

DRUCK MARKT

impressions 37

10. Oktober 2011

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



worldwide published



Die Zeitung: Noch lange kein Auslaufmodell

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Steve Jobs: Er veränderte auch die Druckindustrie. Seite 4.
Zeitung: Das Internet ist kein Paralleluniversum Seite 14.
Messevorschau: Druck+Form 2011. Seite 20.
Print & Finishing: Nach der Rolle nun auch der Bogen. Seite 33.
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011/2012. Seite 36.

Fotos: UPM, Apple

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt.ch 



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.



Investitionskompass
Computer-to-Plate
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu CtP-Systemen für Akzidenzen und Zeitungen.
Juni 2011
32 Seiten, A4, davon 11 Seiten Übersichten.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue



Hybride Medienlandschaft

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Steve Jobs:
Er veränderte auch die Druckindustrie
- 06 Portal
- 08 Nachrichten
- 08 Werbung geht an 1,7 Milliarden Internet-
nutzern vorbei
- 09 KBA: Nachfolge im Vorstand geregelt
- 11 Heidelberg erweitert Werk in China
- 12 Die Welt gehört den Mutigen
- 13 Erfolgreiche Premiere der PostPrint in Leipzig
- 14 Das Internet ist kein Paralleluniversum

Print & Finishing

- 20 Druck+Form 2011: Eine Messevorschau
- 28 Nachrichten
- 31 Ungebrochener Boom bei Fotobüchern
- 33 Nach der Rolle nun auch der Bogen
- 36 Drucktechnik und Bindequalität perfektioniert

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Nachrichten
- 42 Seminare & sonstige Veranstaltungen

47 Business to Business

Diese Woche ist Messe-Marathon. Die Zeitungsmesse Ifra öffnete am Montag in Wien ihre Pforten, die Druck+Form beginnt am Mittwoch in Sinsheim, parallel dazu findet die Buchmesse in Frankfurt statt und die Viscom läuft von Donnerstag bis Samstag in Düsseldorf. Allesamt Messen, die sich mit dem Verlegen, Publizieren und Drucken beschäftigen. Da sage doch einmal jemand, Drucken sei Out.

Natürlich werden auf der Ifra und der Buchmesse auch digitale Medien wie Tablet-PCs und Lesegeräte samt entsprechender Anwendungen eine Rolle spielen. Doch diese Märkte haben sich noch längst nicht durchgesetzt. Betrachtet man die Nutzerzahlen, stehen sowohl E-Books als auch digitale Zeitungen noch längst nicht an der Schwelle zum endgültigen Durchbruch.

E-Books bleiben erst einmal ein Nischengeschäft. Das elektronische Buch kommt trotz anders lautender Ankündigungen deshalb nicht vom Fleck, weil die Verlage kein Interesse haben, eine dauerhafte Buchpreisbindung sowie die wertschöpfenden Produktionsbereiche Druck und Buchbinderei aufzugeben. Und die E-Reader-Produzenten stellen sich selbst ein Bein, solange sie den Wildwuchs an Dateiformaten nicht eindämmen und sich nicht auf kompatible Standards einigen.

Aber auch die digitale Zeitung am Tablet-PC konnte den Verlegern noch nicht das weggebrochene Geschäft von Anzeigen und Leserschaft wieder zurückbringen. Es fehlt auch hier an bezahlwilligen Abonnenten.

Es entwickelt sich also eine durchaus hybride Medienlandschaft, in der digitale Medien und das bedruckte Papier ihre jeweilige Berechtigung haben. Mittelfristig also keine so schlechte Perspektive für Print.



Ihr

Klaus-Peter Nicolay

Klaus-Peter Nicolay,
Chefredakteur Druckmarkt

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

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50.

Redaktionsbüro Schweiz: Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77.

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

© by Druckmarkt 2011



Er veränderte auch die Druckindustrie

Bei all dem Hype um die Verdienste von Steve Jobs im Bereich der Unterhaltungselektronik, der Telefonie, der Veränderung der Musikindustrie durch iPod und iTunes sowie dem iPad für die Computerindustrie – nach seinem Tod wird vielfach vergessen, dass die Druckindustrie die erste Branche war, die er mit seinen Entwicklungen vollkommen umkrempelte.

Von Knud M. Wassermann

Über 500 Jahre dümpelte die grafische Branche weitgehend abgeschottet dahin: Das Monopol für das Publizieren lag eindeutig in den Händen der Jünger Gutenbergs. Zwar wurden in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts die ersten zaghaften Versuche einer Digitalisierung in der Druckvorstufe eingeleitet, doch die finanziellen Hürden waren enorm hoch. EBV-Systeme, mit denen mehr schlecht als recht Bilder korrigiert, platziert und auch nur sehr mühsam mit Text zu einer fertigen Seite kombiniert werden konnten, kosteten ein Vermögen. Eine Einstiegslösung war nicht unter einer Million Euro zu bekommen und auch für Trommelscanner wurden astronomische Summen verrechnet.

VON KRYPTISCHEN BEFEHLSKETTEN BEFREIT 1985 hat sich Apple mit Adobe, Aldus und Linotype zusammengetan und die Desktop-Publishing-Welle losgetreten, nach der in der Druckindustrie kein Stein mehr auf dem anderen blieb. Apple ermöglichte mit seinem Macintosh-Rechner, dem eigenen Betriebssystem und seiner Benutzeroberfläche erstmals die intuitive Bedienung eines Computers, die den Anwender von kryptischen Befehlsketten befreite. Aldus steuerte mit dem PageMaker eine Layoutsoftware bei, Adobe brachte die Seitenbeschreibungssprache PostScript mit ein, Apple einen PostScript-fähigen Laserdrucker, Linotype öffnete seine Schriftenbibliothek in Richtung PostScript und entwickelte außerdem den ersten PostScript-Filmbehalter. So konnten erstmals von einem Desktop-Rechner aus Filme für den Offsetdruck belichtet werden. Das Ganze hatte zwar immer noch seinen Preis, aber nur noch einen Bruchteil der proprietären Satz- oder EBV-Systeme.

DER ERSTE COMPUTER MIT SCHÖNEN SCHRIFTEN Es war wohl eher ein Zufall, dass sich Steve Jobs mit der Typografie beschäftigte. Nach dem Abschluss seines Studiums belegte er am Reed College einen Kurs für Kaligrafie und hat dabei das gelernt, was Typografie ausmacht. Vor Studenten an der



Ganz schlicht verabschiedet sich Apple auf seiner Homepage von Steve Jobs.

Stanford University meinte Steve Jobs: »Nichts davon versprach einen praktischen Nutzen für mein späteres Leben. Aber zehn Jahre später, als wir am ersten Macintosh-Computer arbeiteten, erinnerte ich mich. Und wir bauten es in den Mac ein. Er war der erste Computer mit schönen Schrifttypen. Wäre ich nicht zufällig auf diesen Kurs gestoßen, hätte der Mac nie mehrere Schrifttypen und Proportional-Fonts bekommen.«

DIE NEUE PUBLISHING-FREIHEIT

Wie jede »disruptive« Technologie, die sich dazu anschießt, eine beste-

hende Technologie vollständig zu ersetzen, hatte auch das Desktop-Publishing anfangs mit seinen Unzulänglichkeiten zu kämpfen. Aufhalten konnte dies die Desktop-Publishing-Welle jedoch nicht. Von der Druckindustrie weitgehend ignoriert, lebten viele Menschen die neue Publishing-Freiheit mit WYSIWYG-Darstellung (What You See Is What You Get) aus. Damit war das Monopol der Druckindustrie gebrochen und Steve Jobs hatte die Demokratisierung des Publishing eingeleitet. Noch ehe sich die grafische Branche versehen konnte, übernahmen Grafikdesigner, Verlage und Werbeagenturen immer mehr Aufgaben der Druckvorstufe und die Jünger Gutenbergs sahen ihre Felle davonschwimmen. Legendar ist der Antrag eines Druckers auf einer Veranstaltung seiner Interessensvertretung, der doch allen Ernstes forderte, man solle den Verkauf von Apple-Computern außerhalb der grafischen Industrie gesetzlich verbieten. Das blieb uns Gott sei Dank erspart, der Apple konnte seinen Siegeszug ungehindert fortsetzen.

Den jüngsten Coup landete Steve Jobs mit dem iPad. Es wird uns technologisch noch längere Zeit beschäftigen und die Diskussionen werden anhalten, ob der Tablet-Computer das Publishing abermals und noch nachhaltiger verändern wird als vorhergehende von Steve Jobs ersonnene Techniken. Doch Steve Jobs hat mit seinen Ideen, Visionen und den umgesetzten Lösungen ganz sicher die gesamte Kreativ-Branche nachhaltig verändert.

Danke Steve!

— *DAS* —

EINZIGE

WAS

DER

IDEE

FEHLT

— *BIN* —

ICH

I am the power of print.

Werden aktuelle Meldungen in Zeitschriften veröffentlicht, messen Leser diesen eine größere Bedeutung zu (33%) als jenen im TV (20%) oder Internet (10%).

Mehr über Printmedien 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



In Zusammenarbeit mit der Agentur *avenit AG* aus Offenburg hat der Würzburger Druckmaschinenhersteller *Koenig & Bauer AG* seinen Internetauftritt komplett überarbeitet und visuell sowie inhaltlich aktuellen Nutzeranforderungen Rechnung getragen. Das frische und geradlinige Design und die redaktionell überarbeiteten Inhalte orientieren sich an einer modernen Unternehmens- und Produktpräsentation ohne überflüssigen und zeitraubenden Schnickschnack.



SCA Packaging Deutschland setzt bei der Entwicklung und Produktion von Displays, Konsumgüter- und Industrieverpackungen auf Kreativität, Individualität und das nachhaltige Basismaterial Wellpappe. Seit 1999 sind die Wälder des SCA-Konzerns FSC-zertifiziert. Nachdem 2009 die ersten SCA Packaging Standorte in Deutschland zertifiziert wurden, verfügen ab sofort die SCA Packaging Standorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz über die FSC-Zertifizierung. Die Kunden können bei Einsatz des FSC-Labels auf ihren Produkten sicher sein, dass nachhaltige Rohstoffe zum Einsatz kommen.



Der Raum hat die Patina vieler Jahre angelegt, es ist grau und ein wenig dunkel hier, es riecht nach der Arbeit vieler Jahrzehnte. Nichts Außergewöhnliches? Doch: Der Horizon-Klebebinder BQ-220 leistet in dieser Ecke der Druckerei Ehgart & Albohn in Fernbach bei Gießen seit fast 28 Jahren seinen zuverlässigen Dienst.

Peter Berger von Horizon (im Bild rechts) kann sich noch gut erinnern: »Der Klebebinder war die erste Horizon-Maschine, die ich per Pkw und Anhänger ausgeliefert und installiert habe. Dass sie heute noch perfekt arbeitet und die Druckwerkstatt Ehgart & Albohn nach wie vor gute Geschäfte macht, freut mich!« Joachim Albohn lächelt mit dem Blick auf den betagten Klebebinder, dem man die Jahre ansieht: »Unsere Horizon hat uns nie im Stich gelassen. Die arbeitet zuverlässig wie am ersten Tag, sehen Sie selbst!« Tatsächlich sind die Buchblöcke perfekt geklebt, die Rücken tadellos gefräst. In den Regalen stapeln sich Musterexemplare unterschiedlichster Buchproduktionen – vielfach Heimatliteratur und allesamt verarbeitet von dem kleinen Einzangenautomaten, auf dessen Zählerwerk jetzt 1.262 Millionen Takte stehen. Die Markteinführung des BQ-220 revolutionierte vor 30 Jahren die Klebebindung – das Klebebinden war auch für geringe Auflagen und kleine Betriebe in professioneller Qualität möglich. Der Produktionsweg war weitgehend automatisiert, denn die Maschine ist mit wenigen Handgriffen eingerichtet: Klemm-, Fräs- und Anpressbreite einstellen, Umschlaglänge fixieren – fertig. Das Bindegut durchläuft dann die vier Stationen Fräsen, Leimen, Anpressen und Auslegen.



Zum neunten Mal fand das »Mädchen für Technik-Camp« bei KBA in Würzburg statt. In der firmeneigenen Werkberufsschule haben zwölf Schülerinnen eine Woche lang in die Konstruktions-, Fertigungs- und Montagetechnik geschnuppert und verschiedene technische Berufsfelder kennengelernt.

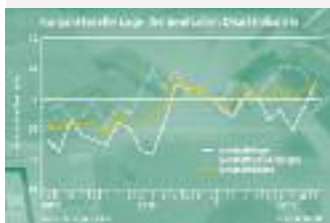


Auf der Basis des Abschlussprojekts »Grundkurs Vorstufe 2010« hat die Akademie Druck + Medien NRW e.V. einen Wandkalender mit digitalen Inhalten verknüpft. Zusammen mit einer Smartphone-Kamera öffnet der Kalender die Tür zu einem außergewöhnlichen Medienerlebnis aus Print, animierter 3D-Grafik, Web-Inhalten und Musik. Mit dem innovativen Kalender greift die Akademie einen Trend auf, der für die Entwicklung von Printprodukten neue Dimensionen eröffnet: Augmented Reality – also die Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Das Projekt mit dem Titel »Musikalendarisches Augmentarium« demonstriert eindrucksvoll, wie Druck und Online-Inhalten verbunden werden können, um als Schnittstelle zur virtuellen Welt mobile Zielgruppen zu erreichen und einen Mehrwert zu ermöglichen.



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie für September haben sich weiter um 17% auf +11% verbessert und sind damit erstmals nach vier Monaten wieder positiv. Ursache dafür sind die im September weiter deutlich verbesserten Beurteilungen von Nachfrage- und Auftragsbeständen aus dem Vormonat. Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie hat sich zwar auf 24% reduziert,



nachdem er im Vormonat noch 47% betragen hatte, doch wird in der Gesamtindustrie die Geschäftslage nach wie vor wesentlich besser eingeschätzt.

Etwa 40% der befragten Druckereien sind laut Ifo-Konjunkturtest im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen haben sich seit März nur gering verändert und sind mit -4% weiterhin schlecht. Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima liegt mit +4% weiter über der Nulllinie. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind mit 3% der Antwortsalden unverändert. Für das nächste Halbjahr sind die Geschäftserwartungen nach sieben Monaten mit positiven Einschätzungen erstmals mit -3% wieder negativ und haben sich um 21% verschlechtert. Nur noch 12% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 15% eine Verschlechterung, 73% keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen mit +19% noch positiv.



Drucken Sie noch oder lassen Sie schon ...? »Druckmarkt« hat sich im Internet umgesehen und die 100 aktivsten Internet-Druckereien ausfindig gemacht. Web-to-Print ist also gesellschaftsfähig geworden. Die Übersicht finden Sie in der Ausgabe 74 des »Druckmarkt« oder im Internet.



Foto: magicpen | pixelio.de

Auch wenn den Zeitungen ständig der nahe Tod vorausgesagt wird, sind sie noch immer sehr lebendig. Was moderne Zeitungstechnik heute zu leisten imstande ist und weshalb sich Zeitungen hierzulande nicht mit den US-Zeitungen vergleichen lassen, ist ein Schwerpunkt dieser Ausgabe. Mehr ab **Seite 14**.

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.

**MarkStein und Noxum****STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT IM VERLAGSBEREICH**

Die Darmstädter MarkStein Software GmbH, Spezialist für Publishing-Systeme, und der Würzburger Software-Hersteller Noxum GmbH, Spezialist für Websysteme, arbeiten zukünftig verstärkt bei Verlagsprojekten zusammen und beziehen sich auf die Erstellung von Verlagslösungen mit Print-, Online- und Mobile-Lösungen.

Ricoh**PENTAX RICOH IMAGING GEGRÜNDET**

Die Ricoh Company, Ltd., Tokyo, gab die Gründung der Pentax Ricoh Imaging Company Ltd., einer neuen Tochtergesellschaft, rückwirkend zum 1. Oktober 2011 bekannt. Mit der neuen Unternehmung beabsichtigt Ricoh, zusätzlich zu ihrem derzeitigen Digitalkamera-Geschäft, die Bereiche Produkte und Services zu verstärken.

Adobe**SPEZIALISTEN FÜR WEB TYPOGRAPHIE ÜBERNOMMEN**

Adobe Systems hat Typekit Inc., Hosting-Anbieter für Schriften auf Webseiten, übernommen. Typekits Schriftensammlung ist im Abonnement als cloud-basierter Dienst erhältlich, um die Darstellung von Webseiten aufzuwerten. Typekit hat derzeit mehr als 250.000 Kunden, darunter auch The New York Times, Condé Nast und IGN.

Koenig & Bauer AG**RICHTFEST FÜR DIE NEUE GIESSEREI**

Am 22. September feierte KBA mit den Architekten, Mitarbeitern der bauausführenden Firmen und Gästen Richtfest für das neue Gießereigebäude. Das 14-Millionen-Euro-Projekt ist eines der größten Investitionen der letzten Jahre im KBA-Werk in Würzburg und soll Ende des Jahres abgeschlossen sein.

Eckart Effect Pigments**METALURE PIGMENTE VON AVERY DENNISON**

Der Geschäftsbereich der Altana AG, Eckart Effect Pigments, hat einen Vertrag zum Erwerb der Produktion von Metalure Pigmenten von Avery Dennison unterzeichnet. Eckart vertreibt bereits seit über 20 Jahren diese von Avery Dennison hergestellten PVD-Aluminium-Pigmente weltweit. Nun übernimmt Eckart auch die Produktion auf dem Gelände von Avery Dennison in Schererville, Indiana/USA, die Technologie und rund 40 Mitarbeiter. Die neue Produktionseinheit wird als dritter US-Standort von Eckart America geführt. Zum Kaufpreis wurde zwischen den Parteien Vertraulichkeit vereinbart. Die Transaktion bedarf noch der Zustimmung durch das Bundeskartellamt.

Eckart setzt Metalure Pigmente in den Bereichen Lackindustrie, Grafische Industrie sowie Kosmetik ein.

➤ www.altana.com

Heidelberg und Ricoh**KOOPERATION ERFOLGREICH GESTARTET**

Die Digitaldruckkooperation der Heidelberger Druckmaschinen AG mit Ricoh ist laut Heidelberg im vergangenen halben Jahr erfolgreich angelaufen. Während die Vertriebsseinheiten in Deutschland und England bereits seit Anfang April die Ricoh Digitaldrucklösung C901 Graphic Arts Edition aktiv vertreiben, hat Heidelberg die strategische Partnerschaft mit Teams von Ricoh auf lokaler Ebene weiter ausgebaut, um das weltweite Vertriebsabkommen auch in anderen Ländern zu implementieren. In der Schweiz wird mit dem Verkauf von kombinierten Lösungen für das Zusammenspiel von Offset- und Digitaldruck ebenfalls gestartet. Alle weiteren Länder sollen bis zur drupa im Mai 2012 folgen. Ziel der Kooperation sei es, Lösungen bereitzustellen, die den Kunden Mehrwert liefern und langfristig die Rentabilität steigern, heißt es bei Heidelberg. Dazu erweitert Heidelberg jetzt sein Angebot an Ricoh Digitaldrucksystemen und vertreibt künftig in allen Ländern innerhalb des Rolloutplans auch die neu vorgestellte Ricoh-Digitaldruckserie Pro C751.

➤ www.heidelberg.com

Verpasste Vermarktungschancen**WERBUNG GEHT AN 1,7 MILLIARDEN INTERNETNUTZERN VORBEI**

Werbetreibende sollten im Internet ihre Kommunikation an die regionalen Märkte anpassen und sich um nicht-englischsprachige Konsumenten bemühen. Das ist das Ergebnis der Studie »Untapped Billions«, die vom Forschungsinstitut Cebtr (Centre for Economics and Business Research) im Auftrag von Populis durchgeführt wurde. Wenn 85% aller Internetnutzer nicht mit Englisch als Muttersprache aufgewachsen sind, werden Chancen verpasst, weil die Kommunikation nicht an die jeweilige Zielgruppe angepasst ist.

Wer weiß, dass der Slogan »Come in and find out« von den meisten Deutschen als »Komm rein und finde wieder raus« missverstanden wurde, kann sich vorstellen, dass mit einer muttersprachlichen Ansprache Vielen geholfen wäre. Die Studie zeigt, dass von insgesamt zwei Milliarden Internetnutzern nur 300 Millionen mit Englisch als Muttersprache aufgewachsen sind. Die große Mehrheit der nicht-englischsprachigen Nutzer sind mit Ausgaben von 262 Mrd. € im Jahr 2010 jedoch für 61% der weltweiten Online-Käufe verantwortlich.

Durchschnittlich kam diese Gruppe damit letztes Jahr auf eine Kaufkraft von 154 € pro Kopf. Noch ist die Kaufkraft der englischsprachigen Konsumenten mit 533 € pro Person deutlich höher. Doch die nicht mit Englisch aufgewachsen holen auf. »Konsumenten außerhalb des englischen Sprachraums sind jetzt schon für den Großteil des Online-Konsums verantwortlich. Die Anzahl der Internetnutzer in diesen Ländern steigt und deren verfügbares Einkommen wächst schneller als im englischsprachigen Raum. Ihre Bedeutung wird also zunehmen«, sagt Rob Harbron, Wirtschaftswissenschaftler bei Cebtr.

➤ www.populis.com



Koenig & Bauer AG

NACHFOLGE IM VORSTAND IST GEREGLT

Nach der erfolgreichen Neuausrichtung der Koenig & Bauer AG hat der



Vorstandsvorsitzende **Helge Hansen** den Aufsichtsrat kurz vor Vollendung seines 65. Lebensjahres gebeten, die altersbedingt anstehende Stabübergabe an einen Nachfolger zum 31. Oktober 2011 durchzuführen. Mit großem Respekt und Verständnis habe der Aufsichtsrat diesem Vorschlag entsprochen, teilte KBA mit. Der Aufsichtsratsvorsitzende Dieter Rampl: »In einem sehr schwierigen Umfeld ist es Helge Hansen durch seine große Expertise und langjährige Erfahrung gelungen, die Koenig & Bauer AG auf der Ertrags- und Finanzseite solide weiter zu entwickeln und für eine erfolgreiche Zukunft zu positionieren. Ausdrücklich danken wir Helge Hansen für die gute Zusammenarbeit, seinen großen persönlichen Einsatz und die exzellente Arbeit zum Wohle der Gesellschaft und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute.«



Als Nachfolger von Helge Hansen im Amt des Vorstandsvorsitzenden hat der Aufsichtsrat einstimmig **Claus Bolza-Schünemann** berufen. Er leitet zurzeit als stellvertretender Vorstandsvorsit-

zender den Konstruktionsbereich für Rollen- und Bogenmaschinen sowie die Produktion Rollenmaschinen.

»Bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung des zweitgrößten Druckmaschinenherstellers der Welt bringt Claus Bolza-Schünemann als ausgewiesener Druckmaschinenexperte, strategischer Vordenker in der Branche und Vertreter der Gründerfamilie alle Voraussetzungen für die Nachfolge an der Vorstandsspitze mit«, urteilt Dieter Rampl. »Für die anstehenden Aufgaben wünscht der Aufsichtsrat viel Erfolg und gutes Gelingen.«

Parallel zum Wechsel an der Vorstandsspitze soll nach der Entscheidung des Aufsichtsrates **Dr. Axel Kaufmann** zusätzlich zu seiner Funktion als Finanzvorstand die Position des stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden übernehmen.

Die Bestellung des Vorstandsmitglieds Christoph Müller wurde verlängert.

► www.kba.com

Toray

NEUES PLATTENWERK IN EUROPA

Toray Industries Inc. will mit einem neuen Druckplattenwerk in der Tschechischen Republik der gestiegenen Nachfrage nach wasserlosen Druckplatten nachkommen. Der japanische Hersteller geht davon aus, dass das Werk Anfang 2014 die Produktion aufnehmen wird. Gegenwärtig stellt Toray seine Platten hauptsächlich in Japan her. Das Unternehmen stützt sich auf europäische Lagerbestände, um die



Belieferung der Kunden zu gewährleisten. Die neue Produktionsstätte beschichtet und verarbeitet die Platten und soll die Nachfrage in Europa und im Mittleren Osten erfüllen.

»Aufgrund des wachsenden Interesses am wasserlosen Druck und der Notwendigkeit, die Lieferentfernungen zu verkürzen, genießt



Europa Priorität beim Ausbau der Plattenproduktion von Toray«, erklärt **Toshimitsu Matsumoto**, General Manager, Graphics Division, Toray Industries Inc., Japan. »Diese Entscheidung ist Ausdruck unseres Engagements auf dem Zeitungs-

markt, wo unsere Kunden von der hohen Produktivität und den neuen Produktmöglichkeiten der KBA Cortina im Semi-Commercial-Bereich profitieren.«

Die Entscheidung fiel auf den Standort in Tschechien, nachdem in Prostějov bereits eine Plattenverarbeitungsanlage von Toray seit einigen Jahren erfolgreich betrieben wird. »Angesichts der Kompetenz unserer Mitarbeiter und dem für den Ausbau vorhandenen Grundstück war es eine logische Entscheidung«, meint Matsumoto.

Dieser Schritt soll zudem die technische Betreuung der Kunden verbessern und die Kosten durch vereinfachte Prozessabläufe und die günstigere Logistik senken.

»Wir erwarten auch, dass

die europäische Fertigungsstätte die nachteiligen Auswirkungen der Wechselkursschwankungen verringern wird«, erklärt Toshimitsu Matsumoto

Zurzeit schließen die Techniker von Toray die Planung für die Beschichtungslinie ab, die in einem neuen Gebäude neben der vorhandenen Einrichtung installiert wird. Es wird davon ausgegangen, dass die im japanischen Werk freiwerdende Kapazität für den ebenfalls wachsenden Markt in Asien benötigt wird.

► www.toray.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

32% mehr Pakete hat **Swiss Post International** von Januar bis August 2011 von Deutschland aus in die Schweiz exportiert. Die Zahl der Pakete von der Schweiz nach Deutschland blieb im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konstant. Grund für die Entwicklung ist vor allem der starke Schweizer Franken. • **EFI** hat die australische **Prism Group** übernommen. Prism ist Anbieter eines Managementinformationssystems und einer Lösung zur Produktionsoptimierung, zugeschnitten auf Akzidenzdruckereien, Weiterverarbeiter, Rotationsdruckereien, Mailing-Dienstleister und Verpackungsdruckereien. • Der schon mehrfach prämierte **drupa report** hat einen weiteren Preis bekommen: Bei den »Best Of Corporate Publishing-Awards« wurde ihm ein Silberpreis in der Kategorie »Druck & Innovation« verliehen. • Die **oekom research AG**, eine weltweit renommierte Rating-Agentur für nachhaltige Investments, zählt **Konica Minolta** zu den global führenden Unternehmen in den Bereichen sozialer und ökologischer Verantwortung. Auch **Ricoh** erhielt von der Agentur mit dem Prime Status.



Heidelberg Schweiz AG NEUER PRÄSIDENT DES VERWALTUNGSRATES

Durch die Wahl von Reginald Rettig zum neuen Präsidenten des Verwaltungsrates setzt die Heidelberg Schweiz AG auf Kontinuität.



Reginald Rettig war in den Jahren 2000 bis 2009 Vorsitzender

der Geschäftsleitung der Heidelberger Niederlassung in Bern. Er übernimmt das Präsidium von Peter Hauser, der seit November 2000 dem Verwaltungsrat vorstand. Die Wahl von Reginald Rettig erfolgte anlässlich der ordentlichen Generalversammlung vom 8. Juli 2011 für das Geschäftsjahr 2011/2012. Gleichzeitig wurde Ferdinand Rüesch, St. Gallen, neu zum Mitglied des Verwaltungsrates gewählt. Seit dem 1. September 2009 ist Reginald Rettig Vorsitzender der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertriebs GmbH, Heidelberg, und verantwortlich für die Märkte Deutschland, Frankreich und Schweiz.

➤ www.ch.heidelberg.com

drupa 2012 World Tour RUND 60 DRUPA-EVENTS IN MEHR ALS 40 LÄNDERN

Mit den Präsentationen und Pressekonferenzen in Chicago (12. September), Manila (15. September) und Tokio (18. September) fällt der Startschuss für die heiße Phase der drupa 2012 World Tour. Bis in den Februar 2012 laufen rund 60 drupa-Events in mehr als 40 Ländern.

Dabei reicht die Palette des Veranstaltungsformats von Fachpressegesprächen in kleiner Runde, halbtägigen Branchen-Workshops bis hin zu Präsentationen mit mehreren hundert Teilnehmern. Zudem bietet die World Tour neben den aktuellen Messefakten einen Ausblick auf die Branchen-Megatrends, die auf der drupa vom 3. bis 16. Mai 2012 präsentiert werden. Das komplette Messegelände mit seinen 19 Hallen verwandelt sich in dieser Zeit in die größte Druckerei der Welt.

Wenn der letzte drupa-Pre-Event beendet ist, haben die ›drupa-Botschafter‹ mehr als 237.000 Flugkilometer zurück gelegt – das entspricht in etwa sechs Weltumrundungen.

➤ www.drupa.com

Neue Führung bei Horizon PETER BERGER ZIEHT SICH ZURÜCK

Peter Berger, bisheriger Geschäftsführer von Horizon, ist mit Wirkung vom 1. August 2011 auf eigenen Wunsch altersbedingt aus der Un-

ternehmensleitung ausgeschieden, bleibt dem Unternehmen aber in wichtigen Funktionen erhalten. Sein langjähriger Kollege und Firmen-Mitbegründer Rainer Börgerding ist nun alleiniger Geschäftsführer. Ihm zur Seite stehen Christina Schlehofer (Leitung Marketing)



ternehmensleitung ausgeschieden, bleibt dem Unternehmen aber in wichtigen Funktionen erhalten. Sein langjähriger Kollege und Firmen-Mitbegründer Rainer Börgerding ist nun alleiniger Geschäftsführer. Ihm zur Seite stehen Christina Schlehofer (Leitung Marketing)

ternehmensleitung ausgeschieden, bleibt dem Unternehmen aber in wichtigen Funktionen erhalten. Sein langjähriger Kollege und Firmen-Mitbegründer Rainer Börgerding ist nun alleiniger Geschäftsführer. Ihm zur Seite stehen Christina Schlehofer (Leitung Marketing)

das Unternehmen unter anderem im Marketing, bei verschiedenen Administrationsaufgaben und in der Verbandsarbeit weiterhin unterstützt wird.

➤ www.horizon.de

Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

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



www.arcusdesigns.de



Heidelberg erweitert Werk in China

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat am 28. September 2011 den dritten Bauabschnitt am chinesischen Standort Qingpu bei Shanghai eingeweiht. Mit der Fertigstellung vergrößert sich die Produktionsfläche des Werks auf rund 45.000 m² und hat sich damit verdreifacht. Durch die Erweiterung bedient Heidelberg die steigende Nachfrage chinesischer Druckereien.

Das Unternehmen stellt seit dem Jahr 2005 Druckmaschinen für das Klein- und Mittelformat sowie Falzmaschinen in Qingpu her. Seit dem vergangenen Jahr produziert Heidelberg dort zudem Druckmaschinen im Format 70 cm x 100 cm und damit nun alle für den chinesischen Markt relevanten Standardmaschinen.

Rund 400 Mitarbeiter sind am Standort beschäftigt und fertigen nach den weltweit einheitlichen Heidelberg Qualitätskriterien Maschinen vorwiegend für den lokalen Markt. Künftig plant Heidelberg, den Exportanteil solcher Standardmaschinen in benachbarte Märkte Schritt für Schritt zu erhöhen.

STANDORT QINGPU IN WERKSVERBUND INTEGRIERT »China ist mittlerweile unser umsatzstärkster Einzelmarkt und spielt eine tragende Rolle für die Geschäftsentwicklung von Heidelberg«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, im Rahmen der Eröffnungszeremonie. »In China nimmt die Nachfrage nach Druckerzeugnissen stetig zu. So hat sich das Druckvolumen dort in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdreifacht. Mittlerweile stammt jede dritte von Heidelberg in China verkaufte Maschine aus der Produktion in Qingpu. Es ist uns gelungen, mit diesem Angebot zusätzliche Kundensegmente im wichtigsten Zukunftsmarkt unserer Branche zu erschließen. Unsere Strategie, das Potenzial in Schwellenländern auszuschöpfen, zahlt sich damit aus.«

Der Standort Qingpu ist vollständig in den Werksverbund der deutschen Standorte Wiesloch-Walldorf, Amstetten, Brandenburg, Leipzig und Ludwigsborg sowie Nové Mesto in der Slowakei integriert. Damit ist gewährleistet, dass alle Prozesse sowie die Qualität auch bei einem steigenden Anteil lokaler Zulieferbetriebe den weltweit einheitlichen Qualitätsstandards von Heidelberg entsprechen.

»Unsere Kunden können sich darauf verlassen, von Heidelberg immer ein qualitativ hochwertiges Produkt zu erhalten, unabhängig davon, ob eine Maschine deutscher oder chinesischer Produktion entstammt«, sagte Stephan Plenz, Vorstand der Sparte Heidelberg Equipment und in dieser Funktion verantwortlich für den Standort Qingpu. »Bereits mehr als 1.000 ausgelieferte Druck- und Falzmaschinen aus Qingpu unterstreichen diesen Anspruch. Um die Qualitätsstandards sicherzustellen, trainieren wir unsere Mitarbeiter mit deutscher Unterstützung und qualifizieren alle unsere Lieferanten nach einheitlichen und strengsten Kriterien.«

Heidelberg ist der einzige der europäischen und japanischen Druckmaschinenproduzenten, der in China eine eigene Produktion betreibt und baut damit seine Rolle im weltweit stärksten Wachstumsmarkt der Printmedien-Industrie weiter aus. »Mit einer eigenen Produktion am Standort Qingpu ist Heidelberg in der Lage, Kostenvorteile vor Ort zu nutzen sowie das Währungsrisiko und Importnachteile zu minimieren«, sagte Plenz.

➤ www.heidelberg.com



Der erweiterte Heidelberg Standort Qingpu bei Shanghai mit neuer Montagehalle und Logistikzentrum verfügt jetzt über eine Produktionsfläche von rund 45.000 m².



Eröffnung der neuen Montagehalle: (von links) Stephan Plenz, Vorstand der Sparte Heidelberg Equipment, Qingpu-Werksleiter Stefan Hasenzahl, der Vertreter der Kommunalverwaltung der Stadt Qingpu sowie Heidelberg Vorstandsvorsitzender Bernhard Schreier.



Ein Heidelberg Mitarbeiter am Standort Qingpu bei der Montage eines Druckwerks. Er geht dabei nach den unternehmensweit einheitlichen Qualitätsstandards vor.



Die Welt gehört den Mutigen

Jeder der 150 Gäste weiß es vorab: Langweilig wird es auf dem Dehnberger Forum nie. Die Veranstaltung ist ein Branchenhighlight und renommiert für ihre wegweisende und auch kontroverse Diskussion über Druck- und Gesellschaftsthemen.

Frey printcom und manroland hatten zum sechsten Mal Führungskräfte der Medienbranche ins Dehnberger Hoftheater bei Nürnberg eingeladen. Das Leitmotto 2011 nach Thomas Carlyle: »Die Zeit ist schlecht? Wohl-an, du bist da, sie besser zu machen.«

Sie haben bereits konsequent ihre Geschäftsgeschicke angepackt: die hochkarätigen, zukunfts-gewandten Referenten aus Maschinenbau, Druckerei- und Verlagswesen. Ihren Erfahrungen, den daraus resultierenden Geschäftsstrategien und Visionen folgten die Gäste gebannt – niemand verließ den Saal. Garant dafür ist ebenso seit Jahren die unterhalt-

sam-provokante Ägide von Moderator und Regisseur Michael Dömer. Mit seinem Know-how brachte er es auf den Punkt: Gefragt in der Druckbranche ist Mut, gepaart mit einem Geschäftsmodell und gesellschaftlicher Verantwortung. Es ist kein Platz für Über- oder Wehmut.

»MUT TUT GUT IM WANDEL DER MEDIENNUTZUNG« Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender der manroland AG, berichtete vom erfolgreichen Konzernumbau und vergegenwärtigte die Innovationskraft der Druckbranche. Genau jetzt sind im Einzelnen von Unternehmen und der ganzen Branche »Mut und Selbstbewusstsein gefordert, um Perspektive zu erzeugen«. Netzwerke und Partnerschaften verleihen dabei die nötige Durchschlagskraft. Gemeinsam lassen sich effektiver neue Werbeformen wie multisensorische Anzeigen vermarkten und Technologiesprünge im Druckmaschinenbau in absolut maßgeschneiderte Lösungen für die Kunden ummünzen. Beispielhaft steht dafür die 96-Seiten-Rotation. Mit dieser wird künftig Johannes Helmberger, Geschäftsführer der Fr. Ant. Niedermayr, Graphische Kunstanstalt, Regensburg, »Märkte gestalten statt Kosten verwalten«. Die Investition bietet vom Kunden nachgefragten Mehrwert und man ist der Konkurrenz weit mehr als einige Zentimeter Bahnbreite voraus. Ebenfalls nicht in



Podiumsdiskussion in erlesener und durchaus temperamentvoller Runde: (von links) Moderator und Unternehmensberater Michael Dömer; Heinz Wurzel, Geschäftsführer Gmähle-Scheel Print Medien, Waiblingen; Johannes Helmberger, Geschäftsführer Fr. Ant. Niedermayr, Graphische Kunstanstalt, Regensburg; Waltraut von Mengden, Geschäftsführerin DACH MVG Medien Verlagsgesellschaft, München; Christoph Keese, Konzerngeschäftsführer Public Affairs Axel Springer AG, Berlin; Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender manroland AG, Augsburg. (Foto: Ingo Woelk.)

Deckung vor dem Wettbewerb geht Gmähle-Scheel Print Medien in Waiblingen. Das Unternehmen hat seine Chancen gesucht und mit der Diversifizierung des Stammgeschäfts gefunden. Wie und warum man sich mit Webangeboten und vielfältigen Mediendienstleistungen breit aufgestellt hat, erläuterte Geschäftsführer Heinz Wurzel.

Hochglanz in Person und Medium brachte Waltraut von Mengden, Geschäftsführerin der DACH MVG Medien Verlagsgesellschaft, ins Hoftheater. Verantwortlich für führende Frauenzeitschriften wie Cosmopolitan, JOY und Shape sieht von Mengden »diese als Ruheinsel vom web-

erschöpften Ich. Die Magie von Print betört alle Sinne und auch deshalb ist im Sektor der Frauenpublikationen die Akzeptanz der Zeitschrift weiterhin eminent groß.« Online- und Printangebot ergänzen sich, die viel diskutierte Substitution findet nicht statt.

In diesem Sinne hat sich auch Christoph Keese, Konzerngeschäftsführer Public Affairs der Axel Springer AG, auf die Zukunft eingestellt. Konsequenz setzt der Konzern auf eine Multichannelstrategie und ist heute bei Print und Zeitungs-Apps führend. Mit dem App-Angebot können neue Leserschaften und steigende Umsätze generiert werden. Sind Leser, die sowohl Print als auch Apps kaufen, das veritable Erfolgsmodell oder Wunschdenken? Nur die Mutigen werden es rausfinden.

› www.manroland.com



KYOCERA-Umweltpreis BEWERBUNGSFRIST ENDET AM 31. OKTOBER 2011

Am 31. Oktober 2011 endet die Bewerbungsfrist für den Kyocera-Umweltpreis. Bis dahin können sich Unternehmen noch mit klimarelevanten Projekten bewerben. Wer das Preisgeld von insgesamt 100.000 € erhält, entscheidet eine Expertenjury um Prof. Klaus Töpfer. Da immer mehr Unternehmen die wirtschaftliche Relevanz nachhaltiger Konzepte erkennen, ist laut dem ehemaligen Bundesumweltminister vor allem die Praxisrelevanz der eingereichten Beiträge ein wesentliches Entscheidungskriterium.

»Die meisten Unternehmen haben erkannt, dass grüne Technologien auch einen wirtschaftlichen Mehrwert haben. So setzt sich immer mehr das Bewusstsein durch: Wer grüne Wege einschlägt, erhält am Ende Gold. Dies ist in meinen Augen zugleich eine der zentralen Botschaften des Kyocera-Umweltpreises«, sagt Prof. Töpfer. Bereits zum dritten Mal prämiiert der japanische Drucker- und Kopiererhersteller mit seinen Partnern der Deutschen Umwelthilfe (DUH), dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.) und dem Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) ressourcenschonende Projekte.

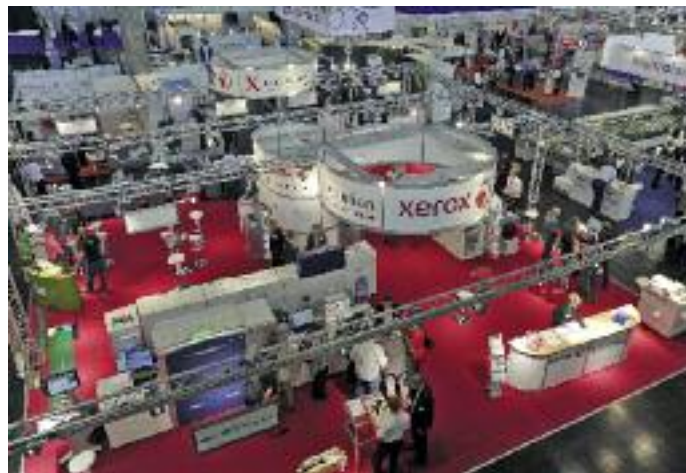
Das Ergebnis wird am 26. Januar 2012 bekannt gegeben.

► www.kyocera-umweltpreis.de

Aussteller und Fachbesucher ziehen positives Fazit

ERFOLGREICHE PREMIERE DER POSTPRINT IN LEIPZIG

Vom 14. bis 16. September 2011 stand auf der Leipziger Messe die Druckindustrie im Fokus. 90 Aussteller aus Deutschland, Dänemark, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz und den USA berichteten zum Ende der dreitägigen Messe von vielversprechenden Kontakten und erfolgreichen Geschäftsabschlüssen. Die Premiere der PostPrint – Fachmesse für Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung zog mehr als 1.700 Fachbesucher aus ganz Deutschland auf das Messegelände. Zu den Schwerpunkten der Fachmesse gehörten Digitaldruck und Wei-



Die Messe Leipzig berichtet über eine positive Premiere der Fachmesse PostPrint, die 2011 erstmals in Leipzig stattfand.

terverarbeitung, Office-Lösungen und Postbearbeitung sowie Druck-Dienstleistungen. Darüber hinaus wurde erstmals das Thema Vorstufe eingegliedert und damit der gesamte Druck-Workflow abgebildet.

GUTER START IN LEIPZIG »Die PostPrint ist gut gestartet«, resümiert Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe. »Das neue Konzept am Standort Leipzig, der Integration der Vorstufe und der Erweiterung des Fachprogramms ist aufgegangen. Die PostPrint ist die einzige Plattform für die Branche in Ostdeutsch-

land, die wir gemeinsam mit der Industrie weiterentwickeln«, ergänzt Geisenberger.

AUSSTELLER ZEIGEN SICH ZUFRIEDEN Der Umzug von Berlin nach Leipzig wurde mehrheitlich befürwortet. Auch lobten die ausstellenden Unternehmen die Qualität der Fachbesucher. So konnten zahlreiche Geschäftsabschlüsse an den drei Messetagen getätigt werden. 79% der Aussteller berichteten von einem guten Messeerfolg, ergab die Befragung des Instituts für Markt-

forschung im Auftrag der Leipziger Messe. Und 80% würden die Messe weiterempfehlen.

Auch die Besucher stellten der PostPrint-Premiere ein positives Zeugnis aus. Laut Befragung des Instituts für Marktforschung Leipzig werden 85% der Besucher die PostPrint weiterempfehlen. Für mehr als 80% der Fachbesucher stand die Information über Neuheiten und Branchentrends im Vordergrund. Jeder Zweite nutzte die Messe, um neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen. 86% gaben an, zur Folgeveranstaltung wiederzukommen.

»Die Erweiterung des fachlichen Rahmenprogramms wurde positiv von den Fachbesuchern aufgenommen«, betont Kati Fritzsche, Projektdirektorin der PostPrint. »Die Vorträge waren durchweg gut frequentiert. Insgesamt konnten wir mit dem Rahmenprogramm einen deutlichen Mehrwert für die Fachbesucher erzielen«, so Fritzsche.

Die nächste PostPrint findet vom 12. bis 14. September 2012 statt.

► www.postprint-leipzig.de

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Das Internet ist kein Paralleluniversum

Weshalb sich die US-Medien nicht mit denen in Europa vergleichen lassen – eine Analyse

Das Internet hat ohne Zweifel eine Erfolgsgeschichte geschrieben und wurde aus nachvollziehbaren Gründen von vielen Verlagen als Feind Nummer 1 identifiziert, da es an den Print-Werbebudgets knabbert. Doch was sind Fakten und was ist im besten Fall »Hype«? Bei genauer Betrachtung zeigt sich nämlich, dass alle Medien das gleiche Problem haben: Werbung!

Genau die ist es nämlich, die einerseits weniger wird und sich zugleich in Richtung der Online-Medien, insbesondere ins Internet, verlagert. Da prallen oft unvereinbare Meinungen aufeinander, wenn über Werbung in Print oder Internet diskutiert wird. Wobei die Lobby der Befürworter von Banner & Co. stärker, zumindest aber lauter, zu sein scheint, als die der Printwerbung. Und das, obwohl gedruckte Werbung längst bewiesen hat, dass sie nachhaltig wirkt und wir auf entsprechend seriöse Studien über den Erfolg von Internet-Werbung noch warten.

Der zuweilen übertriebenen Internet-Hype, der auch noch durch die gedruckten Medien gefördert wird, ändert aber nichts daran, dass Gedrucktes noch immer eine bestechende Wirkung hat und sich im Umfeld der elektronischen Medien behauptet.

Und wenn von der kriselnden oder gar strauchelnden Printbranche geredet oder geschrieben wird – gemeint sind fast immer die Zeitungen. Die aber befinden sich vor allem deshalb in der Krise, weil die Werbung an sich in ihrer bisherigen Form in die Kritik geraten ist. Wir haben also keine Printkrise, sondern eine Werbekrise. Und die nicht nur in der Druckindustrie.

Werbewachstum ist endlich

Eine in der Vergangenheit nur wenig beachtete Tatsache zeigt nunmehr ihre Wirkung: Den über Jahre (zumindest bis zum Crash 2001/2002) zweistellig gestiegenen Werbeausgaben der Industrie steht ein weit schwächeres allgemeines Marktwachstum gegenüber. Dies ist die Ursache, warum die Industrie mit Kommunikations- und Werbeausgaben zurückhaltender geworden ist – und nicht alleine die Finanz- und Wirtschaftskrise, auch wenn sie den Effekt noch verstärkt hat. So stand nach dem Allzeit-Hoch um die Jahrhundertwende fast jährlich ein Minus vor den Netto-Werbeerlösen. Dabei sind die Medien und Agenturpartner ihren Kunden gegenüber die Antwort schuldig geblieben, welchen Wert Printwerbung hat und welche Effektivität beim Erreichen von Kommunikationszielen für den

Der Niedergang großer US-Tageszeitungen wirft die Frage auf, ob sich dies in Europa wiederholen kann. Der Kommunikationswissenschaftler Stephan Ruß-Mohl gibt eine eindeutige Antwort: »Die technologischen Herausforderungen sind zwar im Prinzip dieselben – aber es gibt eben auch kulturelle Unterschiede.«

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Auch wenn die Tageszeitungen weltweit Renovierungsbedarf haben, sind sie noch längst nicht am Ende. Wie eine Studie des BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger) belegt, ist die Entwicklung im deutschen Zeitungsmarkt in keiner Weise vergleichbar mit der Situation der amerikanischen Zeitungen. So informieren sich noch immer über 80% der bundesdeutschen Bevölkerung über das Tagesgeschehen in der Zeitung. In den USA lesen gerade einmal 25% noch eine Tageszeitung.

Kunden gegeben ist. Pure Reichweite auszuweisen, reicht nicht mehr aus – was im Übrigen auch für Online-Werbung gilt.

Kollabierter Werbemarkt

Dennoch ist der seit Beginn des Jahrzehnts schwächelnde Werbemarkt in der jüngsten Krise geradezu kollabiert. Zeitungen und Zeitschriften müssen sich statt aus Werbeumsätzen zunehmend aus Verkaufs- und Vertriebs Erlösen refinanzieren. Erstmals in der Nachkriegsgeschichte haben die Zeitungen in Deutschland 2009 mehr Geld aus dem Verkauf der Blätter eingenommen als mit dem klassischen Anzeigengeschäft. Was meist auch mit höheren Preisen verbunden war. Die Kunden sind aber nur bedingt zahlungsbereit. Das bedeutet unter dem Strich ein Umsatzminus: Bei den US-Zeitungen lag das alleine im Jahr 2009 bei 26% und soll auch 2010 wieder eine gleiche Größenordnung erreicht haben. Aufgrund rückläufiger Umsätze investieren die Medien weniger in die Qualität ihrer Angebote. So gaben US-Zeitungen letztes Jahr 1,6 Mrd. \$ weniger für ihre Redaktionen aus als noch vor zehn Jahren. Und auch hierzulande ist bei Zeitungen der

Hang zu Preiserhöhungen und zum Sparen offenbar weiter ausgeprägt als die Bereitschaft, den Lesern Lesefreundlichkeit und Komfort zu bieten. Auch hier: Verärgerung, Kündigungen und rückläufige Auflagen.

Am Wendepunkt

Auch wenn sich dies tendenziell in den unterschiedlichen Märkten dies- und jenseits des großen Teiches fast gleich darstellt, zeigt eine Studie des BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger), dass die Entwicklung im deutschen Zeitungsmarkt in keiner Weise vergleichbar mit der Situation der amerikanischen Zeitungen ist.

Die Ergebnisse der BDZV-Studie »Am Wendepunkt« stellen nach Ansicht des Verbands eine wichtige Botschaft für die Branche und die Partner im Markt dar. Denn die Entwicklungen in den USA seien häufig eins zu eins auf den deutschen Zeitungsmarkt übertragen worden, was zu einer völlig verzerrten Darstellung der Situation geführt habe.

Der Studie zufolge verloren die großen US-Tageszeitungen etwa ein Viertel ihres Anzeigenumsatzes. Ebenso massiv waren auch die Auflagenverluste. Hinzu kamen die Probleme der Finanzkrise: Die von den US-Titeln aufgenommenen Kredite wurden immer teurer und rissen Fi-



Foto: magicpen | pixelio.de

nanzierungslücken. Titel wurden eingestellt, andere erscheinen nur noch im Internet. Und gerade einmal 25% der Amerikaner lesen überhaupt noch eine gedruckte Zeitung.

Zum Vergleich greifen in Deutschland 70% der erwachsenen Bevölkerung regelmäßig zur Tageszeitung. Auch die Titeltzahl blieb in den vergangenen zehn Jahren stabil: 1999 gab es 355 Titel, 2009 noch immer 351. Und die Abhängigkeit von dem auch in Deutschland schrumpfenden Anzeigen- und Werbemarkt ist deutlich geringer als in den USA.

Eine Kernaussage der Studie ist, dass Zeitungshäuser in Deutschland typischerweise inhabergeführte Unternehmen sind, während in den

USA Aktiengesellschaften dominieren, die dem Shareholder Value verpflichtet seien und in viel kürzeren Investitions- und Renditezyklen denken müssten.

Gravierender Unterschied zwischen Vertrieb und Anzeigen

Wer sich US-Zeitungen näher ansieht, wird allerdings nicht schlecht staunen. Europäische Verlage wären glücklich, sie hätten dieses Anzeigenaufkommen: Kleinanzeigen, Rubrikanzeigen, ganzseitige Anzeigen in Schwarz-Weiß und Farbe – alles vorhanden in Hülle und Fülle. Und dennoch verzeichnen die USA den Nie-





Zürich

Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
Postfach
8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 00
Fax: +41 44 380 53 01
admin@gib.ch
www.gib.ch

Können, Wissen, Qualifikation. Der Weg zur Spitze.

«gib»Zürich-berufsbegleitendes Studium
«Druckkaufmann/-frau EFA»

83. Lehrgang DK83, Beginn 7. Januar 2012



Es macht Freude, beruflich voranzukommen. Und es zahlt sich aus! Wer eine solide Berufsbasis hat, kann viel erreichen. Der Abschluss mit Zertifikat ist sichtbarer Ausweis für Können und Leistungen über dem normalen Durchschnitt. Es ist der Einstieg in mehr Selbständigkeit, Verantwortung, offene Laufbahnen und Karrieren. Die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management. 4 Semester, 2 Studienjahre, machen fit für eine wertvolle Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist.

Auf **Infoabenden** werden Sie eingehend informiert. Unverbindlich, aber exakt und persönlich. Es kostet nichts – und wird vielleicht der erste wichtige Schritt in eine positive berufliche Zukunft für Sie.

dergang ihrer Zeitungen. Über die wirklich bezahlten Anzeigenpreise im ohnehin Rabatt-verliebten Amerika sind wir zu wenig informiert. Doch der Preis einer Tageszeitung wie beispielsweise der »Denver Post« spricht Bände: 75 US-Cent! Die Preise für deutsche Tageszeitungen sind also gut doppelt so hoch wie in den Vereinigten Staaten. Damit wird das wirkliche Dilemma der US-Zeitungen deutlich.

Während in Deutschland über 50% des Umsatzes mit Vertriebslösen erzielt und knapp weniger als die Hälfte aus Anzeigenumsätzen generiert wird, entspricht das Verhältnis aus Anzeigen zu Vertrieb in den USA 80% zu 20%. Zwar verloren die Zeitungen in Europa auch im zweistelligen Prozentbereich bei Umsatz und Auflage, doch bereitet der Anzeigenrückgang den von Werbung lebenden Zeitungen in den USA deutlich mehr Probleme als in Europa, speziell in Deutschland.

Was wiederum zu Kostenreduzierungen zwingt. Der Rotstift wird einmal mehr im redaktionellen Umfeld angesetzt (wodurch sich keine Qualitätsverbesserung einstellen wird), ebenso aber auch bei Investitionen in neue Technik – was manroland und KBA deutlich zu spüren bekommen. In den USA geht der Trend eher zum Outsourcing der Druckaktivitäten oder zu gemeinsamen Druckzentren. Dieser seit Jahren andauernde Trend scheint in Europa weniger Anhänger zu haben und ist nur ansatzweise zu erkennen.

Dabei seien die Kostenersparnisse in der Produktionstechnik erheblich, wie Peter Kuisle, bei manroland für den Vertrieb der Rollensysteme zuständig, vorrechnet. Die Herstellkosten für ein Exemplar könnten mit modernen Zeitungsrotationen um 26% gesenkt werden, wogegen alle anderen relevanten Kosten weiterhin stiegen.

Doch die Angst vor Investitionen ist möglicherweise der Grund, weshalb US-amerikanische Verleger sehr viel schneller als ihre europäischen Kollegen bereit sind, ihr gedrucktes Medium aufzugeben und stattdessen auf eine reine Internet-Lösung zu setzen. Mit sehr zweifelhaften Erfolgsaussichten. Zwar verschieben sich die Werbe-Etats im Media-Mix mehr und mehr von den Offline- zu den Online-Medien, allerdings bucht und bezahlt die Werbewirtschaft Online weit weniger als in den Printmedien. Ein Teufelskreis also.

Kürzlich berichtete Janet Robinson, CEO der »New York Times«, dass im zurückliegenden Quartal sowohl die Print- und Online-Anzeigenumsätze zurückgegangen seien. Zudem verweilen die Leser von Onlineangeboten vieler US-Tageszeitungen immer kürzer auf den Nachrichten-Sites: 17 von 30 großen US-Zeitungen verbuchten laut einer Nielsen-Studie Rückgänge. Im Durchschnitt bleiben die Leser maximal sieben Minuten auf den Nachrichtenseiten – und damit etwa eine Minute weniger als im Jahr zuvor.

Onliner und Nonliner

Während einige Werber glauben, für weniger Geld im Internet mehr Kunden erreichen zu können, sehen andere die Effektivität von Werbung im Internet eher kritisch. Denn nach einer nunmehr zum zweiten Mal veröffentlichte Studie hat das Internet noch längst nicht die Marktdurchdringung, wie immer wieder behauptet wird. Die Spaltung der Gesellschaft in »Onliner« und »Nonliner« ist (zumindest in Deutschland) größer als bisher gedacht. Nach der Repräsentativumfrage der Initiative D21 sind nur 24% der Bevölkerung regelmäßig im Internet unterwegs, 28%, sind »digitale Außenseiter« (siehe auch Druckmarkt Heft 73, Seite 38). Vergleichbare Studien zeigen



ähnliche Zahlen für fast alle europäischen Länder (lesen Sie dazu auch das Druckmarkt-Heft 74).

Ein Beweis dafür, dass man via Internet bei Weitem nicht alle Konsumenten erreicht. Damit relativiert sich der vermeintliche Vorteil der Werbung im Internet gegenüber den Printmedien, weil die vielfach gerühmte Reichweite des Internets nicht gestützt wird.

Was geht überhaupt ohne Werbung?

Dazu kommt noch ein Punkt, über den sich die Online-Medien gerne ausschweigen: Werblocker – Software, die Werbung aus Web-Seiten ausblenden kann. Nun liefern aber die meisten Online-Medien kosten-

freie Inhalte und erwarten dafür, dass sich der Nutzer die Werbung im Umfeld der Informationen ansieht – das gleiche Prinzip übrigens, mit dem Gratis-Zeitungen und Anzeigenblätter zum Teil sehr erfolgreich sind. Die Finanzierung dieser Medien ist also vollständig von Werbung abhängig. Dabei ist es kein Geheimnis, dass die meisten Online-Medien im Gegensatz zu den Anzeigenblättern defizitär arbeiten.

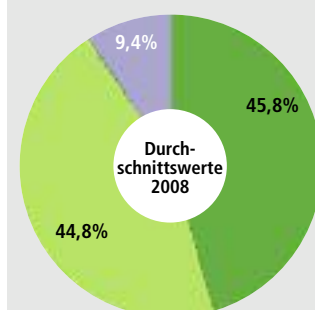
Die einzige Alternative also: Auch für Online-Inhalte Geld verlangen. »Paid Content« wird aber nur in speziellen Fällen akzeptiert. Da sind sich die Marktforscher tendenziell einig: Nur 16% aller Nutzer würden zahlen, ergab eine Forsa-Umfrage im Oktober 2009. Weltweit würden nur 13% der User zahlen, ermittelte die GfK

und Nielsen entdeckte 2010 immerhin 15% Zahlungsbereite. Andere Untersuchungen wiederum gehen von nur 7% aus.

Bleibt also doch nur die Werbung. Allerdings machen sich »Werbeverweigerer« auch im Internet breit. Eigentlich keine Neuheit, denn die kennt man auch vom Fernsehen, wo in den Werbepausen auf andere Kanäle gezappt wird, oder von Briefkästen mit der Aufschrift »Werbung unerwünscht«.

Offenbar eine (große) Minderheit, denn die aktuelle Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA stellt fest, dass zwei Drittel aller deutschen Konsumenten Werbung für hilfreich halten, weil sie einen Überblick über das Warenangebot bietet.

ERLÖSE ZEITUNG



Anzeigen	45,8%
Vertrieb	44,8%
Fremdbeilagen	9,4%

Quelle: BDZV; © Druckmarkt-Grafik 2008

Schon vor der jüngsten Krise wiesen die Abo-Zeitungen in Deutschland ein gesundes Verhältnis zwischen Werbung und Vertriebs Erlösen auf. Die US-Medien haben dem gegenüber nur 20% Einnahmen aus dem Vertrieb und sind weit abhängiger von der Werbung als die europäischen Kollegen.

EINLADUNG!

26. & 27. OKTOBER - MESSE ZÜRICH

PRINT & PUBLISHING Schweiz 2011

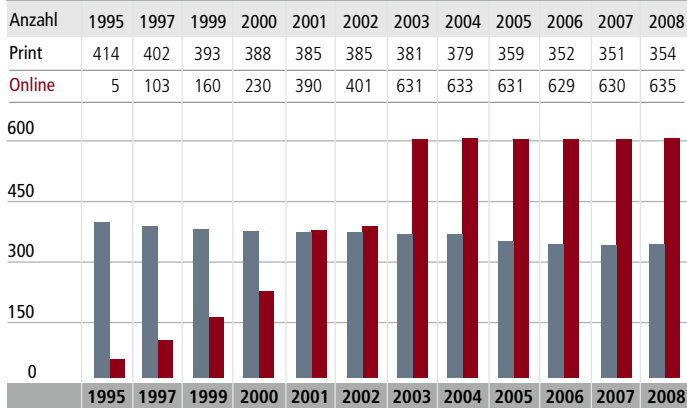
DIE 1. FACHMESSE FÜR PRINT, GRAFIK
UND CROSSMEDIA-PUBLISHING

easyFairs®

Registrieren Sie sich als Besucher online unter www.easyFairs.com/PRINTSCHWEIZ



ONLINE-ANGEBOTE DER ZEITUNGEN IN DEUTSCHLAND



Quelle: BDZV (Stand August 2008); © Druckmarkt-Grafik 2009

Gratis-Mentalität

Was also bringt es den Werbeverweigerern? Mehr Werbeverweigerung bedeutet auch Rückgang der Reichweite, weniger Akzeptanz und in der Folge weniger Werbeeinnahmen. Dass dann die jeweiligen Angebote in TV, Print und Internet immer schwieriger finanzierbar werden, liegt auf der Hand.

Eigentlich paradox, dass Medien-Nutzer einerseits hohe Qualität fordern und Billigproduktionen ablehnen, gleichzeitig aber abwehrend auf Werbung reagieren. Das ist bei den Online-Medien recht ausgeprägt. 16% aller Web-Nutzer klicken sofort weg, wenn ein Werbespot auftaucht. Auf News-Seiten seien es 25%, ermittelte das auf Nutzerstatistiken spezialisierte Unternehmen TubeMogul. Und bei den Social Networks kam eine Studie zu dem Ergebnis, dass 86% der Nutzer Werbung ablehnen.

Mitschuld trägt die weitverbreitete Gratis-Mentalität und ein nicht stimmiges Bewusstsein für die Leistungen anderer. Wer Werbung als Belästigung empfindet, muss sich auch bewusst sein, dass viele Angebote nur funktionieren, wenn Werbung akzeptiert wird. Wer sie verweigert, kann nur so lange in den Genuss des

kostenlosen Medienkonsums kommen, solange die Mehrheit Werbung akzeptiert. Steigt der Prozentsatz der Verweigerer, wird ein Angebot entweder kostenpflichtig oder es geht unter.

Kein Paralleluniversum

Beispiele gibt es zuhauf. Fast genüsslich haben einige Blogs das Lied vom Niedergang der »Holzmedien« gesungen und mussten dann den Betrieb einstellen – mangels Finanzierung.

»Auch das Internet ist den Gesetzen des Marktes unterworfen – doch manchmal wird so getan, als handle

es sich um ein Paralleluniversum mit eigenen Spielregeln«, sagt der Züricher Verleger Thomas Paszti.

»Über die Revolution und den dramatischen Sieg der Neuen Medien über die klassischen Medien wird zurzeit mehr geredet oder geschrieben, als es vernünftig ist. Der Grund dafür ist relativ einfach: Nachrichten verbreiten sich im Internet schneller als es bislang möglich war. Ob die Information auch richtig ist, scheint nicht mehr zu interessieren. Die Folge ist ein Vertrauensverlust gegenüber den Medien«, ist Paszti überzeugt. »Doch wer als Medium auf dieses Phänomen keine Antwort findet, wird gegen die Bedeutungslosigkeit kämpfen müssen. Egal ob Online oder Print.«

Um so schwerer verständlich, dass sich die US-Verleger so blauäugig gegenüber dem Internet verhalten und nahezu fluchtartig Gedrucktes gegen Online austauschen wollen. Schließlich ist es ja auch eine Tatsache, dass die Haupt-Nutznieber der Werbung im Internet nicht die Verlage sind, die die Inhalte bereitstellen, sondern Dienstleister: 42% der weltweiten Online-Werbeumsätze sollen angeblich allein Google zufließen. Insgesamt jedenfalls landen laut ZenithOptimedia 53% der weltweiten Web-Werbeumsätze bei den Suchmaschinen-Betreibern.

Fehler nicht wiederholen!

Für Stephan Ruß-Mohl war es ein gravierender Fehler der US-Medien, alles gratis ins Netz zu stellen, was man gedruckt auch noch verkaufen wollte. Dieser Fehler sei hierzulande viel weniger gemacht worden. »Also sollte die Rolle rückwärts zu bezahlten Onlineangeboten auch leichter vollführbar sein, wenn sich Journalismus weder durch Werbung, noch durch zahlende Abonnenten der gedruckten Medienprodukte mehr querfinanzieren lässt«, schreibt der Kommunikationswissenschaftler. Und nicht zuletzt hätten die Zeitungen im deutschen Sprachraum noch nicht im gleichen Maße an Qualität eingebüßt. »Der beklagenswerte Zustand in den USA ist bereits die Folge radikaler Kürzungen: Viele US-Zeitungshäuser haben sich in atemberaubendem Tempo selbst zerstört«, ist der Wissenschaftler überzeugt.

Bleibt zu hoffen, dass die Fehler der US-Medien in Europa nicht wiederholt werden. Nicht alles, was in den USA vorgemacht wird, muss auch gut für Europa sein.



In seinem Buch »The Deal from Hell« beschreibt James O'Shea den negativen Einfluss der Finanzwelt auf die US-Zeitungen. O'Shea war,

bevor er das Buch verfasste, Chefredakteur der »Los Angeles Times«, der neben der »Chicago Tribune« größten Zeitung des Verlages, die der Immobilien-Unternehmer Zell mit innovativen Ideen aus der Krise führen wollte und statt dessen in den Ruin trieb.

Quark Publishing System 9

Design und Publishing für iPad, ePUB, Print, mobile Geräte und das Web



NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen



Druck+Form 2011

Messe und Print Factory Academy mit zeitgemäßen Themen

Für Entscheider der Druckindustrie steht vom 12. bis 15. Oktober 2011 zum 17. Mal die Fachmesse Druck+Form in Sinsheim an. Die Messe setzt auf Kontinuität, Solidität und Zukunft. Rund 150 Unternehmen zeigen Produkte für Vorstufe, Druck und Verarbeitung.

Die Print Factory Academy ist inzwischen eine nahezu unverzichtbare Ergänzung der Messe und beschäftigt sich mit den Prozessen, der Organisation, Marketing, Vertrieb, Service und Nachhaltigkeit.

Top-Thema 2011 ist Social Media, bei dem auf die Herausforderungen und Möglichkeiten der crossmedialen Zukunft eingegangen wird. Neben Themen wie »Vertriebserfolg sichern« stehen praxisrelevante Themen wie »Optimierte Prozesse und Organisation« auf der Agenda und beschäftigen sich mit Chancen durch Spezialisierung wie der Veredelung von Drucksachen. Zudem wird sich mit der Frage beschäftigt, wo die Chancen von Social Media für Druckereibetriebe liegen und wie sich die veränderte Kommunikation auf das Geschäft auswirkt. Experten für Social Media geben einen Überblick über die Technologien und Abläufe in der Medien-Produktion in Zeiten noch nie da gewesener Umwälzungen und zeigen strategische Möglichkeiten auf.

Besondere Brisanz dürften auch die Vorträge zur zukünftigen Medienproduktion im »Dynamic Publishing« haben. Dabei soll die Frage beantwortet werden, wie Druckereien moderne Tools wie iPhone, iPad oder Social Media mit den Klassikern Print und Web mixen und wie der Sprung und die Verknüpfung von Print zum App-Business gelingt.

Die Vorträge und Diskussionsrunden der Print Factory Academy sind für Besucher der Druck+Form kostenfrei und finden von Mittwoch, 12. Oktober bis Freitag, 14. Oktober zwischen 11:00 und 17:00 Uhr statt. Das aktuelle Programm mit ausführlichen Informationen zu den Referenten und detaillierten Zeitangaben ist im Internet zu finden.

► www.druckform-messe.de

Etliche der Druck+Form-Aussteller nannten uns bis Redaktionsschluss ihre Produkt- und Dienstleistungsschwerpunkte. Die Meldungen auf den folgenden Seiten zeigen daher einen Ausschnitt aus dem Programm der Aussteller.

Polar mit Heidelberg SCHNEIDETECHNIK IN VERSCHIEDENEN FORMATEN

Polar präsentiert gemeinsam mit Heidelberg ein Schneidsystem L-R-92-L und eine Schneidmaschine 66 X. Im System ist erstmals in Deutschland das neue Maschinenmodell Polar 92 XT plus mit einem 15-Zoll-TFT-Farbdisplay inklusive Touch-Bedienung und Prozessvisualisierung zu sehen, das sich für Formate um 50 x 70 cm eignet. Ausgestattet ist das System mit je einem Lift LW-450 zum manuellen Bela-



den und dem Absetzen der geschnittenen Nutzen sowie einem Rüttelautomaten RA-2 für die exakte Schneidgutvorbereitung. Ebenfalls neu für diese Maschinengröße ist die Option »Niederhalter vor dem Messer«. Sie verhindert ein Verrutschen und Wegspringen der geschnittenen Nutzen beim Schneiden und hilft damit Zeit sparen. Auch eine Schneidmaschine Polar 66 X wird gezeigt. Die hydraulische Maschine ist speziell auf die Bedürfnisse von Digitaldruckereien abgestimmt und wird hauptsächlich für einfache Schneidarbeiten in der Formatklasse 35 x 50 cm eingesetzt.

► www.polar-mohr.com

Mathias Bäuerle NEUES INLINE-SYSTEM UND KUVERTIERTECHNIK

Das neu entwickelte Inline-System besteht aus dem Flachstapelanleger FSA 52 mit Ausrichttisch, der Balkenrill- und Perforiermaschine Pit-Stop DH Speed mit Doppel-Antriebssystem und dem vollautomatischen Falzsystem PrestigeFold Net 52. Da die Verarbeitung der Produkte in einem Durchgang erfolgt, ist die Gefahr von Markierungen oder Zerkratzen empfindlicher Materialien (wie digital



gedruckter Erzeugnisse) minimal. Außerdem entfällt ein Zwischenstapeln vor dem Falzen.

Vollautomatische Falztechnologie präsentiert MB Bäuerle mit der PrestigeFold Net 52. Die Maschine zeichnet sich durch hohen Bedienkomfort und Cip4-Fähigkeit aus. Eine Einrichtautomatik nimmt selbstständig die Positionierung der Stellelemente vom Anleger bis zur Auslage vor. Über das zentral angeordnete Touchscreen-Display werden alle wichtigen Eingaben vorgenommen. 20 Standardfalzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar.

► www.mb-bauerle.de



Meteor DP 8700 XL

RIMEC GMBH MIT NEUER MASCHINENGENERATION

Die Rimec GmbH präsentiert ihre neueste Maschinengeneration für flexibelste Anwendungen im Digitaldruck: Eine Druckmaschine, die neben dem üblichen und damit heiß umkämpften Standard-Tagesgeschäft zusätzliche Märkte öffnet. Dank ihrer Substratvielfalt und der Flexibilität im zu bedruckenden Bogenformat druckt die Meteor DP 8700 XL neben alltäglichen Produkten auch auf viel interessanteren Gebieten. Angefangen im Papierbereich bei Briefkuverts mit und ohne Fenster, beim Erstellen von hochwertigem Briefpapier (lasersafe!) in kleinen und mittleren Auflagen, bis hin zum Druck von 1 m langen Bannern sind der Kreativität kaum Grenzen gesetzt. Bedruckbar sind selbst Kunststofffolien bis zu einer Stärke von 400 µm, mit und ohne Beschichtung, ob PVC, Teslin, Polyester, ABS etc. Mit den optional erhältlichen Sondermaschinen von MGI können Plastikkarten im ISO-Standardformat personalisiert und mit Magnetstreifen versehen hergestellt werden.

► www.rimec.de

Falzspezialist MBO

MEHR LEISTUNG BEI TASCHENFALZMASCHINE T 960

Dank eines neu entwickelten Überleittisches mit einer sogenannten Teilerweiche lassen sich mit einer Taschenfalzmaschine T 960 bei zum Beispiel 16-seitigen A4-Falzbogen über 30% mehr Leistung erzielen. Der Bogen wird bei dieser Falzart nicht im Längs-, sondern im Querformat angelegt. Damit diese Leistungssteigerung auch im zweiten Falzwerk verarbeitet werden kann, werden die Bogen mittels der Teilerweiche abwechselnd auf zwei Linien auf dem zweiten Falzwerk aufgeteilt. Somit halbiert sich die Geschwindigkeit des zweiten Falzwerks und kann mit der hohen Leistung von Falzwerk 1 Schritt halten.

Die neue Falzmaschine T 535 Efficiency Automatic verbindet das attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis der Efficiency-Baureihe mit dem Bedienkomfort einer automatisierten Maschine. Da durch die standardmäßig integrierte Automatisierung geringere Rüstzeiten anfallen, ist die T 535 EA vor allem für Betriebe mit häufig wechselnden Kleinauflagen interessant.

► www.mbo-folder.de

Kocher + Beck

STANZEN, PERFORIEREN, RILLEN, PRÄGEN

Mit dem Inline Offset Cutting System von Kocher + Beck ist es möglich, alle Arbeitsschritte auf einen Arbeitsgang zu reduzieren: Stanzen, Perforieren, Rillen, Prägen. Neben der reibungslosen Weiterverarbeitung ergeben sich weitere Vorteile, wie die Reduktion des Papierabfalls, der sonst an jeder Maschine entsorgt werden muss, und sehr geringe Rüstzeiten, die durch die einfache Montage erreicht werden. Die Stanzbleche sind sofort einsetzbar, das Gummituch wird einfach durch das Stanzblech ersetzt, und die Stanzform ist bei einem Folgeauftrag sofort verfügbar und einsatzfähig.

Prägen – die Neue von Kocher + Beck: Mit einer selbstformenden Matrize lassen sich jetzt auch im Bogenoffset brillante Ergebnisse erzielen. Die Matrize wird im Bereich der Prägung auf den Gegenstandszyylinder aufgeklebt, und das Prägefild anstelle des Gummituchs eingebaut. Die aufwendige Positionierung von Positiv-/Negativ-Werkzeug entfällt, somit verringern sich auch die Rüstzeiten.

► www.kocher-beck.de

KOMPAKT UND LÖSUNGSORIENTIERT

Druck+Form



Die Fachmesse
für die grafische
Industrie



12. – 15. Okt. 2011 MESSE SINSHEIM

... mit umfangreichem Ausstellungsangebot
aus den Bereichen:

Druck- und Mediovorstufe
Software + Systeme
Druck- und
Papierweiterverarbeitung

Materialien und Verbrauchsmittel
Dienstleistungen
Gebrauchsmaschinen
Verpackungsdruck

Öffnungszeiten:

Mittwoch bis Freitag 10 – 18 Uhr, Samstag 10 – 16 Uhr

www.druckform-messe.de



Veranstalter:

MESSE SINSHEIM
IHR VERANSTALTUNGSPARTNER.

Messe Sinsheim GmbH
Neulandstraße 27 · D – 74889 Sinsheim
Fon +49 (0) 7261 689 - 0 · Fax +49 (0) 7261 689 - 220
druckform@messe-sinsheim.de

VIRTUELLE
MESSE
www.schall-virtuell.de



Ricoh und InfoPrint Solutions

RICOH PRO C 901/C 901S GRAPHIC ARTS EDITION

Ricoh Europe und InfoPrint Solutions geben die Markteinführung des Ricoh Pro C 901/C 901s Graphic Arts Edition bekannt, der speziell für den professionellen Produktionsdruck entwickelt und optimiert wurde. Auf der Druck+Form wird das Farbsystem zum ersten Mal in Europa öffentlich gezeigt. Es handelt sich um das schnellste Drucksystem für mittlere Produktionsvolumina mit einer Nenngeschwin-



digkeit von 90 A4-Seiten/min im Duplex-Modus. Der Pro C 901/C 901s unterstützt Papierformate bis SRA3 mit einem Höchstgewicht von 300 g/m² ohne Geschwindigkeitseinbußen.

➤ www.ricoh.com

Baumann Maschinenbau Solms NEU ENTWICKELTES

LOW-BUDGET-SCHNEIDSYSTEM

Baumann zeigt am Stand der Firma Werner Grunert ein neu entwickeltes Low-Budget-Schneidsystem. Sein Kernstück ist der Schnellschneider Wohlenberg 92-ASE mit automatischer Späneentsorgung, reiner Touch-Bedienung auf einem 19 Zoll großen Display und elektronischer Presskraftverstellung. Ergänzt wird die Schneidemaschine durch einen Stapelheber BSH 2-450 sowie durch den neu entwickelten Schüttelautomaten BSB 2 E, beide von Baumann. Der ebenfalls neu entwickelte Ablader BA 2 E komplettiert die Schneideanlage für das Format 50/70.

➤ www.baumann-mbs.de

Horizon

SPANNENDE NEUHEITEN VOR DER DRUPA 2012

Der falzende Sammelhefter StitchLiner 6000 ist ab sofort mit der brandneuen Zusammentragmaschine VAC-40 kombinierbar. Sie verfügt über vier Zuführstationen mit je 23 cm Ladekapazität. Dies entspricht ca. 2.300 Blatt bei Papier von 80 g/m².

Eine neue Broschürenfertigungsanlage für den Digitaldruck, deren Name erst auf der Messe verraten wird, wendet sich an kleinere Betriebe, Copyshops und Hausdruckereien. Die Maschine sieht aus wie ein kleiner Drucker. Sie kann rillen, falzen, heften und schneiden. Außergewöhnlich, und deshalb besonders hervorzuheben, ist in dieser Maschinenklasse der Kopf-Fuß-Beschnitt jedes einzelnen Blattes.

Horizon präsentiert auch ein neues System für doppelseitiges Laminieren in einem Arbeitsgang. Der Name dieser neuen Maschine fürs B3-Format wird ebenfalls auf der Messe bekannt gegeben. Ein paar Merkmale vorab: Leistung 20 m/min, Farb-Touchscreen, Saugkopfanleger für präzise Papierzu-

führung, optionaler Stapelabsenk-tisch.

Ein neuer Einzelblatt-Digitaldruck-anleger für den Offline-Betrieb feiert Weltpremiere. Er kann sowohl an Broschürenfertigungsanlagen der SPF-Baureihen als auch an den Sammelhefter StitchLiner 5500 angeschlossen werden. Entwickelt wurde er, um sequentiell digital gedruckte Bogen beim Broschürenfertigen zuzuführen. Bei einer Palettenstapelhöhe von 62 cm verarbeitet er bis zu 50.000 Blatt/h. Die Bedienung erfolgt Horizon-typisch zentral per Touch&Work-Technologie mit automatischer Formatverstellung.

➤ www.horizon.de



Bograma am MBO-Gruppe-Stand

ROTATIVE STANZMASCHINE BSR 550 SERVO

Bograma zeigt am Stand der MBO-Gruppe die rotative Stanzmaschine BSR 550 Servo, die für den Verpackungs-, Akzidenz-, Etiketten- und Digitaldruck entwickelt wurde. Sie eignet sich für zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten, wie Stanzen, Anstanzen, Perforieren, Rillen und Blindprägen.

Mit dem erstmals gezeigten mobilen Palettenanleger PA 550 besteht die Möglichkeit, die BSR in direkter Anbindung mit Planobogen zu beschicken, oder mittels dazwischen gestelltem Falzwerk auch gefalzte Bogen zuzuführen. Der PA 550 eignet sich für Formate bis 55 x 75 cm und eine Ladekapazität beziehungsweise Palettenhöhe von 1.100 mm. Er ist mit vier Tornado-Modulen und einem Trennkopf für die Hinterkantentrennung ausgestattet.

➤ www.bograma.ch

RSP Easy

CITO-SYSTEM MIT INLINE-FINISHING-LÖSUNGEN

RSP-System ist die richtige Wahl bei ständig wiederkehrenden Rill-, Stanz-, Anstanz- und Perforationsjobs und als Inline-Finishing-Profi. Es ist für alle gängigen Bogenoffsetdruckmaschinen aus dem Hause Heidelberg erhältlich. So blickt Cito-System auf eine zehnjährige Zusammenarbeit mit Heidelberg zurück. Bei Maschinenverkäufen in Deutschland bietet Heidelberg dieses System seinen Kunden als zusätzliche Leistung mit an.

RSP Easy eignet sich für Inline-Finishing-Neueinsteiger, bereits ab kleinen Auflagen. Auch zur Erweiterung des RSP-Systems kann RSP Easy genutzt werden. RSP Easy passt zu Bogenoffsetdruckmaschinen von Heidelberger, KBA, manroland, Komori und Ryobi.

➤ www.cito.de

Astrojet M 1

NEUES VON B & G MAILSOLUTIONS DEUTSCHLAND

Die Messeneuheiten von B & G Mailsolutions Deutschland liegen im Inkjet-Seiten- und -Etikettendruck. Astrojet M 1 ist ein professioneller Printer mit Druckqualitäten bis zu 1.600 x 1.600 dpi in Vollfarbe. Er bedruckt bis zu 9.000 Kuverts oder 3.600 A4 Seiten pro Stunde.

SpeedStar heißt ein Vollfarben-Etikettendrucker mit gleichfalls bis zu 1.600 x 1.600 dpi in Vollfarbe, bei einer Geschwindigkeit von 30 cm pro Sekunde (Farb- oder Monochrom-Druck). Einfachste Bedienung durch einen zwölf Zoll großen Touch-Screen und integrierte vollautomatische Wartungs- und Reinigungs-Funktion.

➤ www.bg-mailsolutions.de



Mehring GmbH ÜBERARBEITETE LÖSUNG ZUR FADENBINDUNG

Nach erfolgreichem Umzug in neue Geschäftsräume stellt sich die Mehring GmbH vor den Toren Kölns mit Maschinen und Material zur Druckweiterverarbeitung neu auf. Dank einem großen Showroom können für interessierte Kunden jetzt ganzjährig Vorführungen am neuen Stammsitz in Troisdorf durchgeführt werden.

Zur Druck+Form präsentiert Mehring eine überarbeitete Lösung zur Fadenbindung von Kleinauflagen nach dem Digitaldruck. Die einzelnen Lagen werden in der Fadenheftmaschine DS-46 vernäht und anschließend auf Klebebindern zum Buchblock verklebt. Empfohlen wird die Verarbeitung auf den innovativen Fastbind-Maschinen. Auf diese Weise ist es möglich, perfekt haltbare Bindungen mit allen Arten von Papier herzustellen. Die Verarbeitung von hohen Grammaturen, zum Beispiel im Fotobuchbereich, sind kein Problem mehr.

► www.druckweiterverarbeitung.de

ATS-Tanner Banding Systems FALZBÜNDLER UND BANDEROLIERMASCHINE

Der Falzbündler erzeugt hinter Falzmaschinen oder Sammelheftern perfekte Stapel und eine kanten-schonende Banderolierung, er wird auf der Messe in Verbindung mit einer Heidelberger-Falzmaschine TH 56 vorgeführt.

Die Banderoliermaschine US-2000 TRS-L übernimmt die Produkttestapel (Einzel- oder Doppel-Nutzen) von der Vormaschine und transportiert sie an den Produktanschlag.



Vor dem Banderolieren werden die Stapel gepresst und an allen vier Seiten ausgerichtet. Dank des extrem langen Förderbands können auch lange Produkte und hohe Stapel problemlos verarbeitet werden.

► www.ats-tanner.de

Innovative Messertechniken SCHNEIDEN VON DIGITAL- DRUCK-PRODUKTEN

Auf der Druck+Form stellt Hagedorn den aus der Medizintechnik übernommene Microtom-Schliff vor. Ein weiteres Kernthema ist der Erfahrungsaustausch zu den Problemen ›Wellenschnitt, Über- und Unterschnitt sowie Anhaftungen an Messern‹. Ergänzt wird die Messepräsentation um die Vorstellung von Werkzeugen und Geschäftsmodellen, mit denen Drucker und Weiterverarbeiter Einsparungen und Wirtschaftlichkeitsverbesserungen erzielen können. Neben Vitech-Messern und HardCrown-Papierbohrern, mit denen bis zu 60.000 Schnitte beziehungsweise 40.000 Hübe ohne Pause und Nachschliff möglich sind, zählen zu diesen auch das Hagedorn Messermanagement System (HMS-Plus). Hierbei erhalten Kunden eine Rundum-Versorgung ohne Investitionen in eigene Messer und zu einem monatlichen Festbetrag.

► www.hagedorn-gmbh.de

Neue Shoplösungen KOLLIN MEDIENGESELLSCHAFT MIT PRINT 4 RESELLER

Aus dem 1999 von der Kollin Mediengesellschaft gegründeten Druckportal ›Printerwahnsinn‹ heraus hat sich Print 4 Reseller entwickelt. Zunächst speziell für Wiederverkäufer konzipiert, umfasst das Portfolio, das auf der Druck+Form vorgeführt wird, einen integrierten, standardisierten Produktionsworkflow, über acht Millionen Produktvarianten für Print, vier Druckshop-Varianten und eine XML-Schnittstelle.

Die Shoplösungen S und M bieten eine komplette Anbindung an den Online-Druckshop von Kollin im eigenen Layout, die Komplettlösungen L und XL ermöglichen zusätzlich die Einbindung eigener Produkte. Hervorzuheben sind die geringen einmaligen Einrichtungskosten, kostenloses Upgraden der Shop-systeme, Selbstbestimmung der Marge, integrierte Vertriebsmodule, Support durch Workshops und Networking unter den Druckshop-Kunden.

► www.print4reseller.com

Leistungsbezogenes Kalkulieren

DIGITALDRUCK-ANWENDUNG APL-DIGITAL

Koch APL-Systems entwickelt seit mehr als 15 Jahren kaufmännische Softwarelösungen für das grafische Gewerbe. Von Anfang an stellte sich das Augsburger Familienunternehmen auf die besonderen Anforderungen von Digitaldruckereien ein. Inzwischen ist es Partner namhafter POD-Druckereien in ganz Deutschland.

Die Digitaldruck-Anwendung APL-Digital ermöglicht leistungsbezogenes Kalkulieren und ist für einfaches und schnelles Handling optimiert. Die zugrundeliegende Voll- und Teilkostenrechnung macht die tatsächlichen Kosten und Margen transparent und bietet die Chance, auch kleine Aufträge rentabel zu kalkulieren und zu bearbeiten. Dieselbe Logik findet auch in der Kalkulation der klassischen Druckverfahren und in Anwendungen der Werbetechnik Anwendung. Das integrierte System bietet alle Möglichkeiten einer modernen Softwarearchitektur für die Bereiche CRM, PPS, ERP, MIS, Web-Kundenplattformen, Web-to-Print und E-Procurement. Es kann durch den modularen Aufbau individuell an den Bedarf des Kunden angepasst werden, von der Fibu über die Zeiterfassung bis hin zur Lagerverwaltung.

► www.koch-aplsystems.de

Kodak Digitaldruck- und Workflow-Lösungen

HANDELS- UND KOOPERATIONSPARTNER

PRÄSENTIEREN IN SINSHEIM SYSTEME VON KODAK

Bei der M. Döring GmbH demonstrieren Experten von Kodak die Unified Workflow-Lösungen. Das Prinergy-Workflow-System für das Management der digitalen und konventionellen Druckproduktion wird ebenso vorgeführt wie der Prinergy-EVO-Workflow. Außerdem können sich die Messebesucher die Insite-Portalprodukte demonstrieren lassen. Sowohl das Insite-Prepress-Portal für die Dateiübermittlung in die Produktion, für Softproofen und den Korrektur- und Freigabeprozesse als auch das Storefront-System sind mit von der Partie.

Ein Kodak-Eindrucksystem Prosper S5 ist bei Popp Maschinenbau in einer Mailing-Produktionslinie für die Individualisierung von Direktwerbemitteln im Einsatz. Das Inkjet-Eindrucksystem hat eine Druckbreite von 10,56 cm, druckt mit Pigmenttinte und produziert bei Geschwindigkeiten von bis zu 152 m/min. Weitere Systeme der Produktfamilie sind Prosper S10 für 305 m/min bei 600 x 600 dpi sowie das S20-Eindrucksystem, das bei 600 x 300 dpi Auflösung Geschwindigkeiten von bis zu 610 m/min erreicht. Die letztgenannten Modelle sind auch in CMYK-Konfigurationen lieferbar.

**FKS****DRUCKWEITERVERARBEITUNG NACH DEM DIGITALDRUCK**

Das luftdicht abgeschlossene Leimauftragssystem der FKS PrintBind KB-4000 PUR bietet gegenüber einem offenen PUR-Leimauftragssystem viele Vorteile: Der regelmäßige Leimwechsel, eine aufwendige Reinigung oder gar die Erneuerung der Schutzbeschichtung des Leimbeckens gehören damit der Vergangenheit an. Mit 180 Takten pro Stunde und PUR-Gebinden in 1 kg und 2 kg ist der PrintBind KB-4000 PUR das optimale Einstiegsmodell für kleine und häufig wiederkehrende Auflagen.

Für den dreiseitigen Beschnitt von klebegebundenen Produkten wird der Dreiseitenschneider FKS/Challenge CMT-130 mit Barcodeausstattung präsentiert. Hervorzuheben ist, dass über den Barcode nicht nur eine im Dreiseitenschneider abgespeicherte Jobnummer verarbeitet werden kann, sondern auch alle auftragsrelevanten Parameter im Barcode enthalten sein können. Ebenfalls ausgestellt wird mit der FKS/Foldmaster Touchline CF375 eine neue Generation Falzmaschinen. Die Rill- und Falzmaschine Touchline CF375 verarbeitet Grammaturen bis 400 g/m². Zum Rillen wird das von Multigraf entwickelte Swing-Bar System eingesetzt, welches das Brechen der Papierfaser verhindert. Ebenfalls auf der Messe ausgestellt wird der Digitalbogenfinisher FKS/Duplo DocuCutter DC-745. Das Flaggschiff der vielfach ausgezeichneten DocuCutter-Serie erstellt vollautomatisch qualitativ hochwertige Druckprodukte dank integrierter Werkzeuge zum Randschneiden, Ausschneiden, Rillen, Perforieren und Schlitzten in nur einem Arbeitsschritt.

► www.fks-hamburg.de

C.P. Bourg**FEIERT AUF DER DRUCK+FORM JUBILÄUM**

C.P. Bourg feiert in diesem Jahr sein 50-jähriges Jubiläum und zeigt einen Ausschnitt aus der Produktpalette, die Online- und Nearline-Druckweiterverarbeitung wie Zusammentragmaschinen, Klebinder, Broschürenfertigungsmaschinen, Zuführ- und Abstellgeräte umfasst.

Der neue großvolumige Near-Line Sheet Feeder BSF ist eine Alternative zur Online-Druckweiterverarbeitung und bietet eine Finishing-Lösung für Digitaldruck und Offsetdruck mit integrierter Jobüberwachung. Zusammen mit den Broschürenvollautomaten BDF und BME verwandelt der BSF Papiere aus dem Digitaldruck oder Offsetdruck in geheftete, gefaltete und frontbeschnittene Booklets.

Zusammentragturm BStE mit Bookletmaker BME: eine neue Generation der Zusammentragtürme mit innovativer Technik und maximalem Verarbeitungsspektrum durch vergrößerte Stationsladekapazität und Stationsladefläche. Die Kombination ermöglicht dem Kunden sogar die Verarbeitung des Maximalformats 37 x 60 cm und die Fertigung von Broschüren im A4-Querformat. Ferner zeigt C.P. Bourg den Online-Broschürenfinisher BMEx, angebunden an einen Xerox-Digitaldrucker Nuvera 144, und die Offline-Klebebinder-Serie BB 3002 als vollautomatische Einzangen-Bindemaschine für lose Blätter und Falzbögen. Die Klebinder eignen sich für im Offset gedruckte Bücher und ganz besonders auch für digital gedruckte Bücher. Erhältlich ist der BB 3002 in der Heißleimversion und als PUR-Modell (für Polyurethan-Reaktiv-Kleber).

► www.cpbourg.de

Ernst Nagel GmbH**DREI NEUE MASCHINEN FÜR DIE DRUCKWEITERVERARBEITUNG**

Highlight ist eine UV-Lackiermaschine, die sich durch hohe Qualität und Flexibilität im Bereich der Veredelung auszeichnet. Die Pro-Generation der DocuFold mit benutzerfreundlichem Touchscreen wird ebenfalls zum ersten Mal gezeigt, ebenso die kombinierte Schneid- und Rillmaschine Card Xtra Plus für die Weiterverarbeitung von Digitaldruck-Erzeugnissen wie Visitenkarten.



Des weiteren zeigt Nagel zahlreiche Maschinen aus einem umfangreichen Produktprogramm, darunter die Broschürenfertigungslinien Foldnak Compact und Foldnak 100 sowie die Formstanze DFC, ausgewählte Rill- und Falzmaschinen und eine Auswahl an Bohr- und Heftmaschinen.

► www.ernstnagel.de

Farbmanagement**PROZESSUNABHÄNGIG EXAKTES FARBERGEBNIS ERREICHEN**

Als Anbieter im Bereich Farbmanagement gibt CGS Publishing Technologies konkrete Entscheidungshilfen und bietet mit Oris Press Matcher // Web eine Lösung für alle, die prozessunabhängig ein exaktes Farbergebnis erreichen müssen, sei es im Produktionsdruck, im digitalen Großformat oder in der Werbeindustrie. Oris Press Matcher // Web ist ein komplett webbasierende Anwendung, die sich von jedem Standort mit Internetzugang, auch mobil, nutzen lässt und dank dem patentierten Farbmanagement und seiner intuitiven Bedienung selbst unerfahrenen Nutzern perfekte Ergebnisse ermöglicht. Interessenten können sich am CGS-Stand, aber unter anderen auch bei Xerox einen detaillierten Überblick über das Oris-Farbmanagement und dessen Einbindung in verschiedene Anwendungsszenarien verschaffen.

► www.cgs-oris.com

Herzer Interflex**FINISHING ON DEMAND IM FOKUS**

Herzer Interflex hat Lösungen zu aktuellen Anforderungen der Weiterverarbeitung sowohl für den konventionellen als auch für den Digitaldruck parat. Zeitgemäß steht das »Finishing on demand«, die Profi(t)-Lösung, im Fokus. Für die Drahtkammbindung: die neue WB 360 von Rilecart, eine Maschine für den Bereich »Binding on demand« mit einfacher Bedienung und schneller Umrüstung ohne Werkzeuge.

Für Schneiden, Nuten, Perforieren, Markieren: Der Binderflex-Laser kann das alles in einem Gerät auf und mit den unterschiedlichsten Materialien, ohne Werkzeugkosten. Für die Buch- und Broschürenfertigung: PUR-Klebebinder mit geschlossenem Düsensystem, Deckenmaschine LPA, Einhängemaschine Crater, Anpapp- und Falzeinbrennmaschine Gemat.

Ein Highlight ist die brandneue Rill- und Falzmaschine Touch-Line für eine professionelle Fertigung auch von Digitaldrucken. Und, nicht zuletzt, das komplette und zuverlässige Binderflex-Material.

► www.binderflex.de



Kern 515 EasyMailer

KERN STELLT NEUES POST- VERARBEITUNGSSYSTEM VOR

Kern, Spezialist für Hochleistungs-Kuvertiersysteme, stellt auf seinem Messestand das neuartige Postverarbeitungs-system Kern 515 Easy-Mailer vor. Dessen ergonomische Bauweise und ausgeklügelte Technik ermöglichen die Verarbeitung von A3- oder A4-Formaten zu einem individuell gestalteten Umschlag und eines gleichartig gestalteten A4-Briefs. Dabei können Beilagen eingefügt und durch Barcodevergleich eine Datenintegrität gewährleistet werden.

Als zweites System präsentiert Kern das Kuvertiersystem KAS Mailmaster Compact, eine günstige Lösung, wenn es um die Verarbeitung von DIN-lang- bis C4-Umschlägen geht. Das System ist sowohl in die Büro-umgebung als auch in anspruchsvolle Produktionsanwendungen integrierbar, für die Verarbeitung hoher Volumina ausgelegt und zeichnet sich durch einfache Handhabung und schnellen Formatwechsel aus.

➤ www.kerngbmh.de

Effiziente Postbearbeitung

QUERSCHNITT DES PITNEY BOWES LÖSUNGSSPEKTRUMS

Highlight ist der neue Kuvert-Laserdrucker Pitney Bowes Digital Printer. Dieser macht hochwertige Farbdrucke und variable Daten auch bei kleinen bis mittleren Volumina wirtschaftlich rentabel. Er bedruckt bis zu 60 Briefumschläge pro Minute mit einer Auflösung von 1.200 dpi. Nutzern steht eine Bibliothek mit vordefinierten Jobs und Einstellungen, mit der Routineaufgaben schnell bearbeitet werden können, zur Verfügung.

Weitere Ausstellungsstücke sind die Frankiermaschine DM 450 C+ und das Inkjet-Frankiersystem DM Infinity, die bis zu 18.000 Frankierungen pro Stunde schafft. Ferner stellt Pitney Bowes das Falz-/Kuvertiersystem DI 950 vor, das sich besonders für komplexe Anwendungen eignet, seien es Mehrfachdokumente, Werbeaussendungen mit unterschiedlichen Beilagen oder Antwortkuverts. Abgerundet wird das Ausstellungsprogramm durch das digital Farbdrucksystem Bizhub Press C 6000 des Vertriebspartners Konica Minolta.

➤ www.pitneybowes.de



Pitney Bowes Digital Printer.



Frankiermaschine DM 450 C+.

Herzog + Heymann

PRODUKTION EINES EINKAUF- MAILERS

Durch den aufgespendeten Einkaufschip in Verbindung mit dem Einkaufszettel oder mit Rabattaktionen praktiziert der Supermarkt das Instrument Kundenbindung. Das Versandhaus kann den Einkaufsmailer seinen Katalogen beilegen. Die modebewusste Frau sucht sich abends beim Gläschen Wein ihren neuen Pullover und Rock passend zueinander aus. Die zur Herstellung des Einkaufsmailers erforderliche Maschine ist eine typische Mailinganlage, bestehend aus einem mobilen Flachstapelanleger, einem Schneidwerk zum Setzen der Abreißperforation und Rillung, einem Falzwerk, einem Transportsystem mit Vakuumöffner, Flächenheißleim neben dem Vakuumband sowie Heißleim zum Aufspenden des Einkaufswagen-Chips, einem Sigma Pick+Place mit Münzschaft sowie Überführungen und der Auslage.

➤ www.herzog-heyman.com

MIS mit Cloud Computing

HIFLEX ENTERPRISE CLOUD COMPUTING IST PREISWERTER UND SCHNELLER IM EINSATZ

Jetzt gibt es zum ersten Mal eine MIS Cloud Computing Lösung für die Druckindustrie. Cloud Computing gilt als die revolutionäre Zukunftstechnologie und wird bereits von vielen Branchen erfolgreich genutzt. Die Idee ist, dass Soft- und Hardware nicht selber unterhalten, sondern aus der »Wolke« angemietet werden.

Hiflex Enterprise Cloud Computing ermöglicht von überall und zu jeder Zeit den vollen Zugriff auf die betriebsweite Branchensoftware (MIS) über das Internet. Durch den Cloud Ansatz und die browserbasierende Konfiguration ist das System in wenigen Tagen konfiguriert und einsatzbereit. Unternehmen senken durch Hiflex Cloud Computing ihre operativen Kosten, ohne in Hardware zu investieren. So kann man sich auf das Kerngeschäft konzentrieren und die EDV- und Admi-

nistrationskosten senken, da Hardware und Software ausgelagert sind. Dies erlaubt den Mitarbeitern von überall und zu jeder Zeit auf das System zuzugreifen. Professionelle Datenzentren bieten höchstmöglichen, laufend aktualisierten Systemschutz und redundante Datenspeicherung in der »Wolke«. Das System ist genauso schnell wie benötigt, da Cloud Computing skalierbare Rechenleistung bietet. Und die Service Qualität ist deutlich verbessert, denn Cloud Computing geht einher mit »Quality-as-a-Service«-Konzepten von Hiflex. Erhöhte Flexibilität, geringere Unterhaltskosten und schnellere Verarbeitungszeiten sind nur drei der Eigenschaften des Hiflex Cloud Computing Release. Belief sich die Angebotssumme für ein 30-Mann-Unternehmen bisher auf etwa 60.000 €, kann das gleiche Ergebnis nun mit weniger als 30.000 € erreicht werden – und das System ist etwa zwei Monate früher einsatzbereit und im Echtbetrieb.

➤ www.hiflex.com

DIE AUSSICHTEN:
HEITER UND
wolkig!



HIFLEX
MIS · JDF · Web-to-Print
Enterprise Cloud Computing
www.hiflex.com



Rogler Software

ELEKTRONISCHE PLANTAFEL UND WEB-TO-PRINT-SYSTEME

Rogler Software bietet ihre elektronische Plantafel und ihr Monitoring-System technoPlan jetzt auch als Stand-alone-Lösung für die Integration in andere Management-Informationen-Systeme an. Auf der Druck+Form wird Rogler Software die Stand-alone-Lösung von technoPlan erstmals präsentieren.

Die Stand-alone-Lösung von technoPlan kann über eine Schnittstelle ohne großen Aufwand in vorhandene MI-Systeme integriert werden. Die Funktionalität eines bestehenden MI-Systems kann dadurch ausgebaut und aufgewertet werden. Gleichzeitig hilft die elektronische Plantafel Druckereien, den Durchsatz und die optimierte Auslastung zu verbessern.

Die Auftragsdaten werden aus dem jeweiligen Kalkulationsmodul direkt in technoPlan übernommen. Dort wird entschieden, auf welcher Maschine produziert wird. Unterschiedliche Algorithmen wie der »frühestmögliche Termin« oder »vom Liefertermin rückwärts« unterstützen den Disponenten bei der Einlastung in die Kostenstellen. technoPlan hilft dabei den Überblick zu bewahren und informiert über Konflikte an einzelnen Produktionslinien, die bei der Planung oder dem Verschieben von Plankarten entstehen. Zudem erhalten Anwender auf einen Blick alle relevanten Informationen über die Auslastung, den aktuellen Zustand der Kostenstellen sowie den Wartungsplan. Außerdem präsentiert Rogler Software auf der Druck+Form Lösungen für offene und geschlossene Web-to-Print-Systeme. Darunter befindet sich ein innovatives Partnerportal, das den Einkauf von Fremdleistungen für das MVD-Partner-Netzwerk erleichtert.

► www.rogler.at

Palamides GmbH

KURZE UMRÜSTZEITEN SIND KEIN HEXENWERK

Die Palamides GmbH möchte beweisen, dass automatische Auslagen auch für Kleinstauflagen effektiv und kostensparend eingesetzt werden können. In Hochgeschwindigkeit wird auf einer Falzmaschine T 960 mit Teilerweiche ein 16-Seiter A4 im Doppelstrom produziert. Hierbei wird deutlich, dass die Einmann-Bedienung nur noch mit Hilfe einer automatischen Auslage realisiert werden kann. Im Einsatz ist eine Delta 703 zu sehen, die dem Bediener perfekt gebildete Pakete auf einem Puffertisch auslegt. An der Falzmaschine T 535 mit Rundstapelanleger ist die automatische Auslage Alpha bei der Verarbeitung von Einfach- und Doppelnutzen im Einsatz, um zu demonstrieren, dass kürzeste Umrüstzeiten kein Hexenwerk sind.

► www.palamides.de

Konica-Minolta-Partner Lüttich PRÄSENTIERT DEN BIZHUB PRESS C 8000

Das Digitaldrucksystem für den Vollfarb-Produktionsdruck hat die Fogra-Zertifizierung FograCert »Validation Printing System« erhalten für die Kombination seiner Leistungsfähigkeit mit der neuesten Version der Farbmanagement-Applikation Color Care und den Druckcontrollern EFI Fiery IC-306 oder Creo IC-307. 80 Seiten pro Minute im Format DIN A4, Achtstrahl-Laser-einheit mit einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi, Grammaturen von 64 bis 350 g/m².

Das KM-Flaggschiff wird ergänzt durch das Farb-Produktionssystem des Jahres 2011 – den Bizhub Pro C 6000, der bis zu 60 Bogen pro Minute druckt und Grammaturen bis zu 300 g/m² verarbeitet.

► www.konicaminolta.de

High-End-Modell für den flexiblen Einsatz

KAMA ZEIGT EFFIZIENTE LÖSUNG FÜR DAS FINISHING

Die Dresdner KAMA GmbH präsentiert am Gemeinschaftsstand mit Heidelberg und Polar die High-End-Version des Stanz-/Prägeautomaten ProCut 74 F. Die Veredelungsstanze übernimmt das komplette Finishing vom Veredeln mit Heißfolie oder einem Hologramm bis zum passergenaue Blindprägen, Stanzen und Rillen. Akzidenzdrucker wie auch Verpackungsdrucker können die Maschine flexibel einsetzen und auch kleinere Auflagen profitabel weiterverarbeiten und veredeln.

Der entscheidende Vorteil dabei: Das Umrüsten vom Heißfolienprägen zum Stanzen erfolgt nach Angaben von KAMA an der ProCut so schnell wie bei keiner anderen Veredelungsstanze: In weniger als zehn Minuten wird die mobile Heizplatte gegen den Schließrahmen für Stanz-/Rill- und Blindprägwerkzeuge ausgetauscht. Das Umrüsten mit wenigen Handgriffen wird auf der Druck+Form vorgeführt.



Mit zwei separat steuerbaren Folienzügen appliziert die ProCut 74 F raffinierte Heißfolien-Effekte wie Mikrostruktur, Relief oder Flip-Flop auf Grammaturen von 100 bis 1.500 g/m². Die variable Programmierung der Schrittlänge sorgt für optimale Folienausnutzung. Die mobile Heizplatte mit sechs separat regulierbaren Zonen heizt sehr schnell auf und

Mikrostruktur, Relief oder Flip-Flop: Der Stanz-/Prägeautomat KAMA ProCut 74 F veredelt Akzidenzen und Verpackungen mit Heißfolieneffekten aller Art.

arbeitet energiesparend. Die Leistung der ProCut 74 F beim Stanzen, Rillen und Blindprägen beträgt 5.000 Bogen pro Stunde.

► www.kama.info

Jorg Graphische Produkte

INDIGO DIGITALDRUCKMASCHINE IN LAUFENDER PRODUKTION

Auf der diesjährigen Druck+Form in Sinsheim wird sich die Jorg Graphische Produkte GmbH aus Dortmund ganz dem Thema »Professioneller Digitaldruck in Offsetqualität« widmen. Auf dem Messestand werden daher eine gebrauchte, wartungsgepflegte HP Indigo Digitadruckmaschine in laufender Produktion sowie die eigenentwickelte Workflow Lösung »Jorg Production.Suite | Indigo.Edition« zur Ansteuerung älterer HP Indigos gezeigt. Das fachinteressierte Publikum hat während der Messe die Möglichkeit, diese Maschinenteknologie live zu erleben und die Vorteile für sich zu erkennen. Darüber hinaus steht das Jorg-Team allen Fragen zu diesem Thema Rede und Antwort.

► www.hp-indigo.de



Primera Technology

MIT KOMBIANGEBOT DEN ETIKETTEN-MARKT EROBERN

Bestehend aus der Rollendigitaldruckmaschine CX 1200e und dem Finisher FX 1200e, wird die komplette Produktionsstraße auf der Druck+Form zu sehen sein. Anwender, vor allem Druckereien und Unternehmen, die Label für ihre Produkte in Eigenregie herstellen, können damit Aufträge über mehrere zehntausend Etiketten weitgehend automatisiert bearbeiten.

»Natürlich lassen sich aber auch kleinere Auflagen produzieren – etwa für Konfektionen zu besonderen Anlässen oder wenn ein Kunde einen speziellen Wunsch hat«, ergänzt Primera-Geschäftsführer Andreas Hoffmann.

Der CX 1200e bedient sich des digitalen Laserdruckverfahrens und bedruckt abhängig von der gewünschten Qualität bis zu 5 m/min. Die hohe Auflösung mit bis zu 2.400 dpi garantiert feine Abstufungen sowie scharfe Text- und Grafikeinstellungen. Für niedrige Kosten sorgt die sparsame Arbeitsweise der Tonerpatronen, die über eine Kapazität für 4.600 m bei 216 mm Webbreite verfügen (ermittelt bei 20% Tonerdichte). Die Digitaldruckmaschine rollt die Etiketten gleich mit der richtigen Spannung auf, so dass der Anwender keine Mühe hat, diese anschließend in den Finisher FX 1200e einzuspannen.

➤ www.primera.eu

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland

INFORMATIONSPLATTFORM FÜR KLEIN- UND MITTELBETRIEBE

Es werden die Möglichkeiten und Vorteile der Kombination von Digital- und Offsetdruck aufgezeigt. Gegenüber dem Heidelberg-Stand präsentiert Ricoh die Digitaldrucklösungen live. Seit Ende Februar 2011 besteht zwischen Ricoh und Heidelberg eine strategische Kooperation. Die Zusammenarbeit unterstützt die Druckereien darin, das Kerngeschäft im Offset-Druck zu ergänzen und mit Ricohs führender Digitaldruck-Technologie flexible Lösungen anzubieten, um so das eigene Angebot abzurunden.

Weiterhin gibt es auf dem Heidelberg-Messestand Informationen zum Druckerei-Workflow Prinect, den Heidelberg Verbrauchsmaterialien Saphira und den Leistungen des Systemservice. Vertriebsmitarbeiter sowie Experten aus



Heidelberg informiert auf der Messe Druck+Form in Sinsheim über die flexiblen Möglichkeiten einer technologieübergreifenden Druckproduktion, die Offset- und Digitaldruck kombiniert.

dem Produktmanagement stehen Interessenten für Fragen zur Verfügung. Darüber hinaus präsentieren auf dem Heidelberg-Stand die Partner Polar ein Schneidsystem L-R-92-L und eine Schneidmaschine 66 X sowie KAMA eine ProCut74.

➤ www.heidelberg.com

Ricoh in Sinsheim

VARIABLER DATENDRUCK IM FOKUS

Auf der Druck+Form 2011 stellt Ricoh seine Neuheiten für den digitalen Produktionsdruck vor. Mit Lösungen für variablen Datendruck, Druckmanagement, Web-to-Print und professionelle Endverarbeitung zeigt der Anbieter sein breites Portfolio für die grafische Industrie. Ein Highlight des Messeauftritts sind die Drucksysteme der neuen Pro C751EX-Serie für den Produktionsdruck in kleinen Auflagen.



Ricohs neue Systeme Pro C751EX, Pro C651EX und Pro C751 erweitern Ricohs Portfolio für den kleinauflagen Produktionsdruck.

Um sich live von den Lösungen zu überzeugen, die Ricoh in Kooperation mit dem Softwareentwickler DirectSmile bietet, können Besucher direkt am Messestand ihre eigene Marketing-Kampagne erstellen, die aus einer personalisierten Website, einer E-Mail und einem Druckprodukt besteht. Zudem wird PrintShop Mail, ein Tool für variablen Datendruck, gezeigt. Damit können Anwender jedes Design mit jeder Datenbank verknüpfen und auf jedem Drucker weltweit ausdrucken.

➤ www.ricoh.de

DRUCK  MARKT
impressions

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

Das erste PDF-Magazin der Branche im Internet.
Alle 14 Tage mit Bildstrecken, Hintergrundartikeln und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

DRUCK  MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Updates optimieren Workflow PRIMERA ERWEITERT EINSATZBEREICH

Mit den weiterentwickelten Software-Modulen PT-Print und PT-Finish erhalten Primera-Anwender neue Werkzeuge, die den Produktionsablauf mit dem CX1200e Rollendigitaldrucker und dem FX1200e Digital-Finisher effizienter als bisher gestalten. Zudem wurde die Steuerungssoftware für den FX1200e überarbeitet.

Viscom in Düsseldorf 2011 SCITEX LX850 IST HPs HIGHLIGHT

HP wird auf der Viscom in Düsseldorf (13. bis 15. Oktober 2011) Produkte aus seinem digitalen Tintenstrahlportfolio im Breit- und Superbreitformat zeigen. Highlights der Produktschau, die auch die Bedeutung der Latexdrucklösungen von HP zeigen, sind der kürzlich eingeführte HP Scitex LX850 und der HP Designjet L25500 Drucker.

Cisco FÜHRT MANAGED PRINT SERVICES VON XEROX EIN

Xerox wird das Druck-Management für 460 Cisco-Standorte weltweit übernehmen. Als Teil der neuen Managed Print Services-Strategie bietet Xerox Cisco kostengünstigere Möglichkeiten, Dokumente zu erstellen und zu verwalten und hilft dem Unternehmen, die Effizienz der Druckumgebung um 20% zu steigern.

Doppelinvestition RAPIDA-VERSTÄRKUNG IM GROSS- UND MITTELFORMAT

Seit einigen Monaten ist eine moderate Belebung in der italienischen Druckindustrie spürbar. Beispiel ist Grafiche Cosentino auf Sizilien. Dort sind zeitgleich eine neue Vierfarben-Rapida 142 und eine Zehnfarben-Geradaeus- beziehungsweise Fünffarben-Wendemaschine Rapida 105 in Produktion gegangen.

InfoPrint Solutions

VERBESSERUNGEN BEI INFO- PRINT 5000 DRUCKSYSTEMEN

InfoPrint Solutions stellte zur Graph Expo (11. bis 14. September in Chicago) weitere Modelle der InfoPrint 5000-Familie vor. Die modulare InfoPrint 5000-Familie besteht aus drei Plattformen, die mit einer Vielzahl von Farb-, Schwarz-Weiß- und MICR-Lösungen konfiguriert werden können, um den wachsenden Anforderungen beim Druck von Transaktions- und Geschäftsdokumenten, beim Buchdruck und dem Druck von Direktmailings zu entsprechen.

Das Drucksystem InfoPrint 5000 VP, ein neues Schwarz-Weißsystem mit MICR On-Demand-Konfiguration, sowie erweiterte Druckmedienunterstützung verarbeitet bis zu 220 Meter beziehungsweise 150 Drucke pro Minute und richtet sich damit vor allem an Unternehmen mit hohem Druckvolumen und engen Terminvorgaben.

➤ www.infoprint.com

Neu von Herma

HAFTMATERIAL FÜR LASER- AKTIVIERBARE ETIKETTEN

Herma LAM (Laser-aktivierbares Material Sorte 920) heißt ein neues Haftmaterial zur Beschriftung mit CO₂-Lasern. Es ist geeignet für Etiketten, die unter staubigen Produktionsbedingungen verwendet werden. Eine Schutzbeschichtung sorgt für einen wisch- und kratzfesten Eindruck. Der gebündelte Lichtstrahl bewirkt in dem Spezialmaterial einen schwarzen Farbumschlag. Das Schriftbild, das der Laser darauf

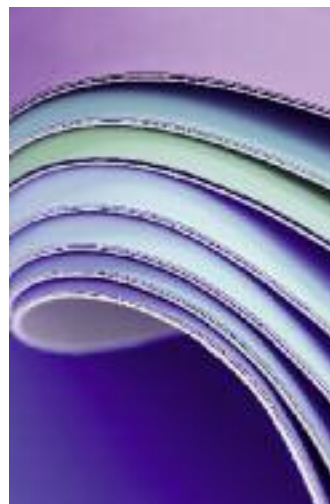


»schreibt«, ist gestochen scharf. So ist eine hohe Randschärfe auch bei kleinen Schriftgraden gewährleistet und eine gleichbleibende Kennzeichnungsqualität. Weil der Laser keine Schicht verbrennt, entstehen weder Dampf, verwischbare Spaltprodukte oder Beschädigungen des Etiketts.

Eines für alle

ALLROUND-DRUCKTUCH EUROBLANKET 502 VON DC DRUCKCHEMIE

Selbst für anspruchsvolle Druckaufgaben ist das neue DC Euroblanket 502 von DC DruckChemie die erste Wahl im Bogenoffset: Mit einer feinstgeschliffenen Oberfläche eignet sich dieses Allround-Drucktuch für alle Papierqualitäten wie unge-



Eines für alles: Das neue Allrounder-Drucktuch DC Euroblanket 502 von DC DruckChemie für den Bogenoffsetdruck.

strichene, mattgestrichene und gestrichene Papiere im hochwertigen Akzidenz- und Verpackungsdruck, dem Metalldruck und Hybridanwendungen. Auch bei hohen Ma-

schinengeschwindigkeiten von 18.000 U/h garantiert das Drucktuch eine schnelle Papierfreigabe und minimiert unwirtschaftliche Stillstandszeiten. Das DC Euroblanket 502 wird nach individuellen Kundenvorgaben in der hauseigenen Konfektionierung konfektioniert sowie veredelt und erfüllt so die individuellen Ansprüche jedes Druckunternehmens.

Das neue DC Euroblanket 502 von DC DruckChemie mit einer Nominalstärke von 1,95 mm lässt sich einfach auf jeden Zylinder – auch solche mit kleinem Umfang – montieren. Dank seiner hohen Resistenz gegen Kantenmarkierungen bietet es eine lange Lebensdauer. Auch die Spezialgewebesstruktur seiner hochstabilen, mehrfach kalandrierten Karkasse und eine zusätzliche neuartige Elastomerschicht, die dem Drucktuch eine hervorragende mechanische Widerstandsfähigkeit verleihen, tragen zu deutlich verlängerten Standzeiten bei.

➤ www.druckchemie.com



Neue Fedrigoni-Naturpapiere ARCOPRINT MILK UND EDIZIONI 1.5

Fedrigoni bringt mit dem neuen Visualbook Arcoprint zwei neue Naturpapiere auf den Markt: Arcoprint Edizioni 1.5 und Arcoprint Milk. Das Musterbuch, das von Leonardo Sonnoli (Tassinari/Vetta) gestaltet wurde, enthält neben den neuen Papieren die bereits bekannten Qualitäten Arcoprint Edizioni 1.3 und 1.7. In bunten Farben und Formen werden die verschiedenen Volumenpapiere präsentiert. Die



hochqualitativen Papiere der Arcoprint Edizioni Kollektion wurden ursprünglich für die Verlagsbranche entwickelt, eignen sich aber auch für eine Vielzahl anderer Druckprojekte. Die ungestrichenen Papiere haben eine matte und homogene Oberfläche und enthalten einen kleinen Anteil CTMP Zellstoff (Chemico-Thermomechanical Pulp; außer Arcoprint Edizioni 1.3), wodurch sie ein höheres Volumen und eine bessere Opazität besitzen. Arcoprint Milk setzt sich mit einem weißen »Milchton« von den anderen traditionellen cremefarbenen Papieren der Arcoprint-Range ab und bietet damit eine moderne Alternative. Beide Qualitäten sind in den Formaten 64 x 88 cm und 70 x 100 cm erhältlich. Arcoprint Edizioni 1.5 ist in den Grammaturen 80, 90 und 100 g/m² verfügbar; Arcoprint Milk in 70, 85, 100 und 300 g/m². Alle Arcoprint-Papiere sind aus ECF-Zellstoff hergestellt und FSC-zertifiziert.

➤ www.fedrigoni.de

Umfangreiche Investitionen EDELMANN WÄCHST MIT PACKUNGSBEILAGEN

Die Edelmann Gruppe weitet ihre Kapazitäten für die Produktion von Packungsbeilagen aus. Umfangreiche Investitionen in modernste Falzanlagen zur Herstellung komplexer Packungsbeilagen an den drei Leaflet-Standorten in Deutschland und Polen sind nicht nur eine Reaktion auf die neuen gesetzlichen Auflagen. »Wir sehen sie als einen wichtigen Schritt auf dem Weg zu Europas Top 5 Systemlieferanten für Verpackungslösungen«,



Mit dem Aufrüsten ihrer Packungsbeilagen-Standorte hat die Edelmann Gruppe ihre Jahreskapazität der Leaflet-Produktion auf rund 1,5 Mrd. gesteigert. Damit gehört das Unternehmen zu Deutschlands führenden Herstellern von Packungsbeilagen.

sagt Dierk Schröder, Geschäftsführer der Edelmann Gruppe. Die jüngsten EU-Vorgaben zur besseren Lesbarkeit von Packungsbeilagen haben insbesondere die Produktion pharmazeutischer Leaflets komplexer werden lassen. Die Umsetzung der sogenannten »Readability Guideline« geht einher mit 30% mehr Platzbedarf der Texte. Damit wachsen auch die Formate der Packungsbeilagen, die sich mit herkömmlichen Verfahren und Falzschemen nicht mehr konfektionieren lassen. »Hier sind Lösungsanbieter gefragt, die bei Outserts und Inserts im System mit Faltschachteln völlig neue Ansätze liefern«, sagt Schröder.

➤ www.edelmann.de

Heilbronner Stimme

KOMPLETTIERT MIT MULTISERTDRUM UND EASYSERT VON FERAG

Der Pressedruck des Hauses Heilbronner Stimme produziert an sechs Wochentagen drei Kaufzeitungen, außerdem die Gratiszeitung Echo, die sonntags und mittwochs erscheint. Weitere Blätter im Voll- und Halbformat mit wöchentlicher, vierzehntäglicher und monatlicher Erscheinung ergänzen die Fertigungspalette. Auch bedient der



Der Generationswechsel zu einer MSD-Linie bringt eine höhere Nettoleistung und kürzere Produktionszeit.

Pressedruck den Direktverarbeitungsmarkt. Was vorher mit zwei Einstecktrommeln ETR ausgeführt wurde, geschieht seit einigen Monaten mit einer Einstecktrommel aus der Typenfamilie MultiSertDrum (MSD). An die 100.000 Exemplare der Tagespresse werden auf dieser einen Einstecklinie komplettiert. Abgesehen von einer Steigerung der Auflagenmenge gegenüber vergangener Jahre ist vor allem die Nettoleistung der MSD-Linie gegenüber vorher beachtlich höher. Der Generationswechsel macht sich in kürzerer Produktionszeit und in kostenwirksamer Personaleinsparung bemerkbar. Und die neue Einstecklinie EasySert verfügt über 14 JetFeeder. Damit werden zwecks Direktverteilung an rund 230.000 regionale Haushalte Prospekte und Zettel in einem vierseitigen Mantelprodukt zusammen-

getragen und eingesteckt. Vor etwa fünf Jahren ist der Direktverarbeitungsmarkt aufgebaut worden. Die Bildung dieser Werbeverteilenden erfolgte vor der Inbetriebnahme der Einstecklinie EasySert noch manuell.

Die meisten dieser Beilagen in unterschiedlichen Dicken und Formaten lassen sich über die bewährten



Die Einstecklinie EasySert gewährleistet die wirtschaftliche Fertigung der äußerst starken Regionalisierung der Direktwerbung.

Universalanleger JetFeeder einlegen. Ein weiterer großer Vorteil ist der, dass die vier Kreuzleger MultiStack sowohl von der Einstecktrommel MSD als auch vom Einstecksystem EasySert via LineMaster angesteuert und flexibel genutzt werden können. Damit ist die wirtschaftliche Fertigung bei äußerst starker Regionalisierung von Kauf- und Gratiszeitungen sowie der Direktwerbung gewährleistet.

➤ www.ferag.com



Umweltmanagement in der Druckindustrie

MEHRWEGPUTZTÜCHER ALS UMWELTORIENTIERTER SERVICE

Wer wirtschaftlich produzieren will, dem stellt sich früher oder später die Frage, ob er mit seiner Produktion auch ökologisch auf der richtigen Seite steht. Denn zu den Unternehmensgrundsätzen sollte ein bewusster Umgang mit Wasser, Luft und Energie gehören und ein wirksames Konzept zur Ressourcenschonung und Abfallvermeidung. Das hierfür notwendige Fachwissen ist in vielen Betrieben allerdings nur in Ansätzen vorhanden. Da kann die Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister beachtliche Vorteile bringen, wenn dieser auf diese Herausforderungen auch die richtigen Lösungen anzubieten hat. Als externer Partner, der eine derartige Aufgabe übernehmen kann, bietet sich das Service-Unternehmen MEWA an.

Mit seinem Textil-Management und dem wiederverwendbaren Putztuch im Full-Service-System wird eine Dienstleistung angeboten, die zur Abfallvermeidung beiträgt. Denn Mehrwegputztücher sind nach Aussage von MEWA vorteilhafter als teure Einwegtücher und für sich genommen bereits eine umweltorientierte Dienstleistung. Die Tücher können vielfach gewaschen und wieder verwendet werden, wogegen Papiertücher oder textile Lap-

pen nach einmaliger Benutzung im Abfall landen. Werden Mehrwegputztücher zusätzlich auf der Basis eines strategischen Umweltmanagements nach ISO 14001 eingesetzt, resultiert daraus ein Unternehmenskonzept, das Kunden und der Umwelt nützt. Das überzeugende Mehrwegsystem hilft zudem, den Workflow zu verbessern, denn



überall dort, wo Maschinen und Anlagen regelmäßig gereinigt oder Oberflächenbehandlungen durchgeführt werden müssen, garantiert der Einsatz von Mehrwegputztüchern einen Systemgewinn. Das nach DIN EN ISO 9001 und 14001 erst kürzlich rezertifizierte Mehrwegsystem funktioniert nach dem Service-Prinzip »Bringen, Abholen, Waschen und Wiederanliefern«. Es minimiert den Zeitaufwand für Beschaffung, Lagerhaltung und Logistik, bindet kein Kapital und schafft gleichzeitig echte Kostentransparenz.

➤ www.mewa.ch



Industrielle Reinigungstücher von MEWA sind im Servicesystem erhältlich. Das bedeutet: Um Bringen, Holen, Waschen und Ersetzen kümmert sich der Textildienstleister MEWA.



Putztücher im Servicesystem sind eine saubere und bewährte Lösung. Im Unterschied zum Einweg-Material landen textile Reinigungstücher nach Gebrauch nicht auf dem Müll, sondern werden gewaschen und wiederverwendet.

Gemeinschaftsprojekt ERSTE KOMPOSTIERBARE BONBONVERPACKUNGEN

Der nachhaltige und zukunftsfähige Umgang mit Ressourcen nimmt weltweit eine immer größere Bedeutung ein. Das gilt auch für die Verpackungsindustrie. Produkte sollen effizient und gleichzeitig nachhaltig sein. Gerade in letzter Zeit hat die Zulieferindustrie viele biologisch abbaubare Komponenten für Verpackungen vorgestellt. Nun wurde in einem Gemeinschaftsprojekt von Innovia Films, BASF SE, DFTA und Flint Group eine kompostierbare Bonbonverpackung hergestellt. Der Verpackung liegt ein Layout von Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG zugrunde.

BASF stellte für das Projekt den neu entwickelten und komplett kompostierbaren Kaschierklebstoff Epotal ECO zu Verfügung, welcher von DIN CERTCO zertifiziert ist. Ebenfalls kompostierbar sind die von Innovia Films gelieferten NatureFlex™ Kaschier- und Wicklerfolien für die Beutel und Bonboneinwickler. Gedruckt wurde im Stuttgarter Technologiezentrum des Flexodruckfachverbandes DFTA mit Druckfarben und Druckplatten von Flint Group. Dabei wurde die harte Flexodruckplatte nyloflex ACE Digital eingesetzt, die optimal für den Druck von flexiblen und aseptischen Verpackungen geeignet ist. Die für das Projekt verwendete Druckfarbe FlexiPrint MV ist schwermetallfrei und ebenfalls für die Kompostierung geeignet. Mit dem TAA- und phthalatfreien Farbsystem werden eine hohe Farbstärke und ein guter Glanz erzielt. Die neue Bonbonverpackung wurde inzwischen mit großem Erfolg bei verschiedenen Messen und Veranstaltungen verteilt.

➤ www.flintgrp.com

EasyPal-Paletten aus Papier NEUES PALETTEN-KONZEPT DER FABER HALBERTSMA GRUPPE

Die Faber Halbertsma Gruppe, der größte Paletten-Hersteller und der zweitgrößte Paletten-Pooler in Europa, stellt ein innovatives neues Paletten-Konzept vor: EasyPal. In seinem Werk in Goch am Niederrhein produziert der Marktführer mit seiner Tochterfirma EasyPal GmbH die ökologisch und ökonomisch vorteilhaften Paletten aus Papier als erstes Unternehmen im großen Maßstab.



EasyPal-Paletten werden vollständig aus Recycling-Papier gefertigt und können ihrerseits nach Gebrauch wieder vollständig recycelt werden. Das schont Ressourcen. Ebenfalls gut für die Ökobilanz: EasyPal-Paletten aus Papier sind viel leichter als Paletten aus anderen Materialien. Ihr Einsatz senkt den Treibstoffverbrauch erheblich – sowohl für den Transport der Paletten zum Lieferanten als auch vom Lieferanten zum Endverbraucher. Dabei sind die EasyPal-Paletten durch ihre ausgefeilte Konstruktion genauso stabil wie Holzpaletten. Die EasyPal-Paletten können zudem in jeder Farbe und mit jedem Aufdruck geliefert werden. Sie werden damit nicht nur zu Lasten- sondern auch ganz einfach zu Werbeträgern. Sie kommen ohne Nägel oder Splitter aus, die das Transportgut beschädigen oder für Verletzungsgefahr sorgen könnten.

➤ www.easypal.eu



Ungebrochener Boom bei Fotobüchern

Fotobücher hatten in den letzten Jahren in vielen Ländern starke Zuwachsraten. Das Gestalten attraktiver Fotobücher am Computer ist einfacher denn je. Hochzeit und Urlaub sind die häufigsten Themen. 2010 wurden in den USA schätzungsweise über 20 Millionen Fotobücher verkauft, in Europa war die Zahl nur wenig geringer. Und der Boom hält an.

Die Zuwachsraten sind zwar nicht mehr so hoch wie in den ersten Jahren, aber weiterhin zweistellig. Bei Albumprinter, dem niederländischen Fotobuch-Produzenten, der europaweit als erster Fotobücher über das Internet anbot, stieg der Umsatz von 2003 bis 2007 um gigantische 22.000% und auch 2010 wurde immer noch ein Plus von 35% erzielt.



Schöne Erinnerungen in Fotobüchern erfreuen die Menschen.

HALTBARE BUCHBINDUNG FÜR HOHE LEBENSDAUER Einwandfreier Digitaldruck und solide Bindung sorgen dafür, dass Fotobücher viele Jahre lang Freude bereiten. Um die wachsende Nachfrage wirtschaftlich zu bedienen, entwickelte Müller Martini Buchtechnologie die Fotobuchlinie Diamant MC Digital. Sie basiert auf der Buchlinie Diamant MC, mit der täglich weltweit viele Millionen Hardcover hergestellt werden.

Die Diamant MC Digital passt sich an gewisse Buchdickenänderungen selbst an, bei größeren Änderungen stellt sie sich selbsttätig um – ohne dass dazu die Produktion stoppen muss. Die Herausforderung unterschiedlich starker Buchdicken ist somit gelöst: Fotobuch-Produktionen, bei denen jedes Buch individuell dick ist, können effizient hergestellt werden. Die industrielle Produktion von Fotobüchern ist damit Realität geworden.

PRODUKTIONSTESTS BEGEISTERTEN Albumprinter in Holland, Hersteller der Albelli-Fotobücher, produziert seit Anfang 2010 seine Hardcover-Fotobücher auf der Diamant MC Digital. Schon genauso lange verlässt sich ein großer amerikanischer Fotobuch-Hersteller auf die Diamant MC Digital. Beide

waren nach Produktionstests mit ihren eigenen Materialien von Anfang an überzeugt von der Leistungsfähigkeit der Diamant MC Digital.

Eine ganze Reihe von Fotobuchherstellern hat die Praxistauglichkeit der Diamant MC Digital inzwischen getestet. Poster XXL in München produziert seine Fotobücher mit der Diamant MC Hybrid. Diese Maschine vereint alle Möglichkeiten der klassischen Diamant MC mit denen der Diamant MC Digital. Sie ist gleichermaßen für Verlags- und Fotobuchproduktionen geeignet und stellt auch Bücher mit gerundetem Rücken her. Die Digital Print Group in Nürnberg, die neben Fotobüchern auch Kleinauflagen von Verlagsprodukten herstellt, verlässt sich ebenfalls auf die universelle Diamant MC Hybrid.

In Nordamerika sind Jahrbücher sehr beliebt. Dort vertrauen zahlreiche

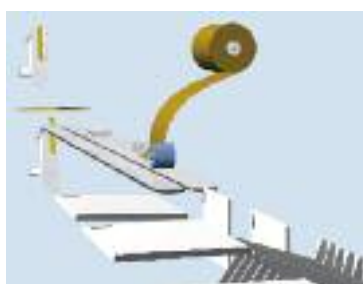


Der variable Deckenanleger bringt vor allem bei Kleinauflagen einen großen Vorteil.

Buchhersteller auf die Diamant MC Digital. Tag für Tag produzieren sie mit dieser Maschine viele Fotobücher. Auch nach Fernost wurden die ersten Diamant MC Digital zur Produktion von Fotobüchern geliefert. Sie ist weltweit die erste Wahl um Buchblocks und Decken von Fotobüchern wirtschaftlich und in bester Qualität zu verbinden.

FOTOBÜCHER BIETEN VIELFÄLTIGE MÖGLICHKEITEN und sind beliebte Geschenke. Sie sind schöne Erinnerungen an besondere Ereignisse und besondere Menschen. Nicht nur Bilder können in die Fotobücher eingefügt werden, sondern auch Texte. So können selbst geschriebene Gedichte, Kurzgeschichten oder auch Zeichnungen in einem Fotobuch selbstverlegt werden. Für das Fotobuch ergeben sich dadurch vielfältige Möglichkeiten. Wenn es professionell produziert wird, hat es für die verschiedensten Anwendungen eine glänzende Zukunft.

➤ www.mullermartini.com



Während im Hintergrund noch der bisherige, dünnere Buchblock (gelber Vorsatz) eingehängt wird, hat sich die Kapitalstation schon umgestellt, und es werden bereits dickere Buchblocks (weißer Vorsatz) in die Buchlinie Diamant MC Digital eingeführt.



Neues von Planatol Coating NEUE THERMOBINDESTREIFEN FÜR PLANAX COPY BINDER 5

Für das Klebebindesystem Planax Copy Binder 5 brachte die Planatol Coating, Tochter der Planatol Gruppe mit Sitz in Rohrdorf bei Rosenheim, im September die neuen Thermobindestreifen Planax Strips auf den Markt. Die Klebestreifen aus Leinen dienen als Binderücken und verfügen über eine neuartige Klebstoffbeschichtung, die beste Haltbarkeit auch bei schwierigen Papieren gewährleistet.



»Die Planax Strips werden in einer Verpackung, die einen hohen Anwendungskomfort bietet, ausgeliefert. Sie haben eine hochwertige Optik und lassen sich optimal verarbeiten. Die Eigenschaften des Klebstoffes sorgen für eine sehr gute Bindequalität, auch bei gestrichenen Papieren. Der Buchrücken ist präzise und das Aufschlageverhalten »lay-flat« für optimalen Lesekomfort, erklärt Florian Obst, zuständig für den Vertrieb bei der Planatol Coating GmbH.

Der Copy Binder 5 eignet sich aufgrund seines kompakten Designs, der günstigen Betriebskosten und der schnellen, präzisen und einfachen Verarbeitung für das professionelle Binden von Einzeldokumenten oder Kleinauflagen in Büros, Verwaltungen etc.

»Testbindungen unserer Fachhändler bestätigen die herausragenden Eigenschaften der neuartigen Streifen«, sagt Florian Obst, zuständig für den Vertrieb bei der Planatol Coating GmbH.

Unter dem Slogan »Auf die Bindung kommt es an« wurde nicht nur in die Entwicklung der Planax Strips investiert, sondern auch der Markenauftritt der Planax-Serie neu gestaltet. > www.planatol.de

Frankfurter Buchmesse 2011 HP »DIGITALLY PRINTED BOOK STORE«

HP wird auf seinem Stand auf der Frankfurter Buchmesse 2011 (12. bis 16. Oktober 2011) unter dem Motto »Digitally Printed Book Store« die Vorteile des digitalen Buchdrucks präsentieren. In diesem »Digitally Printed Book Store« simuliert HP eine Einzelhandelsumgebung und zeigt dabei ein großes Spektrum digital im Farb- oder Schwarz-Weiß-Druck produzierter Bücher. Mit Drucktechnik von HP Indigo



und HP Inkjet High-Speed Printing Solutions (IHPS) demonstriert HP, wie Verlage und Druckereien die Vorteile der hohen Qualität und Geschwindigkeiten und des kostengünstigen Digitaldrucks in flexiblen Auflagen nutzen.

Personalisierte, interaktive Kinderbücher lassen sich sehr leicht mit intuitiven Web-to-Print-Oberflächen, bei denen Text- und Bildinhalte vom Kunden gestaltet sind, herstellen. Beispiele für diese Art innovativer Veröffentlichungen von HP Digitaldruckanwendern werden im »Digitally Printed Book Store« ausgestellt. Zusätzlich sind auf dem HP Stand auch eine Reihe von Demoplätzen mit Videopräsentationen führender Buchdrucker wie CPI Group, Rotolito Lombarda und Prime Group zu sehen.

> www.hp.com

SigmaTrimmer als Solo-Version DREI-SEITEN-BESCHNITT MIT ZERO MAKE READY

Ohne Umrüsten und damit ohne Unterbruch verschiedenste Formate und Buchdicken bis hinunter zu Auflage 1 mit 1.000 Takten pro Stunde schneiden – möglich macht dies der SigmaTrimmer von Müller Martini, der neu auch als Solo-Maschine eingesetzt werden kann. Müller Martini macht sich die einzigartige Digital-Solutions-Technologie der SigmaLine als erste vollintegrierte und industrielle Ge-



weil beim SigmaTrimmer die Messer fix montiert sind, können Bücher verschiedenster Formate, Größen und Auflagen mit bis zu 1.000 Takten pro Stunde ohne Unterbrechung (zero make ready) geschnitten werden.

samtlösung für die digitale Buchproduktion zunutzen und ermöglicht grafischen Betrieben mit der neuen Offline-Lösung des SigmaTrimmer-Dreischneiders flexible Anwendungsmöglichkeiten. Das Endformat wird für jedes Buch individuell über einen Barcode-Scanner im Einlauf eingelesen, und alle Einstellungen werden automatisch vorgenommen. Präsentiert wurde die Solo-Version des SigmaTrimmers vom 11. bis 14. September 2011 auf der Graph Expo in Chicago.

Canon Plattform verbessert IMAGERUNNER ADVANCE MIT CLOUD-KONNEKTIVITÄT

Canon hat seine imageRunner Advance Imaging-Plattform erweitert, um den Anwendern erstmals einen direkten Zugang zu Cloud-Dienstleistungen zu ermöglichen. Die neue Funktionspalette erweitert die leistungsstarken Konnektivitäts- und Integrationsmöglichkeiten der neuesten Canon Imaging-Plattform in die Bürosysteme und Workflows der Kunden und schafft damit die perfekte digitale Büroumgebung. Die imageRunner Advance Cloud Connect genannte Erweiterung ermöglicht Unternehmen, Prozesse zu rationalisieren und das Potenzial bisheriger Druck- und IT-Investitionen auszuschöpfen, indem Papierdokumente von ihrem MFP aus ohne Einsatz eines PC gescannt und in Microsoft SharePoint Online oder Google Docs gespeichert werden. Die gespeicherten Daten können gleichzeitig von mehreren Nutzern ungeachtet ihres Standorts auf verschiedenen Plattformen wie PC, Mobilgerät oder Smartphone abgerufen oder direkt vom imageRunner Advance System aus gedruckt werden.

Die Verbesserung der imageRunner Advance MFP-Serie lässt sich einfach einrichten und kann mit dem Content Delivery System (CDS) in wenigen Sekunden installiert werden. Ermöglicht wird diese benutzerfreundliche Funktionalität durch »MEAP« (Multifunctional Embedded Application Platform), die leistungsstarke und offene JAVA-basierte Entwicklungsplattform von Canon. imageRunner Advance Cloud Connect wird für neue und bisherige Kunden auf allen imageRunner Advance Modellen in der Schweiz erhältlich sein.

> <http://de.canon.ch>



Nach der Rolle nun auch der Bogen

Nach Inbetriebnahme der 16-Seiten-Akzidenzrolle KBA C16 im Jahr 2010 hat bei Schaffrath in Geldern auch die Rapida-Ära im Bogenoffset begonnen. Vor ein paar Jahren noch fiel die Entscheidung zugunsten eines Wettbewerbers. Bei der jüngsten Investition hat aber die Technik der Rapida 106 überzeugt.

Die Wurzeln von Schaffrath gehen bis ins Jahr 1743 zurück. Heute erwirtschaften rund 300 Mitarbeiter einen Jahresumsatz von 44 Mio. €. 1995 wurde zusätzlich zum klassischen Druckgeschäft die L.N. Schaffrath DigitalMedien GmbH gegründet. Aufträge werden firmenübergreifend akquiriert. So entstehen neben Zeitschriften- und Katalogproduktionen auf Papier klassische Websites, Apps, mobile Websites für das Smartphone und vieles mehr.



Das moderne Schaffrath-Druckzentrum in Geldern mit insgesamt zwölf Hallen.

Für Schaffrath-Kunden hat diese Konzentration viele Vorteile, denn häufig wird aus einem Datenbestand heraus gedruckt und elektronisch publiziert. Ohne doppelte Datenpflege. Während beispielsweise das

»Deutsche Ärzteblatt« in einer Auflage von 440.000 Exemplaren produziert wird, erfolgt der Zugriff auf die Stellenanzeigen im Web bis zu 1 Mio. Mal. Schaffrath ist auf die Herstellung von Fach- und Publikumszeitschriften, Informationsschriften für Verbände und Kataloge spezialisiert. Effiziente Prozesse und modernste Technik garantieren die wirtschaftliche Produktion dieser Medien: Neben der C16 produziert eine 48- und eine weitere 16-Seiten-Rotation. Daneben wurde vor knapp einem Jahr eine neue Versandstraße von Sitma installiert – deutschlandweit dürfte es auf diesem Gebiet nichts Effektiveres geben. Jahr für Jahr werden etwa 25.500 t Papier verdruckt sowie 45 Mio. Klebbindungen, 55 Mio. Heftungen und 55 Mio. Adressierungen ausgeführt.

LACKAUSSTATTUNG FÜR MEHR FLEXIBILITÄT Mit der neuen KBA Rapida 106-Fünffarbenanlage druckt im Schaffrath-Bogenbereich erstmals eine Maschine mit Lackturm. Daneben ist eine Mittelformatmaschine mit fünf Farbwerken aus dem Jahr 1997 im Einsatz. Beide drucken hauptsächlich Zulieferungsteile für Rotationsobjekte: Umschläge, Einhefter, Postkarte, Sonderdrucke und vieles mehr.

Bei Zeitschriften-Aufträgen wird derzeit noch häufig auf Lack verzichtet: Wenn lackiert wird, dann sind es vor allem Schutzlackierungen oder solche,

die einen schnelleren Widerdruck oder eine zügigere Weiterverarbeitung ermöglichen. Aufgrund der wirtschaftlichen Situation in der Druckindustrie sollte die neue Maschine jedoch auch für andere Geschäftsfelder einsetzbar sein. Aus diesem Grund entschied sich Schaffrath neben dem Lackturm auch für ein Ausstattungspaket für den Kartonagendruck.

Bei Druckleistung, Farbmess- und Regeltechnik sowie Automatisierung punktete die Rapida 106 besonders. Während die Maschinen der 14.000er-Generation papier- und auflagenbedingt mit knapp unter 10.000 Bogen/h laufen, wird bei der Rapida 106 der 18.000er-Generation schon nach wenigen Wochen eine durchschnittliche Leistung von 14.000 Bogen/h erreicht. Die Inline-Farbbregelung mit QualiTronic Color Control trägt zur Makulaturreduzierung bei. Und Farbschwankungen gehören der Vergangenheit an.

Durch eine automatische Farbversorgung und viele weitere Automatisierungen wie Nonstop-Lösungen, ziehmarkenfreier Anlage DriveTronic SIS, motorisch verstellbarer Saugwalze, LogoTronic-Vernetzung und Dichtemess- und Regelsystem kann die Besetzung der Maschine ohne Abstriche bei Druckleistung und Qualität optimiert werden.

Unter Zugrundelegung von Preis und Leistung errechnet sich für die Rapida 106 unter den Bedingungen bei Schaffrath ein Amortisationszeitraum von 3,5 Jahren. »Das ist ein recht kurzer Zeitraum für Investitionsgüter«, meint Geschäftsführer Dirk Devers. Die normale Amortisationszeit beginnt bei etwa 3,8 Jahren, bei einem Fabrikat wurden rein rechnerisch sogar ca. 4,5 Jahre ermittelt. Dirk Devers: »Inzwischen sind wir überzeugt, dass sich dieser Wert in der Praxis realistisch umsetzen lässt.«

ENGAGEMENT FÜR DIE UMWELT Bei einem Unternehmen mit so hohem Druckvolumen kann das Thema Ökologie nicht ignoriert werden. Bei Schaffrath ist es vielmehr seit Jahrzehnten selbstverständlich. Das Unternehmen ist nach FSC- und PEFC-Standard sowie ProzessStandard Offsetdruck zertifiziert. Für den Rollen- und Bogenoffset wurden die PSO-Zertifikate erst vor Kurzem erneut bestätigt. Die Energie aus den Druckluftheizern der Maschinen wird zur Warmwasserversorgung genutzt. Ebenso trägt sie mit ca. 50% zur Beheizung der 18.000 m² Produktionsfläche bei. Die unvermeidbaren CO₂-Emissionen können auf Wunsch der Auftraggeber durch den Kauf anerkannter Zertifikate in Klimaschutzobjekten kompensiert werden.

➤ www.schaffrath.de

➤ www.kba.com





150 Jahre Wanfried-Druck Kalden

EINE SCHRECKLICH ERFOLGREICHE FAMILIE

Grund zum Feiern gibt es bei der Wanfried-Druck Kalden GmbH im nordhessischen Wanfried: Seit 150 Jahren behauptet sich das Unternehmen erfolgreich auf dem Markt. Immer noch wird es von der Familie Kalden geführt, deren Vorfahre Peter Israel es am 11. April 1861 als Tüten- und Beutelfabrik gegründet hat.



Qualität und Zuverlässigkeit von manroland, wie man sie weltweit kennt: Die älteste Roland 700 bei Wanfried-Druck Kalden hat 500 Millionen Bogen gedruckt.

Pioniergeist war in Wanfried immer schon zu Hause: Bereits 1911, vor hundert Jahren, wurde hier Deutschlands erste Offsetdruckmaschine aufgestellt, ein englisches Modell. 1973 folgte die erste UV-Trocknungsmaschine des Landes. Auch jetzt blickt man zuversichtlich nach vorn. »Wir planen die Investition in eine neue manroland-Anlage, um unsere Kapazitäten zu erweitern und den bestehenden Maschinenpark zu entlasten«, sagt Wolf-Arthur Kalden, Geschäftsführer bei Wanfried-Druck Kalden. »Unsere älteste Roland 700 aus dem Jahr 1996 hat mittlerweile 500 Millionen Bogen gedruckt«, fügt Klaus Kalwinsky, bis 1. März 2011 Leiter Produktionsbereich Druck und jetzt Leiter Auftragscontrolling, hinzu. »Diese Rekordzahl ist ein schönes Symbol für die jahrzehntelange, sehr enge und vertrauensvol-

le Zusammenarbeit unserer Unternehmen«, sagt Christian Baumann, Geschäftsführer von Heinrich Baumann Grafisches Centrum in Frankfurt, dem manroland-Vertriebspartner für Hessen.

Derzeit besteht der Druckmaschinenpark aus drei Roland 700-Anlagen, die seit 2007 in einer neuen Produktionshalle auf dem 17.000

m² großen Firmengrundstück arbeiten. Sie produzieren Etiketten und Verpackungen aus Papier und Karton für die Lebensmittel-, Pharma- und Tabakindustrie und den Non-Food-Bereich. Die Kunden kommen aus Deutschland, Frankreich, den Benelux-Ländern, aus Osteuropa und Russland. In den 150 Jahren seines Bestehens hat das

Unternehmen die unterschiedlichsten Entwicklungen erlebt und den Wandel stets positiv gestaltet. Der Weg führte vom Buchdruck über den Steindruck zum modernen Offsetdruckunternehmen, das Zertifizierungen für sein Qualitäts-, Umwelt- und Hygienemanagement vorweisen kann und über eine digitale Vorstufe und eine umfassende Weiterverarbeitung verfügt. Von 2006 bis 2010 gehörte Wanfried-Druck zum Arques-Konzern. Als dieser zu einem Telekommunikationsunternehmen umgebaut wurde, wurde Wanfried-Druck durch Rückkauf wieder zum Familienbetrieb – mit großem Erfolg. »Unsere Auftragsbücher sind voll«, sagt Wolf-Arthur Kalden. »Und mit rund 180 Mitarbeitern sind wir der größte Arbeitgeber am Ort.«

➤ www.manroland.com

Ferag-Technik in Südamerika

NEUER RHYTHMUS IM VERSANDRAUM

»Correio Braziliense«, eine der führenden brasilianischen Tageszeitungen, hat die Produktion im Versandraum mit zwei Paketiersystemen MultiStack optimiert und profitiert von einer höheren Prozesssicherheit und Paketqualität. Gedruckt wird der »Correio Braziliense« mit einer Auflage von 90.000 Exemplaren während der Woche und 110.000 Exemplaren am Wochenende auf einer News-



Zwei MultiStack sorgen beim Correio Braziliense für mehr Prozesssicherheit und eine höhere Qualität der Pakete.

liner-Rotation von Goss. Während die Rotation für den Verlag nach wie vor gute Dienste leistet, bestand im Versandraum dringender Handlungsbedarf, um die in die Jahre gekommene Ausstattung für die Paketerstellung zu erneuern. Ferag konnte sich hier aufgrund der innovativen und flexiblen Technologieplattform des Paketiersystems MultiStack gegenüber dem Wettbewerb durchsetzen. Es erlaubt eine gemischte Produktion von Standard- und Spitzenpaketen über alle Paketausleger hinweg. Darüber hinaus konnte die Paketierlösung der Ferag durch ihre kompakte und robuste Bauweise den Kunden überzeugen.

Beim Correio Braziliense wurden zwei MultiStack in ein bestehendes Bandfördersystem integriert. Damit konnte auch die Qualität der Pakete wesentlich verbessert werden.

➤ www.ferag.com

Horizon

NEUER DREIMESSERAUTOMAT FT-3600

Beim Schneiden stellt die Produktion von Kleinstauflagen bis hin zu Einzelbüchern verschiedener Dicke und Art hintereinander den höchsten Schwierigkeitsgrad dar, weil es keine Chance für Feinkorrekturen gibt. Eine Herausforderung, auf die Horizon eine Antwort hat: den Dreimeßserraumat FT-3600 mit einer Leistung von 60 Takten pro Minute beziehungsweise 3.600 in der Stunde.



Die Vermeidung jeglicher Format-Wechselteile und die damit verbundene Senkung der Rüstzeiten sowie die erstmals bei einem Dreimeßserraumat mögliche On-Demand-Produktion machen den FT-3600 zu einem einzigartigen Maschinentyp. Die Arbeit des Bedieners beschränkt sich auf das Auflegen der Bücher auf das Transportband. Gesteuert durch einen optionalen Barcodeleser und eine Dickenmess-einrichtung, stellt die Maschine die jeweiligen Formate von Block zu Block selbstständig ein. Hat jedes Buch ein anderes Format, ist der Dreiseitenschneider in der Lage, die unterschiedlichen Blocks oder Broschüren in beliebiger Reihenfolge zu verarbeiten. Die Effektivleistung reduziert sich dann auf 50% der Laufgeschwindigkeit. Außerdem können in einem Arbeitsgang Broschüren mit eingeschlagenen, überstehenden Klappen produziert werden.

➤ www.horizon.de



Xerox erweitert Xerox 800/1000 Colour Press

ERWEITERUNGEN BIETEN VERBESSERTE FUNKTIONEN

Xerox erweitert seine Digitaldrucksysteme Xerox 800 und 1000 Colour Press um neue Farbmanagement-Funktionen und Endverarbeitungslösungen. Im Rahmen des Clearly Different Programms unterstützt Xerox Druckdienstleister zudem mit Schulungs- und Marketingmaterialien und hilft ihnen so, ihren Vertrieb zu stärken.

Full Width Array Technologie von Xerox. Mit ihrer Hilfe können Anwender das Farb-Management in Bezug auf Konsistenz und Genauigkeit schnell und einfach umsetzen. Unabhängig vom Substrat erzielen sie immer exakt die gleiche Farbe.

- Buchdruck und -bindung: Mit dem Xerox Perfect Binder können Druckdienstleister qualitativ hoch-



Schon heute erstellen zahlreiche Druckdienstleister weltweit mit der Xerox 800/1000 Colour Press hochwertige Farbdruk-Erzeugnisse wie Marketing- und Werbematerialien oder anspruchsvolle Fotoprodukte. Die bei der Xerox 1000 Colour Press optionale Clear Dry Ink Station ermöglicht es, Bilder, Bildausschnitte oder Textpassagen mit einem Transparent-Toner optisch hervorzuheben und so eine höhere Aufmerksamkeit zu erzielen.

Die Erweiterungen der Modelle Xerox 800/1000 Colour Press bieten folgende Funktionen:

- Automatisierte Sicherung der Farbqualität: Beide Modelle sind die neuesten Farbproduktionsdrucksysteme von Xerox, in die die Automated Color Quality Suite (ACQS) integriert wurde. ACQS ist Teil der

wertige Bücher in Vollfarbe produzieren. Dank der manuellen Zuführereinheit können Anwender auch Innenseiten und Cover einfügen, die auf anderen Systemen erstellt wurden. Die Xerox 800/1000 Colour Press können währenddessen mit der Produktion weiterer Druckwerke fortfahren.

- Vertriebsunterstützung: Mit dem Clearly Different Programm stellt Xerox Anwendern zahlreiche Multimedia-Demos, Trainingsunterlagen, Broschüren und Design-Leitfäden zur Verfügung. So können Druckdienstleister ihre Vertriebssteams besser zu den Möglichkeiten von Clear Dry Ink schulen. Zahlreiche Anwendungsbeispiele geben einen Überblick über das Potenzial der Systeme.

➤ www.xerox.de

Zusammenarbeit veredelt

NEUE FOLIE VON MANROLAND UND UNIVACCO

manroland hat zusammen mit dem niederländischen Folienproduzenten Univac Foils Holland BV eine neuartige Folie entwickelt, die ein hochqualitatives Ergebnis im Zusammenspiel mit Systemkomponenten aus dem printcom-Produktportfolio erzielt.

Gerade bei Kaltfolienapplikationen ist die Kombination aus hoch qualitativen Materialien und Produkten Voraussetzung für eine hochwertige



Jetzt im printcom-Portfolio: die neu entwickelte Kaltfolie von manroland und Univac.

Veredelung. Kleinste Schwankungen in der Qualität einzelner Komponenten können maßgeblichen Einfluss auf das Druck-Ergebnis haben. Um mehr Qualitätssicherheit zu erreichen, hat manroland Pakete mit aufeinander abgestimmten printcom-Systemkomponenten für unterschiedliche Anwendungen kombiniert: Kaltfolie, Drucktücher, adhäsive Druckfarbe, Feuchtmittel, Waschmittel, Farbe und Lack. Die neuentwickelte Kaltfolie von printcom und Univac wird bereits erfolgreich bei ausgewählten Kunden unter Live-Bedingungen eingesetzt. Das Kooperationsabkommen zwischen manroland und Univac umfasst zunächst gemeinsame Entwicklungs- und Vertriebsaktivitäten im Bereich Kaltfolie. Eine zukünftige Ausweitung der Zusammenarbeit in anderen Bereichen ist nicht ausgeschlossen.

➤ www.manroland.com

➤ www.univac.nl

Igepa group

ALTERNATIVE FÜR NACHHALTIGE DRUCKOBJEKTE

Das neue Feinstpapier ›Bagasse‹ von der Igepa group wird aus den natürlichen Rohstoffen Rohrzucker, Leinen und Hanf hergestellt. Der Name des neuen Feinstpapiers kommt nicht von ungefähr, denn als Bagasse werden die faserigen Bestandteile der Zuckerfabrikation aus Zuckerrohr bezeichnet. Das ökologisch wertvolle Papier verleiht Druckobjekten durch seinen natürlichen Charakter eine eigen-



ständige Anmutung in allen gängigen Druckverfahren und ist in der Grammatur 90 g/m² auch für Laser- und Inkjet-Drucker geeignet. Angeboten wird es in den Grammaturen 90, 120, 170, 250 und 320 g/m². Das Feinstpapier bietet eine edle Haptik und ausgezeichnete Bildwiedergabe. Bagasse empfiehlt sich für Veredelungen wie Reliefdruck sowie Blind- und Heißfolienprägungen und hat gute Stanzeigenschaften. Für ein durchgehendes Corporate Design ist das Papier mit den passenden DIN lang-Briefumschlägen erhältlich.

➤ www.igepagroup.com



Drucktechnik und Bindequalität perfektioniert

Zwei HP-Indigo-Digitaldruckmaschinen und zwei Bogenoffsetmaschinen von manroland inklusive Kaltfolienveredelung – eine Sechsfarben und eine Siebenfarben mit Lackwerk. Der Blick in den Drucksaal von Margreff Druck und Medien in Essen beeindruckt. Das erfordert aber auch Weiterverarbeitungskapazitäten – und hier dominieren Horizon-Maschinen.

Margreff Druck und Medien beherrscht den Offset- und Digitaldruck auf hohem Niveau, die Maschinen fertigen Produkte in Spitzenqualität. Dazu kommt eine ausgesprochene Liebe zum technischen Detail – und doch steht die Technik nicht im Mittelpunkt des Selbstverständnisses. Sie ist für Margreff letztlich nur Mittel zum Zweck. Denn das Unternehmen weiß: Der Kunde will mehr als nur exzellente Qualität. Er will vor allem umfassend beraten werden und dadurch immer bestmögliche Lösungen finden.

»Wir wissen, dass jeder Kunde seine Botschaft so effektiv wie möglich transportieren will. Daher verstehen wir es als unsere Aufgabe, ihn darin nach allen Kräften zu unterstützen und zu beraten. Dabei ist es nur billig, aufzuzeigen, dass nicht jede Veredelung zu jeder Botschaft passt. Man sollte nicht jede Möglichkeit nutzen, nur weil man es kann«, erläutert Geschäftsführer **Harald Margreff**.



Wer so spricht, kennt seine Kunden und hat viel Selbstbewusstsein. Tatsächlich will Margreff nicht die einfache und damit austauschbare Druckerei sein, sondern ein zuverlässiger Lösungsanbieter und Medienberater. Die Essener verfügen über das entsprechende Know-how und über erstklassige Technologie in Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung, um – so Harald Margreff – »durch das Zusammenspiel von Maschine, Software und Mitarbeiter Neues entstehen« lassen zu können. Ideen gibt es genug, so sind auch Drucksachen mit variablen Inhalten ein Thema, auf das sich die Essener mit dem Horizon-Sammelhefter StitchLiner 5500 regelrecht spezialisiert haben.

Zu den aktuellen Jobs gehört der Auftrag eines Telefonanbieters, der hohe Anforderungen an die Personalisierung stellt. So sind für seine Kunden individuelle Angebote aus 420 Variablen zu personalisieren. Sie werden mit dem StitchLiner 5500 und seinen beiden VAC-100-Zusammentragtürmen zusammengetragen und zu Broschüren verarbeitet.

SICHERHEIT DURCH BARCODE Dabei hilft auch der Einsatz eines Barcode-Lesesystems, mit dem die Bogen kontrolliert werden können. Das System prüft jeden Bogen und lässt keine Vermischung des Inhaltes zu. Zudem wird jeder Schimmelbogen erkannt. Harald Margreff ist voll des Lobes über den Sammelhefter: »Der StitchLiner 5500 ist eine der besten Anschaffungen, die ich in den vergangenen Jahren gemacht habe. Die Maschine arbeitet absolut sicher, was gerade bei diesem Auftrag äußerst wichtig ist.«



Horizon-Maschinen in platzsparender, arbeitseffizienter Anordnung: (von links) Dreiseitenschneider HT-30, Klebebinder BQ-470 PUR-D und das Hardcover-Bindesystem HCB-2.

Ein weiteres Highlight glänzt nebenan: Der Vier-Zangen-Klebebinder BQ-470-PUR-D wird vorwiegend für die Hardcoverproduktion eingesetzt. »D« steht für das Q-JET-Düsensystem. In Kombination mit der Verschmelzeinheit für 2-kg-Gebinde verfügt Margreff über eine Lösung für effektiven Klebstoffverbrauch und hohe Wirtschaftlichkeit. Margreff: »Der Trend zu mittleren, kleinen und kleinsten Auflagen wird immer größer, deswegen ist das 2-Kilogramm-Gebinde optimal für uns: Erstens wird deutlich weniger Klebstoff aufgeschmolzen als beim nächstgrößeren 20-Kilogramm-Gebinde und zweitens können wir Klebstoffreste reduzieren. Im Ergebnis senken wir die Kosten jedes einzelnen Auftrags auch bei On-Demand-Produktionen erheblich.« Der vollautomatische Horizon-Dreiseitenschneider HT-30 wird offline zum dreiseitigen Beschneiden klebegebundener Bücher im kleineren Auflagenbereich eingesetzt. Der Schneideroboter schneidet dabei bis zu zehn Bücher mit einem Messer an drei Seiten.

Einfache Handhabung, kurze Rüstzeiten, hohe Qualität – dafür stehen auch zwei weitere Horizon-Maschinen in der Weiterverarbeitung. Das Hardcover-Bindesystem HCB-2 ist zugleich Buchdeckenfertigung und Einhängemaschine. Der Bediener muss im Prinzip nur die Deckenpappen und die Rückeneinlage an den Anschlägen anlegen und den selbstklebenden Überzug mit Hilfe eines Laserstrahls positionieren. Margreff nutzt die Maschine für hochwertige Hardcover-Produktion. Auch hier prüft ein Barcodeleser den Inhalt zum Umschlag. Damit zusammenkommt, was zusammengehört. Die Domäne des Horizon-Laminators Gemini C 400 A ist das Laminieren von Offsetdrucken, aber auch für das nicht immer problemlose Veredeln verschiedener Digitaldrucke.

► www.horizon.de

→ SEMINARE & KONGRESSE

→ VERANSTALTUNGEN

→ VORTEILSPROGRAMM

→ DOWNLOADS

→ DVDs/CDs

→ PUBLIKATIONEN

→ KONGRESSBERICHTE

→ INFORMATION

→ PRÜF-KONTROLLMITTEL

→ BÜCHER

→ AKTUELLES

Im
neuen
Layout
online!

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!





TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2011			
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
19. 09. - 20. 10. 2011	bvdm, Print-Media Congress	Berlin	 www.bvdm-online.de
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
09. 11. - 11. 11. 2011	IMI, 19. Annual European Ink Jet Conference	Lissabon	 www.imieurope.com
2012			
27. 01. - 17. 02. 2012	druckforum des Verbandes Druck und Medien	Stuttgart	 www.verband-druck-bw.de
02. 02. - 03. 02. 2012	Fogra-Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
24. 04. - 25. 04. 2012	Verpackung, Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de
20. 06. - 21. 06. 2012	mailingtage	Nürnberg	 www.mailingtage.de
26. 06. - 28. 06. 2012	Zellcheming-Expo	Wiesbaden	 www.zellcheming.de
12. 09. - 15. 09. 2012	PostPrint	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
18. 09. - 23. 09. 2012	photokina 2012, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Madrid	 www.ifraexpo.com
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days, Messe der Zeitungsindustrie	Luzern	 http://innovationdays.hunkeler.ch
2014			
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	 www.interpack.com
26. 03. - 02. 04. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK  **MARKT**
 macht Entscheider entscheidungssicher



Frankfurter Buchmesse BVDM LÄDT ZUM POLITIK- UND WIRTSCHAFTSTALK

Der Bundesverband Druck und Medien lädt zur Frankfurter Buchmesse am 13. Oktober auf der Bühne des Forums Verlagsherstellung zu einem Politik- und Wirtschaftstalk mit anschließendem Get together ab 18 Uhr. Themen sind persönliche Strategien in Wirtschaft und Politik, Einflussnahme auf Menschen und Entscheidungen sowie lehrreiche Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit den Mächtigen. Eingeladen hat der Verband dazu den deutsch-kanadischen Autor Dr. Dirk Schlimm, der in seiner Keynote ›Influencing Powerful People‹ Auszüge aus seinem neuen gleichnamigen Buch vorstellt. Der Dozent am Aufsichtsratskolleg der Universität Toronto und Geschäftsführer von Jenoir Management Consultants gibt Einblicke in die Psychologie und Charaktertypologien der Mächtigen, wie man am besten mit ihnen umgeht und was man von ihnen lernen kann. Er diskutiert anschließend mit Dr. Bruno Kahl, einem der engsten Mitarbeiter von Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble und einem Insider der Politikszene. Schlimm berät internationale Unternehmen aus Finanzwesen, IT-Sektor und dem verarbeitenden Gewerbe. Sein neues Buch ist 2011 bei McGraw-Hill in New York erschienen. Eine Einführung in den Abend gibt Philip R. Ruppel, Präsident des McGraw-Hill Professional Verlags, New York.

➤ www.bvdm-online.de

f:mp. Raodshow PROZESSOPTIMIERUNG UND QUALITÄTSMANAGEMENT

Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement sind erfolgsentscheidend, wenn es um die Printproduktion geht. Deshalb widmet der Fachverband Medienproduktoren e. V. (f:mp.) diesen wichtigen Themen eine eigene Roadshow.

»Es geht nicht darum, zu werben, sondern erfolgreich zu kommunizieren. Der Angesprochene soll letztendlich die Inhalte als für ihn relevant bewerten. Deshalb ist das perfekte Erscheinungsbild im Rahmen eines einheitlichen Marken- und Unternehmensauftritts unerlässlich«, resümiert Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp.

Das Seminar ›Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement für erfolgreiche Printprodukte‹, welches der f:mp. in Kooperation mit IPM durchführt, gibt deshalb Einblicke in die verschiedenen Teilaspekte der Optimierung und Kontrolle von Produktionsprozessen und dokumentiert gleichzeitig die Relevanz einer standardisierten und reproduzierbaren Produktion von Printprodukten für den Kommunikationserfolg. Die Schwerpunkte des Seminars liegen auf der Prozesskontrolle für die digitale Druckvorstufe auf Basis der PSO-Vorgaben, bei Prüf- und Kontrollmitteln, CtP, der Beurteilung von Proof beziehungsweise Ausdruck, im Bereich des Offsetdrucks sowie den Einflussfaktoren im Auflagendruck.

Die Roadshow tourt am 12. und 13. Oktober in München, am 18. und 19. Oktober in Nettetal sowie am 26. und 27. Oktober in Mannheim.

➤ www.f-mp.de

Fotofestival Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg 2011

PORTFOLIO REVIEW IN DER PRINT MEDIA ACADEMY HEIDELBERG

Das 4. Fotofestival Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg, das vom 10. September bis zum 6. November 2011 in der Metropolregion stattfindet, ist in diesem Jahr mit dem Portfolio-Review 2011 in der Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG zu Gast.

Das Portfolio-Review ist ein Highlight des Festivals und Treffpunkt

Das Fotofestival Mannheim Ludwigshafen Heidelberg ist Deutschlands größtes kuratiertes Fotofestival und findet alle zwei Jahre statt. Seit seinem Start im Jahr 2005 hat es sich zu einer viel beachteten, internationalen Fotobiennale entwickelt.

Das diesjährige Festival zeigt unter dem Titel ›The Eye Is A Lonely Hun-



Said Atabekov, aus der Serie Way to Rome, 2007, Courtesy of Impronte Contemporary Art, Milano.

für Künstler und Experten der internationalen Fotografieszene und bietet Studierenden in höheren Semestern, Kunsthochschul-Absolventen sowie freien Künstler und Fotografen die Möglichkeit eines konzentrierten und effektiven Austauschs mit Fotografen und ausgewählten Experten der Fotografie.

In Einzelgesprächen diskutieren die Teilnehmer mit Kuratoren, Verlegern, Galeristen und Kunstkritikern, erhalten Feedback und neue Impulse zu ihren Arbeiten und haben darüber hinaus die Gelegenheit, wichtige Kontakte für ihre weitere Entwicklung zu knüpfen. Im Anschluss an die Mappenschauen wählen die Reviewer drei Favoriten, deren Werke in der Print Media Academy in Heidelberg seit dem 10. Oktober 2011 ausgestellt sind.

ter: Images Of Humankind‹ Darstellungen, die in der Schnittmenge zwischen Dokumentar- und Kunstfotografie angesiedelt sind und die sowohl ein starkes visuelles Moment als auch ein feines Gespür für soziopolitische Zusammenhänge kennzeichnet. Ziel ist es, ein facettenreiches Bild der Menschheit in all der Vielfaltigkeit unserer Zeit zu präsentieren.

➤ www.fotofestival.info

➤ www.heidelberg.com

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.

MarkStein Software

4. ANWENDERTAG STAND IM ZEICHEN DER NEUEN MEDIEN

Das Motto des vierten Treffens der Anwender des Publishing-Systems tango media lautete ›Publishing im Wandel‹. 35 interessierte Besucher waren am 15. September nach Darmstadt gekommen, um sich über den aktuellen Stand und die zukünftigen Pläne des Software-Herstellers MarkStein zu informieren.

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 ›Intelligent Mobility‹ die Gegenwart und die Zukunft intelligenter, flexibler und mobiler IT in Unternehmen.

➤ www.communication-world.com

PrintCity-Allianz

JAHRESTAGUNG DER ERA IM OKTOBER 2011

Die Jahrestagung des Europäischen Rotationstiefdruckverbands (European Rotogravure Association – ERA) am 17. und 18. Oktober in München wird von der PrintCity-Allianz unterstützt. Diese Initiative spiegelt die gemeinsamen Interessen im Hinblick auf die Förderung des Rollendrucks in Europa wider.

Countdown

PRINT-MEDIA CONGRESS VOM 19. BIS 20. OKTOBER IN BERLIN

Web-to-Media, Verpackungsdruck, Digitaldruck, Gedruckte Elektronik – wo sind die Innovationsfelder und Wachstumsmärkte der Branche? Innovationen 2012 – das ist das zentrale Thema des Print-Media Congresses des Bundesverbandes Druck und Medien am 19. und 20. Oktober in Berlin.

An zwei Tagen geht es im Vorfeld der Druck&Medien-Awards-Verleihung um die Innovationstrends 2012, um erfolgreiche Businessmodelle, überzeugende Printprodukte und ihre Macher. Jury-Mitglieder der Druck&Medien Awards sowie die Gewinner der Druck&Medien Awards 2010 skizzieren überzeugende Trends in allen Segmenten des Drucks.

➤ www.bvdm-online.de

Leitevent der Online-Print-Branche

ALLES WISSENSWERTE ÜBER DIE ONLINE-PRINT-PRODUKTION UND -VERMARKTUNG

Die zipcon consulting GmbH und die Heidelberger Druckmaschinen AG veranstalten am 12. und 13. Oktober 2011 das erste Forum ›E-Business Print‹. Schirmherr ist der Bundesverband Druck und Medien (bvdm). Die Veranstaltung ›Print online produzieren und erfolgreich vermarkten – aktuelle Geschäftsmodelle und Technologien 2011‹ findet in der Print Media Academy in Heidelberg statt.



Das Forum lädt am ersten Tag zum Thema ›Technik‹ ein, bei dem Vorträge über Web-to-Print, Online-Shops und -Portale sowie Remote Publishing auf dem Programm stehen. Am zweiten Tag geht es um Business, Geschäftsfelder, Best Practices

und innovative Geschäftsideen. An beiden Tagen gibt es begleitende Workshops mit Praxisbeispielen. Die Ausstellung ›Solution Fair‹ bietet an beiden Tagen Einblicke in Online-Print-Lösungen.

Mit Kongress, Workshops und Ausstellung wird das Forum E-Business Print das Thema Web-to-Print unter wirtschaftlichen und technischen Gesichtspunkten beleuchten. Interessant sind diese Themen für Entscheider aus der Druckindustrie, für Drucksacheneinkäufer, Marketingprofis sowie Inhaber von Agenturen und Verlagen.

Nach über sechs Jahren wird zipcon consulting das Konzept des Web-to-Print- und des E-Print-Portal-Forums in das neue Forum E-Business Print überführen, die noch marktnäher informieren wird. Die Veranstaltung soll jährlich stattfinden.

Das Forum E-Business Print findet am 12. und 13. Oktober 2011 jeweils von 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr statt und kann individuell zusammengestellt werden. Der Preis für das Komplett-Paket für beide Tage beträgt 790 € plus Mehrwertsteuer.

➤ www.ebusiness-print.de

➤ www.heidelberg.com

Neuer DFF-Praxisworkshop

WISSEN AUF GEBIETEN ELEKTRONISCHER DISPLAYS

Mit dem DFF-Praxisworkshop ›Flachdisplays: Grundlagen und Anwendungen 2 – Advanced Technologies‹ bietet das Deutsche Flachdisplay-Forum (DFF) im VDMA eine Aus- und Weiterbildungsveranstaltung an. Der Workshop wird in Kooperation mit Prof. Dr. Karlheinz Blankenbach am 10. und 11. November 2011 an der FH Pforzheim veranstaltet. Ziel ist die praxisnahe Vermittlung von Grundlagen zu Flachdisplays und ihrer Anwendung. Der Kurs ist in vier Themenblöcke aufgeteilt. Zunächst werden die Grundlagen der LCD-Display Produktion sowie ausgewählte neue Technologien wie 3D, Touch Displays und e-paper thematisiert. Für die Anwenderseite wird auf Messtechnik und Ansteuerung eingegangen.

Die jeweiligen Themen werden in praxisbezogenen Vorträgen von Experten aus der Industrie und Forschung vorgestellt. Der Workshop findet in deutscher Sprache statt, alle Teilnehmer erhalten einen ausführlichen Tagungsband. Am Abend des ersten Tages ist ein ›Networking-Dinner‹ geplant.

➤ <http://training.displayforum.de>



WPCF und PrintCity

GEMEINSAME UMWELTKONFERENZ

Das World Print & Communication Forum (WPCF) und die PrintCity Alliance haben angekündigt, während der drupa 2012 in Düsseldorf gemeinsam eine Internationale Umweltkonferenz zu veranstalten. Diese Kooperation unterstreicht, dass effiziente Antworten auf diese Themen eine kreative Zusammenarbeit über die gesamte Lieferkette der Branche hinweg erfordern. Die Lean & Green International Environmental Conference wird sich auf die Dualität der wechselseitigen ökonomischen und ökologischen Vorteile (Lean & Green) als Branchenstrategie fokussieren. Sachkundige Referenten sowohl aus der Druck- und Papierindustrie als auch von außerhalb der Branche werden den Teilnehmern Informationen bieten und sie motivieren, diesen ganzheitlichen Geschäftsansatz zu übernehmen. Das Konferenzprogramm wird aus drei Modulen bestehen: Ökologischer Fußabdruck, Herausforderung Nachhaltigkeit, Umwelt-Label und -Zertifizierung.

Die Konferenz findet am 10. Mai 2012 im drupa Kongresszentrum statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Plätze können ab sofort reserviert werden.

➤ http://amiando.com/lean_green

➤ www.printcity.de

Museum für Druckkunst Leipzig

AUSSTELLUNG: KÜNSTLERISCHE POSITIONEN IM HOCHDRUCK

Mit der Ausstellung ›Künstlerische Positionen im Hochdruck‹ zeigt das Museum für Druckkunst seit Ende August noch bis 30. Oktober 2011 die Vielfalt künstlerischer Handschriften im Hochdruck heute. Die Ausstellung findet im Rahmen des Kooperationsprojektes ›Hochdruck in Leipzig 2011‹ statt.



Plakat ›Hochdruck in Leipzig 2011‹, Linolschnitt und Bleisatz, Christoph Ruckhäberle, 2011.



Palazzo Labia, Linolschnitt, Fotografie und Digitaldruck, Unikat, 70 x 197 cm, Uta Zaumseil, 2001.

Nationale und internationale Positionen treten in einen Dialog miteinander und zeigen so künstlerische Zeitströmungen der jüngsten Vergangenheit sowie aktuelle Querbezüge auf. Großformatige Arbeiten, die Kombination verschiedener Hochdrucktechniken und eine abwechslungsreiche Farbgebung sorgen für eine kurzweilige Atmosphäre. Präsentiert werden rund 40 Arbeiten.

›Hochdruck in Leipzig 2011‹ ist das Kooperationsprojekt verschiedener Leipziger Institutionen, die einen engen Bezug zur Hochdrucktechnik aufweisen. Mit Ausstellungen, Workshops, Vorträgen und pädagogischen Angeboten zeigt das Projekt Einblicke in die Techniken des Hochdrucks von seinen Anfängen bis hin zu zeitgenössischen künstlerischen Positionen.

➤ www.hochdruck-leipzig.de

Grundlagen der UV-Technologie

DIE DR. HÖNLE AG ERWEITERT VORTRAGSREIHE

Anfang dieses Jahres hat die Dr. Hönle AG, Spezialist für industrielle UV-Technologie, eine Seminar- und Workshop-Reihe ins Leben gerufen. Die vier Workshops zum Thema LED-Technologie richteten sich an OEMs, Anwender und Chemielieferanten. Alle vier Termine waren vollständig ausgebucht.

Im November ergänzt Hönle diese Workshops um ein Grundlagenseminar UV-Technologie. Dieses richtet sich an UV-Neulinge und Wiedereinsteiger, die in den Bereichen Farb- und Lacktrocknung, Kleb- und Kunststoffhärtung, Oberflächenentkeimung oder in der Sonnenlichtsimulation tätig sind. Die Inhalte reichen von der Interaktion zwischen Chemie und UV-Strahlern über die Definition von Kenngrößen und Dosis bis hin zu physikalischen Einflüssen auf die UV-Härtung. Darüber hinaus werden den Teilnehmern verschiedene Strahlertechnologien vorgestellt, darunter UV-Inertisierung sowie die aufstrebenden Technologien UV-LED und LED-Inertisierung. Selbstverständlich stehen auch praxisbezogene Punkte wie UV-Messung, Wartung oder Sicherheitsaspekte auf dem Programm, das durch praktische Anwendungen abgerundet wird.

➤ www.hoenle.de

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

PDFX-ready

Pannenfrie Druckproduktion:
www.pdfx-ready.ch



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
12. 10.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Celle
12. 10.	Ink Academy, Druckfarbe	München
12. 10.	Ink Academy, Zusammenspiel der Offsetdruckfarbe auf Papier und Karton	München
12. 10.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	München
12. 10. - 13. 10.	Heidelberg PMA, Forum E-Business Print	Heidelberg
12. 10. - 13. 10.	f:mp, Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement für Printprodukte	München
13. 10.	Heidelberg PMA, Erfolgreich am Telefon akquirieren	Heidelberg
13. 10.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	München
15. 10. - 16. 10.	tgm, InDesign – Part Eins	München
18. 10. - 19. 10.	f:mp, Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement für Printprodukte	Nettetal
18. 10. - 21. 10.	f:mp, Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion	Heidelberg
19. 10.	Ink Academy, Scheuern – Letzte Neuigkeiten	Nördlingen
20. 10.	Ink Academy, Scheuern – Letzte Neuigkeiten	Berlin
20. 10.	Heidelberg PMA, Grundlagen des Farbmanagements	München
20. 10.	Fogra, Fehler an Druck-Erzeugnissen	Hannover
20. 10. - 22. 10.	OneVision, Experten-Workshop Speedflow	Regensburg
24. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO (ISO 12647)	München
25. 10.	tgm, Über Mut zum Experiment – Design braucht neue Formate	München
25. 10.	Heidelberg PMA, Prozessintegration in Druckereien	Heidelberg
25. 10.	Heidelberg PMA, Zeitschrift 3.0	Heidelberg
25. 10. - 26. 10.	f:mp, Organisation konvergenter Medienproduktion	Frankfurt
26. 10.	cleverprinting, InDesign CS5 Expertentag	Hamburg
26. 10. - 27. 10.	Heidelberg PMA, Vorstufen-Know-how einfach erklärt	Heidelberg
26. 10. - 27. 10.	f:mp, Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement für Printprodukte	Mannheim
26. 10. - 27. 10.	Ink Academy, Herausforderung Farbtöne	Celle
27. 10.	tgm, Bildoptimierung an drei Abenden – 1) Bildfehler erkennen und entfernen	München
27. 10.	cleverprinting, InDesign CS5 Expertentag	Hamburg
27. 10. - 28. 10.	OneVision, Experten-Workshop Asura	Regensburg
28. 10.	tgm, Weg vom Rechner und raus in die Welt	München
28. 10. - 30. 10.	tgm, Einblick in die Kreativmaschine – Wo kommen unsere Ideen her?	München
03. 11.	Heidelberg PMA, Kompetent über Printdesign sprechen	Heidelberg
03. 11.	f:mp, Zukunft der nachhaltigen Medienproduktion	Stuttgart
03. 11.	tgm, Bildoptimierung an drei Abenden – 2) Bilder vorbereiten	München
07. 11.	cleverprinting, Colormanagement-Schulung	Frankfurt
07. 11.	Heidelberg PMA, Web-tot-Print für Auftraggeber	Heidelberg
08. 11.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Bregenz
08. 11.	cleverprinting, Acrobat 9/10 und PDF/X-Schulung	Frankfurt
08. 11.	Heidelberg PMA, Einstieg in Web-to-Print Produktion	Heidelberg
09. 11.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Frankfurt
09. 11.	Ink Academy, Scheuern	Delmenhorst
09. 11. - 10. 11.	Heidelberg PMA, Druckqualität fachkundig beurteilen	Heidelberg
10. 11.	Ink Academy, Tobacco Packaging Printing	München
10. 11.	cleverprinting, Photoshop CS5-Schulung	Frankfurt

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- > www.onevision.com > www.print-media-academy.de > www.fogra.org > www.tgm-online.de
 > www.ink-academy.de > www.zdm-bayern.de > www.cleverprinting.de > www.f-mp.de

Techkon-Tour und Schulungen

STÄDTETOUR
DURCH DEUTSCHLAND

Techkon hat sich zusammen mit der Firma Go4Color und Just Normlicht auf eine Städtetour durch Deutschland gemacht und bringt seine aktuellen Produkte und interessante Fachinformationen in verschiedene Regionen. Die ersten Termine waren die Messe PostPrint in Leipzig und weitere Veranstaltungsorte in Stuttgart, Darmstadt und Hannover. Zudem bietet Techkon in regelmäßigen Abständen informative Schulungen zum Thema Qualitätssicherung und Messtechnik an. Es gibt nur noch wenige freie Plätze. Die nächsten Termine: 27. Oktober und 24. November.

> www.techkon.com

Topix und Adobe

DPS SEMINAR IM RADISSON
BLUE HOTEL, ZÜRICH AIRPORT

Als offizieller Adobe Digital Publishing Suite Solution Reseller laden Topix und Adobe am 20. Oktober 2011 sowohl Experten wie Newcomer zu einem informativen Know-how Seminar ein. Das Seminar wird zweigeteilt durchgeführt: der Vormittag ist den Newcomern, der Nachmittag den Experten vorbehalten.

> <http://www.topix.ch/index.php?show=94>



Die weltweite Leitmesse für Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie

- Beschichtung / Kaschierung
- Schneide- / Wickeltechnik
- Trocknung / Härtung • Software
- Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme
- Behandlung • Konfektionierung
- Materialien • Maschinenzubehör
- Retrofits / Runderneuerte Anlagen
- Fabrikmanagement • Consulting
- Lohnveredelung / -verarbeitung
- Flexo- / Tiefdruck

8. - 10. November 2011

Neue Messe München

**Neues
Gelände**

E-Mail: info@ice-x.de

www.ice-x.de

Media Mundo Inhouse-Beratung ERFOLGREICHE STRATEGIEN ZUR NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit wird vom Schlagwort zum Wettbewerbskriterium. Unternehmen können mit durchdachten und vernetzten Strategien entscheidende Zukunftskompetenzen erwerben. Die Basis dazu bildet ein ökonomisches, ökologisches und soziales Denken und Wissen. Das nachhaltige Wirtschaften ist die Grundlage des Schulungsangebots von Media Mundo, der vom Fachverband Medienproduktions e. V. initiierten Brancheninitiative zur Etablierung der nachhaltigen Medienproduktion in der Kommunikationsindustrie. In Zusammenarbeit mit Arbeit & Leben GmbH, der Gesellschaft für Beratung und Bildung in Rheinland-Pfalz, wurde ein Schulungs- und Trainingsprogramm in vier Schritten entwickelt, das die wesentlichen Faktoren einer erfolgreichen Nachhaltigkeitsstrategie in den Mittelpunkt stellt: Mensch und Material.

»Die Entwicklung von Nachhaltigkeitskompetenz stellt somit auch für kleine und mittelständische Druckdienstleister, Agenturen und medienproduzierende Unternehmen kein Problem dar. In der Media Mundo Inhouse-Beratung werden die vorhandenen Potenziale identifiziert, für die jeweiligen Unternehmen passende Ziele definiert und daraus eine individuelle Strategie entwickelt«, erläutert Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. Die Termine der Media Mundo Inhouse-Beratung werden individuell mit den Firmen vereinbart. Das Schulungs- und Trainingsvolumen umfasst fünf Tage.

➤ www.mediamundo.biz/beratung

Forum Verlagsherstellung NEUE PUBLISHING SERVICES MACHEN INHALTE MOBIL

»Content is King« – lässt sich auf diese kurze Formel die Verlagsstrategie der Zukunft bringen? Das Forum Verlagsherstellung zur Frankfurter Buchmesse vom 12. bis 14. Oktober bietet Ideen, die Verlagsinhalten neue Perspektiven eröffnen. Es zeigt Trends und Technologien, die helfen, Märkte zu erschließen, bereitet Inhalte und Themen auf, die Verlagsleiter und -hersteller in der Zukunft bewegen



werden. In zwölf Panels diskutieren Fachleute aus der Verlags- und Zulieferbranche zu Strategien, Produktionsprozessen und Gestaltung von innovativen, erfolgreichen Verlagsprodukten. Das Fachforum für Verlagsleiter, Hersteller, Gestalter und Medienproduktions schaffte im vergangenen Jahr mit insgesamt rund 1.500 Zuhörern einen neuen Besucherrekord. In diesem Jahr sind die Themen und die Entwicklung der Branche spannender als je zuvor.

➤ www.bvdm-online.de



Virtuelles Unternehmen, echte Workflows

Erneut geht Konica Minolta auf Roadshow: Die erfolgreiche Veranstaltungsreihe ›Solution Lounge‹ findet 2011 zum dritten Mal in Folge deutschlandweit in einzigartigen Locations statt. In diesem Jahr präsentiert sich Konica Minolta allerdings mit einem neuen Konzept.



Das Porsche-Museum in Stuttgart, eines der Solution Lounge Locations.

Auf der Solution Lounge präsentiert Konica Minolta seit 23. August bis 15. Dezember 2011 an 15 Veranstaltungsorten das virtuelle Unternehmen GivelT GmbH – Werbemittelproduktion und Vertrieb. Die Firma ist zwar virtuell, die vorgestellten Workflows jedoch sind real und sollen Besuchern zeigen, wie sie ihre Unternehmensprozesse noch einfacher und effizienter gestalten können. Dem entsprechend lautet das Motto der Solution Lounge 2011 auch ›workflows@business‹.

So werden beispielsweise Rechnungs-, Bestell- und Korrespondenzeingänge digitalisiert, indexiert und automatisiert in den entsprechenden Ordnern abgelegt sowie revisionssicher archiviert. Es wird gezeigt, dass zur Rechnungsprüfung kein Papierverkehr mehr per Hauspost notwendig ist und wie dies elektronisch erfolgt.

Die Besucher erfahren zudem, wie die Poststelle als zentrale Hausdruckerei fungieren kann. Zudem wird präsentiert, wie entstandene Druckkosten den jeweils verursachenden Abteilungen zugeordnet werden. Auch sicheres und mobiles Drucken wird Bestandteil der Workflows sein.

Um Kunden und Interessenten eine bessere Erreichbarkeit zu bieten, wurde die Zahl der Veranstaltungsorte fast verdoppelt.

Am 23. August startete die Konica Minolta Solution Lounge auf dem Nürburgring. Folgende Termine stehen noch aus:

- 19. Oktober – Olympiastadion, Berlin
- 25. Oktober – Quartier am Zeughaus, Hamburg
- 8. November – Porsche Museum, Stuttgart
- 17. November – Colosseum Theater, Essen
- 47. KW – SAP Arena, Mannheim
- 29. November – MACE, Unterföhring bei München
- 1. Dezember – Projekt Lux - Junge Kirche, Nürnberg
- 15. Dezember – ratiopharm arena, Neu-Ulm

► www.konicaminolta.de

GKS prämiert Kaufkalender GRAPHISCHER KLUB STUTTGART VERGIBT 67 PREISE

Wie der Graphische Klub Stuttgart mitteilt, haben bei der traditionell vorgezogenen Jurierung der Kaufkalender für das Jahr 2012 insgesamt 67 Kalender einen Preis bekommen. Die Verlage können damit noch vor der eigentlichen Kalenderpräsentation im Januar 2012 für ihre ausgezeichneten Kalender werben.

Mit der jetzt erfolgten Auszeichnung der Kaufkalender 2012 und



dem großen Kalenderwettbewerb, der im Januar 2012 unter Einbeziehung der Werbekalender stattfindet, wird sich auch das Erscheinungsbild der bisherigen Internationalen Kalenderschau in Stuttgart ändern. Die Kalenderschau 2012 wird nicht nur ein neues Gesicht sondern auch einen neuen Namen und ein neues Logo bekommen. In Anlehnung an Papst Gregor XIII, der im Jahre 1582 den noch heute gültigen gregorianischen Kalender einführte, wird aus der Kalenderschau der gregor international calendar award.

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

PrintUpdate 2011

CLUSTERVERANSTALTUNG ZU AKTUELLEN THEMEN

Noch für kurze Zeit können sich Interessierte kostenfrei zum PrintUpdate 2011 anmelden, das dieses Jahr unter dem Motto ›Innovativ, nachhaltig und kundenorientiert in die Zukunft‹ steht. Vom 17. bis 21. Oktober informiert die Clusterveranstaltung zu aktuellen Themen der Branche wie etwa ›Strategisches Marketing‹, ›Maßnahmen zur Responsesteigerung im klassischen Mailing‹, ›Automatisiertes Rüst-



Zum PrintUpdate 2011 erwartet der Cluster wieder viele Gäste.

zeitmanagement‹ und ›Workflowmanagement im Digitaldruck‹. Während vier der Veranstaltungstage im Zentrum für Druck und Medien (ZDM) in Ismaning stattfinden, führt der letzte PrintUpdate-Tag zur manroland AG nach Augsburg. Wie in den vergangenen Jahren auch, erwartet die Teilnehmer ein informatives Programm mit Hintergrundinformationen aus erster Hand und Best Practises zur Veranschaulichung aktueller Trends. Die Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen und Messeausstellern ermöglicht eine umfassende Beleuchtung der Themenbereiche.

➤ www.cluster-print.de

Océ Softwaretag 2011

OCÉ PRÄSENTIERT KOMPLETTEN DOKUMENTEN-WORKFLOW

Der Prozess des Dokumenten-Managements in einem Unternehmen gleicht einer Rallye. Vom Input bis zum Output müssen viele Etappen professionell bewältigt werden, damit sich am Ende der Erfolg einstellt. Und wie im Rallye-Sport kommt es auf den richtigen Copiloten an, der die Strecke kennt und vorausschauend ist. Das Team ist also entscheidend, wenn es darum geht, Dokumenten-Prozesse modern und effizient in einem Unternehmen abzubilden.

Mit dem Océ Softwaretag 2011 startet Océ in eine neue Dimension von softwaregestützten Dokumenten-Prozessen. Frei nach dem Motto ›Winners have the right Co.‹ zeigt Océ, wie erfolgreich ein starkes Team sein kann.

Auf dem Softwaretag 2011 am 19. Oktober in der Messe- und Eventhalle K39 in Offenbach wird der gesamte Dokumenten-Prozess mit Hilfe eines eigens dafür geschaffenen Rallye-Parcours live dargestellt. Moderiert von Heiko Wasser, ›der Stimme der Formel 1‹, werden Dokumente mit einem Segway auf diesen Rallyekurs geschickt. In den einzelnen Etappen demonstriert Océ, welche Prozesse Dokumente in einem Unternehmen von der Erstellung bis zur Produktion durchlaufen.

Die Océ-Partner spielen dabei an den Stationen eine große Rolle und tragen mit ihren Applikationen wesentlich zur Demonstration der Abläufe bei. Gestützt auf die Océ COSMOS wird an den einzelnen Stationen der komplette Dokumenten-Workflow abgebildet: vom Input über Formatierung, Konvertierung und Sendungsoptimierung bis hin zu digitaler Signatur, E-Brief, Spooling und Archivierung.

➤ www.canon.com



NEHMEN SIE ›ESCAPE‹
DOCH EINFACH

wörtlich!

Steigen Sie aus der eigenen IT aus: Hiflex bietet seine mehrfach ausgezeichneten Softwarelösungen zur Automatisierung kaufmännischer und technischer Geschäftsprozesse jetzt im Internet an. Sie benötigen keine eigenen Server, Administratoren oder Speicherplatten mehr, sondern mieten bei Bedarf entsprechende Kapazitäten in der ›Wolke‹ an. Keine Investitionen in teure Infrastruktur, keine Lizenzen, sondern Miete: Software as a Service. Hiflex Enterprise Cloud Computing ermöglicht von überall und zu jeder Zeit den vollen Zugriff auf das Management Information System über das Internet. **Flexibler. Günstiger. Sicherer.**

www.hiflex.com

HIFLEX
MIS · JDF · Web-to-Print
Enterprise Cloud Computing



DER Evaluator

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

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



Investitionskompass

Digitaldruck

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

Oktober 2010.

36 Seiten, A4.

19,90 € / 24.90 CHF

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



DESIGN & TYPOGRAFIE



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch



Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten für Offset - direkt und indirekt

- Aussparungen mit Plotter oder manuell, alle Formate lieferbar für alle Offsetmaschinen
- Basisplatte Alu oder Polyester
- für Dispersions- und UV-Lacke



NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

Tulastr. 23/1 - D 77933 LAHR
Tel. +49 (0)7821-41424
Fax +49 (0)7821-958623
www.strip-plate.com
E-Mail: info@strip-plate.com

DIENSTLEISTUNGEN

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifen einschussgeräte
für alle Druck-, Kopier- oder
Papierverarbeitungsanlagen

Bohrer • Lochen • Perforieren • Stanzen
Auten • Eckenrunden • Register stanzen
Haken • Zählen • Streifen einschneiden
Wagen • Voreinstellen • Falzen • Block-
formen • Bandrollen • Nummerieren
Falten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen und Applikation

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNSTRASSE 8
D-8056 VILMERSCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 12 • Fax 0 71 20 30 12 99

TECHKON

Alle Farben perfekt im Griff...



- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
Wiesbadener Str. 27 • 61462 Königstein
Tel. 06174-9244 50 • Fax 06174-9244 99
info@techkon.com • www.techkon.com

DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Jetzt alle 14 Tage mit Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Feldbachstr. 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 0711-25835-45 • Fax 0711-25835-46
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordom Sie unter „know-how“

Jetzt von der folgenden
Produktions-Papierbohrer in allen Größen und
Ausführungen für die Maschine für die
Produktion der großen und kleinen
Papierbohrer.

Graph. Maschinen und Applikation

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNSTRASSE 8
D-8056 VILMERSCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 12 • Fax 0 71 20 30 12 99

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail: nico@druckmarkt.com

WEITERBILDUNG



«gib»
Zürich

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

VERSCHIEDENES

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



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

Gütesiegel



Publikation
VERBUNDEN
GEMEINSAM
TRANSPARENT

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

DIE ZEITSCHRIFT MIT DER **Maus**

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