrastruktur und die Datensicherheit. Anhand von Beispielen verdeutlichte Peter Berger, Horizon, die Tücken und Besonderheiten bei der Weiterverarbeitung von Digitaldrucken. Iris Hagemann, Xerox, beschäftigte sich mit der Frage ›Twitter, Facebook & Co. – Drucken wir in fünf Jahren noch?‹. Sie zeigte auf, wie sich die Kommunikation unter dem Einfluss des Internets wandelt. Die fortschreitende Individualisierung wird sich auch auf Druckprodukte übertragen, so Hagemann.
Bertram Störch, Hewlett Packard, stellte in seinem Vortrag ›Digitaldruck wird Mainstream‹ die Geschäftsfelder vor, in denen der Digitaldruck aktiv ist. Mit steigender Wertigkeit und sinkenden Stückkosten wird der Digitaldruck zu einer Alternative zu den konventionellen Druckverfahren. Neben Beispielen für Produkte, die nur im Digitaldruck produziert werden können, zeigte Störch die Vorteile einer Kombination von Digitaldruck und Web-to-Print- beziehungsweise Web-to-Business-Modellen auf. Frank Dieckhoff, Geschäftsführer der Interessengemeinschaft digicom, stellte in seinem Vortrag ›Die Klimainitiative‹ den Klimarechner des bvdm vor. Dabei wurde exemplarisch ein Auftrag einmal im Offsetdruck und einmal im Digitaldruck gerechnet und verglichen. Anhand der Resultate leitete Dieckhoff die Vor- und Nachteile beider Verfahren im Hinblick auf die Kohlendioxid-Bilanz ab.
Die nächste Veranstaltung ›digi-Trends‹ findet am 28. Juni 2011 beim Verband Druck und Medien Bayern e. V., Reichenbachstraße 1, 85737 Ismaning, statt.
› www.bvdm-online.de

KBA PressConsum

GEPRÜFTE VERBRAUCHSMATERIALIEN AUS RADEBEUL

Anfang April gab KBA den Einstieg in das Verbrauchsmaterialgeschäft offiziell bekannt. Unter der Marke KBA PressConsum sind ab sofort Druckchemikalien, Gummitücher, Farben und viele weitere Produkte für Bogenoffsetmaschinen verfügbar, die geprüft, im Rahmen von Benchmark-Tests ausgewählt und zusammen mit den Herstellern weiter optimiert wurden. Einige KBA-Anwender haben die Produkte

bereits erfolgreich getestet. Auch im KBA-Kundenzentrum, bei der Maschinenabnahme, auf Messen und beim Druckertraining kommen sie zum Einsatz. Dadurch können eventuelle Qualitätsschwankungen rechtzeitig erkannt und beseitigt werden. Ein Highlight für Verpackungsdrucker ist die migrationsunbedenkliche Farbserie SensPrint MU, die von Epple exklusiv für KBA produziert wird.
Alle Rapidas im Mittel- und Großformat für europäische Kunden verfügen über ein PressConsum-Starterkit. Im Hinblick auf die für eine schnelle und reibungslose Versorgung notwendige Logistik startet KBA mit dem Consumables-Vertrieb in Deutschland, Österreich und Belgien. Weitere Länder sollen Schritt für Schritt hinzukommen.
› wwwkba.com

Apenberg + Partner

SERVICE DER GRAFISCHEN HERSTELLER NICHT OPTIMAL

Die Service-Qualität der grafischen Maschinenhersteller ist trotz einiger Verbesserungen in den vergangenen Jahren noch verbesserungsfähig. Lediglich zwei von insgesamt 22 bewerteten Herstellern bieten nach Angaben der Kunden einen Service, der auf einer Bewertungsskala von 1 bis 6 eine 1 vor dem Komma verdient hat. Es handelt sich dabei um Agfa Graphics und Müller Martini.

Dies ist ein Ergebnis der jüngsten Service-Studie von Apenberg + Partner, bei der die Hamburger Print Business Consultants im ersten Quartal 2011 197 Entscheider aus Produktionsbetrieben der deutschen Druckindustrie befragten. Abgefragt wurde die Service-Qualität bei CtP-Systemen, Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen. Die Befragten bewerteten insgesamt 22 Hersteller.

Die soeben fertig gestellte Studie liefert wertvolle Erkenntnisse über Verbesserungspotenziale im Service und einen direkten Vergleich mit den Wettbewerbern. Die Studie kann bis zum 30. April 2011 zum Subskriptionspreis von 1.250 € (später 1.400 €) plus Mehrwertsteuer bei Apenberg + Partner bestellt werden.

› www.apenberg.de

Wifag übernimmt Solna

FUSION IM ZEITUNGSDRUCKMASCHINENBAU

Zwei namhafte Druckmaschinenhersteller, die zu Nischenanbietern geschrumpft sind, bündeln ihre Kräfte: Die Wifag Maschinenfabrik AG hat die schwedische Solna-Gruppe und die Verkaufsorganisation Ekpac Graphics in Hongkong übernommen. Das 1946 gegründete Unternehmen Solna baute zunächst Bogenmaschinen, seit 1952 auch Rollenmaschinen und ist heute Hersteller von vorwiegend einfachbreiten Druckmaschinen für den Zeitungs- und Buchmarkt.

Mit dem Erwerb des schwedischen Herstellers will das Traditionsunternehmen Wifag seine Palette mit Rollenoffsetrotationen für den wachsenden Zeitungsdruckmarkt in den BRIC-Ländern ergänzen. Die Ekpac Graphics HK ermöglicht als Verkaufsorganisation den direkten Verkaufskanal und Marktzugang zu den Märkten China, Südostasien und dem Mittleren Osten.

Solna soll ihren Sitz in Schweden behalten und ihre Kunden auch in Zukunft von dort aus betreuen. Das kombinierte Zeitungsgeschäft von Wifag und Solna mit Hauptsitz in Fribourg wird künftig von Jörgen Karlsson, dem ehemaligen CEO und Inhaber von Solna, geführt, der an Peter Ruth, CEO der WIFAG-Polytype Gruppe, berichtet.

Die einfachbreite SOLNA 390 und eine Bücherdruckmaschine sollen weiterhin unter der Marke Solna geliefert und künftig nach Kundenwunsch entweder in China oder im Montagewerk der Wifag-Mutterfirma Polytype im schweizerischen Fribourg hergestellt werden.

Mitte 2010 wurde Wifag mit den deutschen Druckmaschinenherstellern manroland und KBA als mögliche Käufer in Verbindung gebracht; die Verhandlungen scheiterten jedoch. Im selben Jahr gab die 1904 gegründete Wifag ihren Sitz in Bern auf und verkaufte die dortige Fertigungsstätte. Eigentlich wollte sich das einst 650 Mitarbeiter starke Unternehmen künftig auf den Service für bestehende Wifag-Anwender beschränken. Der Verkauf einer Wifag OF 370 nach Indien brachte dann aber die Fertigung bei Wifag wieder in Schwung. Jetzt sollen auch die 2004 aufgelegten Rollenoffsetrotationen der Wifag Evolution-Serie wieder gebaut und verkauft werden. Einem Bericht der Basler Zeitung zufolge hat Wifag aktuell 90 Mitarbeiter.

› www.wifag.ch

Ziegler Papier AG

HÖHERER UMSATZ TROTZ SCHWIERIGEM UMFELD

Der in Grellingen (Schweiz) ansässige Fein- und Spezialpapierhersteller Ziegler Papier meldet für 2010 eine Erhöhung der Nettoproduktion um 5% (von 62.200 t auf 65.000 t). Ebenso sei der Umsatz um 2% auf 105 Mio. CHF gestiegen. Ziegler ist nach eigenen Angaben schuldenfrei und beschäftigt 180 Mitarbeiter und zehn Auszubildende.

Auch 2010 wurde an der Strategie festgehalten: Konzentration auf Nischen und Spezialitäten wie Inkjetpapiere für den Digitaldruck sowie der Ausbau des Vertriebs.

Die Verteilung der Absatzmärkte blieb praktisch unverändert: 45% wurden im Inland abgesetzt, 55% exportiert. Der größte Teil des Exportes ging mit 20% nach Deutschland, gefolgt von Großbritannien, Italien, den USA, Frankreich, Österreich, Benelux und Spanien.

Die Aussichten für das Jahr 2011 werden trotz anhaltend hoher Zellstoffpreise als verhalten positiv beurteilt. Als konzernunabhängiges Schweizer Familienunternehmen ist die Ziegler Papier AG nach eigenen Worten in einem sehr volatilen Marktumfeld bestrebt, weiterhin als verlässlicher Hersteller qualitativ hochwertiger Produkte und Dienstleistungen ihre Kunden im In- und Ausland zufrieden zu stellen.

› www.zieglerpapier.com

Rot Grün Blau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

AM 9. APRIL 2011 ging die erste digi:media auf dem Düsseldorfer Messegelände nach dreitägiger Dauer zu Ende. Nach Ansicht des Veranstalters verlief die Messe äußerst erfolgreich. Die rund 170 Aussteller und etwa 6.100 Besucher hätten die neue ›Fachmesse für Commercial Printing und Digital Publishing‹ gelobt und den Mut der Messe Düsseldorf begrüßt, ein Jahr vor der drupa ein neues Messeformat auf den Weg zu bringen. »Die Messe bot ein anderes Niveau, Gespräche führen zu können. Das wiederum honorierten die Besucher in ausreichender Quantität und Entscheidungskompetenz«, wird **Kai Büntemeyer,** Geschäftsführer des Maschinenherstellers Kolbus, zitiert. Auch **Frank Beinhold,** Gründer der Münchener Werbeagentur S.A.M. und Aussteller auf der digi:media, zieht ein positives Fazit: »Aus meiner Sicht ist es eine mutige und innovative Entscheidung der Messe Düsseldorf, in einem fragmentierten Markt wie dem in Deutschland eine medial übergreifende Messe wie die digi:media zu realisieren.«

Die Besucher haben sich während der Messe mit dem ›Drucken im mobilen Zeitalter von E-Book, iPad, Facebook und Co.‹ auseinander gesetzt. Die Strategie der digi:media, alle an der Kommunikation beteiligten Zielgruppen an einen Tisch zu bringen und den interdisziplinären Austausch zu initiieren, habe funktioniert, wertet die Messe Düsseldorf die Veranstaltung. Druck- und Mediendienstleister, Werbe- und Kreativagenturen, Marketingentscheider und Verleger hätten die Plattform genutzt, sich über die Vernetzung der Medienkanäle Druck, Internet und mobile Kommunikation zu informieren. Auf große Resonanz stieß auch das Fachprogramm mit 13 Kongressen, Seminaren und Workshops. Dazu gehörten beispielsweise der Media-Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion, die Konferenz der Deutschen Akademie des Buchhandels oder die Vergabe des GWA-Production-Award.

› www.digimedia.de

WELTWEITER ROLLOUT ANGELAUFEN Bereits am Vortag der digi:media verkündete Heidelberg offiziell den Start der globalen Vertriebspartnerschaft mit Ricoh vor der internationalen Presse. **Simon Sasaki,** Corporate Executive Vice President & General Manager of the Production Printing Business Group, Ricoh (links), Heidelberg-Vorstandsvorsitzender **Bernhard Schreier** und **Peter Williams,** Executive Vice President Production Printing Ricoh Europe, erläuterten die Zusammenarbeit. Demzufolge haben die Heidelberg Vertriebsgesellschaften in Deutschland und England seit April 2011 den Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition in das Portfolio aufgenommen. In Kürze folgen die Vertriebsgesellschaften in Frankreich und der Schweiz. Auf Fachmessen wie der Graph Expo in den USA oder der IGAS in Japan wird Heidelberg mit dem Verkaufsstart des Digitaldrucksystems in den entsprechenden Regionen beginnen. Als abschließender Schritt der weltweiten Einführung ist zur drupa 2012 die Markteinführung weiterer Regionen geplant.

Das kombinierte Angebot von Offset- und Digitaldruck von Heidelberg ermöglicht neben dem kosteneffizienten Offsetdruck auch variablen Datendruck und kleinere Auflagenhöhen. Zusätzlich zu den Angeboten für den klassischen Werbedruck bietet Heidelberg digitale Inkjet-Drucksysteme von Linoprint, die es Verpackungsherstellern und abfüllenden Betrieben ermöglichen, Lösungen für verschiedene Anwendungsbereiche in der modernen Verpackungsproduktion anzubieten. Anhand zahlreicher Live-Vorführungen einer hybriden Druckproduktion, also einer Kombination von Offset- und Digitaldruck-Technologie innerhalb eines Druckproduktes, konnten sich die Besucher der digi:media bei Heidelberg überzeugen, wie sich auch kleine Druckauflagen zielgruppengerecht und gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich produzieren lassen. Heidelberg präsentierte ein Lösungsangebot, das vom Web-to-Print-Frontend über den Einsatz von Digital- und Offsetdruck bis zu professionellen Postpress-Anwendungen für die Produktion von Mailings und Büchern reichte. Heidelberg war der einzige Aussteller auf der digi:media, der Lösungen für die Kombination von Offset- und Digitaldruck in der Praxis präsentierte.

› www.heidelberg.com

Müller Martini

DAS EXPERIMENT HAT SICH GELOHNT

Viele Besucher auf dem Stand, spannende Diskussionen über die Auswirkungen des Digitaldrucks auf die Inline-Weiterverarbeitung – Müller Martini zieht eine positive Bilanz seines unter dem Motto ›Grow with Digital Solutions‹ stehenden Auftritts.

»Zweifellos war die digi:media für viele ein Experiment«, sagt Dragan Volic. Die Messeteilnahme hat sich laut dem Marketingleiter Sammelheft-Systeme und Digital Solutions bei Müller Martini dennoch mehr als gelohnt: »Es hatte zwar nicht so viele Besucher wie bei den großen Messen der grafischen Industrie. Dafür fanden wir umso mehr Zeit, intensiv miteinander zu diskutieren und damit tiefer ins Thema Digitaldruck, Inline-Finishing und Fotobücher zu gehen. So dauerten die interessanten Gespräche auf unserem Stand länger als sonst auf Messen üblich – wozu sicher auch das entspannende Ambiente unseres neuen Lounge-Konzepts einiges beigetragen hat.«

Ed Koks, Production Manager bei Albumprinter in Den Haag und Müller-Martini-Kunde, bewertet den Stellenwert der neuen Messe: »Ich finde, die digi:media hat einen guten Start hingelegt. Ich habe einiges Neues gesehen, wenn auch nichts wirklich Revolutionäres.«

› www.mullermartini.com

Weiterverarbeitung

VERKAUFSERFOLGE BEI HORIZON

Die Strategie der digi:media mit der Abbildung der gesamten digitalen Prozesskette bis hin zur Veredelung und Weiterverarbeitung alle an der Wertschöpfungskette beteiligten Zielgruppen zusammenzubringen ist nach Einschätzung von Horizon voll aufgegangen. Die Messe war ein Erfolg – auch für Horizon. Horizon präsentierte dem interessierten Fachpublikum neben den aktuellen Maschinen aus den Bereichen Broschürenfertigen, Sammelheften, Falzen, Schneiden, Klebebinden und Laminieren auch eine Deutschlandpremiere: Die Zuführeinheit VAC-digital, die speziell entwickelt wurde, um digital gedrucktes Material zu Broschüren und Booklets zu verarbeiten. Der Wachstumsmarkt Digitaldruck verlangt geradezu nach einer ökonomischen Lösung für die Verarbeitung kleinerer und mittlerer Volumen in Topqualität.

› www.horizon.de

Kritisch prüften die Besucher den falzenden Sammelhefter StitchLiner 6000 und auch die darauf produzierten Broschüren. Die innovative Technologie führt zu hochwertigen Endprodukten. Für den Digitaldruck ist er auch als Inline-Finishing-Linie zum Anschluss an Hochleistungs-Digitaldrucksysteme erhältlich.

manroland und Océ

GEBÜNDELTE KOMPETENZEN AUF DER DIGI:MEDIA

Erstmals traten manroland und der Partner Océ gemeinsam auf, um zu zeigen, wie Offset- und industrieller Digitaldruck eine Symbiose eingehen. Das manroland-Tochterunternehmen ppi Media präsentierte crossmediale Softwarelösungen. Am Gemeinschaftsstand konnten die Fachbesucher einen simulierten Bestellvorgang für einen Reiseveranstalter nachvollziehen, der beide Druckverfahren kombinierte. Eine im Rollenoffsetdruck gedruckte Magazinanzeige wird mit einer im Bogenoffsetdruck veredelten Responsekarte an die Leser verteilt. Nach der Rücksendung dieser Karte erhält der Kunde individuelle und allgemeine Informationen, die im Bogenoffset- und Digitaldruck produziert wurden. Wer sich daraufhin für eine Reise entscheidet, kann den Ablauf in einer personalisierten Reisebeschreibung verfolgen, die digital in Auflage eins gedruckt wird.

Offsetdruck und Digitaldruck gehen dabei eine echte Symbiose ein, denn auch die Workflows werden aufs Engste miteinander vernetzt. Damit bieten die beiden Unternehmen eine Komplettlösung mit einer Vielzahl von Vorteilen für die Kunden entlang der Wertschöpfungskette.

› www.manroland.com

Wie zu jeder Messe, auf der Drucktechnologien präsentiert werden, gab es auch auf der digi:media ausreichend Gelegenheit, sich anhand von Druckmustern die immer weiter zunehmende Qualität der verschiedenen digitalen Druckverfahren anzusehen.

Volles Haus

GELUNGENE PREMIERE FÜR RGF UND PARTNER

Der RGF, die Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants für die grafische Industrie, feierte eine gelungene Premiere in Düsseldorf. Auch seine Partner aus Industrie und Handel, unter ihnen Unternehmen wie EFI, Epson, handshake, K-Flow, OKI, PSi, Quato und Roland, zeigten sich sehr zufrieden. Die RGF-Mitglieder am Stand Bense, Faber, Print Concept und ROG konnten die RGF-

Präsenz für viele interessante Kontakte nutzen. »Gemeinsam ist es uns gelungen, den Besuchern auf dem RGF-Stand ein interessantes Spektrum zu bieten. Die sehr gute Frequentierung unserer Fläche und auch die hohe Verweildauer der Interessenten bestätigen das Konzept des Gemeinschaftsstandes mit sich ergänzenden Themen, Lösungen und Produkten«, sagt Thomas Meurers, RGF-Repräsentant. Vor allem die einzige Konica Minolta Press C8000 auf der Messe von Faber und die gezeigte iPad-Publishing-Lösung ›Leafled‹ vom RGF-Mitglied Ulrich Bense aus Coesfeld hätten die Besucher überzeugt.

› www.rgf.de

Xerox

ERWARTUNGEN WURDEN ÜBERTROFFEN

Xerox präsentierte integrierte Kommunikationslösungen und seine Lösungen für die gesamte Marketing-Wertschöpfungskette. Produktseitig stellte Xerox das Drucksystem Xerox 1000 Colour Press mit Clear Dry Ink Technologie aus. Daneben wurden Prozesslösungen für integrierte Offset- und Digitaldruck-Workflows sowie die Softwarelösung XMPie für die Umsetzung crossmedialer 1:1-Kommunikation präsentiert. Insgesamt standen Beratungsleistungen und Anwendungsbei- spiele im Mittelpunkt des Auftritts.

Das Interesse der Druckdienstleister, Werbeagenturen und Marketing-Verantwortlichen galt den Xerox-Lösungen für einen optimierten Workflow. Dabei kamen vor allem Inhalte wie Web-to-Print, Print-on-Demand, mobile Print und Prozesslösungen rund um die Integration unterschiedlicher Kommunikationsmedien und Druckverfahren zur Sprache sowie die entsprechenden Anwendungen. Daneben waren auch Sicherheitsmerkmale wie Mikro- und unsichtbare Schrift gefragte Themen bei den Besuchern.

Spannend für die Messebesucher waren zudem die Dokumenten- und Supplies-Angebote von Xerox. Hier wurde eine große Auswahl an innovativen Print-on-Demand-Produkten wie Ordner, Thekenaufsteller oder Tragetaschen, die sich dank ihrer praktischen Einlegefächer individuell gestalten lassen, ausgestellt. Zudem wurden vorgestanzte und gerillte Druckvorlagen für individualisierte Verpackungen, Boxen für Visitenkarten, CDs und Golfbälle oder auch Aufsteller, Kalender oder Dokumentenmappen präsentiert.

Auch zu Enterprise Marketing Services und dem Marketing-Outsourcing-Dienstleistungsangebot von Xerox standen Ansprechpartner für Fragen zur Verfügung.

Xerox hatte sich den Messestand als CO_2-neutral zertifizieren lassen. Der Xerox-Partner ClimatePartner hatte hierfür eine CO_2-Bilanz erstellt, die alle durch den Messeauftritt verursachten Emissionen berechnete. Dazu gehörten der Transport des Messestandes, der Energieverbrauch vor Ort während der Messe und CO_2-Freisetzungen, verursacht durch die An- und Abreise der Xerox-Mitarbeiter und Besucher. Das Zertifikat von ClimatePartner bescheinigt die Kompensation von Treibhausgasen durch den Kauf von Zertifikaten aus anerkannten und überprüften Klimaschutzprojekten.

› www.xerox.de

»Das Konzept nicht nur Technologie in den Mittelpunkt zu stellen, sondern diese in Kombination mit Content und Business zu präsentieren, hat uns voll überzeugt. Die Darstellung der gesamten Workflowkette ist wichtig. Xerox hat die Idee der digi:media am Stand 1:1 umgesetzt«, sagt Albert Brenner, Director Marketing und CRM bei Xerox. Die Besucherzahl an unserem Stand hat unsere Erwartungen übertroffen. Die zahlreichen Gespräche haben uns gezeigt, dass die Veränderungen im Druckmarkt wahrgenommen werden und sich die Verantwortlichen neuen Geschäftsideen und den entsprechenden Lösungen öffnen. Auch unser offenes und kommunikatives Standkonzept, das Lösungen stärker als Technologien fokussierte, ist bei den Messegästen sehr gut angekommen.«

FKS/Duplo

FKS ZIEHT POSITIVES MESSE-FAZIT

Neben dem FKS/Duplo Digital System 5000 Pro für die professionelle Broschürenfertigung im Digitaldruck und der FKS/Komfi Spotmatic UV-Lackiermaschine für Spotlackierungen stand bei FKS der neue FKS/Duplo DocuCutter DC-745 im Mittelpunkt. Das Hamburger Unternehmen präsentierte innovative Lösungen für die Weiterverarbeitung speziell von digital erstellten Drucken. Drei Messetage lang wurde an praktischen Beispielen aufgezeigt, dass sich die Druckweiterverarbeitung an die immer schnelleren Veränderungen und komplexen Anforderungen des Digitaldrucks anpasst.

FKS-Geschäftsführer Jörg Stutz zog auf der digi:media ein positives Fazit: »Für FKS ist diese Messe die ideale Plattform. Alle Fragen der meist Digitaldruck orientierten Anwender konnten nicht nur theoretisch beantwortet, sondern auch gleich live vorgeführt werden.« FKS konnte auf der Messe unter anderem jeweils zwei DocuCutter DC-745 und Digital System 5000 Pro verkaufen und erwartet ein sehr erfolgreiches Nachmessegeschäft.

› www.fks-hamburg.de

HP und Partner

ENGAGEMENT BEI DER ENTWICKLUNG

Die von HP und seinen Partnern gezeigten Lösungen unterstrichen das Engagement der Unternehmen bei der Entwicklung von Digitaltechnologien, die kostengünstigen, hochwertigen Druck ohne Kompromisse bezüglich Inhalt und Gestaltung sowie Kundennutzen und Geschäftswertigkeit bieten.

Die HP Indigo 7500 Digital Press, eines der Flaggschiffe von HP, demonstrierte ihre Leistungsfähigkeit bei Anwendungen im kommerziellen Druck und Publishing sowie bei Fotospezialprodukten. Auf dem Stand wurden Akzidenzen, Werbeartikel und Faltkartons aus verschiedenen Materialien produziert.

Bertram Störch, Hewlett Packard. »Wir haben insgesamt einen sehr positiven Eindruck von der digi:media: sehr gute Gespräche, sehr gute Besucherzahlen. Es hat sich gezeigt, dass das Messekonzept genau das richtige war. Wir müssen unser Angebot auch an die Inhalteanbieter richten. Hinzu kommt: Düsseldorf ist der wohl beste Messestandort in Deutschland – wenn nicht gar in ganz Zentraleuropa.«

Zudem wurde HP ElectroInk White, eine weiße Druckfarbe, die die Möglichkeiten kreativer Werbung erheblich erweitert, anschaulich in Drucksachen eingesetzt.

Das Finishing der Produkte erfolgte mit der KAMA ProCut 53, einer automatischen Flachbettstanze für Papier, Karten und Kunststoff im A3-Format. Die Maschine erlaubt das Stanzen, Rillen, Perforieren und Anstanzen, zudem eignet sie sich für Blindprägungen, das Erzeugen von Braille-Blindenschrift, Heißfolien-Prägung sowie eine Kombination aus Prägung, Heißfolien-Prägung und Hologrammerzeugung.

Für die Herstellung von Grafiken und Großformatdrucken wurden Large-Format-Printer mit UV-härtender Tinte (HP Scitex FB500) und HP Latex-Tinten (LX800 und HP Designjet L25500) demonstriert. Drucker, die Latext-Tinten einsetzen, ermöglichen das Ausgeben geruchsneutraler und schnell trocknender Drucke, bei denen das Finishing sofort erfolgen kann.

› www.hp.com

Eindeutig ist der Trend zur Veredelung von Digitaldrucken. Zwar gibt es eine Reihe von Lösungen, die die Drucke wie bei der HP Indigo innerhalb der Maschine veredeln können, doch sind mehr und mehr Lösungen am Markt, die via Offline-Veredelung gerade beim Lackieren höchste Glanzpunkte setzen.

Andrang am vollautomatischen Ein-Zangen-Klebebinder BQ-160PUR: Mit ihm können auch kleinste Auflagen gewinnbringend in PUR gebunden werden. Damit eignet er sich hervorragend für Copyshops und Digitaldruckbetriebe.

Das Thema Buch kam auf der Messe nicht zu kurz. Es geht den Herstellern ganz offensichtlich darum, im Zuge der immer weiteren Annäherung der Medien die Buchherstellung dem digitalen Vertriebsprozess anzupassen. Dazu wurden an etlichen Ständen wie hier bei Schmedt interessante Lösungen gezeigt.

»Die digi:media war ein perfekter Startschuss für die globale Kooperation mit Ricoh«, so **Bernhard Schreier**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. »Wir haben konkrete Anwendungsbeispiele für die Kombination von Offset- und Digitaldruck präsentiert. Neben zahlreichen Verkaufserfolgen über das gesamte Leistungsspektrum freut es mich besonders, dass wir mit der Firma Stünings den ersten Kunden auf der Messe begrüßen konnten, der sich für den neuen Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition von Heidelberg entschieden hat«.

Kolbus

PRINZIP ›DRÜCKEN SIE EINFACH BUCH‹

Immer mehr Menschen stellen sich ihre Urlaubsfotos in einem eigenen Fotobuch für sich selbst oder Freunde zusammen. Die Realisierung solcher Kleinstauflagen hat Kolbus optimiert. Auf der digi:media stellte das Unternehmen mit seiner neuen Maschine KM 200 den zentralen Bestandteil der Hardwareplattform für das Prinzip ›Drücken Sie einfach Buch‹ vor.

Ricoh präsentierte Lösungen für Transpromo-Kampagnen, personalisierte Direct-Mailings im 1:1-Marketing, für Mailrooms sowie Software für digitales Druckjob-Management. Highlight war das Pro C901 Graphic Arts Edition für die anspruchsvollen Anforderungen des Produktionsdrucks.

Nagel war mit seinem Programm auf den Ständen der Unternehmen Heinrich Hilsenberg, der Mehring GmbH sowie bei Ricoh Deutschland vertreten, wo die offizielle Messezeitung des ersten Messetages auf dem Foldnak Compact weiterverarbeitet wurde. Der Nagel Foldnak Compact kombiniert die Funktion eines Broschürenfertigers und eines Trimmers in einem kompakten System. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 2.000 Broschüren/Std. ist die Maschine optimal für den Einsatz kleiner und mittlerer Auflagen im Digital- und Offsetdruck geeignet. Wahlweise können Flach- oder Ringklammern verarbeitet werden. Der Foldnak Compact war mit der DFC (Digital-Flexo-Cut) die Near-Line-Lösungen für die Weiterverarbeitung auf dem Stand von Ricoh.

Großes Interesse zeigten die Besucher für Laminatoren wie den Horizon-Foliant Gemini C 400 A und den Taurus 530 SF. Horizon-Produktleiterin ›Laminieren‹ Marisa Dütsch wurde nicht müde, dem Fachpublikum alles genau zu erklären – vor allem, dass Inhouse-Laminieren Gewinn pur bedeutet. Und dies gerade auch im Digitaldruck. Die Maschinen überzeugten offensichtlich: ein Gemini C 400 A wurde vom Stand weg verkauft.

»Ich bin angenehm überrascht, dass sich das Konzept bestätigt hat,« sagt Consultant **Michael Mittelhaus,** »und dass sowohl Content- als auch die Technikanbieter auf ihre Kosten kommen. Es ist eine mutige Entscheidung der Messe Düsseldorf, dieses Konzept ein Jahr vor der drupa auf den Markt zu bringen, ich habe aber den Eindruck, dass es Zukunft hat.«

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

1:1-Marketing zu Ende gedacht

Postbank bietet individualisierte Angebote: Elanders Deutschland setzt die Realisierung mit GMC-Software um

Es ist zwar eine hohe Investition in die Kundengewinnung, aber die Ergebnisse sprechen für sich: Nach gut acht Jahren Praxisbetrieb ist die Postbank mehr denn je vom Nutzen überzeugt. »Durch die starke Individualisierung unserer Angebote und das schnelle Tempo in der Bearbeitung differenzieren wir uns von unseren Wettbewerbern. Den Kundennamen im Schwarz-Weiß-Anschreiben einzudrucken, genügt nicht. Wir gehen auf jeden Interessenten und seine augenblickliche Situation ein, um ihn für uns zu gewinnen. Dafür muss man auch bei der Bildauswahl, bei der Ansprache sowie den Produktfeatures und Bestandteilen variieren. Der Interessent erhält spätestens zwei Tage nach seiner Anfrage die gewünschten, auf ihn abgestimmten, personalisierten Unterlagen – das sind unsere Erfolgsfaktoren«, so **Heike Lück**, Marketing-Spezialistin im Postbank Konzern.

Sommer Corporate Media in Waiblingen (seit wenigen Wochen umfirmiert in Elanders Deutschland) hat dieses ehrgeizige Konzept mit der Postbank aufgesetzt und realisiert. 2001 startete die Entwicklung von e-Design. Dabei handelt es sich um eine interaktive Online-Anwendung, die Interessenten und Bestandskunden der Postbank mit zielgruppengerechten Informationen versorgt.

Angebote in 24 Stunden

Mehrfach täglich werden von der Postbank Produktanfragen mit den zugehörigen Kundendaten elektronisch über eine gesicherte Leitung an Elanders geliefert, die sofort verarbeitet und versendet werden. Insgesamt werden den Postbank-Interessenten und -Kunden 41 unterschiedliche Produkte angeboten. Die Besonderheit bei Postbank e-Design: Für jedes einzelne Produkt existieren mehrere unterschiedliche Bausteine, aus denen – je nach dem Profil des Interessenten – diejenigen zusammengestellt werden, die die größten Erfolgschancen haben.
Variiert wird dabei unter anderem mit zielgruppengerechten Bildern, Texten und individueller Ansprache in Anschreiben und in den Angebotsunterlagen. Interessiert sich ein Kunde beispielsweise für eine Kreditkarte, wird auch gleich abgefragt, ob er die Karte eher zum Einkaufen oder auf Reisen einsetzen will. Davon abhängig werden entweder Bilder aus der Einkaufswelt oder aus der Reisewelt in die Broschüre angedruckt.

Ein farbiger Prospekt mit Produkterläuterungen, ein digital gedrucktes Schwarz-Weiß-Anschreiben mit Text und Response-Element – so arbeitet die Mehrheit der Finanzdienstleister beim Versand von Angebotsunterlagen. Die Postbank geht bewusst einen anderen Weg: Individualisierte Angebote, maßgeschneidert für den Interessenten mit bis zu neun Bestandteilen.

Fertiges Package mit individualisiertem Anschreiben, Auftragsformular, Rückumschlag und Flyerinformationen.

Text und Bilder: GMC Software Technology.

Fehlerquote nahe null Prozent: Der vollautomatisierte Druckprozess wird durch einen einzigen manuellen Fullfilmentschritt ergänzt: Das Zusortieren der vielen verschiedenen Bestandteile eines komplexen Packages zum richtigen Kunden ist an dieser Stelle unvermeidbar aufgrund der großen Variantenzahl. Die Software könnte auch diesen Schritt vollautomatisieren, doch wird dies unter anderem durch eine 4-Augen-Sortierung und das klare Bekenntnis zu festangestellten Mitarbeitern mit langjähriger Erfahrung abgedeckt.

Reaktionsmöglichkeit on Demand: Änderungen an den verwendeten Materialien werden sofort umgesetzt und können direkt in die Produktion einfließen.

Über 12,8 Millionen Varianten

Die unterschiedlichen individualisierten Produktbroschüren sind nur ein Baustein eines Packages. Jedes kann bis zu neun Bausteine enthalten. In der Regel setzt es sich aus einem Anschreiben, einem Angebot, dem Auftragsformular und Informationsflyern zusammen. Dies bringt in Kombination mit den abgefragten Kundenmerkmalen und -wünschen bei 41 Packagevarianten über 12,8 Millionen unterschiedliche Versionen – eine enorme Herausforderung an die Software.

Die bei Elanders eintreffenden Datensätze werden geprüft, Drucklisten erstellt, in Druckdateien exportiert, individuelle Bilddaten zugesteuert, individualisiert, personalisiert und auf HP-Indigo-Maschinen gedruckt. Die fertigen Bestandteile werden gefalzt, im 4-Augen-Prinzip konfektioniert und umgehend bei der Post eingeliefert. Spätestens am Folgetag verlassen die Mailings die Druckerei und treffen maximal zwei Tage nach der Produktanfrage beim Kunden ein.

»Mit jedem Tag, der vergeht, ohne dass der Kunde etwas hört, fallen die Responsequoten«, sagt Heike Lück. »Die Schnelligkeit, gepaart mit der starken Individualisierung sind das Geheimnis unseres Erfolges.«

Der Weg zum Ziel

»Als die Postbank das erste Mal mit dem Gedanken an uns herantrat, ihre Angebote in einem solchen Ausmaß zu individualisieren und vor allem selber zu aktualisieren, waren wir fasziniert – allerdings war auch sehr schnell klar: Standardlösungen für die Umsetzung einer solchen Variantenbreite existieren am Markt nicht. Wir mussten selbst programmieren«, so **Peter Sommer,** Geschäftsführer von Elanders Deutschland. Das Frontend der Postbank wurde also speziell für diesen Auftrag programmiert. Die dabei eingesetzte Software-Plattform kommt von GMC Software Technology.

Zunächst basierte Postbank e-Design auf dem Zusammenspiel mehrerer Softwaretools. Vor gut drei Jahren wurde es mit einer Transpromo-Plattform weiterentwickelt. »Dafür kam für uns nur PrintNet in Frage«, sagt Peter Sommer. »Mit dem Einsatz der GMC-Software konnten die Datensätze schneller aufbereitet und trotz der wachsenden Produkt- und Variantenvielfalt in einem kürzeren Zeitraum zu individualisierten Mailings mit angemessenen Farb-Qualitätsstandards gewandelt werden. GMC hatte die Anforderungen verstanden und eine hochwertige, schnelle Lösungen gefunden. Deshalb wickeln wir die Druck-Logik, Produkt- und Systemsteuerung, die ppml-Schnittstelle sowie die Web-PDFs über die GMC-Software ab. Bereits existierende Tools für Adressbearbeitung konnten flexibel in diese Software integriert werden. Ebenso ist ein manuelles Eingreifen in den Prozess möglich – eine wichtige Anforderung seitens der Postbank.«

Online und individualisiert

Diese Systematik ist auch online einstufig nutzbar. Wünscht ein Kunde die Kommunikation auf elektronischem Wege, werden die Daten sofort zusammengestellt. Bereits nach einer Stunde findet der Kunde sein individualisiertes Package in seiner Nachrichtenbox, kann den Auftrag online ausfüllen oder ausdruckt und per Post versendet.

Jedes Package enthält bis zu neun unterschiedliche Bestandteile, individualisiert und auf Kundenmerkmale abgestimmt. Insgesamt sind über 12,8 Mio. Varianten möglich.

Für Heike Lück steht bei dem Einsatz von Postbank e-Design der Wettbewerbsvorteil im Vordergrund: »Wir haben mit dem Einsatz von Postbank e-Design sehr gute Erfahrungen gemacht. Bei rund 14 Millionen Kunden erscheint es auf den ersten Blick ungewöhnlich, ohne vorproduzierte Printprodukte zu arbeiten. Aus Unternehmersicht ist dies jedoch genau der richtige Weg. Unsere Response- und Abschlussquoten sind um ein Vielfaches gestiegen. Der Logistikaufwand ist geringer, die Qualität einheitlich hoch und schließlich können wir extrem schnell reagieren, wenn zum Beispiel der Zinssatz für ein Produkt den Marktverhältnissen angepasst werden muss. Im klassischen Direktmarketing verursachen solche Änderungen eine Menge Altpapier. Und die Zeit bis zur Neuauflage muss überbrückt werden. Dieses Problem gehört bei uns der Vergangenheit an.« Postbank e-Design und Printing on Demand tragen so auch zur Nachhaltigkeit bei.

› www.gmc.net

Ideen aus Karton

Gebeke Verpackungen setzt auf Kodak-Lösungen für die effiziente und sichere Herstellung hochwertiger Pharma-Faltschachteln

Kreativität mit Karton steht bei der Gebeke Verpackungen GmbH an der Tagesordnung. Das Unternehmen mit Sitz in der norddeutschen Gemeinde Horst in Schleswig-Holstein ist seit über drei Jahrzehnten auf die Herstellung von Kartonagen und Faltschachteln spezialisiert.

»Wir produzieren alles, was man aus Karton und Pappe bis hin zur Feinstwellpappe herstellen kann. Dafür haben wir sämtliche Produktionsstufen im Haus, von der Verpackungskonstruktion und Druckvorstufe über den Bogenoffsetdruck, Stanzung und Faltschachtelklebung bis Lagerhaltung und Versand«, sagt Brigitte Gebeke, Geschäftsführerin des Familienunternehmens mit 28 Beschäftigten.

Im anspruchsvollen Geschäft mit Pharmapackmitteln arbeitet Gebeke erfolgreich in einer Marktnische: die Fertigung von Kleinserien mit kurzen Lieferterminen. Deshalb sind Druckauflagen von nur 250 Bogen pro Auftrag keine Seltenheit und nur aufgrund größerer Aufträge ergibt sich über das Jahr gerechnet ein Auflagendurchschnitt von etwa 1.500 bis 2.000 Bogen. Verpackungen für die Pharmaindustrie machen 90% des Umsatzvolumens aus.

Dies hat für die Vorstufe ebenso Folgen wie für den Drucksaal, in dem auf einer Fünffarben-Bogenoffsetmaschine im Format 72 cm x 102 cm und auf einer Zweifarbenmaschine im Format 52 cm x 72 cm, beide mit zusätzlichem Lackwerk, produziert wird. Der schnelle Rhythmus von Auftrags-, Material-, Druckplatten- und Farbwechseln prägt die Abläufe.

Workflow, CtP und Offsetplatten

Im Prepress-Bereich arbeitet Gebeke Verpackungen mit dem Kodak Prinery-Evo-Powerpack-Workflow, der in Verbindung mit der Kodak Pandora-Software für die automatische Nutzenmontage verwendet wird. Für die Druckplattenbebilderung hat das Unternehmen einen Lotem 800 Quantum KRS im Einsatz. Die Abkürzung KRS steht für Kodak Remanufactured Solutions – das sind von Kodak im Herstellungswerk generalüberholte Systeme.

Die Erfahrungen mit dem Thermoplattenbelichter bestätigten Brigitte Gebeke und ihr Team in der Entscheidung, dass es nicht immer allerneueste Maschinen sein müssen, um eine leistungsfähige Druckvorstufenproduktion zu realisieren. Mit der CtP-Systemkonfiguration hat Gebeke den Umstieg von der Computer-to-Film-basierten Druckformherstellung auf die digitale Plattenbebilderung vollzogen.

Der vollautomatische Thermoplattenbelichter in F-Speed-Ausführung wird von einer Einzelkassetteneinheit mit Druckplatten beschickt und ermöglicht einen Durchsatz von stündlich 22 Platten im 3B-Druckmaschinenformat. Diese Leistung ist notwendig, denn aufgrund der niedrigen Einzelauflagen und der vielen Aufträge mit fünf oder noch mehr

Die Gebeke Verpackungen GmbH hat ihr heutiges Domizil mit 4.000 m² Nutzfläche Ende 2006 bezogen.

Text und Bilder: Kodak.

In der Druckvorstufe setzt das Unternehmen auf den Prinery Evo Powerpack Workflow, wobei die Nutzenmontage mit der Pandora Software erfolgt.

Produktionsschwerpunkt der Gebeke Verpackungen GmbH ist die Herstellung von Pharma-Faltschachteln in kleinen Losgrößen.

Farben ist der Drucksaal auf eine konstante Versorgung mit Druckplatten angewiesen.

Hohe Sicherheitskriterien

Gebeke Verpackungen setzt als einzigen Plattentyp die Kodak Electra XD Thermoplatte ein. Die vorerwärmungsfreie, hoch auflösende Platte wird zusammen mit der Kodak SquareSpot-Bebilderung des CtP-Systems den Anforderungen des Unternehmens und seiner Kunden nach gleich bleibend hochwertigen Produktionen gerecht. Zudem erleichtert diese Kombination den Einsatz relativ feiner Raster oder der Kodak Staccato FM-Rasterung, die bei Pharmaverpackungen mit Grafik- und Bildanteilen gefragt sind.
Die Konstanz und Reproduzierbarkeit der Druckformherstellung ist gerade im Hinblick auf Nachdrucke von Bedeutung. Trotz der kleinen Auflagen verbietet sich aufgrund geltender Sicherheitskriterien eine Archivierung von Druckplatten, sodass jeder Wiederholauftrag mit neu hergestellten Platten gedruckt wird. Die gesamte Fertigung der pharmazeutischen Verpackungen unterliegt aufgrund gesetzlicher Bestimmungen einem strengen Qualitätssicherungssystem, dem ein standardisiertes Regelwerk zugrunde liegt. Jeder einzelne Auftrag durchläuft zahlreiche Kontrollinstanzen mit regelmäßiger Entnahme von Stichproben im Druck-, Stanz- und Klebeprozess und wird zudem in einem Produktionsprotokoll dokumentiert.

Produktions- und Datensicherheit

In der Druckvorstufe hilft der Datei-Preflight des Prinery Evo Powerpack Systems, Fehler in den vorwiegend als PDF-Dateien angelieferten Einzelnutzen aufzuspüren und zu korrigieren. »Die Step-and-Repeat-Nutzenmontage anhand der Vorgaben von CF2-Stanzformdaten ist mit der Pandora Software eine komfortable und zuverlässige Angelegenheit«, sagt Brigitte Gebeke, zu der auch nützliche Zusatzfunktionen wie die automatische Nutzennummerierung, das Einfügen von Farbabnahmebalken oder das Platzieren einer Beschriftungsleiste, die bereits Auftrags-Metadaten enthält, beitragen. Nach der Ausgabe der Druckplatten, die über das Prinery Evo Powerpack-System gesteuert wird, erfolgt ein Schritt, der den besonderen Produktionserfordernissen geschuldet ist: Gebeke Verpackungen archiviert auf einem extra groß ausgelegten RAID-System des Prinery-Evo-Powerpack-Systemservers die gerippten Ausgabedaten jeder Druckplatte, um bei identischen Wiederholaufträgen auf diese Daten zurückgreifen zu können. Dies erlaubt dann eine schnelle und sichere Ausgabe der Platten.
Alles in allem hat die CtP-, Druckplatten- und verpackungsspezifische Workflow-Technologie von Kodak eine Steigerung von Qualität und Produktivität der Druckplattenherstellung ermöglicht – und das mit der erforderlichen Produktions- und Datensicherheit.

› www.kodak.com

Brigitte Gebeke und ihr Sohn Holger leiten die Gebeke Verpackungen GmbH.

Revive

EINE NEUE GENERATION VON UMWELTPAPIEREN

Deutsche Papier bietet mit der Produktfamilie Revive fünf verschiedene Umweltpapiere, die sowohl durch ihre Umwelteigenschaften als auch durch ihre exzellente Qualität überzeugen. Die Bilderdrucksorten Revive 50 White Silk und Gloss sind gestrichene Papiere; sie bestehen zu 50% aus FSC-Recycling- und zu 50% aus FSC-Frischfasern. Diese Kombination eignet sich bestens für Printprojekte, bei denen auf eine

ökologische und nachhaltige Herstellung großer Wert gelegt wird. Die Qualität Revive 100 Natural Matt mit matt gestrichener Oberfläche und die ungestrichene Variante Revive 100 Natural Uncoated werden zu 100% aus Recyclingpapier hergestellt. Beide Sorten besitzen einen natürlichen Weißgrad und sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Die Produktreihe wird mit Revive 100 White Uncoated abgerundet. Dieses ungestrichene Naturpapier wird zu 100% aus FSC-zertifizierten Sekundärfasern hergestellt. Der hohe Weißgrad sowie die technisch aufwendige Herstellung verleihen diesem Papier das Aussehen und die Druckqualität eines Papiers aus Frischfasern. Das Revivesortiment umfasst alle gängigen Spezifikationen und ist in Format und Rolle erhältlich. Das Grammaturenspektrum reicht von 70 g/m² bis 350 g/m². Zudem sind passende Briefhüllen von der Qualität Revive 100 Natural Uncoated erhältlich.
› www.deutsche-papier.de

Print Power Deutschland ist gestartet

Mit einer Anzeigen- und Informationskampagne beteiligt sich jetzt auch eine Reihe von Unternehmen und Verbänden der Wertschöpfungskette Print aus Deutschland an der europäischen Kommunikationsinitiative. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Vorzüge des Mediums Print herauszustellen, seine Position zu stärken und seine Nutzung zu fördern.

Träger von Print Power Deutschland sind der Bundesverband des deutschen Papiergroßhandels (BvddP), der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), die Heidelberger Druckmaschinen AG, manroland AG, SAPPI, Papierfabrik Scheufelen, UPM-Kymmene, der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) und der Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF). Country Manager sind Dr. Jörg Sensburg, Geschäftsführer der Igepa-Gruppe, Gregor Andreas Geiger vom Verband Deutscher Papierfabriken und Stefan Küchler, Kuechler Communications.
Auf europäischer Ebene wird Print Power für die Feinpapierhersteller durch Cepifine, für die Produzenten von Publikationspapieren Cepiprint, für die Druckindustrie von Intergraf und für den Papiergroßhandel von Eugropa getragen. Dadurch können die Partner die geballte Kompetenz der gesamten Wertschöpfungskette aus den Bereichen Druck, Papier, Marketing und Distribution in das Projekt einbringen.

»ICH BIN ... ein zuverlässiger Partner« lautet eines der typografischen Anzeigenmotive der Print Power-Kampagne, mit der Media-Entscheider auf die Vorzüge des Mediums Print und die Vorteile der cross-medialen Werbung aufmerksam gemacht werden sollen.
Das gedruckte Wort fesselt den Leser und mobilisiert seine Vorstellungskraft. Es regt seine Fantasie an. Auf Papier Gedrucktes wirkt glaubwürdig. Papier und Druck hinterlassen einen nachhaltigen Eindruck und machen Print-Werbung zum Erfolgserlebnis. Die Print-Werbung ist kosteneffizient und erreicht die Zielgruppe dort, wo sie ist. Gedruckte Publikationen bilden den Leser. Ihre Inhalte bleiben im Gedächtnis haften. Sie stehen oftmals im Gegensatz zur Ablenkung und Flüchtigkeit so mancher Webeauftritte in den digitalen Medien.

ERLEBNISWELTEN Der Bedruckstoff Papier verschafft seinem Leser ein greifbares, haptisches Erlebnis. Das gedruckte Wort ist in seiner Wahrnehmung meist glaubwürdiger als auf digitalen Medien verkündete Botschaften. Zeitungen, Zeitschriften und Bücher sprechen mehr als nur einen Sinn an. Mit ihnen verbindet der Leser ein persönliches Erlebnis. In Sachen Aufmerksamkeit verschaffen die Printmedien einen bleibenden Eindruck der wahrgenommenen Bilder und Worte.

› www.print-power.info

Wir haben im Druckmarkt schon oft darüber lamentiert, dass im Zusammenhang mit Lobbyarbeit für das gedruckte Medium zu wenig geschieht. Jetzt ist eine Initiative da – und die werden wir auch unterstützen.

ICH

BIN DAS

EINZIGE

WAS SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.
Wenn Verbraucher eine Zeitung, eine Zeitschrift oder einen Katalog in die Hand nehmen, investieren sie tatsächlich ihre Zeit und Aufmerksamkeit in die Suche nach Informationen.

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info

Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen.
Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

PRINT POWER
ADD PRINT. ADD POWER

Klar und leuchtend zeigen sich die weiten Ebenen der Toscana auf der Innenseite der neuen Antipasti-Verpackung von Kühlmann. Die Verpackung wird von der Friedrich Freund GmbH aus Georgsmarienhütte hergestellt.
Als Kartonmaterial wird erstmals für das Haus Kühlmann eine hochweiß gestrichene GZ-Qualität eingesetzt. Beidseitig bedruckt überzeugt das Produkt in strahlenden Farben ohne eine besondere Lackveredelung. Dies kommt auch bei wechselnden Temperaturen im Kühlregal die Darstellung zur Geltung. Die Verpackung überzeugt auch durch eine ausgeklügelte Konstruktion: Eine Kombination aus Transport- und Verkaufsverpackung. In einem Schieber wird das mit der Antipasti-Selektion gefüllte Schälchen in die Verpackungshülle geführt. Die Fensterausstanzung mit dem Steg ermöglicht eine verkaufswirksame Darstellung des Inhalts. Gleichzeitig transportiert die Verpackungskombination toskanische Lebensart.

Die Wenzel Gruppe hat den individuell bedruckbaren Raucherbiertisch kreiert. Die Garnituren des Druck-, Scan-, Kopie- und Mediaspezialisten fallen mit 110 x 50 cm (Tisch) und 110 x 28 cm (Bänke) so klein aus, dass eine Genehmigung zum Aufstellen erleichtert werden soll. Betriebe können ihre Garnitur mit einem Wunschmotiv direkt auf der Holzoberfläche bedrucken lassen – sei es das Logo des Lokals, ein flotter Spruch oder ähnliches. Der Minibiertisch wird nach dem Druck versiegelt und lackiert.
Der Preis für eine Biertischgarnitur im Mini-Format beginnt ab 225 Euro zzgl. Mwst. und Versand. Der Betrag variiert bei Optionen wie Weißdruck und Randschliff. Die Herstellung dauert je nach Auftragslage rund sieben Arbeitstage.

Nach Einführung des ›HEYTex goes green‹-Konzepts Anfang 2008 präsentiert Heytex mit HEYblue zur Fespa 2011 ein ökologisch optimiertes Gewebe-Programm aus Rohstoffen ohne Zugabe von Weichmachern und Bleichstoffen, Schwermetallen oder karzinogenen Farbstoffen und auf komplett PVC-freier Grundlage. HEYblue ist ein weiterentwickeltes Konzept ökologischer Lösungen, das dem zentralen Trend zu umweltfreundlichen Materialien, Tinten und Produktionsverfahren Rechnung trägt.

Am 11. Januar 2011, um 11.11 Uhr, orderte Zanders, eine von Malaysias Spitzendruckereien, eine Achtfarben Roland 700 HiPrint mit Wendung. Das Datum mit den vielen Einsen gilt als gutes Vorzeichen dafür, die Nummer eins zu sein. Als Malaysias führender unabhängiger Druckspezialist hat das Unternehmen eine

Reihe von Auszeichnungen für hervorragende Druckergebnisse erhalten. So war Zanders auch 2010 wieder Gewinner bei den Sappi Print Awards Asia sowie Goldgewinner bei den 5. Asian Print Awards. Gedruckt werden vor allem Zeitschriften, Kataloge, Bildbände und Mailings.

Die Achilles Gruppe, Papierveredler und Anbieter individueller Präsentationsprodukte, hat das Beflocken als neue Veredelungsvariante im Angebot. Verpackungen, Folder, Mappen und Ordner, Geschenkkassetten, Buchtitel oder Prospekte werden zu einem haptischen Erlebnis.
Technisch wird bei der Beflockung zunächst ein Kleber auf die zu veredelten Stellen aufgetragen. Anschließend werden mittels Elektrostatik Millionen kurzgeschnittener Fasern übertragen. Nach dem Trocknen entsteht so je nach Faserlänge und -stärke eine flauschig-samtige oder harte Oberfläche. Das Trägermaterial sollte mindestens eine Grammatur von 90 g/m^2 vorweisen, das maximale Format liegt bei 80 x 140 cm. Falzlinien durch den Flock sollten vermieden werden, da der Kleber sonst brechen kann.

Hochgeschwindigkeits-Farbdrucksystem mit 1.067 mm Druckbreite

HP stellte Mitte März das nach eigenen Angaben produktivste Farbdrucksystem der Branche vor, das den Digitaldruck mit der Produktion großer Volumen kombiniert. Mit einer Geschwindigkeit von 183 m/Min. druckt die HP T400 Color Inkjet Web Press bis zu 4.926 A4-Farbseiten pro Minute: nach Berechnungen von HP 37% mehr als die produktivste Konkurrenzlösung.

HP präsentierte das System in den Räumen von O'Neil Data Systems, einem in Los Angeles ansässigen Unternehmen für das datengesteuerte Marketing, das jetzt alle vier Systeme im HP Inkjet-Web-Press-Portfolio verwendet – die HP T200, T300, T350 und die neue T400.

HP stellte ebenfalls verschiedene Zusatzlösungen vor, einschließlich eines HP Magnetschrifterkennungsystems (MICR – Magnetic Ink Character Recognition), gestrichene Medien und diverser Workflow- und Finishing-Lösungen von Mitgliedern des HP Graphic Solutions Partner-Programms. HP bietet Kunden zusätzlich eine Option zum Aufrüsten der HP T300 auf die schnellere T350-Plattform. »Mit über 25 Installationen weltweit ändern unsere Inkjet-Web-Press-Systeme die Geschäftsdynamik von Anwendungen im Publishing, Transpromotion und Direktmailing«, führt Christopher Morgan, Senior Vice President Graphics Solutions Business HP, aus.

Die HP T400 bietet nach Herstellerangaben hochwertigen Druck durch gestochen scharfe Wiedergabe von Text und Bildern sowie gleichförmiges Bedrucken von Flächen. Neue HP A50-Prozessfarben funktionieren mit den neuen HP A10-Druckköpfen, die auf der Basis der HP Scalable Printing Technology in einer kompakten Konstruktion mit 1.200 Düsen pro Zoll arbeiten. Neue Bahnspannungsregelungs- und Trocknungssysteme bieten zuverlässige reproduzierbare Produktivität.

Benutzer von Finishing-Geräten im Standardformat 521 mm für digitale Rollendrucksysteme können mit einem optionalen Längsschneider am Ende des Drucksystems, der die Rolle in nebeneinander liegende Papierbahnen verwandelt, zwei Jobs gleichzeitig auf der HP T400 produzieren. Skalierbare Tools von Ultimate Technographics, einem Mitglied des HP Graphics Solutions Partner-Programms, zur Steigerung der Effizienz der Druckvorstufe ermöglichen dem Bediener das gleichzeitige Ausschießen verschiedener Jobs mit variablen Daten nebeneinander auf der Bahn.

Andere HP Graphics Solutions Partner wie die Hersteller von Finishing- und Papiertransportsystemen EMT, Magnum Digital Solutions, MBO und Müller Martini bieten Lösungen zur Unterstützung der HP T400-Plattform. Weitere Anbieter wie CMC, Compart, GMC Software Technology, Hunkeler, Lasermax Roll Systems, Tecnau, Videk und WEKO bieten ebenfalls Lösungen zum Einsatz mit HP Inkjet-Web-Press-Systemen.

Pitney Bowes zeigte Möglichkeiten für den hochvolumigen Transaktions- und Transpromotionseinsatz. Die HP T400 wird Teil einer neuen IntelliJet 42-Lösung für Transaktions-/Transpromotionsmärkte und erweitert das Spektrum der IntelliJet-Konfigurationen.

Die HP T400, deren Verfügbarkeit für dieses Jahr geplant ist, ist Teil eines breiteren Produktionsdruckportfolios, zu dem auch elektrofotografische HP Indigo-Drucksysteme auf der Basis von Flüssigfarben zählen. Mit mehr als 5.000 installierten Systemen weltweit ist HP Indigo einer der Marktführer beim hochwertigen Digitaldruck in Offset- und Fotoqualität.

Seit der Einführung der ersten HP Inkjet Web Press im Jahr 2008 hat HP beim Verlags-, Transaktions- und Transpromotionsdruck und bei Direktmailings zusätzlich an Einfluss gewonnen – 2010 wurden mehr als 1,46 Mrd. Seiten auf diesen Systemen produziert. HP installiert gerade im Werk der Buchdruckerei CTPS in Dongguan, China, seine erste Inkjet Web Press in Asien.

Wie alle HP Inkjet-Web-Press-Modelle bedruckt die HP T400 praktisch alle standardmäßigen ungestrichenen Papiere und Zeitungspapier sowie viele gestrichene Papiere. HP kündigt die sofortige Verfügbarkeit der neuen gestrichenen Jaz-Papiere (115 g/m² und 130 g/m²) von Sappi für die Inkjet Web Press an. Diese Papiere sind jetzt in Europa und der Asien/Pazifik erhältlich. Papiere mit anderen Gewichten folgen in Kürze.

MICR, eine Technologie, die häufig zum Druck von Schecks eingesetzt wird, ist mit der neuen MICR-Lösung für die Inkjet Web Press in Kürze für ein größeres Anwendungsspektrum verfügbar. Die Lösung, die jetzt mit den Systemen T300 und T350 erworben werden kann und voraussichtlich später im Jahr mit den Modellen T200 und T400 verfügbar sein wird, besteht aus einer neuen schwarzen MICR-Farbe mit einer Druckleiste, die in Erweiterungsplätze in allen HP Inkjet-Web-Press-Systemen eingesetzt werden kann. Die MICR-Lösung für die Inkjet Web Press versetzt Produzenten von Direkt- und Transaktionsmailings in die Lage, in nur einem Druckdurchlauf Mailings mit Rabatt- und sonstigen Schecks und andere populäre Direktmailing-Produkte zu erzeugen.

› www.hp.com

›Bertl 5-star Award‹

FÜNF STERNE FÜR BIZHUB PRESS C8000

Konica Minolta ist für sein Flaggschiff im Produktionsdruck, den bizhub Press C8000, mit dem ›Bertl 5-star Award‹ ausgezeichnet worden. Prämiert wurde unter anderem die außergewöhnliche Farb- und Druckqualität, die Produktivität sowie eine umfassende Medienverarbeitung und Nutzerfreundlichkeit des Systems.

Xerox unterstützt PwC

OPTIMIERUNG DES DOKUMENTENMANAGEMENTS

Xerox hat bei der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC die Druckerlandschaft optimiert und bietet PwC deutschlandweit Managed Print Services für über 350 Xerox Multifunktionssysteme mit Secure-Print-Lösung. Die neue Druckerlandschaft bietet zahlreiche neue Features und erfüllt alle Sicherheitansprüche.

Canon ImageProGraf

UNTERSTÜTZUNG DURCH GMG FARBMANAGEMENT

GMG ColorProof, GMG FlexoProof und GMG DotProof Halbton- und Rasterprooflösungen unterstützen jetzt die Canon Inkjetdrucker imageProGraf iPF8300s und iPF6300s, die das Lucia EX 8-Farbensystem verwenden. Der GMG Druckertreiber ist ab sofort verfügbar.

› www.gmgcolor.com

flyeralarm

KESSELDORF ERHÄLT PSO-ZERTIFIZIERUNG

Der neue flyeralarm Produktionsstandort in Kesselsdorf ist PSO zertifiziert nach ISO 12647-2. Die Urkundenüberreichung fand am 3. März 2011 in Kesselsdorf durch den Verband Druck und Medien Bayern statt. 2009 erhielten die Druckbetriebe der flyeralarm GmbH in Würzburg, Greußenheim und Klipphausen das Zertifikat.

Farben über Farben

EXKLUSIV-SORTIMENT GMUND COLOR SYSTEM

Zum Start in den Frühling präsentiert Deutsche Papier das exklusive Sortiment Gmund Color System der Büttenpapierfabrik Gmund. 52 matte, zehn transparente und neun metallisch glänzende Farben ermöglichen ein perfektes Zusammenspiel durch nahezu unendlich viele Kombinationsmöglichkeiten. Zur besseren Übersicht ist das Gmund Color System in einer praktischen Arbeitsmappe, die übersichtlich nach Farben geordnet ist, zusammengefasst. Die Unterteilung in die drei

Farbwelten warm, kühl und neutral vereinfacht die Papierauswahl für jedes Design und jede Anwendung. Passende Umschläge in 52 Farben in den Formaten DIN lang und C5 runden das Sortiment ab.

› www.deutsche-papier.de

Xeikon

DIGITALES FRONTEND X-800 MIT ADOBE PDF PRINT ENGINE

Xeikon bringt die Version 2.50 des digitalen Frontends X-800 mit der neuesten Adobe PDF Print Engine (APPE) auf den Markt und stellt damit eine Workflow-Lösung zur Verfügung, die die Flexibilität erhöht. Das RIP gewährleistet die Verarbeitung nativer PDF-Dateien und stellt so sicher, dass Transparenzeffekte und komplexe Entwurfselemente schnell und zuverlässig ausgegeben werden.

Die Adobe PDF Print Engine 2.5 ist die jüngste Version der PDF-Rende-

ring-Technologie von Adobe. Sie baut auf einer modularen Architektur auf, die die Systemressourcen und die Verarbeitungseffizienz optimiert, zeichnet sich durch eine herausragende Integrierbarkeit in bestehende Workflows aus und basiert auf Branchenstandards wie ICC, JDF und PDF.

› www.xeikon.com

Zwei neue Großformatdrucker

CANON ERWEITERT PORTFOLIO FÜR DEN PRODUKTIONSDRUCK

Mit dem imageProGraf iPF6300S (61cm) und dem iPF8300S (111 cm) hat Canon die Einführung von zwei neuen Großformatdruckern im April und Mai angekündigt. Unter Verwendung des Canon 8-Farb Lucia EX-Pigmenttintensystems bieten die neuen Modelle eine gute Balance zwischen Qualität, Produktivität und Betriebskosten und eignen sich damit für Anwendungen in der Produktion, beim Proofing, Poster- und Plakatdruck. Zusätzlich bieten die Modelle höhere Druckgeschwin-

digkeiten und umfangreiche Workflow-Kompatibilität. Die Produktivität der Drucker wurde durch eine neue, gespiegelte Anordnung der Druckdüsen und die Möglichkeit des Druckens im ›Schnellmodus‹ verbessert, der eine Verdoppelung der Druckgeschwindigkeit bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der Druckqualität ermöglicht.

› www.canon.de

Weiss-Druck

MIT EASYSERT VON FERAG DIE DOPPELTE BEILAGENMENGE

Die Weiss-Druck GmbH & Co. KG, Monschau, nahm 2010 zwei identische Linien des neuen Ferag-Einsteckverfahrens EasySert in Betrieb. Jede dieser Linien verfügt zur manuellen Zuführung von Beilagen über je 16 JetFeeder am RollStream sowie über eine automatische Beschickung via MultiDisc und Lagentakter.

Mit der Leistung von 25.000 Ex/h werden hauptsächlich Beilagen zusammengetragen und in Zeitungsprodukte eingesteckt. Vor der

Lösung mit zwei EasySert-Linien erfolgte dies mit fünf älteren Einsteckmaschinen und jeweils zehn Anlegern eines anderen Fabrikates. Bei vergleichbarem Einsteckvolumen und gleicher Anzahl Anleger kann in derselben Zeit mit EasySert nahezu die doppelte Beilagenmenge verarbeitet werden.

› www.ferag.com

Neuer Workflow

RIP-TO-PRESS-TO-RIP-CLOSED-LOOP-LÖSUNG

Die Produktion im Rahmen anerkannter Druck-Standards wie ISO 12647-2 (in Europa) und G7 (vornehmlich USA, Asien) wird vor allem von kleineren Druckereien mit großem Aufwand und hohen Kosten in Verbindung gebracht. Wie einfach die Einrichtung und Einhaltung des standardisierten Druckprozesses ist, zeigen Digital Information und Alwan Color Expertise mit ihrer neuen Rip-to-Press-to-Rip-Closed-Loop-Lösung. Sie regelt vollautomatisch den Druckprozess unter Einbezug der Farbregelung auf der Druckmaschine und der Anpassung der Kalibrationskurven im RIP des Plattenbelichters. Grundlage bilden die für die Qualitätssteuerung relevanten Messungen der Volltonfelder, der Tonwertzunahmen, der Graubalance und der Tonwertspreizung.

Das Closed-Loop-System beruht auf zwei Produkten: InkZone Loop von Digital Information regelt die Farbführung auf Offsetmaschinen praktisch jeden Alters und jeder Herkunft und unterstützt dabei die Scan-Messgeräte aller führenden Hersteller. Der Print Standardizer von Alwan Color Expertise stellt die korrekte Einstellung der Kalibrationskurven auf dem Belichter-RIP unter Berücksichtigung der Tonwertzunahmen sicher.

› www.digiinfo.com
› www.alwancolor.com

›The Times of India‹

KONSTANTE LEISTUNG FÜR KONSTANTES WACHSTUM

Die ›Times of India‹ rüstet ihre Druckstandorte in Pune, Kolkata, Chennai und Bangalore mit Versandraumtechnik von Ferag aus und schafft die Voraussetzung, die steigenden Auflagen effizient zu bewältigen. Damit setzen jetzt insgesamt neun der 15 Druckstandorte der ›Times of India‹ auf Lösungen des Schweizer Versandraumspezialisten. Mit einer täglichen Auflage von 4,3 Millionen Exemplaren ist

die ›Times of India‹ die auflagenstärkste englischsprachige Tageszeitung im Zweifalzformat der Welt. Der Titel erreicht Tag für Tag über sieben Millionen Leser.

Die neue Druckerei in Pune und Kolkata sowie die bestehenden Standorte in Chennai und Bangalore stattet Ferag mit integrierten Förder-, Stapel- und Verpackungslinien aus. Jede Linie umfasst den Universaltransporteur UTR sowie die neueste Version des Paketauslegers Multi-Stack MTS. Ferag konnte sich nach eigenen Angaben vor allem aufgrund der höheren Nettoleistung der einzelnen Linien gegenüber dem Wettbewerb durchsetzen.

› www.ferag.com

Sicherer Druck für Marke & Co.

PRAXISDIALOG VON MANROLAND MACHT PIRATEN DRUCK

Produktpiraterie beeinflusst nachhaltig negativ das Geschäft, zerstört Arbeitsplätze und tötet im schlimmsten Fall sogar Menschen – denkt man an gefälschte Pharmazeutika oder Ersatzteile für den Automotivbereich. Dagegen gibt es ein Patentrezept: den Fälschern immer einen Schritt voraus sein. 90 Gäste erhielten beim 38. PraxisDialog in Offenbach Einblicke und Ausblicke in die Welt der Sicherheit.

Erkennungsmerkmale sind durch den Einsatz spezieller Druckfarbe möglich. Offensichtliche optische Effekte werden vor allem für die Endverbraucher eingesetzt, verborgene Merkmale für die Produktionskette und den Handel. Das enge Zusammenspiel der Druckfarbe mit den Komponenten Lack und

Irisdruck gab es in der Praxis zu sehen: ein wichtiges Sicherheitsmerkmal, gerade für Ausweise.

Pigmente ist dabei grundlegend, nicht nur im verfahrenstechnischen Hinblick. Auch die Logistik von den Herstellern über den Handel bis zur Druckerei muss lückenlos abgestimmt sein, um auszuschließen, dass die einzelnen Komponenten eigene Wege außerhalb der Produktionskette gehen. Druckereien können hier im Hinblick auf Sicherheitsfeatures Beratungskompetenz aufbauen, um die Marke der Kunden zu schützen. Gleichzeitig lassen sich die Sicherheitsaspekte der einzelnen Komponenten als Veredelungsmöglichkeiten nutzen. Daneben spielen Produktsicherungs- und Rückverfolgungskonzepte eine große Rolle. Zwei davon sind als Forschungsprojekte umgesetzt und den Veranstaltungsteilnehmern im Detail vorgestellt worden: O-PUR von manroland und EZ Pharm der Richard Bretschneider GmbH. Ein komplexes Druckmuster mit Guillochen, Irisdruck und O-PUR-Code versehen begeisterte die Teilnehmer bei der Druckvorführung.

› www.manroland.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Ricoh Europe PLC kündigte die Erweiterung seines Angebots an Druckservern für den Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition an. • Die Wenzel Gruppe, ein auf Drucken, Scannen, Kopieren und Werbemitteltechnik sowie technische Dokumentation spezialisierte Unternehmen aus München, erweiterte seinen Maschinenpark um einen Latexdrucker HP Scitex LX800. • BLZ Scherz + Cramer aus Osnabrück ist im März 2011 als erster Bürokommunikationsfachhändler im Wirtschaftsraum Osnabrück vom TÜV Nord und Ricoh Deutschland zertifiziert worden. • Presstek gab bekannt, dass die Heinrich Baumann Grafisches Centrum GmbH & Co. KG, kürzlich zwei Druckmaschinen Presstek 52DI-AC in großen Produktionsdruckereien installiert hat. • Pitney Bowes, Anbieter von physischen und elektronischen Dokumenten- und Postbearbeitungssystemen, kündigt neue Dienstleistungen an: Im Bereich Kuvertierstraßen und Post-Sortieranlagen bieten die Experten auch die Betreuung von Maschinen anderer Hersteller an.

Xerox
WORKCENTRE 6000, 6010, 6500, 6505
Xerox bringt vier neue Farbgeräte auf den Markt. Neben dem A4-Farb-Multifunktionsgerät Xerox Work- Centre 6505 gehen drei neue A4-Farbdrucker an den Start: die Xerox Phaser Modelle 6000, 6010 sowie 6500. Die Systeme erstellen nach Xerox-Angaben hochwertige Farbausdrucke zu niedrigen Kosten.

Samsung
MFP-PORTFOLIO UM VIER MODELLE ERWEITERT
Samsung stellt neue monochrome Multifunktionsgeräte vor. Der SCX-4833FD/FR, SCX-5637FR und SCX-5737FW bieten Druckgeschwindigkeiten von bis zu 35 Seiten pro Minute und mit Gigabit-LAN schnelle Datenübertragung im Netzwerk – beim Wireless-Modell SCX-5737FW kann dies auch kabellos erfolgen.

Xerox
PHASER 4600 UND 4620 FÜR DEN BÜRODRUCK
Mit dem Phaser 4600 und dem Phaser 4620 will Xerox ab sofort für mehr Produktivität und Effizienz in Büros sorgen. Die beiden Schwarzweiß DIN A4-Drucksysteme richten sich primär an große Arbeitsgruppen. Sie bieten hohe Funktionalität und drucken bis zu 52 beziehungsweise 62 Seiten pro Minute.

Pitney Bowes
DRUCKERFAMILIE INTELLIJET AUSGEBAUT
Pitney Bowes bringt mit IntelliJet 42 ein neues Drucksystem für Transaktionsanwendungen mit hohen Volumen und einem 42-Zoll-Webformat auf den Markt. Durch die Verwendung dieser Papierbahnbreite kann das System 4-up Transaktionsdokumente vierfarbig digital und mit bis zu 183 m/min erstellen.

Heidelberg auf der Interpack
INKJET-LÖSUNGEN FÜR DIE VERPACKUNGSINDUSTRIE
Auf der interpack vom 12. bis 18. Mai 2011 in Düsseldorf zeigt Heidelberg ein Lösungsangebot für den Verpackungsdruck. Schwerpunkt ist das Angebot des Linoprint-Geschäftsbereichs. Als Technologiepartner in mehreren Gemeinschaftsprojekten zeigt der Druckmaschinenhersteller, wie sich Design-Verpackungen effektvoll und nachhaltig mit Hilfe von Kaltfolien veredeln und weiterverarbeiten lassen. Im Bereich der Pharma-Anwendungen zeigt Heidelberg mit einer Linoprint Driveline B das variable Bedrucken von Aluminiumfolie und Ettikettenmaterial und veranschaulicht damit die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten dieser Maschine. Im Rahmen der so genannten ›late stage differentiation‹, also der Differenzierung während nachgelagerter Produktionsphasen, können kleinste Auflagen bedarfsgenau bedruckt werden.
› www.heidelberg.com

Dr. Hönle AG
UV-TROCKNER FÜR DEN INKJET-DRUCK
Der UV-Spezialist Dr. Hönle AG zeigt auf der Fespa in Hamburg vom 24. bis 27. Mai seine Trockner für den Inkjet-Druck. Mit mehr als zehn Jahren Erfahrung und erfolgreich eingesetzten UV-systemen ist Hönle laut eigenen Angaben zum Marktführer bei Highend-UV-Trocknern für den großformatigen Inkjet-Druck aufgestiegen.
Auf der Messe zeigt Hönle UV-Trockner der UVAPrint-Reihe wie den SOV 100. Dieses leistungsstarke Strahlerteil lässt sich in nahezu

LED Powerline

alle Fertigungsprozesse integrieren und eignet sich für bahnförmige und dreidimensionale Fertigungsprozesse. Neben der konventionellen UV-Technologie bietet Hönle UV-LED-Geräte für Pinning und Endtrocknung im Inkjet-Druck. Die LED Powerline hat sich am Markt etabliert und wird kontinuierlich weiterentwickelt.
› www.hoenle.de

HP
DIGITALDRUCKLÖSUNGEN AUF DER FESPA DIGITAL 2011
HP will auf der Fespa Digital 2011 im Hamburger Messe- und Kongresszentrum sein breites Spektrum an Digitaldrucklösungen zeigen. Dazu gehören Lösungen für den Breit- und Superbreitformatdruck, darunter Rolle-Rolle-, Hybrid- und Flachbettdrucker für niedrige und hohe Volumina, UV-härtbare, auf Wasserbasis funktionierende Systeme, HP Latex-Tinten sowie eine umfassende Auswahl an Medien. Zur Palette der gezeigten HP Lösungen gehört neben einer erweiterten

HP Scitex FB7500

HP Latex-Technologie auf Basis des HP Scitex LX800 auch der hochproduktive Drucker HP Scitex FB7500 und TJ8600 sowie das UV-Flachbettsystem FB700 und der UV-Rollendrucker HP Scitex XP 5m. Außerdem wird der Fotodrucker HP Designjet Z6200 und das komplette Portfolio von Zusatzlösungen von HP demonstriert.
› www.hp.com

Draabe
NEUES LUFTBEFEUCHTUNGSSYSTEM
Mit der Neuentwicklung des Nano-Fog Evolution präsentiert der Hamburger Luftbefeuchtungsspezialist Draabe den bislang kleinsten Direktraum-Luftbefeuchter. Durch die geringen Abmessungen und individuellen Positionierungsmöglichkeiten passt sich das faustgroße Gerät auch schwierigen Raumbedingungen flexibel an. Da das Gerät mit allen Draabe Hochdruckdüsen-Systemen kombinierbar ist, können nach Aussage des Unternehmens individuell zugeschnittene Luftbe-

feuchtungsanlagen für den Anwender wirtschaftlich realisiert werden. Für Betriebssicherheit und Hygiene sorgt die spezielle Wasseraufbereitung, die halbjährlich von Draabe im Rahmen eines Full-Service-Mietsystem automatisch getauscht und gewartet wird.
› www.draabe.de

Neuer Firmenstandort samt Klebebinder

Durch den neuen Firmenstandort in Wattens nahe Innsbruck kann Koller & Kunesch mit Stammsitz Lamprechtshausen seine Kunden in den westlichen Regionen Österreichs und im benachbarten Ausland nun schneller bedienen.

Ihre Tiroler Kunden bediente die auf Weiterverarbeitung fokussierte Firma Koller & Kunesch bisher aus Lamprechtshausen im Bundesland Salzburg, was aufgrund der Entfernung insbesondere bei zeitkritischen Aufträgen mit entsprechendem Termindruck verbunden war. »Nun können wir«, sagt Günter Kunesch, der zusammen mit Josef Koller die Geschäftsführung bildet, »unseren Auftraggebern wesentlich flexiblere Zeitfenster anbieten.« Zugleich visiert das Unternehmen dank der zentralen Lage neue Zielgebiete in Vorarlberg, Südtirol, Süddeutschland und der Schweiz an.

Für die in der Hausfarbe Rot gehaltene Bolero-Linie mit 18-Stationen-Zusammentragmaschine, CrissCross-Auslage, Dreischneider Orbit und Buchzählstapler CB 16 entschied sich Koller & Kunesch aufgrund der guten Erfahrungen mit dem Acoro in Lamprechtshausen. Die dortige Klebebindelinie wurde vor drei Jahren in Betrieb genommen. »Mit der Doppelnutzen-Produktion haben wir die Flexibilität erhöht und einen Wettbewerbsvorteil erreicht«, sagt Günter Kunesch, »Der Frontero wiederum erlaubt es, Klappenbroschüren in einem Durchgang zu produzieren. Die Nachfrage nach Broschüren mit bündigen oder vorstehenden Umschlagklappen steigt stark.«

GROSSVOLUMIGE AUFTRÄGE »Durch die Kapazitätserweiterung stärken wir unsere Position als Partner für Qualitätsdruckereien mit großvolumigen Aufträgen und haben gleichzeitig ein Backup«, führt Günter Kunesch

aus. Neben Schulbüchern für Osterreich, Deutschland und Italien mit Auflagen zwischen 60.000 und 100.000 Exemplaren produziert Koller & Kunesch auch Periodika und Spezialzeitschriften mit 3.000 bis 30.000 Exemplaren. Die Zusammentragmaschinen beider Klebebinder verfügen über die Bogenkontrolle Asir 3, die für die korrekte Reihenfolge der Bogen und Vollständigkeit sorgt. Zu den Büchern und Zeitschriften kommen viele Imagebroschüren. Bei Koller & Kunesch sind in der Weiterverarbeitung neben den beiden Klebebindern auch acht Falzmaschinen, zwei Sammelhefter, Cellophaniermaschinen und eine Mailingsstrasse im Einsatz.

»Wir sind frühzeitig in die Projekte involviert, bevor die Druckmaschinen bei unseren Partnern laufen. Da wir ursprünglich auch vom Drucken kommen, haben wir diesbezüglich eine hohe Beratungskompetenz. Davon profitieren die Auftraggeber der Printprodukte ebenso wie die Druckereien«, so Günter Kunesch abschließend.

› www.mullermartini.com

Baumer hhs auf der Interpack

QUALITÄTSSICHERUNG UND HEISSLEIMKLEBEN

Baumer hhs zeigt auf der Interpack (12. bis 18. Mai, Düsseldorf) verschiedene Ansätze zur Nachhaltigkeit im Heißleim-Kleben. Für die Heißleim-Ventile der HM-Serie bietet Baumer hhs eine Rundum-Isolierung auch zum Nachrüsten. Durch die reduzierte Oberfläche verringert sich die benötigte Heizleistung, was gleichzeitig Klebstoff und Dichtungen, Zeit und Umwelt

schont. Durch Minimierung der Wärmeabstrahlung benötigt das Heißleimventil bei gleichen Beleimungsergebnissen weniger als 50% der ursprünglichen Energie. Gezeigt wird auch der Beschichtungskopf HP-500-C für den flächigen Auftrag von Schmelzklebern. Die Beschichtungsköpfe basieren auf der HP-500-Serie. Selbst bei maximalen Maschinengeschwindigkeiten sind nun intermittierende Klebstoffaufträge möglich. Kontinuierliche Beschichtungen mit geringen Abweichungen in der Klebstoffverteilung und -dosierung sind ebenfalls möglich. Zudem zeigt Baumer hhs seine Qualitätssicherungssysteme und Kamera-Kontrollsysteme.

› www.baumerhhs.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Die Erfolgsgeschichte der 8-Seiten-Rotation Comet von KBA setzt sich im afrikanischen Kamerun fort. Bei der Société de Presse et d'Editions du Cameroun in Jaunde wird im Herbst die erste KBA Comet-Anlage in diesem Land in Produktion gehen. • Mit jährlich zehn Millionen gedruckten Exemplaren ist King Fahd Complex For The Printing Of The Holy Qur'an der weltgrößte Koran-Produzent. Ab Sommer dieses Jahres wird die Heilige Schrift des Islam im saudi-arabischen Medina auf zwei Buchlinien Diamant MC 60 von Müller Martini gefertigt. • Alma Manu Oy hat eine Colorman autoprint von manroland für ihr Druckzentrum im finnischen Tampere gekauft, das 2012 fertiggestellt wird. Die Colorman wird ab 2013 täglich gleichzeitig drei Zeitungen drucken, die an sieben Tagen in der Woche erscheinen. • Nach der Entscheidung der Bold Printing Group Anfang des Jahres für die Kompaktrotation KBA Commander CT hat der zur schwedischen Bonnier-Mediengruppe gehörende Druckkonzern kürzlich eine zweite 96-Seiten-Rotationslinie bei Koenig & Bauer bestellt.

Papiere für Etiketten und Verpackungen

M-real Speciality Papers bietet ein umfangreiches Portfolio an Etiketten- und flexiblen Verpackungspapieren, das unter Einhaltung höchster Qualitätsstandards im Zanders-Werk Gohrsmühle in Deutschland produziert wird. Jetzt stellte M-real Speciality Papers das erweiterte Portfolio an Etiketten- und flexiblen Verpackungspapieren vor.

Die Kollektion umfasst Papiere, die für alle Etikettier- und Verpackungsanwendungen in der Nahrungsmittel-, Getränke- und Konsumgüterindustrie geeignet ist. Dazu gehören das neue flexible Verpackungspapier Zanflex, die neue Produktlinie Zanlabel und Chromolux, das seit Jahren führende Sortiment an Etikettenpapieren mit gussgestrichener Vorderseite.

»Mit diesem erweiterten Sortiment wird M-real Speciality Papers zum einzigen Papierhersteller in Europa, der eine derart umfangreiche Auswahl an Etiketten- und flexiblen Verpackungspapieren bietet, die die Anforderungen von Markenunternehmen an gute optische und haptische Eigenschaften und hinsichtlich der Nachhaltigkeit erfüllen«, erläutert John Tucker, Vice President Labels & Packaging Papers. Gohrsmühle, die Zanders-Papiermühle mit langer Tradition in der Papiermacherkunst, verfügt über umfangreiche Erfahrung im Bereich Beschichtungstechnologien. Die Produktion im Werk Bergisch Gladbach ist FSC- und PEFC-zertifiziert, hält Hygienestandards der Normenreihen ISO 22000 und EN 15593 ein, und die Papiere der Produktlinien Chromolux, Zanlabel gloss und Zanflex sind für den direkten Kontakt mit Lebensmitteln von der ISEGA zertifiziert.

»Der Schritt von M-real, die Produktion sämtlicher Etiketten- und einseitiger Papiere im Werk Gohrsmühle zu konzentrieren, ist Folge der Unternehmensentscheidung, in zusätzliche Faltschachtelkartonkapazitäten im finnischen Werk in Simpele zu investieren und die dortigen Papiermaschinen stillzulegen«, erläutert Heikki Husso, Senior Vice President Speciality Papers.

Der finnische Papierhersteller M-real ist Teil der Metsäliitto Group und erwirtschaftete 2010 mit seinen Geschäftsbereichen Packaging, Office Papers, Speciality Papers, Zellstoff und Energie einen Umsatz von rund 2,6 Mrd. € und beschäftigt 4.500 Mitarbeiter weltweit.

M-reals Papierqualitäten werden für Büropapiere, Tapeten und andere spezielle Anwendungen verwendet. Die Kartonqualitäten finden Einsatz bei Verpackungen für Kosmetik- und Pflegeprodukte, Lebensmitteln, Zigaretten und Gebrauchsgüter.

M-real Speciality Papers präsentierte das neue Portfolio an Etiketten- und flexiblen Verpackungspapieren. Christian Drissler, Marketing Manager Labels & Packaging Papers (v.l.), John Tucker, Vice President Labels & Packaging Papers, und Heikki Husso, Senior Vice President Speciality Papers, erläuterten Hintergründe und Ziele des erweiterten Sortiments.

DAS NEUE ZANFLEX wurde speziell für flexible Verpackungen entwickelt und bietet herausragende Verarbeitungseigenschaften beispielsweise bei Extrusionsbeschichtung, Heißversiegelung und Laminierung. Die doppelt gestrichene Oberfläche ermöglicht hochwertige Druckresultate. Zanflex ist insbesondere für Anwendungen wie Lebensmittel, Getränke und Molkereiprodukte, Süßwaren und Haustierfutter geeignet.

PRODUKTFAMILIE ZANLABEL Mit Zanlabel bietet M-real eine neue Produktfamilie an Etikettenpapieren für verschiedene Anwendungen, die erstklassige Druckergebnisse und hervorragende Etikettiereigenschaften zulassen. Zum Sortiment gehört Zanlabel gloss, ein doppelt gestrichenes Etikettenpapier mit extraglatter Oberfläche. Es ist als nicht nassfestes (NWS), leicht nassfestes (LWS), nassfestes (WS) und laugenbeständiges Etikettenpapier erhältlich. Zanlabel pure ist ein ungestrichenes Premium-Etikettenpapier, das hervorragende Druck-, Veredelungs- und Etikettiereigenschaften bietet. Dieses nass- und laugenbeständige Etikettenpapier ist in drei Oberflächenvarianten und zwei Farbtönen verfügbar: Premium und Natural White. Zanlabel tac ist ein Obermaterial für Selbstklebeetiketten und in Standard- und nassfester Qualität erhältlich. Zanlabel met ist ein Rohpapier für die Metallisierung, das ebenfalls in Standard- und nassfester Qualität verfügbar ist.

CHROMOLUX ist Marktführer bei gussgestrichenen Etikettenpapieren und beeindruckt seit Jahren durch exzellente Druckqualität und effiziente Etikettiereigenschaften. Die glänzende Oberfläche verleiht dem Etikett einen Hauch von Luxus, ist in verschiedenen Oberflächenqualitäten, Farben, Grammaturen und in nassfesten Ausführungen erhältlich.

Einzelheiten zum Sortiment und den Produkten sind auf den Websites zu finden, auf denen auch Muster und Kollektionen angefordert werden können.

› www.label-flexpack.com
› www.m-real.com

Agfa Graphics

CESTRIAN INSTALLIERT ZWEITE M-PRESS TIGER

Nur ein Jahr nach der Installation der ersten M-Press Tiger expandiert das in Manchester ansässige Unternehmen Cestrian Imaging mit einer zweiten Digitaldruckmaschine M-Press Tiger von Agfa Graphics.
Dies erfolgte unmittelbar nach einem kürzlichen Qualitäts-Upgrade des ersten Systems auf den vollen Graustufendruck und der hohen Kundennachfrage nach ›digitaler‹ Siebdruck- und Offsetdruckqualität.
»Seit unserer positiven Erfahrung mit der ersten Installation der M-Press Tiger wissen wir, dass die digitale Revolution bei Cestrian Imaging begonnen hat, auch für herkömmliche Siebdruck- und Lithographiedruck-Anwendungen«, so Paul Whitehurst, Managing Director bei Cestrian.
Die erste M-Press wurde im Dezember 2009 bei Cestrian installiert. Seitdem das System auf die neueste Stufe der Drucktechnologie mit vollen Graustufen in jedem Druckmodus aufgerüstet wurde, ist die Nachfrage deutlich gestiegen.
Die gemeinsam mit Thieme entwickelte M-Press Tiger von Agfa vereint das Druck-Knowhow beider Unternehmen – Siebdruck von Thieme und digitaler InkJetdruck von Agfa. Die M-Press Tiger verfügt über eine Druckleistung von bis zu 700 m²/h, einschließlich Beschickung und Entnahme, ohne Einrichten, Filme oder Raster. Sie kann Bedruckstoffe bis zu einer Stärke von 10 mm verarbeiten. Zudem ist auch das Drucken mit variablen Daten möglich.

› www.cestrian.co.uk
› www.agfa.de

MB Bäuerle

INNOVATIVES FALZSYSTEM AUF DER INTERPACK

Der Falzmaschinenhersteller MB Bäuerle zeigt auf der Interpack das computergesteuerte Falzmodul leafletFolder Net 21 zur Herstellung von Beipackzetteln für die Pharma-, Kosmetik- und Verpackungsindustrie. Das Falzmodul ist zum Einbau in Kartonier- und Verpackungsmaschinen, sowie als Solo-Falzsystem erhältlich. Alle wichtigen Einstellungen erfolgen am Touchscreen-Display. Vier Automatikfalztaschen mit

integrierten Bogenweichen ermöglichen alle üblichen Kleinfalzungen bis zu einer minimalen Falzlänge von 15 mm. 16 Falzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar – alle anderen können per Eingabe programmiert werden. Die Einstellung der Falzwalzen ist ebenfalls automatisiert und selbst die Codeleser fahren per Knopfdruck in eine definierte Position.
Optional kann der leafletFolder Net 21 mit Rilleinrichtungen und einer Aussteuerweiche ausgestattet werden. Eine Netzwerkschnittstelle ermöglicht zudem die komplexe Integration in die Steuerung der Kartonier- beziehungsweise Verpackungsmaschine. Außerdem zeigt MB Bäuerle den leafletFolder Net 21 als Offlinelösung.

› www.mb-bauerle.de

Oberndorfer Druckerei

IN DER DRUCKWEITERVERARBEITUNG AKZENTE SETZEN

Bei der Oberndorfer Druckerei wurde erstmals ein UniDrum Sammelhefter der Ferag mit dem Einsteckverfahren EasySert kombiniert. Vor allem die hohe Produktionsleistung von 30.000 Exemplaren in der Stunde und der rasche Auftragswechsel mit der automatischen Formatverstellung PreTronic überzeugten das Unternehmen. »Wir wollten keine

Die UniDrum ist mit sechs Anlegern ausgestattet. Die einzelnen Bogen werden in Stangen angeliefert, an der Trommel zusammengeführt sowie geheftet und im nächsten Schritt an der Schneidtrommel SNT-U beschnitten.

reine Ersatzinvestition tätigen, sondern in der Druckweiterverarbeitung einen deutlichen Akzent setzen, um unsere Wettbewerbsfähigkeit international zu verbessern«, versichert

Gerhard Rosenstatter. Mit einem UniDrum Sammelhefter, der erstmals von der Ferag mit dem Einsteckverfahren EasySert kombiniert wurde, ist dies dem Unternehmen gelungen. Aufgrund des rotativen Konzepts erzielt die UniDrum über ein breites Spektrum an Formaten und Gewichten eine konstante Leistung von 30.000 Exemplaren. Dieser Wert sei nicht eine fiktive Herstellerangabe, sondern in der Praxis absolut realistisch. Beeindruckend sei aber auch wie schnell die Anlage angefahren werden könne. Die zentrale Formatverstellung PreTronic CV sorgt dafür, dass ein kompletter Auftragswechsel nur ein paar Minuten in Anspruch nimmt.
Die UniDrum ist mit sechs Anlegern ausgestattet. Die einzelnen Bogen werden in Stangen angeliefert, an der Trommel zusammengeführt, geheftet und im nächsten Schritt an der Schneidtrommel SNT-U beschnitten. Die UniDrum ist mit einer Barcodeerkennung ausgestattet, so dass es bei Fremdsprachen nicht zu Verwechselungen kommen kann. Die Druckprodukte können zusätzlich noch mit einem Kartenkleber an der UniDrum aufgewertet werden.
In das fertige Produkt lassen sich an der EasySert zwei Beilagen einstecken, wobei die Drucksachen entweder mit Luft oder Sauger geöffnet werden. Im Anschluss werden die Produkte gebündelt, foliert und von einem Lagenpalettierer auf Paletten abgelegt.

› www.ferag.com

Zeitungsverlag Aachen GmbH

ERNEUTE ENTSCHEIDUNG FÜR FERAG

Der Zeitungsverlag Aachen hat Ferag mit der Lieferung und Installation von zwei MSD-Einstecklinien beauftragt. Der bestehende Paket-Abtransport wird mit einem PKT-System erweitert. Die beiden ZVA-Geschäftsführer Andreas Müller und Peter Selzer haben den Vertrag am 7. Februar 2011 bei der Ferag AG in Hinwil unterzeichnet. Betrieben wird der Versandraum im ZVA durch die 100%-Tochterfirma

Der Zeitungsverlag Aachen zu Gast bei der Ferag AG in Hinwil. Von links: Ernst Möckli (Ferag AG), Andreas Trossmann (ZVA), Frank Wagner (Ferag GmbH), Peter Selzer (ZVA), Andreas Müller (ZVA), Reinhard Krick (Ingenieurbüro Krick), Enrico Caruso (Ferag AG).

Aachener Presseversand (APV). APV-Geschäftsführer Hans-Jürgen Steffens erläutert: »Nach 21 Jahren zuverlässigen Betriebs ist der Zeitpunkt gekommen, die bisherige Ferag-Anlage zu erneuern. Mit Ferag als innovativem Partner setzen wir auf eine sichere Technologie.« Jede Einstecklinie ist mit zehn Anlegern JetFeeder ausgerüstet. Die Installation der neuen Anlage erfolgt in mehreren Schritten, so dass die Ablösung ohne Produktionsunterbrechung erfolgen und bis Herbst 2012 abgeschlossen werden kann.

› www.ferag.com

SCA Packaging Deutschland

3. OFFSETDRUCKMASCHINE FÜR HANAU

SCA Packaging Deutschland baut seine Offset-Druckkapazitäten mit einer neuen Druckmaschine für das SCA Packaging + Display Werk in Hanau weiter aus. Seit Beginn des Jahres sorgt der Verpackungs- und Displayspezialist zudem für eine weitere Optimierung seiner ökologischen Produktion: Im Januar stellte SCA Packaging Deutschland seinen Offsetdruck komplett auf mineralölfreie Druckfarben um.

Verpackungslösung für anspruchsvolle Kunden: Das hochwertig gedruckte und mit UV-Spotlack veredelte Fotomotiv stellt die Lust am Trinkgenuss in den Vordergrund.

Ab Mai wird am Standort Hanau eine Großformat-Offsetdruckmaschine der neuesten Generation im 7B-Format in Betrieb gehen. Die neue Maschine ist mit sechs Farb- und zwei Lackwerken ausgestattet und ermöglicht ein breites Spektrum an Veredelungen wie das Aufbringen von Glanz- und Matteffektlackierungen in Kombination. Auch migrationsarme UV-Lacke lassen sich problemlos einsetzen. Mit dem zusätzlichen Metallic-Modul können zudem auch Gold- und Silberlacke aufgedruckt werden. Ein modernes Inline-Inspektionssystem zur Farbsteuerung sorgt zudem dafür, dass Abweichungen auf Druckbögen bei laufender Produktion vollautomatisch erkannt und angezeigt werden.

› www.scapackaging.de

Genius 52UV glänzt mit Upgradkit

REKORDJAGD MIT NEUEM RAKELKAMMERSYSTEM

Bei aktuellen Druckproduktionen werden Rüstzeiten und Produktivität noch stärker in den Vordergrund gestellt, als es in der Vergangenheit der Fall war. Besonders bei geringeren Auftragsgrößen bedeutet jeder Jobwechsel Zeitverlust. Es spielt keine Rolle, ob nur die Druckplatten gewechselt werden oder zudem ein vollständiger Farbwechsel durchgeführt wird.

Die Genius 52UV spielt mit einem kompletten Plattenwechsel in nur fünf Minuten in der ersten Liga und bestätigt dies mit einer innovativen Weiterentwicklung. Nach dem Motto ›Zeit ist Geld‹, wurde bei der Entwicklung neuer Upgrade-Kits der Schwerpunkt auf Zeitersparnis gelegt. Die Vorteile des schnelleren Wechselrakelsystems kennt Rainer Endres, Entwicklungsleiter bei der KBA-MetroPrint AG: »Zunächst wird die allgemeine Produktivität deutlich erhöht, da die Farbe nicht mehr mit einem Spachtel aus der Rakelkammer entfernt werden muss. Künftig können somit die Rüstzeiten der Maschine, bei der Verwendung von mehreren Rakelkammersystemen, erheblich verringert werden, da eine zeitintensive Reinigung entfällt. Dazu kommt, dass das neue Rakelkammersystem im verschlossenen Zustand ein wesentlich größeres Farbauffangvolumen besitzt. Die umfassende Zeitersparnis pro Farbwechsel liegt folglich allein schon bei rund 30 bis 40 Prozent. Weiterhin können Reinigungsmittel dank des geringeren Reinigungsaufwand eingespart werden, was natürlich einen positiven, ökologischen Hintergrund besitzt«.

Selbst bei der Befüllung der Rakelkammer wurde eine Optimierung durchgeführt. So wird dank der Entnahmemöglichkeit ein Verschmutzen der Maschine auf ein Minimum reduziert und zusätzlich die Anwenderfreundlichkeit erhöht. Bei Bedarf kann somit durch eine vergrößerte Öffnungsfläche schnell und leicht die Farbe nachgefüllt und die Produktion fortgesetzt werden.

Die Funktion zwischen der Standardrakelkammer und der neuen Wechselrakelkammer sind vom Grundprinzip identisch. Der einzige Unterschied zwischen den Kammern besteht darin, dass die Wechselrakelkammer, unabhängig vom Füllstand aus den Druckwerken entnommen werden kann. Durch die Verwendung von UV-härtenden Farben können die Rakelkammern in der Farbkammer verbleiben und später direkt einsatzfertig in das Druckwerk gesetzt werden.

Diese Kombination aus einem schnellen Rakelkammersystem und einen ebenso schnellen Plattenwechsel lässt die Genius 52UV nicht nur als Rüstzeitprofi glänzen, sondern unterstreicht nachhaltig die Wichtigkeit des immer schonenderen Umgangs mit Mensch, Natur und Material.

Die neue Wechselrakelkammer beschleunigt den Farbwechsel an der Genius 52UV erheblich und dient gleichzeitig als Lagerbehälter für die UV-härtenden Farben.

› www.kba-metroprint.com

Bis zu 70 Zeitungsausgaben täglich

Die neue Produktionsstätte Mittelbayerisches Druckzentrum GmbH & Co. KG, Regensburg, startete Anfang letzten Jahres mit hoch automatisierten Anlagen mit einem vollen Produktionsprogramm im Dreischichtbetrieb.

Im Versandraum werden dem maximal 72 Seiten umfassenden Hauptprodukt bis zu zehn Beilagen zugesteuert, über 120 Mio. Beilagen im Jahr 2010. Die starke Automatisierung und hohe Laufgeschwindigkeit der neuen Anlagen ermöglichte eine Ausstattung, die von ehemals zwei Produktionslinien auf nur noch eine Linie reduziert werden konnte. Am neuen Standort kann so mit geringerem Maschinen- und Personaleinsatz das gleiche Auftragsvolumen bewältigt werden wie im Jahre 2009 – mit etwas Puffer nach oben.

Die Gesamtauflage der verlagseigenen Tageszeitung beträgt täglich 130.000 Exemplare, am Wochenende 150.000. Wegen regional stark variierender Beilagenbelegung sind es 60 bis 70 Zeitungsausgaben, statt der eigentlichen 13 Druckausgaben. Zudem werden jede Woche an die 500.000 verlagseigne Anzeigenblätter produziert. Ein drittes Standbein stellen die wöchentlichen Lohndruckaufträge dar in Auflagen bis zu 1,6 Mio. Stück auf Zeitungspapier.

Innovative Technologie und die jahrzehntelange gute Zusammenarbeit bei den vorgängigen Anlagen hat bei der Entscheidung zugunsten Ferag eine Rolle gespielt. Die neue Anlage wird über den LineMaster gesteuert und erlaubt Flexibilität. Beilagen werden weitgehend am Tage bei den acht JetFeedern am RollStream und den beiden MultiDisc-Abwickelstationen für die Nachtproduktion vorbereitet und zugeordnet.

Eine Einstecktrommel MSD2-C und ein DiscPool für zwei Falzausgänge sind Bestandteil der Konfiguration. Über die Inline-Systeme StreamStitch und SNT-U lassen sich besondere Kunden- und Verlagsprodukte heften und schneiden. Die Anlage verfügt über fünf MultiStack für die Bildung unterschiedlichster Paketgrößen. Über Transportbänder gelangen die Zeitungspakete direkt in die Verteilfahrzeuge. Im Lohndruckbereich werden nahezu 100% der Pakete über zwei Segbert-Automaten palettiert.

› www.ferag.com

Das Mittelbayerische Druckzentrum in Regensburg arbeitet im Versandraum mit Technologie von Ferag.

Fujifilm auf der Fespa

NEUE UND VERBESSERTE TECHNOLOGIEN IM INKJET-DRUCK

Fujifilm will auf der Fespa Digital 2011 zeigen, wie die dort präsentierte Produktreihe den Anwendern höhere Profite bringen kann. Dominiert wird der Stand von einer Anzahl neuer und verbesserter Produkte, die auf Basis der neuesten Fujifilm Technologien höhere Produktivität und verbesserte Qualität versprechen.

Auf der Fespa können Besucher eine Inca Onset Großformatanlage sowohl im manuellen als auch im automatischen Druckmodus begutachten und einen Eindruck von der Flexibilität beim Bedrucken hochwertiger Drucke für den Grafikdisplaybereich gewinnen.

Neben der Onset wird auch ein neues Mitglied der Uvistar Reihe an supergroßformatigen Rolle-auf-Rolle Anlagen präsentiert. Durch das verbesserte Handling der Anlage ist sie auch beim Einsatz starrer Medien besonders geeignet für die Produktion von Display POPs.

Fujifilm wird auch die jüngsten Uvijet Tintenrezepturen in Verbindung mit der Acuity Advance HS Plattform präsentieren. Das Paket wurde entwickelt, um dem Grafik- und dem Industriebereich neben der Buntfarbenbrillanz höhere Flexibilität und bessere Haftungseigenschaften zu bieten.

Eine ›Test Drive Wall‹ mit Fujifilm euromedia Produkten soll die Besucher der Ausstellung nachvollziehen lassen, welche Wirkung unterschiedliche Medien auf verschiedenartigen Oberflächen haben können. Zur Schau gestellt wird hier ein Spezialangebot für den Großformatdruck mit verschiedenen poster- und signage-typischen Indoor- und Outdoor-Oberflächen, darunter auch Backstein, Mauerputz, Plastik, Glas und eine Autotür.

› www.fujifilm.de

Alles aus einer Hand mit Managed Document Services

Anfang März veranstaltete Ricoh die Hausmesse dokuTrends in Hannover. Mehr als 1.600 Besucher nutzten das umfangreiche Messeprogramm. Unter dem Dach der Managed Document Services präsentierte Ricoh Innovationen rund um die Themenbereiche Green, Office Solutions, Outsourcing und Production Printing.

Ricoh Deutschland setzt seit vielen Jahren mit seiner Hausmesse auf Kundennähe und qualifizierte Kontaktpflege. Mit Erfolg: Auch 2011 erzielte die dokuTrends bei Interessenten, Kunden, Fachhandelspartnern und Journalisten wieder eine durchweg positive Resonanz. An den drei Messetagen informierten sich die Besucher bis in die späten Abendstunden über Trends und Innovationen. Ricohs Managed Document Services bieten Kunden alles aus einer Hand: Beratungs- und Outsourcingleistungen, Lösungen, Services sowie andere Dienstleistungen in den Bereichen Dokumentenmanagement, Business Solutions, Produktionsdruck und IT-Technologie.

Auch in diesem Jahr erlebten die Besucher der dokuTrends eine Premiere: Mit der neuen Business Services Group bietet Ricoh ›One Stop Shopping‹, wenn es um Dokumentenmanagement, branchenspezifische Lösungen aus der Cloud und IT-Services geht. Durch den strategischen Ausbau des Outsourcing-Bereichs stärkt der Lösungsanbieter seine Kompetenz in Sachen Document Process Outsourcing und Business Process Outsourcing und erobert neue Geschäftsfelder.

Gastgeber Ricoh präsentierte außerdem gemeinsam mit InfoPrint Solutions Lösungen und Applikationen für den digitalen Produktionsdruck in den Bereichen Corporate und Commercial Print. Ein Highlight der Messe war der Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition. Das Flaggschiff der Pro-Reihe beeindruckte mit einer offsetähnlichen Druckqualität. Zusammen mit Partnern wie Ernst Nagel und FKS präsentierte Ricoh in seinem Printing Innovation Center verschiedene Lösungen für das Offline-Finishing.

›GRÜNES‹ HANDELN SCHONT RESSOURCEN Der IT-Bereich birgt ›grünes‹ Potenzial und eröffnet für Unternehmen und Organisationen ein ökonomisch-ökologisches Handlungsfeld. Mit innovativen und ressourcenschonenden Lösungen können Kosten gesenkt und gleichzeitig Umweltbelastungen reduziert werden. Ricoh gehört seit vielen Jahren zu den führenden Unternehmen, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht. Auf der dokuTrends 2011 informierten die Experten der Office Consulting Division (OCD) beispielsweise auch über das nachhaltige Seitenpreiskonzept ›1=1 Pay Per Page Green‹.

›The World of Documents‹: Ricoh präsentierte den Besuchern seiner dokuTrends 2011 unter dem Dach der Managed Document Services Innovationen rund um die Themenbereiche Green, Office Solutions und Production Printing.

In Ricohs Printing Innovation Center konnten sich die Besucher von den vielfältigen Lösungen für hochwertige Druckerzeugnisse im Bereich Produktionsdruck überzeugen.

LÖSUNGEN FÜR DEN OFFICE-BEREICH Auf einer ›Kommandobrücke‹ erfuhren Interessenten mehr über die Monitoring- und Reporting-Lösungen von Ricoh. Ein Highlight war die neue All-in-One-Anwendung Streamline NX: Als erste auf dem Markt verfügbare Lösung umfasst sie zahlreiche Anwendungen für Mitarbeiter und Administratoren in einer Suite.

› www.ricoh.de

SIND SIE OFFEN FÜR NEUES?

Entdecken Sie neue Perspektiven. Beim mailingtage Rahmenprogramm.
Auf Europas größter Fachmesse für Kundendialog.

8.6. bis 9.6.2011, Nürnberg

www.mailingtage.de/rahmenprogramm

Branchen-Foren, Workshops, Kreativ-Galerie und vieles mehr!

NÜRNBERG MESSE

mailingtage
DIALOG VERBINDET

Edle Bildbände in Kleinauflage

Der Pariser Fotograf Bruno Barbey lässt keinen Moment der Inspiration ungenutzt verstreichen. Als der preisgekrönte Fotograf von einem Shooting in Shanghai zurückkam, entschied er sich, mit den Bildern einer anstehenden Ausstellung einen edlen Bildband in geringer und limitierter Auflage zu produzieren.

Bruno Barbey ist seit 45 Jahren Mitglied von Magnum Photos und ein Pionier des Farbfotojournalismus. Dabei kennt er das Arbeiten unter Termindruck. Die Produktion eines edlen Bildbands war jedoch eine Herausforderung anderer Art, da bis zur Ausstellung nur drei Wochen Zeit blieben.
Mit der HP Indigo press 5000 konnte e-Center, eine bekannte Druckerei in Paris, Barbey die Herstellung des Buches in Rekordzeit ermöglichen. Die HP Indigo schafft einen hohen Durchsatz bis zu 4.000 Seiten pro Stunde im Vierfarbendruck (im Doppelnutzen). Bruno Barbey zeigt sich begeistert: »Die Schnelligkeit der HP Indigo Digitaldruckmaschine gibt mir mehr Freiheit, meinen kreativen Impulsen zu folgen.«

VIELSEITIGKEIT IM DIENST DES KÜNSTLERS Die Schnelligkeit, um enge Termine zu halten, kann einem Künstler bei der Umsetzung seiner Ideen helfen, aber alleine reicht sie nicht aus, um ein richtiges Kunstwerk zu schaffen. Mit der HP Indigo Digitaldruckmaschine konnte Barbey einen wirklich besonderen Fotobildband mit 140 Seiten herstellen, der sich von der Masse abhebt: Die ersten 100 Exemplare wurden in einem Klappschuber mit einem signierten Druck ausgeliefert. Dank drei Papierzuführungen kann die HP Indigo Digitaldruckmaschine gleichzeitig mehrere Papiersorten verschiedenen Gewichts aufnehmen, von 60 g/m² bis zu 350 g/m². Die Kompatibilität der Digitaldruckmaschine mit hochwertigen Weiterverarbeitungslösungen erleichtert es Künstlern ebenfalls, Bildbände mit individuellem Erscheinungsbild zu produzieren. Die Besucher der Ausstellung Shanghai Universelle waren von dem außergewöhnlichen Buch eindeutig begeistert. Es erfreute sich so großer Beliebtheit, dass Barbey einen Nachdruck plant.
»Bei der HP Indigo Digitaldruckmaschine weiß ich, dass ich 100 Exemplare drucken kann, und dann 200 oder 300, und dass ich sehr schnell eine neue, veränderte Edition auflegen kann. Es ist toll, dass es diese Möglichkeit gibt«, sagt Barbey. Barbeys Buch ist zudem das erste, bei dem die ARTtrust-Technologie zum Einsatz kam, ein neues, von Prooftag in Zusammenarbeit mit HP entwickeltes Selbstzertifizierungssystem.

FOTOQUALITÄT AUF KUNSTNIVEAU Die Qualität und das Farbspektrum der HP Indigo Digitaldruckmaschine, die durch die flüssige HP ElectroInk und bis zu sieben Farben ermöglicht werden, können es mit dem Offsetdruck aufnehmen. Durch die HP Technik war sichergestellt, dass die lebhaften Farben und kleinen Details, für die Barbey bekannt ist, in seinem neuesten Buch perfekt wiedergegeben werden.
Auf Barbeys Bildern vereinen sich präzise Geometrie und lebendige Farben in der Skyline von Shanghai. Ein Metallgitter liegt wie zarte Spitze vor einem aschfahlen Himmel. Neonlichter glühen in unzähligen Rotnuancen. Barbey war überzeugt, dass die HP Indigo Digitaldruckmaschine all dies originalgetreu reproduzieren würde. »Die Fotos in dem Buch sind mit HP Indigo hervorragend gelungen«, so sein Urteil. »Die Qualität des Farbabgleichs ist außergewöhnlich – ich sehe hier genau die Farben, die ich mit der Kamera gesehen und aufgenommen habe.«

› www.hp.com

Know-how aktuell!

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 Marktübersichten.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF

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‹, ›Value-Journal‹ und ›Grafische Revue‹ ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

DRUCKMARKT COLLECTION
in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue

Gut AUFGELEGT

Helmut Teschner's Lehrbuch ›Druck- und Medientechnik‹ erschien in der nunmehr 13. Auflage. Allerdings dürfte es mit der ursprünglichen Version so gut wie nichts mehr gemein haben.

Das technische Institut Dr.-Ing. Paul Christiani in Konstanz hat Helmut Teschner's Lehrbuch ›Druck- und Medientechnik‹ neu aufgelegt. Aktuell, umfassend und leicht verständlich vermittelt das neue Lehrbuch für die Druck- und Medienbranche aktuelles Fachwissen. Das Werk des Instituts für Aus- und Weiterbildung ist die nunmehr 13. Auflage des renommierten Lehrbuchs ›Druck- und Medientechnik – Informationen gestalten, produzieren, verarbeiten‹.

Das Werk ist seit Ende der 1960er Jahre die anerkannte fachliche Basis für die Aus- und Weiterbildung sowie das Studium im Bereich der Printmedien. Es bietet als Lehrbuch und Nachschlagewerk das Fachwissen, das zum Erwerb der beruflichen Kompetenz in der Druck- und Medienbranche erforderlich ist. Inhaltlich greift es die zentralen Ausbildungsinhalte auf – insbesondere auch die der Neuordnungen. Trotz des rasanten Wandels in der Druck- und Medienindustrie gelang es mit der umfangreichen Neubearbeitung, ein aktuelles, grundlegendes, umfassendes und gleichzeitig leicht verständliches Fachbuch zu Technologien, Entwicklungen und Prozessen zu erarbeiten. Themen wie Mediengestaltung, Geschäftsprozesse, Projektmanagement, digitale Fotografie und Medienproduktion in der Druckvorstufe, Computer-to-Systeme in der Ausgabe, Automatisierung und Vernetzung, Drucktechnologien, Produktions- und Qualitätssteuerungen, Materialien und Druckverarbeitung sowie nachhaltige Produktionsprozesse werden behandelt.

Die 1.040 Seiten starke 13. Auflage erscheint in einem neuen, komplett 4-farbigen Layout. Die zahlreichen Abbildungen, Tabellen und schematischen Darstellungen visualisieren komplexe Sachverhalte. Die beiliegende DVD enthält Abbildungen, Videos und Animationen zu Prozessen und technische Abläufen, um die Lerneinheiten noch verständlicher zu machen.

Helmut Teschner ist Diplom-Ingenieur (FH), Fachrichtung Verfahrenstechnik Druck, Reproduktion und Druckverarbeitung und gilt seit Jahrzehnten als Fachmann der Druck- und Medienbranche. Nach einer Ausbildung zum Drucker folgten eine Weiterbildung zum Industriemeister Druck sowie ein Studium an der Fachhochschule für Druck (Stuttgart) und eine mehrjährige Industrietätigkeit. Sein Interesse an der beruflichen Bildung führte schließlich zum berufspädagogischem Studium: über 35 Jahre arbeitete der Autor im beruflichen Schuldienst. Stationen waren Biberach, Ulm, Reutlingen, Ravensburg sowie die Elektronikschule Tettnang. Darüber hinaus hatte Helmut Teschner 21 Jahre einen Lehrauftrag für Printmedien an der Dualen Hochschule Ravensburg im Studiengang Medien- und Kommunikationswirtschaft. Während seiner Zeit im beruflichen Schuldienst war Helmut Teschner über 15 Jahre Studiendirektor und Fachberater für Druck und Medien beim Oberschulamt Tübingen sowie beim Ministerium für Kultus und Sport Baden-Württemberg in Stuttgart.

›Druck- und Medientechnik‹ ist bei Christiani und im Buchhandel für 74,80 Euro erhältlich.
ISBN 978-3- 86522-629-7.

www.point-online.de

Herzlich willkommen ...

... auf Point – dem neuen Wissens-Portal der Verbände Druck und Medien.

Hier finden Sie das Wesentliche für erfolgreiche Druck- und Medienbetriebe und Erfolg im Beruf: Fachinformationen für Technik, Betriebswirtschaft, Recht, Kongresse, Weiterbildungsseminare zu den Trendthemen der Branche und dem Aufbau Ihrer Schlüsselqualifikationen. Surfen Sie durch unsere Seiten. Viel Spaß!

POINT-SHOP
PRINT-MEDIA-FACHPORTAL

TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort		Internet-Adresse
2011				
11. 05. 2011	**bvdm,** Forum Media Publishing	Frankfurt		www.bvdm-online.de
12. 05. - 18. 05. 2011	**interpack,** Processes and Packaging	Düsseldorf		www.interpack.de
19. 05. - 21. 05. 2011	**TYPO Berlin,** 16. Internationale Designkonferenz	Berlin		www.typoberlin.de
23. 05. - 24. 05. 2011	**Fogra-Symposium,** Digital trifft Offset	München		www.fogra.org
24. 05. - 27. 05. 2011	**Fespa** Digital 2011	Hamburg		www.fespa.com/digital/
28. 05. 2011	**Museum für Druckkunst,** 17. Leipziger Typotage	Leipzig		www.typotage.de
08. 06. - 09. 06. 2011	**Mailingtage**	Nürnberg		www.mailingtage.de
20. 06. - 22. 06. 2011	**13. Doxnet,** Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden		www.doxnet.eu
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.suissse-emex.ch
12. 09. - 16. 09. 2011	**Swiss Publishing Week**	Winterthur		www.swiss-publishing-week.ch
14. 09. - 16. 09. 2011	**PostPrint,** Fachmesse für Vorstufe, Druck & Weiterverarbeitung	Leipzig		www.postprint-leipzig.de
28. 09. - 29. 09. 2011	**bvdm,** Print-Media Congress	Mannheim		www.bvdm-online.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. - 14. 10. 2011	**bvdm,** Forum Verlagsherstellung, Publishing Services	Frankfurt		www.bvdm-online.de
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
26. 10. - 27. 10. 2011	**easyFairs,** Print & Publishing Schweiz	Zürich		www.easyfairs.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

Wir bringen Fakten in die richtige Reihenfolge. Zeile für Zeile.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.
www.druckmarkt.com
DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Druck+Form 2011

GROSSES AUSSTELLERINTERESSE

Für die 17. Druck+Form vom 12. bis 15. Oktober 2011 lässt sich schon jetzt reges Ausstellerinteresse und eine gute Buchungslage vermelden. Zum 17. Mal präsentieren sich in der Messehalle 6 der Messe Sinsheim GmbH Firmen aus den Bereichen Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen. Innovative Begleitveranstaltungen in der Print-Factory-Academy bieten den Fachbesuchern zusätzlich zu einem repräsentativen Ausstellungsangebot beste Weiterbildungs- und Informationsmöglichkeiten.
Als wichtigste Fachmesse für Druck- und Weiterverarbeitung im Südwesten Deutschlands hat die Druck+Form auch nationale Ausstrahlung und gilt in der Branche als wichtige ›Ordermesse‹. Die Aussteller treffen in Sinsheim auf ein kompetentes und investitionsfreudiges Publikum und beurteilen ihre Ausstellungsbeteiligung deshalb als sehr positiv. Auch die Fachbesucher schätzen die Druck+Form. Das liegt vor allem am hochwertigen und praxisnahen Angebot der Messe, der guten Orientierung und den individuellen Beratungsmöglichkeiten direkt vor Ort. Ein weiteres Plus ist die Print-Factory-Academy, die bereits zum dritten Mal mit zukunftsorientierten Vorträgen und aktuellen Themen einen echten Mehrwert für die Besucher bereithält.

› www.druckform-messe.de

Leipziger Typotage

›SCHRIFT UND TYPOGRAFIE IN DER ZEITGENÖSSISCHEN KUNST‹

Schrift ist nicht nur eine Form der Kommunikation, sie kann auch ein gestalterisches Mittel der Kunst werden und gleichzeitig Botschaften transportieren. Einen wissenschaftlichen Blick auf diese spannende Wechselwirkung werfen die Referenten der 17. Leipziger Typotage. Gemeinsam mit einem Fachpublikum diskutieren die acht Referenten aus den Bereichen Kunst, Grafik-Design, Typografie und Psy-

chologie am 28. Mai 2011 im Museum für Druckkunst Leipzig das Thema ›Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst‹. Das traditionsreiche Symposium wird bereits seit 1995 von der Gesellschaft zur Förderung der Druckkunst e. V. veranstaltet. In diesem Jahr profitiert es insbesondere von der parallel stattfindenden gleichnamigen Sonderausstellung.
Als etabliertes System aus verschiedenen Zeichen ist Schrift im Alltag unverzichtbar geworden. Im Zusammenspiel mit Kunst eröffnet Schrift jedoch neue Deutungsebenen, die aktuelle Trends in Kultur und Gestaltung widerspiegeln. Die scheinbar so fest gefügte Welt der Buchstaben erweist sich hierbei als innovatives künstlerisches Experimentierfeld. Die renommierten Gastredner der 17. Leipziger Typotage beleuchten Funktion und Wirkung der Schrift im westlichen Sprachraum.

› www.typotage.de

Fogra-Symposium

DIGITALDRUCK TRIFFT OFFSET

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet am 23. und 24. Mai 2011 in München ihr drittes Digitaldruck-Symposium. Es richtet sich an alle Personen, die an aktuellen und fundierten Informationen rund um den Digitaldruck interessiert sind. Hierzu zählen sowohl Unternehmen, die bereits digital drucken und nützliche Anregungen für die tägliche Praxis suchen, als auch Offsetdruckereien, die ihr

Produktspektrum durch den Digitaldruck erweitern möchten.
In über 20 Fachvorträgen von international anerkannten Experten aus der Forschung, ausgewiesenen Praktikern und Herstellern werden sowohl der kleinformatige als auch der großformatige Digitaldruck adressiert, wobei der Offsetdruck gewissermaßen die De-facto-Referenz darstellt. Es soll geklärt werden, ob und unter welchen Rahmenbedingungen der Einstieg in den digitalen Produktionsdruck sinnvoll ist. Hierbei spielen auch der Umweltschutz und die Nachhaltigkeit der Druckverfahren eine entscheidende Rolle. Des Weiteren kommen die Prozesskontrolle in der täglichen Praxis und Wege zum Veredeln von digital hergestellten Druckprodukten zur Sprache. Bei der Vorstufe liegen die Schwerpunkte bei der Datenaufbereitung und der medienübergreifenden Behandlung von Farbe.
Eine Fachausstellung rundet die Veranstaltung ab.

› www.fogra.org

Kodak lädt zum InSite Podium

PRAXISORIENTIERTER EVENT AM 3. MAI IN FRANKFURT

Für Unternehmen der grafischen Industrie kommt es heute mehr denn je auf eine möglichst effiziente, direkte Zusammenarbeit und Kommunikation mit Kunden und Projektbeteiligten an. Dafür hat Kodak die webgestützten Kodak InSite Portalprodukte entwickelt, die auf eine nahtlose Integration und stark automatisierte Interaktion mit dem Kodak Prinergy Workflow ausgelegt sind.
Welchen Nutzen diese Lösungen in der Praxis bieten, beleuchtet das InSite Podium am 3. Mai 2011 in Frankfurt am Main, zu dem Kodak Fachleute aus dem gesamten Druck- und Vorstufenbereich einlädt. Bei der Veranstaltung stehen das Kodak InSite Prepress Portal für Job-Übermittlung, Fernproofen und rationelle Korrektur- und Freigabeprozesse sowie das Kodak InSite Creative System für das Management der kreativen Produktion im Fokus. Erfahrene Anwender aus Bogen- und Rollenoffsetdruck sowie Druckvorstufe schildern, wie sie mit diesen Tools Prozesse optimieren und beschleunigen, Fehler vermeiden, Entfernungen überbrücken und die Kundenbindung nachhaltig steigern.
Manche der erfahrenen Praktiker werden auch über Einführungsprobleme und deren Behebung berichten. Live-Demos der InSite Lösungen im integrierten Zusammenspiel mit dem Prinergy Workflow und die Gelegenheit zum direkten Austausch mit den Anwendern und Experten von Kodak runden das Programm ab.

› www.kodak.com

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
02. 05.	**cleverprinting,** Colormanagement-Schulung	München
03. 05.	**cleverprinting,** Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	München
03. 05. - 06. 05.	**Fogra,** Grundlagen der Drucktechnik	München
04. 05.	**cleverprinting,** InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	München
05. 05.	**cleverprinting,** Photoshop CS5-Schulung	München
05. 05.	**Heidelberg PMA,** ProzessStandard Offsetdruck / ISO 12647	Heidelberg
05. 05.	**manroland,** Praxisdialog Nr. 39, Bedruckstoffe im Zentrum der Qualitätssicherung	Offenbach
06. 05.	**cleverprinting,** Illustrator-Schulung	München
06. 05.	**IRD,** Kompaktseminar Suftragsmanagement und Führung	Berlin
09. 05. - 10. 05.	**Fogra,** Farbsicherer Workflow mit PDF/X und FograCert PDF/X	München
10. 05.	**Heidelberg PMA,** PDF/X-4 Problemlösungen und neue Möglichkeiten	Heidelberg
11. 05. - 12. 05.	**Heidelberg PMA,** Druckqualität fachkundig beurteilen	Heidelberg
11. 05.	**vdmb,** Das Telefon als Wettbewerbsvorteil nutzen	Ismaning
11. 05.	**cleverprinting,** PSD-Expertenschulung	Hamburg
12. 05.	**cleverprinting,** PSD-Expertenschulung	Hamburg
13. 05.	**IRD,** Kompaktseminar Suftragsmanagement und Führung	Hamburg
14. 05. - 15. 05.	**TGM,** InDesign »Part Zwei«	München
14. 05. - 15. 05.	**TGM,** Mikro- und Makrotypografie mit InDesign CS4	Pforzheim
16. 05.	**cleverprinting,** Colormanagement-Schulung	Frankfurt
17. 05.	**cleverprinting,** Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Frankfurt
17. 05.	**Heidelberg PMA,** Einstieg in Web-to-Print Produktion	Heidelberg
17. 05.	**Ink Academy,** Feuchtmittelmanagement mit und ohne Alkohol	München
18. 05.	**Heidelberg PMA,** Web-tot-Print für Auftraggeber	Heidelberg
18. 05.	**cleverprinting,** InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Frankfurt
19. 05.	**cleverprinting,** Photoshop CS5-Schulung	Frankfurt
19. 05.	**Heidelberg PMA,** PDF Master Class	Heidelberg
20. 05.	**cleverprinting,** Illustrator-Schulung	Frankfurt
25. 05.	**cleverprinting,** InDesign Einsteiger-Schulung	Düsseldorf
26. 05.	**Heidelberg PMA,** Druckdienstleistungen professionell einkaufen	Heidelberg
30. 05.	**vdmb,** Anzeigen, Beilagen und Online-Werbeformen erfolgreich verkaufen	Ismaning
04. 06.	**cleverprinting,** Publishing für iPad und Tablet-PC	Düsseldorf
05. 06.	**cleverprinting,** Publishing für iPad und Tablet-PC	Düsseldorf
06. 06.	**cleverprinting,** Publishing für iPad und Tablet-PC	Düsseldorf
06. 06.	**cleverprinting,** Keynote-Schulung	Hamburg
07. 06.	**cleverprinting,** Colormanagement-Schulung	Heidelberg
08. 06.	**cleverprinting,** Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Braunschweig
09. 06.	**cleverprinting,** InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Braunschweig
09. 06.	**Heidelberg PMA,** Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg
10. 06.	**cleverprinting,** Photoshop CS5-Schulung	Braunschweig
16. 06.	**Heidelberg PMA,** Kompetent über Printdesign sprechen	Braunschweig
20. 06.	**cleverprinting,** Colormanagement-Schulung	Berlin
21. 06.	**Ink Academy,** UV-Farben im Verpackungsdruck	Celle
21. 06.	**cleverprinting,** Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Berlin

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.ofsgroup.ch
› www.ink-academy.de › www.zdm-bayern.de › www.cleverprinting.de › www.wan-ifra.org

2. Forum Media Publishing

STRATEGIEN, WERKZEUGE, GESCHÄFTSMODELLE

e-Trends, Apps & XML lautet der Slogan des 2. Forums Media Publishing in Frankfurt am Main. Hinter diesen Schlaglichtern offenbaren sich viele Kernaufgaben, vor denen Verlage, Industrie und ihre Druck- und Mediendienstleister stehen. Wohin entwickelt sich das Publishing ein Jahr nach dem sensationellen Start des iPads? Das Forum Media Publishing am 11. und 12. Mai 2011 des Bundesverbandes

Druck und Medien und seiner Partnerverbände im Japan-Center gibt Antwort auf diese Frage.
eFormate, eDesign, eTypes, eDistribution – dies sind Themen des Forums genauso wie das semantische Web und die crossmediale Verlagsproduktion von Print bis Mobile. Der bvdm greift damit die neuen eTrends auf, das Arbeiten mit XML, Geschäftsfelder rund um Apps, Mobile Communication und Corporate Publishing. Zu den Referenten gehören Experten der Medienbranche wie Dr. Silke Springensguth, DuMont Net, Dr. Bernhard Mischke, Pubbles, Uwe Matrisch, le-tex publishing services, Jürgen Weltin, typematters, Ursula Welsch, Neue Medien, Helmut von Berg, Klopotek, und viele andere.
Ergänzt wird das Forum durch Workshops am 12. Mai zu XML und XLST, zu InDesign und dem Einsatz von Animationen und Multimedia-Effekten sowie einen betriebswirtschaftlichen Strategie-Workshop.
› www.forum-mediapublishing.de
› www.bvdm-online.de

easy fairs

PRINT & PUBLISHING SCHWEIZ 2011

Am 26. und 27. Oktober 2011 findet in der Messe Zürich die Premiere zur Print & Publishing Schweiz 2011 statt. Die Branche signalisiert laut Veranstalter easy fairs positive Zustimmung und namhafte Unternehmen hätten bereits zugestimmt, an der Schweizer Fachmesse teilzunehmen.

f:mp.-Veranstaltung

TREND ZU MULTIFUNKTIONALEN PUBLISHING-SYSTEMEN

Am 5. und 6. Mai 2011 veranstaltet der Fachverband Medienproduktioner e.V. (f:mp.) in Kooperation mit Dr. Erich Koetter, Inhaber der Firma Beratung und Management, erstmalig den Kongress ›Der Trend zu multifunktionalen Publishing-Systemen‹. Die Veranstaltung findet in der Print Media Academy in Heidelberg statt.

ITK-Event zurück in München

COMEBACK DER COMMUNICATION WORLD

München erhält mit der Communication World eine Dialog- und Netzwerkplattform für die ITK-Branche zurück. Vom 11. bis 12. Oktober 2011 diskutieren Branchenvertreter im M,O,C, unter dem Motto ›ITelligent Mobility‹ die Gegenwart und die Zukunft intelligenter, flexibler und mobiler IT in Unternehmen.

› www.communication-world.com

swiss publishing week 2011

12. BIS 16. SEPTEMBER IN WINTERTHUR

Neben den klassischen Fragestellungen aus den Bereichen Layout, Bildbearbeitung, Farbmanagement, Workflow etc. wird dieses Jahr ein ganzer Tag dem Thema Tablet-Publishing und Digital Media gewidmet sein. Eine Neuerung ist der Montag mit einem speziell auf Jung-Publisher und Quereinsteiger ausgerichteten Programm.

Media Mundo on Tour

DIE ZUKUNFT DER NACHHALTIGEN MEDIENPRODUKTION

Die ›Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion‹ ist das Thema der neuen Seminarreihe, die der Fachverband Medienproduktioner e. V. (f:mp.) zusammen mit dem WWF Deutschland erarbeitet hat und als Media Mundo-Roadshow in verschiedenen Städten sowie als Inhouse-Veranstaltung anbietet. Nachhaltigkeitskonzepte bieten der Medienbranche nicht nur ökologische und soziale Handlungsoptionen, sondern auch ein erhebliches ökonomisches Potenzial. Das Seminar ›Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion‹, das unter der Schirmherrschaft der Nachhaltigkeitsinitiative Media Mundo vom f:mp. angeboten wird, eröffnet Wege zum nachhaltigen Unternehmen. »Welche unmittelbare Bedeutung Nachhaltigkeitsstrategien für den unternehmerischen Erfolg haben können, ist vielen Markenartiklern und Kommunikationsentscheidern durchaus bewusst. Zudem bietet aber auch die Kommunikation ein erhebliches Potenzial, dem ökologischen wie ökonomischen Engagement ein glaubwürdiges und authentisches Gesicht zu verleihen«, erläutert Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. »Ziel des Seminars ist es, nicht nur die Möglichkeiten zur nachhaltigen Gestaltung von Medienerzeugnissen aufzuzeigen, sondern auch die systematische Orientierung eines Unternehmens an den Anforderungen der Nachhaltigkeit konkret zu unterstützen.« Um eine individuelle Empfehlung hinsichtlich einer strategischen Ausrichtung eines Unternehmens an den Anforderungen der Nachhaltigkeit an die Hand geben zu können, wird das Seminar auch als Inhouse-Veranstaltung angeboten. Ein optionales Vertiefungsseminar gibt darüber hinaus die Gelegenheit, eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie zu definieren beziehungsweise vorhandene Maßnahmen hinsichtlich ihrer Zielgerichtetheit zu überprüfen.

Die ersten Seminare finden am 9. Juni in Frankfurt, am 21. Juni in Hamburg und am 30. Juni in Starnberg statt.

› www.f-mp.de

FINAT/GIPEA Kongress 2011

SELBSTKLEBENDEN UND ARTVERWANDTE PRODUKTE

FINAT, der internationale Verband der Hersteller von selbstklebenden und artverwandten Produkten und Dienstleistungen, hat die Anmeldeformulare und Teilnahmebedingungen des 31. internationalen Etikettenwettbewerbs sowie das vorläufige Programm seines Jahreskongresses, der vom 8. bis 11. Juni 2011 im Hilton Giardini Naxos in Taormina auf Sizilien (Italien) stattfinden wird, bekannt gegeben. Unter dem Motto ›Embrace Change, Enjoy Success‹ (Chancen wahr machen, Erfolg ausleben) lädt der Kongress führende Anbieter von Klebeetiketten zur regen Teilnahme am Dialog über die Veränderungen der Branche ein. Die diesjährige Veranstaltung wird in enger Zusammenarbeit mit dem italienischen Etikettenverband GIPEA durchgeführt. Wie immer ist der Kongress der ideale Ort für bestehende und neue Mitglieder, um sich zu treffen und Kontakte zu Kollegen aufzubauen, Erfahrungen auszutauschen und sich von Vordenkern aus der Etikettenbranche und darüber hinaus inspirieren zu lassen.

› www.finat.com

DID-Award 2011

INNOVATIV VERARBEITETE DRUCKPRODUKTE

Das Deutsche Institut Druck e. V. (DID) schreibt bereits zum 6. Mal den ›DID-Award für Druckweiterverarbeitung‹ aus. Besonders exklusive, innovative oder einfallsreiche Produkte der industriellen Druckweiterverarbeitung sind die Zielgruppe des DID-Awards. Sie gilt es in diesem Wettbewerb hervorzuheben und zu prämieren.

Teilnahmeberechtigt am DID-Award sind Weiterverarbeitungsunternehmen, Druckereien, Agenturen, Verlage oder Vorstufenbetriebe mit Firmensitz oder Niederlassung in Deutschland. Einsendeschluss ist der 20. Mai 2011.

Der DID-Award wird wieder in Zusammenarbeit mit dem ›Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie‹ durchgeführt. Die Sieger des DID-Awards werden am 10. November 2011 im Rahmen der ›PrintNight‹ in Stuttgart gekürt.

› www.did-award.de

› www.bvdm-online.de

f:mp.-Veranstaltungen

PROZESSSICHERHEIT IN FRANKFURT UND HAMBURG

Am 12. Mai findet in Frankfurt im Rahmen der f:mp.-Weiterbildung das Seminar ›Prozessoptimierung, Standardisierung und Qualitätsmanagement in der Medienproduktion‹ statt. Am 7. Juni folgt ein weiteres Seminar in Hamburg.
Die praxisorientierte Seminarreihe thematisiert Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement in allen Arbeitsschritten vom Layoutarbeitsplatz über die Druckvorstufe und die Datenannahme in der Druckerei bis hin zur Steuerung der Druckmaschine. Dabei spielen Kommunikationswerkzeuge wie Proofs, Druckstandards sowie Mess- und Kontrollstreifen eine wesentliche Rolle.
› www.f-mp.de

Gramag grafische Maschinen AG

SCHNEIDKURS IN THEORIE UND PRAXIS

Für den 18. und 19. Mai 2011 hat die Gramag grafische Maschinen AG einen Schneidkurs ausgeschrieben. Während der zweitägigen Schulung erhalten die Teilnehmer in Theorie und Praxis das Rüstzeug, um aus ihrer Schneidmaschine ein Maximum an Leistung, Qualität und Lebensdauer herauszuholen. Der Kurs wird im Vorführraum der Gramag grafische Maschinen AG in Reiden auf Maschinen der Marke Wohlenberg durchgeführt.
› www.gramag.ch

Ausstellung im Museum für Druckkunst Leipzig

SCHRIFT UND TYPOGRAFIE IN DER ZEITGENÖSSISCHEN KUNST

Mit der neuen Sonderausstellung ›Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst‹ betrachtet das Museum für Druckkunst Leipzig vom 8. Mai bis 17. Juli 2011 die Gestaltung von und mit Buchstaben im Kontext der bildenden Kunst.
Im Alltag kaum wegzudenken, in der Kommunikation beinah unerlässlich, für die Augen oft Freude, gelegentlich auch ein Ärgernis: Schrift ist allgegenwärtig. Als etabliertes System aus verschiedenen Zeichen fungiert sie vor allem als Informationsmedium. Was aber passiert, wenn Schrift einen neuen Kontext sucht? Wird sie zum Beispiel zum Mittel künstlerischer Intention, entsteht eine überraschende Vielfalt an Ausdrucksformen. Diese weiterführende Funktion von Schrift ist Thema der Ausstellung ›Schrift und Typografie in der zeitgenössischen Kunst‹.

Präsentiert werden rund 40 Positionen internationaler Künstler und Grafik-Designer, die sich in ihrem Werk mit Schrift und Typografie auseinandersetzen. Die Auswahl der Arbeiten umfasst sowohl Zeichnung, Buchkunst, Fotografie und Skulptur als auch Multimedia, Installation, Graffiti und Kunst im öffentlichen Raum. Das breite Spektrum zeigt, dass Schrift und Typografie längst ihre zweidimensionalen Grenzen sowie ihr klassisches Medium Papier verlassen haben. Im Kontext anderer Kommunikationsformen erfahren sie sowohl in Form als auch Funktion eine Erweiterung und Modifizierung.
Die Ausstellung bietet einen Einblick in die unterschiedlichen Herangehensweisen an Schrift und Typografie im Spannungsfeld des gegenwärtigen Kunstschaffens. Ebenso verfolgt sie das Ziel, der Öffentlichkeit ins Bewusstsein zu führen, wie stark Schrift unsere Wahrnehmung prägt und beeinflusst. Im Rahmen von Führungen und Workshops lädt die Ausstellung ein zu einem visuellen Dialog mit Schrift in Kunst und Design.
Ergänzt wird die Ausstellung durch die 17. Leipziger Typotage am 28. Mai 2011. Geladen sind Referenten aus den Bereichen Kunst, Grafik-Design, Typografie und Psychologie. Sie treten in einen lebhaften Dialog über die Funktion und Wirkung von Schrift im westlichen Sprachraum und diskutieren Themen, die in der Ausstellung nur schwer oder gar nicht darstellbar sind und über diese hinausgehen.
› www.typotage.de

Expertentipps aus der Praxis

FACHMESSE FÜR DIREKT- UND DIALOGMARKETING

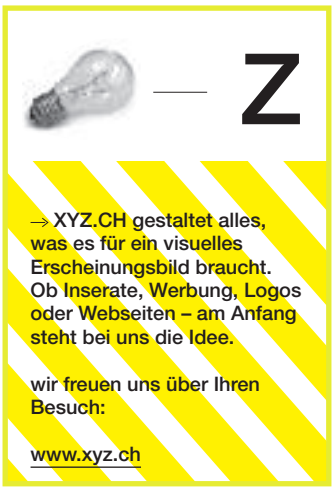
Europas größte Fachmesse für Kundendialog geht vom 8. bis 9. Juni 2011 in Nürnberg an den Start. Auch 2011 präsentieren Fachmesse und Rahmenprogramm die vielfältigen Facetten des Online-, Offline- und Multichannel-Kundendialogs. Auf die Besucher warten rund 400 Aussteller und 120 Fachvorträge mit aktuellen Trends und Ideen, spannende Themen, Workshops und ideenreiche Exponate in der Kreativ-Galerie.
Neu ist, dass die kostenfreien Informationsplattformen inhaltlich in zwölf Branchenschwerpunkte aufgeteilt sind. So kann sich ein Marketingleiter eines Autohauses beispielsweise künftig in Forum V praxisnahes Know-how für die Realisierung crossmedialer Konzepte speziell für die Automotive-Branche holen.
› www.mailingtage.de

Verbandstagung

FLEXOGRAFEN TAGEN AM 26. BIS 27. MAI IN MARBURG

Die Bundesinnung für das Flexografen-Handwerk (BIF) lädt die Flexografie-Betriebe am 26. bis 27. Mai 2011 zur Verbandstagung nach Marburg ein.
Die Mitgliederversammlung besteht aus einem Fachprogramm und Betriebsbesichtigungen. Vorträge und Workshops zu den Themen IT-Sicherheit, Firmenübergabe und Berufsbildung sowie Zusatznutzen für Betriebe sind geplant. Außerdem stehen Betriebsbesichtigungen der Unternehmen Marburger Signier-Technik-Systeme sowie Stempelspirale, Linden, auf dem Programm.
› www.flexografie.de
› www.bvdm-online.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



DRUCKFARBEN

DRUCKEREIBEDARF

DRUCKWEITERVERARBEITUNG

LETTERSHOP/VERSAND

MAILINGPRODUKTION

ELCO switzerland

Elco AG
Wildischachen
5201 Brugg
T 056 462 80 00
F 056 462 80 80
www.myelco.ch

WEITERBILDUNG

« gib »
Zürich

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

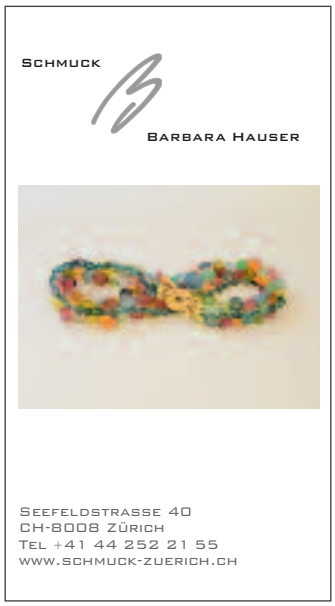
VERSCHIEDENES

Gütesiegel

Q Publikation
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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

VERSCHIEDENES



arcus design 2011 | www.arcusdesigns.de

Unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen: Themen, die ansprechen und aktuelles Know-how vermitteln, Seiten, die auch bei Fachthemen gut gestaltet sind – und eine Druckqualität, die dem Anspruch unserer Branche genügen sollte. Eigentlich ist es schade, dass auch in der Druckbranche immer mehr Kollegen keine gedruckten Magazine mehr mögen.

Deshalb bietet der ›Druckmarkt‹ auch Alternativen mit der Maus: Tagesaktuelle und wirklich relevante Nachrichten auf der Homepage, das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das nur im Internet publiziert wird und Druckmarkt-Ausgaben, die es gedruckt und Online gibt.

Wir können es einfach nicht lassen. Denn unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen.

Den QR-Code mit dem Handy scannen und mehr über unser Angebot erfahren.

www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher