

DRUCK MARKT impressions 39

15. November 2011

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



worldwide published



**AlphaPicture
verspricht die
Bildpersonalisierung
für Millionen**

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Management: Den Erfolg planen. Seite 12.

Prepress: Hohes Potenzial zur Prozessoptimierung. Seite 16.

Digitaldruck: Neue Formen des Drucks. Seite 28.

Print & Finishing: Schnell und innovativ wie die Formel 1. Seite 24.

Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2011/2012. Seite 38.

Foto: AlphaPicture

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

www.druckmarkt.com



Stillstand bedeutet Rückschritt

Klicken Sie auf Seitenzahl oder Titel, um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 10 Druckbranche leidet unter Strukturwandel

Management

- 12 Den Erfolg planen

Premedia & Prepress

- 14 Nachrichten
- 15 Prinect-Anwendertage
- 16 Hohes Potenzial zur Prozessoptimierung
- 18 Bildpersonalisierung für Millionen

Print & Finishing

- 20 Nachrichten
- 22 KAMA erweitert Sortiment an Stanzautomaten
- 24 Schnell und innovativ wie die Formel 1
- 28 Neue Formen des Drucks
- 32 Druckqualität im Fokus
- 34 Nagelneue Veredelungsmaschinen
- 36 Multifunktionales Finishing

Termine, Bildung & Events

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

- 40 Business to Business

Der ›heiße Messeherbst 2011‹ mit kaum noch zu zählenden Informationen, Nachrichten und Präsentationen neuer Produkte liegt hinter uns. Ob Post-Print 2011 im September in Leipzig, Buchmesse in Frankfurt, Viscom 2011 in Düsseldorf, die Druck+Form in Sinsheim, Ifra Expo in Wien und die seit Langem erste Schweizer Messe Print & Publishing in Zürich sowie eine Reihe an Hausausstellungen und sonstiger Events – überall fanden wir Neues und Berichtenswertes. Aber die Fülle dieser Informationen, die durch erste Ankündigungen, die bereits die drupa 2012 im Visier haben, auf einigen wenigen Seiten unterbringen zu wollen, ist schlicht und einfach unmöglich. Ohne irgendeine Zuordnung oder Bewertung und unredigiert hintereinander aufzureihen, entspricht ohnehin nicht unserer Auffassung von journalistischer (auch wenn nur fachjournalistischer) Arbeit.

Es ist im Moment nicht abzusehen, dass sich an dieser Nachrichtenflut etwas ändern wird. Deshalb haben wir beschlossen, auch die Ausgaben des PDF-Magazins ›DRUCKMARKT impressions‹ deutlicher zu gliedern und künftig Schwerpunktausgaben zu bestimmten Themen zu veröffentlichen. Natürlich wird es nach wie vor auch die Vielfalt an ›kunterbunten‹ Informationen geben, denn auch die strukturellen Veränderungen der Branche, Meldungen über die wirtschaftliche Situation der grafischen Industrie und auch kreative Highlights sollen nicht zu kurz kommen.

Das alles aber vor dem Hintergrund, dass wir als Fachmedium immer besser werden wollen. So wie Sie es, liebe Leser, auch täglich praktizieren müssen. Denn Stillstand bedeutet Rückschritt. Für jeden von uns – und das nicht nur in unserer Branche.



Ihr

Klaus-Peter Nicolay

Klaus-Peter Nicolay,
Chefredakteur Druckmarkt

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

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



Bei einer Audienz von Papst Benedikt XVI. in Rom überreichte Dr. Elmar Holzer (Bildmitte), Geschäftsführer der Holzer Druck und Medien in Weiler im Allgäu, den Bildband »Auf dem Weg zu Gott und den Menschen – 750 Jahre Creszentia Kloster Kaufbeuren« zusammen mit Verleger Josef Fink vom Kunstverlag Fink in Lindenberg, Allgäu. Dazu noch, rasch digital gedruckt, die Rede des Papstes vor dem Deutschen Bundestag in Berlin.

Foto: Osservatore Romano.

Kürzlich ist das »Marketing-Glossar« des Druckmarkts erschienen. Es beschäftigt sich mit den Märkten, den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht alleine

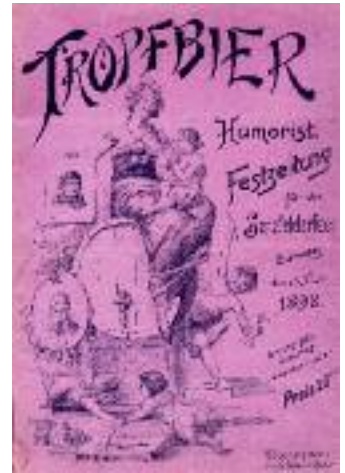


theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das »Marketing-Glossar« an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt und täglicher Begleiter sein sollte.



Im Beisein zahlreicher Gäste feierten einige Hundert Mitarbeiter und Pensionäre mit ihren Familien, Betriebsrat und Vorstand am 15. Oktober 2011 das 150-jährige Bestehen des KBA-Werkes in Frankenthal. In seiner Festrede stellte der rheinland-pfälzische Ministerpräsident Kurt Beck die lange Tradition und große Expertise des Druckmaschinenbauers heraus, der seit jeher mit innovativer Technologie die Flagge des Landes in alle Welt trage. Der KBA-Vorstandsvorsitzende Helge Hansen ließ in seiner Ansprache die eindrucksvolle Geschichte der Pfälzer Revue passieren und skizzierte Perspektiven für die Zukunft. Die am 18. August 1861 gegründete Maschinenfabrik Albert & Hamm entwickelte sich mit Schnellpressen bis zum Ende des 19. Jahrhunderts zu einem der führenden Druckmaschinenhersteller Europas. Neben dem Aufstieg zum Weltmarktführer im Publikations-Tiefdruck setzten die Frankenthaler in den folgenden Jahrzehnten auch im Rollenoffsetdruck und Falzapparatebau viele technologische Meilensteine. Die Geschichte des Unternehmens lesen Sie auch in »Druckmarkt impressions 36«.

► www.druckmarkt.com



Was Gutenberg für den Textdruck gelang, ein qualitativ hochstehendes System der Vervielfältigung zu entwickeln, glückte Alois Senefelder für den Bereich des Bilddrucks. Die Senefelder-Stiftung fördert Leistungen auf dem Gebiet der Lithografie und ihrer Weiterentwicklung. Und das seit nunmehr 40 Jahren. Die Stiftung macht in erster Linie durch die Vergabe des Internationalen Senefelder-Preises auf sich aufmerksam. Bewertet werden künstlerische Arbeiten der Lithografie (Steindruck), also alle Arbeiten, die auf dem Stein entstanden sind; Flachdruckzeichnungen, zum Beispiel von Metalloffsetplatten oder Folienzeichnungen; Mischdrucke wie etwa Drucke vom Stein, Offsetdruck und deren Kombination. Zum ersten Mal wurde der Preis 1975 vergeben. Zu den Preisträgern gehören Künstler wie Bruno Bruni, Ernst Hanke, Oskar Koller, Christian Kruck, Bard Verbaenen und Jim Dine.

Im Bild oben zu sehen »Tropfbier«, eine humoristische Festzeitung für die Senefelderfeier am 26. November 1898 (Abbildung Friedrich-Ebert-Stiftung).

► www.senefelderstiftung.com



Mit personalisierten Bildmotiven bündelt AlphaPicture die Wirkung von Fotos mit der hohen Aufmerksamkeit der Personalisierung. Testreihen des Siegfried Vögele Instituts belegen die Wirkung. So wird ein höherer Responsewert als mit der Textpersonalisierung erreicht. Mehr auf [Seite 18](#).



Andreas Nielen-Haberl, Product Category Manager, EAMER, bei der Kodak Graphic Communication Group, zeigt neue Möglichkeiten der Nexpress, die so vielfältig wie nie zuvor sind. Vor allem die haptischen Erlebnisse der Nexpress Photo-Plattform beeindrucken. Mehr dazu ab [Seite 28](#).



Das Farbmultifunktionsdrucksystem Xerox ColorQube 9300 mit der Solid Ink-Technologie, bei der die Kunstharz-basierte Festtinte in Würfelform in den Drucker eingelegt wird, kommt ohne Kartuschen aus und benötigt kein aufwendiges Verpackungsmaterial. Nach Informationen von Xerox fällt damit bei der ColorQube insgesamt 90% weniger Abfall als bei einem vergleichbaren Lasergerät an. Die ColorQube lernt darüber hinaus sogar aus dem Druckverhalten der Mitarbeiter und schaltet zu Zeiten, in denen sie generell wenig genutzt wird, automatisch in den Energiesparmodus.

2,1 MILLIARDEN

Euro gab der Einzelhandel 2010 für Werbung aus – mehr als jede andere Branche. Spitzenreiter war Media-Saturn mit fast 500 Mio. €. Dem Handel folgen die Autoindustrie mit 1,5 € Mrd. und die Pharmabranche mit 0,8 Mrd. €.

Quelle: Factbook Einzelhandel 2012, Wirtschaftswoche 7. 11. 2011

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Nur im Internet:
Alle 14 Tage!

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

›DRUCKMARKT impressions‹ ist kein 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.



Quark und Oberon PARTNERSCHAFT IM BEREICH WEB-TO-PRINT

Quark ist eine Partnerschaft mit Oberon Technologies, einem Anbieter automatisierter Publishing- und XML-basierter Softwarelösungen für Kunden von Quark Web-to-Print Systemen, eingegangen. Im Rahmen dieser Partnerschaft ergänzt Oberon den Professional-Service-Bereich von Quark.

➤ www.quark.com

Mitmachen, Gutes tun DER FLYERALARM DESIGN AWARD 2012

Auch 2012 verleiht flyeralarm wieder den design award. Kreative Köpfe sind aufgerufen, bis 15. Januar 2012 Anzeigen für gemeinnützige Projekte zu entwerfen. In fünf Kategorien wird jeweils der beste Entwurf von einer Fachjury ermittelt. Den Gewinnern winken Preise in Höhe von insgesamt 12.500 €.

Eller repro+druck KLIMANEUTRALES DRUCKEN MIT CLIMATEPARTNER

Die Rollenoffsetdruckerei Eller repro+druck bietet ihren Kunden ab sofort die Möglichkeit, ihre Aufträge klimaneutral zu drucken. In Kooperation mit ClimatePartner werden die bei der Drucksachenherstellung entstehenden CO₂-Emissionen ermittelt und durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen.

Neue Firmierung DANAHER MOTION WIRD KOLLMORGEN

Die italienische Danaher Motion srl und die Schweizer Danaher Motion SA sind umbenannt worden und firmieren nun unter den Namen Kollmorgen srl und Kollmorgen SA. Die etablierte Marke Kollmorgen wurde damit in beiden Ländern rechtlich anerkannt, was einen einheitlichen Markenauftritt auf allen Märkten erleichtert.

Siegwerk

WEITERE PREISERHÖHUNGEN ANGEKÜNDIGT

Aufgrund des anhaltenden Kostendrucks bei Rohstoffen erhöht Siegwerk mit sofortiger Wirkung seine Preise in den Verpackungssegmenten um durchschnittlich 6%.

»Die letzten Gespräche mit unseren Zulieferern deuten auf weitere Preissteigerungen bei einigen Rohmaterialien hin«, sagt Hugo Noordhoek Hegt, President Packaging EMEA. »Erwarteten Preissenkungen sind nicht eingetreten. Trotz vielfältiger interner Maßnahmen zur Effizienzsteigerung sind wir wieder gezwungen, einige dieser Kosten an unsere Kunden weiterzugeben.« 2011 sei bisher durch den dramatischen Druck auf die Margen ein sehr schwieriges Jahr für Siegwerk, teilt das Unternehmen mit. Einige Materialien hätten Preissteigerungen zwischen 50% und 60% erfahren und alle Anzeichen wiesen darauf hin, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. »Wir werden unsere Kunden bitten müssen, weitere Preiserhöhungen in ihre Budgets für 2012 einzukalkulieren«, sagt Noordhoek Hegt.

➤ www.siegwerk.com

Rechtssichere Mailings

ELLER REPRO+DRUCK BIETET JURISTISCHEN CHECK AN

Eller repro+druck bietet seit Anfang November 2011 in seinem Webshop Eller-mailings.de deutlich erweiterte Dienstleistungen an. So können Kunden im Webshop per Mausclick die juristische Prüfung ihrer Werbedrucksachen beauftragen. Das Unternehmen arbeitet mit einer auf Wettbewerbs- und Online-recht spezialisierten Stuttgarter Anwaltskanzlei zusammen, die die Inhalte der Mailings auf Konformität bezüglich Wettbewerbsrecht und Datenschutzbestimmungen überprüft. Abgerechnet wird dieser Service nach pauschalen Honorarsätzen, die sich nach Art und Umfang der Mailings richten. So kostet die Prüfung eines Selfmailers pauschal 380 €. Für die Anlieferung korrigierter Druckdaten in Folge der rechtlichen Prüfung berechnet Eller seinen Kunden keine zusätzlichen Kosten.

Ebenfalls neu im Shop: Viele Produkte können künftig bereits ab einer Auflage von 1.000 Stück bestellt werden, zudem stehen erweiterte Serviceoptionen wie der CO₂-neutrale Versand über Go-Green zur Verfügung.

➤ www.eller.de

➤ www.eller-mailings.de

Erwartungen nach unten geschraubt

UPM-KYMMENE MACHT WENIGER GEWINN BEI HÖHEREM UMSATZ

Der finnische Papierhersteller UPM-Kymmene schraubt nach den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres die eigenen Erwartungen nach unten.

Im 3. Quartal hat UPM 2,6 Mrd. € umgesetzt, 0,3 Mrd. € mehr als im Vorjahreszeitraum. Der Nettoverlust liegt jedoch bei 109 Mio. €, im Vorjahr erzielte der Papierhersteller noch ein Plus von 178 Mio. €. In den ersten neun Monaten 2011 hat UPM einen Umsatz von 7,4 Mrd. € erwirtschaftet (Vorjahr 6,6 Mrd. €). Der Nettogewinn ist im Vergleich zum Vorjahr (462 Mio. €) auf 355 Mio. € gesunken.



Jussi Pesonen, Präsident & CEO, kommentiert das Ergebnis: »Die Liefermengen sanken, während die variablen Kosten einen Höchststand erreichten. Das Zusammentreffen dieser Ereignisse wirkte sich auf das Betriebsergebnis aus.« Positiv bewertet er die Integration von Myllykoski, auch das Geschäft mit Magazinpapier habe sich solide gezeigt und die Nachfrage nach Publikationspapieren sei stabil. Im Laufe des Quartals habe

UPM die Papierpreise um 1% bis 2% anheben können, was jedoch nicht ausgereicht habe, den Anstieg der Kosten auszugleichen.

»Wie nach der Akquisition von Myllykoski bereits angekündigt, planen wir, die Papierkapazität in Europa um 1,3 Millionen Tonnen zu reduzieren und jährliche Synergievorteile von 200 Millionen Euro zu erreichen. Wir sind darauf eingestellt, bei Bedarf auf flexiblen Produktionsbetrieb in den verschiedenen Geschäftsbereichen umzustellen. Außerdem werden wir unsere strenge Kostenkontrolle und strikte Investitionsstrategie fortsetzen. Insgesamt ist UPM darauf vorbereitet, sich auf jegliche wirtschaftliche Szenarien einstellen zu können«, führte Pesonen aus.

Die wirtschaftlichen Aussichten haben sich nach Ansicht von UPM in der zweiten Jahreshälfte verschlechtert. Deshalb geht UPM davon aus, dass das Betriebsergebnis für 2011 niedriger als im Vorjahr ausfallen wird. Bisher ging UPM von einer Verbesserung des Ergebnisses aus.

➤ www.upm.com



Neunmonatszahlen von KBA

VIERTES QUARTAL SOLL UMSATZSPRUNG BRINGEN

Die Koenig & Bauer AG profitierte im 3. Quartal offenbar von seiner Präsenz in Nischenmärkten (Sicherheits-, Blech- und Kennzeichnungsdruck). Hier erreichten die Neubestellungen im Sommerquartal mit 472,8 Mio. € den höchsten Wert seit dem Rekordjahr 2006.



Gegenüber dem Vorjahr stieg der Auftragseingang im Konzern in den ersten neun Monaten um 15,4% auf 1.155,7 Mio. €. Der Auftragsbestand am Quartalsende überschritt mit 810,8 Mio. € erstmals seit Mitte 2008 wieder die 800-Millionen-Marke. Dagegen legte der Konzernumsatz bis Ende September nur leicht um 1,8% auf 785,7 Mio. € zu. Lieferverschiebungen und Aufwendungen für die nochmalige Kapazitätsanpassung der Rollenstandorte führten zu einem negativen Quartalsergebnis vor Steuern. Für den Neunmonats-Zeitraum wird ein Vorsteuerergebnis von -26,6 Mio. € (2010: -6,7 Mio. €) und nach Steuern ein Ergebnis von -32,5 Mio. € (2010: -9,2 Mio. €) ausgewiesen. Beim Umsatz wurde im Bogenbe-

reich ein Zuwachs von 14,9% auf 397,4 Mio. € realisiert, der Umsatz bei Rollen- und Sondermaschinen lag mit 388,3 Mio. € nach neun Monaten noch um 8,9% unter dem Vorjahr. Bei einem gegenüber 2010 um 28,0% höheren Inlandsumsatz reduzierte sich die Exportquote auf 84,6%.

Zum 30. September beschäftigte KBA 6.446 Mitarbeiter. Nach Umsetzung aller beschlossenen Kapazitätsanpassungen wird die Zahl der Beschäftigten auf etwa 6.000 (inklusive Auszubildende) sinken. Mit dem Berufsstart im Herbst stieg die Zahl der Auszubildenden und Praktikanten von 419 auf 433, die Ausbildungsquote von 6,5% auf 6,7%. In seinem Ausblick bestätigt der KBA-Vorstand unter dem seit dem



1. November 2011 amtierenden Vorsitzenden **Claus Bolza-Schünemann** trotz des Rückstands nach neun Monaten die

im Frühjahr prognostizierte leichte Steigerung des Konzernumsatzes im Geschäftsjahr 2011. Dazu soll ein Umsatzsprung mit ertragsstarken Produkten im 4. Quartal beitragen. Wie in den Vorjahren strebt KBA ein positives Vorsteuerergebnis im Konzern an. Die früher noch in Aussicht gestellte Verbesserung des Konzern-EBT 2010 (15,3 Mio. €) hält der KBA-Vorstand allerdings nicht mehr für realistisch. Begründet wird die schwächere Ergebnisprognose mit den nicht in dieser Dimension erwarteten Aufwendungen für die Kapazitätsanpassung und der erkennbaren Marktabschwächung.

► www.kba.com

Halbjahreszahlen von Heidelberg

ALLES WIRD AUF DEN PRÜFSTAND GESTELLT

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2011/12 (1. April bis September) bei einem stabilen Umsatz das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit verbessert (wir berichteten bereits in »Druckmarkt impressions 38«).

Der Auftragseingang lag im ersten Halbjahr mit rund 1,3 Mrd. € währungsbereinigt um etwa 5% unter dem Vorjahreswert. Der Auftragsbestand betrug zum Ende des zweiten Quartals 731 Mio. €, der Umsatz lag mit 1,18 Mrd. € auf Vorjahresniveau und das Ergebnis verbesserte sich im Halbjahr auf -21 Mio. € (Vorjahr -41 Mio. €). Die Mitarbeiterzahl ging im Vergleich zum Vorjahr um 446 zurück und liegt jetzt bei 15.782 Personen.

»Das konsequente Kostenmanagement im Rahmen der Neuorganisation und die damit verbundenen Effizienzgewinne haben bei einem stabilen Umsatz zu einer deutlichen Verbesserung der Profitabilität geführt. Da die konjunkturelle Lage weltweit unsicherer geworden ist und die Markterholung nicht wie erwartet eintritt, werden wir gegensteuern, um unser mittelfristiges Ertragsziel zu erreichen«, sagte der



Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, **Bernhard Schreier**.

Aufgrund konjunktureller Unsicherheiten sei davon auszugehen, dass sich die schwächere Nachfrage auf Umsatz und Ergebnis auswirken und das Ziel eines ausgeglichenen Vorsteuerergebnisses voraussichtlich nicht erreicht werden könne.

Heidelberg hält an seinen mittelfristigen Profitabilitätszielen jedoch fest, auch wenn sich der geplante Umsatz auf über 3 Mrd. € zeitlich verzögern sollte. Um dies zu erreichen, arbeitet Heidelberg an einem Programm, um innerhalb der nächsten zwei Geschäftsjahre das angestrebte Ergebnis von 150 Mio. € sicherzustellen.



Aufbauend auf der 2010 durchgeführten Neuorganisation des Unternehmens ist neben weiteren Kapazitäts- und Kostenanpassungen auch an strukturelle Veränderungen gedacht.

Dazu würden sämtliche Bereiche, Produkte und Prozesse auf den Prüfstand gestellt. »Wir werden uns für den professionellen Werbe- und Verpackungsdruck so aufstellen, dass wir den sich verändernden Marktanforderungen bei einem gleichzeitig volatilerem Umfeld gerecht werden«, sagte Bernhard Schreier.

► www.heidelberg.com



Dr.-Ing. Hubert H. A. Sternberg-Stiftung

PLAKATWETTBEWERB 625 JAHRE UNIVERSITÄT HEIDELBERG

Die Dr.-Ing. Hubert H. A. Sternberg-Stiftung hat Ende Oktober 2011 die Gewinner des Design-Preises »Print Creativity Award« in der Neuen Universität Heidelberg geehrt.

Die Aufgabenstellung an die Studenten der Studiengänge Grafikdesign, visuelle Kommunikation und Kommunikationsdesign war ein Plakatenwurf zum Thema »625 Jahre Universität Heidelberg«. Mit 66 eingereichten Plakaten war die Resonanz außerordentlich gut und die durchweg hohe Qualität der Arbeiten überzeugte. Bewertungskriterien waren neben dem Gesamtkonzept die Einsatzmöglichkeiten moderner Druck- und Veredelungstechnik, Typografie, grafische Elemente, Kommunikation des

zung der weiteren Kriterien aus. Unter dem Motto »Weiterhin denken« hat Grau ein Plakatkonzept entwickelt, das mit den Zahlen 6, 2 und 5 spielt. Durch Spiegelungen und Drehungen sowie das Hinzufügen des Buchstabens »k« fordert es vom Betrachter automatisch ein Nach- und Umdenken, sodass hinter den Zahlen und Buchstaben das Wort »denken« erkennbar wird. Weitere Preise gingen an Jian Xu, Hochschule für Gestaltung in Offenbach, an Marijke Debatin, Kunsthochschule Kassel und an Rosa Pfeil von der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe. Alle eingereichten Plakate sind im Foyer der Neuen Universität Heidelberg bis Ende November ausgestellt sowie im Jahresbericht der Universität Heidelberg abgebildet.



Themas und die Originalität des Entwurfes.

Das Sieger-Plakat von Christoph Grau, der an der Akademie der bildenden Künste in Nürnberg studiert, zeichnet sich durch ein ausgeklügeltes Konzept, das auch die Kombinationsmöglichkeiten des Plakates auf einer Plakatwand berücksichtigt, sowie die gute Umset-



Die Siegerarbeit von Christoph Grau. Abbildungen: Heidelberger Druckmaschinen AG.

Die Dr.-Ing. Hubert H. A. Sternberg-Stiftung wurde 1989 gegründet und fördert begabte, lernwillige Auszubildende, Studenten und jüngere Mitarbeiter der Druck- und Papiertechnik, insbesondere des Druckmaschinenbaus.

BVDA legt Studie vor

ANZEIGENBLÄTTER MIT GROSSER REICHWEITE

Von den in Deutschland lebenden 70,3 Millionen deutschsprachigen Menschen über 14 Jahre lesen mehr als 58 Millionen Anzeigenblätter. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) veröffentlicht hat.

Nach der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse »Anzeigenblätter in der AWA 2011« liegt der weiteste Leserkreis bei 58,75 Millionen Personen. Dies entspricht 83,5% der deutschsprachigen Bevölkerung, teilte der Verband mit. »Die sehr hohen Reichweiten bestätigen die herausragende Stellung der Anzeigenblätter als lokales Medium«, sagte BVDA-Geschäftsführer Heiner Urhausen. Während sich 86,7% aller Leser für Lokales interessieren, seien es bei den regelmäßigen Lesern der Anzeigenblätter sogar 90,8%.

»Auch die diesjährige AWA hat die herausragende Rolle der Anzeigenblätter in Deutschland als lokales Medium bestätigt«, ergänzt Adam Jürgen Bergmaier, BVDA-Vizepräsident. »Wenn die Anzeigenblätter regelmäßig über 41 Millionen Leser erreichen, wird deutlich, wer die lokale Kompetenz unter den Mediengattungen besitzt.«

Die AWA-Broschüre des BVDA zeigt zudem, dass auch onlineaffine Nutzer die redaktionellen und werblichen Informationen auf lokaler Ebene schätzen. Fast jeder Zweite, der mehrmals täglich im Internet surft, liest auch regelmäßig Anzeigenblätter (47,7%). Und mehr als 75% der Surfer, die via Handy oder Smartphone ins Internet gehen, lesen Anzeigenblätter.

70,8% der Leser achten beim Einkauf auf Sonderangebote. Allerdings sind Anzeigenblattleser nicht nur preissensible Konsumenten: Über 60% von ihnen sind bereit, für gute Qualität auch mehr zu zahlen. »Diese Zahlen unterstützen die Bedeutung der Anzeigenblätter als Partner der lokalen Wirtschaft«,



führt BVDA-Geschäftsführer Urhausen weiter aus.

Anlässlich seiner Herbsttagung in Aachen teilte BVDA-Präsident Helmut Gebauer mit, dass der Zuwachs der Anzeigenblätter wie im Vorjahr bei rund 2% liegen werde. Damit würden die Anzeigenblattverlage zum dritten Mal einen Nettowerbeumsatz von über 2 Mrd. Euro erzielen. »Wir profitieren von dem immer noch recht ansehnlichen Wirtschaftswachstum, das sich auch im Werbemarkt niederschlägt. Über das Jahr gerechnet werden wir den Nettowerbeumsatz wieder steigern können.«

► www.bvda.de



VDZ mahnt Fairnes an ZEITSCHRIFTEN ERWARTEN UMSATZPLUS

Den Zeitschriftenverlagen geht es 2011 im zweiten Jahr in Folge besser: Der Umsatz steigt in diesem Jahr um 1,4% auf 7,0 Mrd. € und soll auch 2012 wachsen. Wie VDZ-



Hauptgeschäftsführer **Wolfgang Fürstner** auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes darlegte, erwarten die Zeit-

schriftenverlage für 2012 ein geringeres Wachstum als im laufenden Jahr auf 7,1 Mrd. €. Eine Rückkehr auf das Umsatz-Niveau von 2008 sei jedoch nicht in Sicht.

»Im Wettbewerb mit neuen Anbietern entwickeln sich die Verlage strukturell zu hochkomplexen Medienhäusern«, sagte Fürstner. Habe der Anteil von Anzeigen und Vertrieb 2010 zusammen noch bei rund 80% gelegen, werde er 2014 nur noch rund 70% ausmachen. Am stärksten – wenn auch auf niedrigem Niveau – würden die mobilen Dienste wachsen. Das internetbasierte Geschäft der Verlage werde im Jahre 2014 auf einen Anteil von 11% ansteigen, bei den Publikumszeitschriften sogar auf 15%.

Fürstner mahnte faire Spielregeln für den Wettbewerb an, in dem sich die Verlage bewegen. »Verlagshäuser agieren unter strengen und kostspieligen Vorgaben im Bereich der Anzeigen oder des Datenschutzes, während es vor allem für die globalen Internet-Giganten weitgehend freie Bahn gibt«. Die Marktmacht von Apple, Amazon, Facebook und Google sei mittlerweile so groß, dass in einigen Segmenten ein Marktversagen drohe.

➤ www.vdz.de

Belastungen durch EEG-Umlage MITTELSTÄNDISCHE DRUCKEREIEN BENACHTEILIGT

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdv) kritisiert die Novelle des »Erneuerbaren Energien-Gesetzes«. Ab 2012 soll danach die EEG-Umlage, also die Umlage für erneuerbare Energien, für Stromkunden um weitere 0,06 Cent auf 3,59 Cent pro Kilowattstunde steigen.

»In der Summe steigen die Kostenbelastungen der Unternehmen weiter stark an«, erläutert Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdv. »Die EEG-Umlage belastet eine Branche erheblich, die seit Jahren unter Umsatzeinbußen durch abwandernde Märkte leidet.« Von den abgesenkten Einstiegsschwellen für eine Begrenzung der EEG-Umlage können mittelständische Druckunternehmen nicht profitieren, da das Gros der Branche die zu hohe Einstiegsschwelle nicht erreicht, so der bvdv. Für Großunternehmen ist die Umlage dagegen gedeckelt.

Unternehmen mit einem Stromverbrauch von mehr als einer Gigawattstunde (bislang 10 GWh) pro Abnahmestelle sowie Stromkosten von mehr als 14% (bislang 15%) der Bruttowertschöpfung des Unternehmens können einen Antrag auf Begrenzung der EEG-Umlage beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) stellen. Für die Druckindustrie entwickeln sich die Energiepreise zu einem gravierenden Wettbewerbsnachteil. Bereits 2011 war die Umlage um rund 1,5 Cent pro kWh und damit um mehr als 70% gestiegen. Seit 2005 sind die Ausgaben der Unternehmen für Energie um 32,2% in die Höhe geschossen.

➤ www.bvdv-online.de

GEDRUCKTE RECHNUNGEN Im Durchschnitt erhalten die Bundesbürger über 18 Jahren sieben Rechnungen im Monat. Eine Forsa-Studie kommt nun zu dem eindeutigen Ergebnis: Von 1.005 Bundesbürgern bevorzugten 72% gedruckte Rechnungen. 46% haben bereits eine Rechnung per E-Mail erhalten. 57% dieser Personen haben 57% dies auf eigenen Wunsch veranlasst. 40% gaben an, dass ihnen die elektronische Rechnung nahe gelegt wurde, zum Beispiel über einen Preisnachlass.

AUSZEICHNUNGEN **manroland** wurde von der NPES (Association for Suppliers of Printing, Publishing and Converting Technologies) mit dem Harold W. Gegenheimer Corporate Award for Industry Service 2011 ausgezeichnet. Erst kürzlich erhielt manroland für Innovationen bei Drucksystemen einen InterTech Award für das automatische Plattenwechselsystem APL autoprint.

EINBLICKE in die Welt der Druckweiterverarbeitung erhielt der Präsident des schleswig-holsteinischen Landtages, Torsten Geerds, in der Europa-Zentrale der **Horizon GmbH**. Bei seiner Reise durch den Kreis Pinneberg besuchte er auch den Hersteller in Quickborn und war beeindruckt »ein solch stark, solide und auf die Zukunft ausgerichtetes Unternehmen« kennenzulernen. Eine informative Unternehmensführung rundete den Besuch des Landtagspräsidenten ab und führte natürlich auch in den Maschinen-Showroom. Die hier präsentierten Horizon-Maschinen faszinierten Torsten Geerds und seine Delegation.



STANDORTERÖFFNUNG Der Multimedia-Dienstleister **Laudert** ist nun mit einem Standort in Leinfelden-Echterdingen auch in Süddeutschland präsent. »Eine Präsenz vor Ort wäre bei den heute durchgängig digitalen Workflows eigentlich nicht notwendig. Laudert zeichnet sich jedoch durch die hohe Beratungskompetenz sehr nah beim Kunden aus«, freut sich Geschäftsführer Jörg Rewer über den neuen Standort. Angeboten werden alle Laudert-Dienstleistungen, die in die Bereiche Consulting, Tools und Production gegliedert sind. Dazu gehören PrePress-Services, Bildbearbeitung, Postproduktion, Reinzeichnung, Satz und so weiter, die noch immer das Kerngeschäft darstellen. Darüber hinaus profitieren die Kunden auch von Service-Leistungen des Fotostudio-, des Medien-IT- und E-Business-Teams sowie des Supports am Standort Vreden.





Gefahr für Datensicherheit?

CLOUD COMPUTING
AUF DEM VORMARSCH

Immer mehr Unternehmen gewähren ihren Mitarbeitern auch außerhalb des Büros über das Internet Zugang zu Geschäftsdaten. Dadurch steigen die Risiken für die Datensicherheit, gegen die sich die Mehrzahl der Firmen noch nicht ausreichend abgesichert hat: 56% aller Unternehmen geben an, ihre Sicherheitsstrategien zum Datenschutz überprüfen oder modifizieren zu müssen, um sich besser zu schützen. Gleichzeitig sind knapp drei Viertel der Unternehmen der Ansicht, dass sich ihr Sicherheitsrisiko wegen der steigenden Zahl externer Bedrohungen erhöht hat. Das ergab die »2011 Global Information Security Survey«, die die Wirtschaftsprüfungs- und Steuer-gesellschaft Ernst & Young veröffentlicht hat. An der Umfrage nahmen 1.700 Experten für Informationssicherheit aus 52 Ländern teil. Trotz dieser Entwicklung wollen die Verantwortlichen zukünftig noch stärker auf IT-Services setzen, die auf Cloud Computing basieren. 61% der befragten Unternehmen nutzen derzeit bereits Cloud Computing, evaluieren oder planen dessen Einsatz innerhalb des nächsten Jahres.

➤ www.de.ey.com

Print Business Forecast 2012

DRUCKBRANCHE LEIDET WEITER
UNTER STRUKTURWANDEL

Auch im drupa-Jahr 2012 muss die deutsche Druck- und Medienindustrie mit schwierigen Verhältnissen rechnen. Diesen Trend zeigt zumindest die Herbst-Umfrage der Personal- und Unternehmensberater Apenberg+Partner, an der sich nach Angaben der Consultants 460 Unternehmen beteiligten und sich zu den wirtschaftlichen Erwartungen äußerten.

Danach erwartet die Hälfte der 265 befragten Druckereimanager auch für 2012 einen weiteren Rückgang der Verkaufspreise, lediglich 7% der Befragten gehen von einer Steigerung ihrer Abnehmerpreise aus. Dennoch glauben 53% an eine positive Marktentwicklung. Dieser verhaltene Optimismus wird vor allem von Etiketten- und Verpackungsdruckern getragen, während die Mehrheit der Bogen-Akzidenzdrucker (56%) eine negative Marktentwicklung für 2012 befürchtet. Auch 75% der befragten Zeitungsdrucker erwarten einen Preisverfall bei ihren Produkten, etwa die Hälfte rechnet mit einer weiteren Verschlechterung der Marktsituation.

Von den 121 befragten Verlagsmanagern erwarten 41% eine Verbesserung ihrer Ergebnisentwicklung, nur 20% befürchten eine Verschlechterung. 41% wollen ihre Wertschöpfungskette weiter ausbauen und ihren Kampf um »Paid Content« im Internet fortsetzen. Daher ist auch jeder dritte Verlag bereit, seine Investitionen im Jahre 2012 gegenüber dem Vorjahr zu steigern.

Die Investitionsbereitschaft der Drucker wird sehr unterschiedlich eingeschätzt. Während 27% der Befragten ihre Investitionen steigern wollen, wird rund ein Drittel der Drucker weniger investieren als im Jahr 2011.



»Die Druckindustrie muss sich auf ein weiteres Jahr des Strukturwandels einstellen«, urteilt Geschäftsführer **Michael Apenberg**. »Die Branche ist nichts für schwache Nerven – und dabei wird es wohl erst einmal bleiben. Gut 40 Prozent der Befragten sind dabei, ihre Geschäftsmodelle zu überarbeiten oder durch neue Dienstleistungen zu erweitern.«

An der Befragung beteiligten sich auch 74 Unternehmen der grafischen Zulieferindustrie. Die größte Gruppe bildeten die Fachhändler (20%) und die Druckmaschinenhersteller (20%). Jedes zweite dieser Unternehmen hat sich vorgenommen, die Preise auf dem Niveau von 2011 zu belassen.

Interessenten können die Studie gegen eine Schutzgebühr von 95,00 € plus Mehrwertsteuer als PDF bei Apenberg+Partner bestellen.

➤ www.apenberg.de

fotocommunity

FRAUEN ENTDECKEN
DIE FOTOGRAFIE FÜR SICH

Nach einer Studie der fotocommunity greifen immer mehr Frauen zur Digitalkamera. Die größte Gemeinschaft für Fotografie in Europa verzeichnet einen Anstieg ihrer weiblichen Mitgliedschaft von 30% im Vergleich zum Jahr 2008.

Die unter 5.000 Usern der fotocommunity durchgeführte Umfrage ergab, dass Hobbyfotografinnen zunehmend mit hochwertigeren Kameras fotografieren und mehr in ihre Ausrüstung investieren als in den Jahren zuvor. Die Teilnehmerinnen gaben an, im Schnitt rund 1.000 € im Jahr für Kamera und Foto-Equipment auszugeben, während der Betrag im Vergleichsjahr 2008 bei 500 € lag. Aktuell fotografieren 90% der weiblichen fotocommunity-Mitglieder mit einer digitalen Spiegelreflexkamera, vor vier Jahren waren es noch 80%. Die fotocommunity ist mit über einer Million registrierten Mitgliedern in fünf Sprachversionen die größte Internetgemeinschaft für Fotografie in Europa. Seit der Gründung 2001 wurden über 20 Mio. Fotos hochgeladen und 200 Mio. Bildkritiken verfasst. Das Angebot verzeichnet rund 170 Mio. Seitenaufrufe im Monat.

➤ www.fotocommunity.de

Rod
Krüß
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

ICH

BIN

DAS

EINZIGE

WAS

SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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



ADD PRINT. ADD POWER



Den Erfolg planen

»Die alten Regeln gelten nicht mehr. Man muss sie ständig neu erfinden.« Der Drucker, der dies sagte, hat den Einfluss der digitalen Technologie auf die Branche erfasst. Es handelt sich um die klassische Beschreibung einer sogenannten disruptiven Technologie, die eine bestehende Technologie, Dienstleistung oder ein Produkt möglicherweise vollständig verdrängt.

Von David Preskett



David Preskett ist European Professional Print Director, Canon Europe, und Präsident der Ipex 2014.

Der zitierte Drucker erkannte auch die Notwendigkeit, Regeln neu zu erfinden. Denn angesichts der vielen Wahlmöglichkeiten fällt es heute eher leicht, nichts zu tun, in der Hoffnung, dass sich die richtige Entscheidung schon ergeben wird. Was einen Unternehmer jedoch auszeichnet

und nach vorne bringt, ist aktives Handeln. Daher ist es wichtiger denn je, bei Überlegungen für den Ausbau des Unternehmens einen Business-Plan zu verfolgen. Im letzten Jahr richtete Canon den »Business Leap Wettbewerb« für die besten Businesspläne kommerzieller Digitaldruckprojekte aus. Ziel war es, die Aufmerksamkeit auf neue Geschäftsideen zu lenken.

BUSINESSPLÄNE NUTZEN! Viele Unternehmer stimmen zu, dass Erfolge planbar sind, befolgen dies aber zu wenig. Fragt man Geschäftsführer, ob sie über Businesspläne verfügen, wird die Antwort mit Sicherheit »Ja« sein. Fragt man aber, wann und warum er gemacht wurde, wo er sich befindet und wann er zuletzt angesehen wurde, fallen die Antworten zurückhaltender aus. Denn die meisten Geschäftsführer assoziieren einen Businessplan mit der Investition während der Startphase eines Betriebes. Aber sobald sie über die Kapitalausstattung verfügen und den Betrieb aufnehmen, gehen viele davon aus, einen Businessplan nicht mehr zu benötigen.

Ein großer Fehler, denn auch längst etablierte Unternehmen benötigen einen Businessplan. Heute betreiben Drucker ihr Geschäft in einer Zeit mit noch nie da gewesenen, schier grenzenlosen Möglichkeiten – zugleich aber auch hohen Risiken. Erfolge in einem sehr wettbewerbsintensiven und sich schnell verändernden Markt erfordern Planung, den Blick für Details und eine Umsetzung mit nahezu militärischer Disziplin.

Als zentrale Hilfe für die Entscheidungsfindung bietet der Businessplan wichtige Vorteile. Er hilft zu bestimmen, ob das, was erhofft wird, auch erreicht werden kann, ob es machbar, realistisch und nachhaltig ist. Er dient sowohl als Wegweiser und Kompass, dem Geschäftsleitung und Mitarbeiter folgen können, der klare Maßnahmen definiert und Meilensteine setzt, die erreicht werden müssen, um die Ziele zu erreichen. Ein Businessplan, der regelmäßig überprüft und verfeinert wird, hilft zudem, die Ressourcen zu identifizieren, die benötigt werden und bei Bedarf die Finanzierung sicherzustellen.

Es ist also leicht erkennbar, dass ein Businessplan notwendig ist. Es ist ebenfalls einfach, wie der Plan strukturiert sein soll – entsprechende Literatur gibt es zuhauf, Unternehmensverbände bieten eine Fülle von Ratgebern und auch Canon bietet einen nützlichen Ratgeber für die geschäftliche Planung im Rahmen seines »Essential Business Builder«-Programms.

WELCHEN ZWECK SOLL DER PLAN ERFÜLLEN? Die genaue Struktur ist davon abhängig, wozu er benötigt wird. Soll jemand überzeugt werden, in einen Betrieb zu investieren, wird ein Marketingplan, ein Umsetzungsplan und vor allem ein realistischer Finanzplan benötigt.

Wenn es um die Weiterentwicklung des Geschäftes geht, können bereits einfache (aber wichtige) Fragen helfen: Was ist unser Geschäft? Wohin wollen wir uns entwickeln? Was brauchen wir, um dorthin zu gelangen?

Die größere Herausforderung besteht jedoch darin, zu den richtigen Antworten zu gelangen – diese sind für jedes Unternehmen individuell. Die Antworten hat nur das Management – aber es wird sich lohnen, sich damit auseinanderzusetzen, denn es zwingt dazu, das Geschäft genauer zu analysieren. Hinterfragt werden sollte zuerst das Bekannte: Geschäft, Branche und die Veränderungen, die erkennbar sind. Es sollte der Status quo hinterfragt werden, indem jeder einzelne Job auf Möglichkeiten untersucht werden muss, ob und welchen Mehrwert man hinzufügen kann. Zum Beispiel kann ein Direktmailing nur teilweise aus einem Druckauftrag bestehen; es kann ebenso Datenbank-, URL-, Internet- und Versandleistungen umfassen – drei neue Felder also, die für Umsatzverbesserungen sorgen können.

Eine weitere Empfehlung ist die Konzentration auf Druck-Erzeugnisse, die eine geringere Wahrscheinlichkeit haben, der elektronischen Verdrängung zum Opfer zu fallen. Vor allem aber sollte man sich auch das Geschäft der Kunden ansehen und überprüfen, ob die Kunden papierbasierte Post durch E-Mail oder Informationen auf einer Webseite ersetzen könnten.

PRINT NICHT VERGESSEN! Und noch etwas sollte jedem Businessplan zugrunde liegen: Beim Bewerben des Geschäfts über neue Kanäle darf Print nicht vergessen werden! Denn das überzeugendste Argument für den Druck besteht darin, dass Print mit neuen Kommunikationskanälen perfekt zusammenspielt und sie ergänzt.

► www.canon.ch



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

Revolutionizing Publishing. Again.™





Neue Funktionen

EFI DIGITAL STOREFRONT FÜR WEB-TO-PRINT

EFI hat eine neue Version von Digital StoreFront vorgestellt – mit erweiterter Benutzeroberfläche und leistungsstarker Vorschaufunktion. Digital StoreFront ist eine der führenden Web-to-Print-Plattformen der Branche und wird in mehr als 3.000 Druckereien weltweit eingesetzt.

➤ www.efi.com

Quark Publishing System 9.1

UNTERSTÜTZUNG VON DIGITAL-PUBLISHING-WORKFLOWS

Quark gab die Verfügbarkeit des Quark Publishing System 9.1 bekannt, dem neuesten Release der Dynamic-Publishing-Plattform für das automatisierte Publishing in Printmedien, im Web, auf eReadern sowie auf mobilen Geräten und Tablets. Die neue Version ermöglicht es, auf dem iPad und in anderen Formaten zu veröffentlichen.

Neue Toray-Platte

BIS ZU 40% MEHR LAUFLEISTUNG

Toray hat auf der Ifra in Wien eine neue Druckplatte mit längerer Laufleistung für den wasserlosen Druck von Zeitungen und akzidenzähnlichen Produkten vorgestellt. Die CtP-Platte MX10 hat in Tests auf Cortina-Druckmaschinen von KBA eine bis zu 40% höhere Laufleistung bewiesen.

➤ www.waterless-print.com

Adobe und Woodwing

ALLIANZ FÜR TABLET-PUBLISHING

WoodWing Software hat eine Vereinbarung mit Adobe Systems bekannt gegeben, in deren Rahmen WoodWing die Adobe Digital Publishing Suite in sein Enterprise Publishing-System integrieren wird. Zudem wird WoodWing im Status eines Value Added Resellers die Editionen der Adobe Digital Publishing Suite vertreiben.

Premiere für PrintSmith Vision PROZESSAUTOMATISIERUNG AUF BROWSERBASIS

EFI hat PrintSmith Vision vorgestellt, eine Weiterentwicklung von PrintSmith, dem EFI Druckmanagementsystem (MIS). PrintSmith Vision ist eine ausgewachsene Managementlösung auf Browserbasis, die für Akzidenzdruckereien mit nahezu beliebigen Produktionsprozessen zugeschnitten ist. PrintSmith Vision bietet Tools für die Vorkalkulation, Angebotserstellung, Produktionsplanung, Auftragsverfolgung, Produktionsformularen, Datenerhebung, Bestandsführung, Kostenrechnung und Fakturierung. Die Benutzeroberfläche auf Browserbasis ist ortsunabhängig über das Internet abrufbar. Neue Mitarbeiter sind schnell startklar und alte Hasen arbeiten effizienter und präziser, während die Geschäftsführung fundiertere, ertragsorientiertere Entscheidungen treffen kann – mit anspruchsvollen Funktionen zur Datenanalyse und Berichterstattung, die das gesamte operative Geschäft in Echtzeit visualisieren.

Die Markteinführung von PrintSmith Vision ist für das erste Quartal 2012 vorgesehen.

➤ www.efi.com

Kodak Electra XD

NEUES 400 xLO CHEMISTRY SYSTEM

Kodak hat ein neues Entwicklersystem für die Verarbeitung der Electra XD Thermoplatte vorgestellt. Das Kodak 400 xLO Chemistry System besteht aus dem 400 xLO Plattenentwickler sowie dem 400R xLO Regenerat. Das System wurde für eine längere Standzeit und einen höheren Plattendurchsatz konzipiert und zeichnet sich nach Aussage des Herstellers im Vergleich zu bislang verwendeten Entwicklersystemen durch einen erheblich verringerten Chemikalienverbrauch und einen saubereren Arbeitsprozess aus. Der neue Entwickler ist zu bestehenden Plattenverarbeitungsanlagen kompatibel, die Umstellung auf die neue Verarbeitungschemie lässt sich mit minimalem Arbeitsaufwand bewerkstelligen.

Der Einsatz des neuen Chemistry Systems verlängert die Standzeit der Verarbeitungschemie von bisher sechs bis acht Wochen auf mehr als zwölf Wochen. Das haben interne Tests bei Kodak und bei Betatestanwendern ergeben. Außerdem muss die Plattenverarbeitungsanlage seltener gereinigt werden und der Chemikalienverbrauch lässt sich nach Aussagen von Kodak-Kunden um 50% und mehr verringern.

➤ www.kodak.com

Agfa Graphics

MODERNE CHEMIEFREIE CTP-LÖSUNG FÜR ZEITUNGEN

Agfa Graphics hat eine neue chemiefreie CTP-Lösung für Zeitungen vorgestellt. Die Lösung umfasst den neuen Plattenbelichter Advantage N-TR XXT, die neue chemiefreie Druckplatte N94-VCF und die Auswascheinheit VXCF85.

Mit dem Advantage N-TR XXT lassen sich pro Stunde bis zu 300 Platten herstellen. Das System für



die Volumenproduktion ist nach Angaben von Agfa das einzige CTP-System für den Zeitungssektor, das über Funktionen für die unbeaufsichtigte Überwachung und Meldung aller Betriebsparameter des Belichters verfügt. Über eine im Inneren des Systems installierte IR-Webcam kann der Bediener den Plattentransport live und online überwachen.

Die N94-VCF ist die nächste Generation der chemiefreien violetttemp-

findlichen Druckplatten von Agfa Graphics speziell für Zeitungs- und Coldset-Druckereien. Die Druckplatte ist Nachfolger der N92-VCF, basiert auf der chemiefreien Photopolymer-Druckplattentechnologie von Agfa und ermöglicht jetzt 30% bis 40% höhere Auflagen (bis zu 200.000 Drucke). Die N94-VCF ist eine stabile Druckplatte mit niedrigen Betriebskosten. Da keine Chemie erforderlich ist, entfallen alle mit der Entwicklung verbundenen Variablen, die sich nachteilig auf die Konstanz des Druckbilds auswirken könnten. Stattdessen wird die Druckplatte mit einer pH-neutralen Lösung in der Auswascheinheit oder Clean-Out Unit VXCF85 ausgewaschen, die in ihrer Geschwindigkeit auf den Advantage N-TR XXT abgestimmt ist. Die Auswascheinheit bietet auch eine Online-Überwachung des Betriebs, und die Benutzeroberfläche wurde dem aktuellen technischen Niveau angepasst, sodass Betrieb und Wartung erleichtert werden.

➤ www.agfagraphics.de



Prinect-Anwendertage

Mehr als 300 Kunden besuchten Ende Oktober 2011 die Prinect Anwendertage in der Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Zahl der internationalen Kunden stieg dabei um das Doppelte gegenüber dem Vorjahr, und so kamen über 100 Teilnehmer aus 14 europäischen Ländern.

Der bewährte Ansatz der Veranstaltung, die von Anwendern für Anwender organisiert wird, bestand aus branchenrelevanten Vorträgen, Diskussionen und praxisnahen Workshops rund um den Druckerei-Workflow Prinect. »Die deutlich weniger Frontalvorträge zugunsten von mehr Workshops und Diskussionen kamen bei den Teilnehmern sehr gut an«, zieht Martin Klein, Geschäftsführer der ctrl-s prepress GmbH aus Stuttgart und einer der Organisatoren der Veranstaltung, eine positive Bilanz. »Der Wert der Veranstaltung steigerte sich durch den direkten Kontakt mit den Entwicklungs- und Produktmanagern von Heidelberg«.



Großes Interesse bei den Prinect Anwendertagen 2011 in der Print Media Academy in Heidelberg: Mehr als 300 Kunden aus ganz Europa kamen zum Wissens- und Erfahrungsaustausch rund um den Druckerei-Workflow Prinect und konnten sich in Workshops austauschen.

der Masse abheben können. Die Experten von Heidelberg informierten über die Neuheiten wie den Prinect Business Manager, den Prinect Web-to-Print-Manager und den Prinect Digitaldruck-Workflow. »Die Marktanforderungen treiben die weitere Prinect-Entwicklung. Wir arbeiten an einem Gesamtpaket über alle Wertschöpfungsprozesse einer Druckerei inklusive eines komplett integrierten MIS (Management-Informationssystem), regelbasiertem Web-to-Print und Shop-System sowie direkt angebundenem Digitaldruck«, erläutert Christopher Berti, Leiter Produktmanagement Prinect und CtP bei Heidelberg.

EINE KRITISCHE BESTANDSAUFNAHME nach zehn Jahren JDF (Job Definition Format) fiel ebenfalls positiv aus. JDF hat dazu beigetragen, durch Standardisierung die Produktionsprozesse in den Druckereien zu professionalisieren und Transparenz und Produktionssicherheit zu schaffen. Insgesamt hat die Druckbranche von diesen Möglichkeiten stark profitiert und ist effizienter und industrieller geworden. Ein weiterer Vortrag beleuchtete die Differenzierungs- und Marketingstrategien und vermittelte den Teilnehmern, wie sie ihre Kunden besser an sich binden und sich als Druckdienstleister aus

23 VERSCHIEDENE THEMEN Viel Zeit war für die Workshops vorgesehen: Hier konnten die Teilnehmer aus insgesamt 23 unterschiedlichen Themen die für sie interessantesten auswählen. Beispiele waren »Neue Anwendungen für Druckprodukte«, »Integrierte MIS und Produktionssysteme«, »Sammelformbearbeitung im Prinect Workflow«, »High End Proofing«, »Optimierte Graubalancekalibrierung« oder »Aufträge im Internet abwickeln«.

➤ www.heidelberg.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die **Neue Luzerner Zeitung**, ein Unternehmen der NZZ-Mediengruppe, führt das Redaktionssystem **WoodWing** Enterprise und das Planungs-, Anzeigen- und Produktionssystem **DIG** ein. • Der Farbexperte **ColorLogic GmbH** entwickelt Software für die sichere und korrekte Reproduktion. Neue Versionen und Lösungen sind jetzt bei **Impressed** erhältlich. • Die **Enfocus** Crossroads Community bekommt weiteren Zuwachs durch die Aufnahme von **OneVision**, Anbieter von Software-Lösungen für die Druck- und Medienproduktion. Der Software-Anbieter tritt als »Application Partner« bei. • **Adobe** hat mit der Adobe Creative Cloud eine Lösung vorgestellt, die den Gestaltungsprozess von digitalen Inhalten verändert. Die Creative Cloud soll das Zentrum werden, von dem aus Kreative auf Desktop- und Tablet-Anwendungen sowie Services zugreifen und ihre Arbeiten mit anderen austauschen können. • **Inter Presse Offset** (IPO), die Einkaufsgesellschaft der regionalen Tagespresse in Frankreich, hat das 2.000. von **Kodak** hergestellte Zeitungs-CtP-System bei **La Dépêche du Midi** in Toulouse installiert.



Hohes Potenzial zur Prozessoptimierung

Die Fujifilm Brillia HD PRO-T3 bietet alle Vorteile der Vorgängerplatte, wurde aber durch neue Techniken wie die ›Fine Particle Dispersion-Technology‹ verbessert, um das Druckverhalten der Platte weiter zu steigern. Dies bietet die Möglichkeit, die Prozesse in Vorstufe und Druck weiter zu optimieren.

Der Druck auf Akzidenzdruckereien bezüglich Wettbewerbsfähigkeit, Effizienzsteigerungen und Kostenreduzierung wächst. In Verbindung mit dem Einfluss digitaler Drucktechnologien suchen viele Betriebe nach neuen Wegen, die Auslastung ihrer Offsetmaschinen und die Wirtschaftlichkeit zu verbessern. Zudem spielt das Thema einer nachhaltigen Druckproduktion eine zunehmende Rolle für Druckereien aller Größenordnungen. Das bedeutet, dass alle Prozesse – von der Vorstufe über den Druck bis hin zu Weiterverarbeitung und Logistik – Optimierungen unterzogen werden. Dazu bietet die Brillia



Der wohl schnellste Weg vom CtP-Belichter zur Druckmaschine: die neue Brillia HD PRO-T3 von Fujifilm.

HD PRO-T3 als prozessfreie Platte die perfekte Gelegenheit, die Produktionsabläufe in Prepress und Druck zu optimieren. Die soeben angekündigte PRO-T3 bietet alle Vorteile der Vorgängerplatte, verfügt aber zusätzlich über neue Technologien, die das Druckverhalten beträchtlich verbessern sollen.

ÜBER 2.000 DRUCKEREIEN NUTZEN DAS POTENZIAL »Seit der ersten Generation der prozesslosen PRO-T im Jahr 2005, haben über 2.000 Druckereien in Europa die prozesslose Plattentechnologie von Fujifilm in ihren Produktionsablauf integriert«, sagt **Ryuta Masui**, Senior Vice-President, Graphic Systems Business Domain, Fujifilm Europe. »Die neue, stark verbesserte Version der prozesslosen Thermalplatte wird sicherlich noch größere Auswirkungen auf den Markt haben. Wir sind zuversichtlich,



dass die PRO-T3 die Effizienz des Offset-Druckprozesses weiter verbessert und den Druckereien bei der Qualitätsoptimierung und gleichzeitiger Minimierung der Vorlaufzeiten helfen kann.«

Die Brillia HD PRO-T3 ist eine prozesslose Platte, die Entwicklungsmaschine, Wasser und Entwickler sowie Gummierung der konventionellen Druckplattenverarbeitung eliminiert. Die Druckplatte kommt direkt vom CtP-Belichter in die Druckmaschine. Dabei schränke die PRO-T3 als prozessfreie Platte

weder die Produktivität des Plattenbelichters, noch dessen Qualität ein, da 1% bis 99% Tonwertwiedergabe und FM-Raster mit 20µ ohne Einschränkung erreicht werden könnten, was nach Angaben von Fujifilm für konkurrierende Produkte, die den Chemieverbrauch reduzieren, unüblich sei. Die PRO-T3 sei demnach der schnellste Weg zu einer druckfertigen Platte. Dabei zeige die neue Version der prozesslosen Thermal-Platte das aktuelle technologische Leistungsvermögen von Fujifilm bei der Produktion zeitgemäßer und Chemie reduzierenden Druckplatten.

DREI NEUE TECHNOLOGIEN So wurden drei neue Technologien entwickelt, um die Leistung zu optimieren. Dazu gehört einmal die neue Multigrain-Technologie, eine neue Mikrokörnung auf der Oberfläche des Aluminiums, die einen größtmöglichen Spielraum im Bezug auf die Farb-Wasser-Balance in der Druckmaschine garantiert. Zudem wird eine mehrlagige Beschichtung eingesetzt, die in ultradünnen Schichten verschiedene Funktionen bietet. Dazu gehört eine Schutzschicht, die die Diffusion von Sauerstoff steuert und so zusammen mit der lichtempfindlichen Schicht auf der Oberfläche für eine nach Angaben von Fujifilm optimale Plattenstabilität, lange Haltbarkeit, hohe Empfindlichkeit und optimale Produktivität sorgt. Außerdem beinhaltet die dritte Schicht der PRO-T3 die neue sogenannte Fine Particle Dispersion (FPD)-Technologie von Fujifilm, die das Druckverhalten verbessert. Die Kombination dieser Technologien soll eine bessere Farbannahme, ein schnelleres Entfernen der Schichtreste in der Druckmaschine und eine größere Toleranz gegenüber unterschiedlichen Druckbedingungen bringen.

► www.fujifilm.de





DotLine CTP

WE DRUCK INVESTIERT IN DOTLINE CTP LÖSUNG

Die Weser-Ems-Druck ist Teil der Nordwest-Medien-Holding und seit 1982 als selbstständige Druckerei am Markt tätig. Auf drei Wifag Rotationen werden derzeit wöchentlich weit über zwei Millionen Tageszeitungen und Anzeigenblätter sowie eine Vielzahl von Sonderprodukten gefertigt. In der Druckvorstufe setzt man seit 2001 auf digitale Produktion, drei Produktionslinien mit einer Gesamtkapazität von 600 Platten pro Stunde stehen zur Verfügung. Geplant war ein Ersatz der beiden älteren Linien für das erste Halbjahr 2012. Um die erforderliche Produktionssicherheit zu gewährleisten, entschloss sich die Projektgruppe unter der Leitung von Peter Rosdorff, Geschäftsführer und Gerriet Schwarting, Produktionsleiter des Druckzentrums das Projekt in zwei Phasen zu unterteilen.

Nach Prüfung aller Kriterien entschied sich WE Druck für die Lösung des deutschen Herstellers DotLine. Das CtP-System VMAX in Kombination mit einer Entwicklungsmaschine des bereits im Haus bekannten Lieferanten Haase überzeugte die Projektgruppe und Geschäftsleitung. Die Installation der ersten Linie erfolgte im August 2011, die zweite Linie ist für das erste Halbjahr 2012 avisiert.

➤ www.dot-line.de

SMARTt.softproofbox

NORMLICHTKABINE AUS ÖKOLOGISCHEM MATERIAL

Die strategische Partnerschaft zwischen dem Softwarehaus K-Flow und Just Normlicht trägt erste Früchte. Auf der Viscom präsentierten sie auf dem Gemeinschaftsstand mit Quato erstmals Serienmodelle der SMARTt.softproofbox, aus umweltfreundlichem Re-board hergestellt und mit Justs moduliertechnologie ausgestattet. Den Prototypen hatte K-Flow bereits auf dem NRW-Branchentreff '10. Cre-



Achim Strukmeier präsentiert die Gemeinschaftsproduktion von Just Normlicht und K-Flow.

felder Print Cocktail vorgestellt. Damit erhält man die Möglichkeit, schnell und einfach auf fast jedem Schreibtisch einen normgerechten Softproofarbeitsplatz einzurichten, der umweltfreundlich und kostengünstig zugleich ist. Die SMARTt.softproofbox ist aufgrund des verwendeten Materials Re-board sehr umweltfreundlich und von niedrigem Gewicht. Auch ist der Energieaufwand bei der Produktion vergleichsweise gering. Optional erhältlich sind leistungsfähige Monitore und Messgeräte. Es werden sämtliche hardwarekalibrierbare Monitore bis zu einer Größe von 30 Zoll unterstützt.

➤ www.kflow.de

➤ www.just-normlicht.de

SCHUBLADENSCANNER Der neue imageFormula DR-M140 Desktop-Scanner von Canon ist ein Dokumentenscanner im kompakten Design, der mit weniger als 10 cm Höhe in jede Büroschublade passt – zur Anwendung und Aufbewahrung. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 40 Seiten pro Minute (Duplex: 80 Bilder) in Farbe hält der DR-M140 die Produktivität selbst beim Scannen mit einer Auflösung von bis zu 300 dpi aufrecht.



AUFRÜSTOFFENSIVE Seit Mitte Oktober können QuarkXPress-Kunden für 399 € von jeder beliebigen QuarkXPress Version ein Upgrade auf QuarkXPress 9 durchführen. Bis zum 31. Dezember haben alle früheren und aktuellen Anwender der QuarkXPress-Versionen 3 bis 6 die Möglichkeit zum Standard-Upgrade-Preis auf die neueste Version aufzurüsten. Normalerweise gilt dies nur für Upgrades von den Versionen 7 und 8.

HYBRIDTECHNOLOGIE Von einer guten Label-Expo berichtet Lüscher.

Die Belichter MultiDX und der XPose Flex stießen dabei auf großes Interesse, wobei der vielseitige Hybrid-Belichter MultiDX besonders im Fokus der Besucher stand. Die innovative Hybridtechnologie ermöglicht die Druckformherstellung für den Offset-, Flexo-, Buch- und Siebdruck in einem einzigen Belichter. Ebenfalls Aufsehen erregte die erstmals präsentierte Direktbelichtung von Druckformen. Mit der Software XDirect hat Lüscher eine effiziente Lösung für den Etiketten- und Verpackungsdruck geschaffen. ➤ www.luescher.com



CROSS-MEDIAL Mit dem von der in Zürich ansässigen Tamedia AG herausgegebenen 'Tages-Anzeiger' wird die größte Abo-Tageszeitung der Schweiz mit dem Redaktionssystem WoodWing Enterprise produziert. Die Umstellung des Tages-Anzeigers ist zudem der Abschluss der Implementierung von WoodWing Enterprise in Zürich: 750 Nutzer arbeiten derzeit mit dem System. Tamedia wird betreut vom WoodWing Gold-Partner A&F Computersysteme AG. ➤ www.a-f.ch ➤ www.woodwing.com

ZEITUNGSLÖSUNG Agfa Graphics hat Erweiterungen für seine Workflow-Software-Suite Arkitek vorgestellt, die bei der Zeitungsproduktion mehr Effizienz bringen sollen. Die Workflow-Suite umfasst die Module Portal, Director, PlateReady, Vantage und OptiInk. Mit Arkitek Portal können Kunden der Druckerei ihre Seiten bequem hochladen, die sodann eine automatische Abfolge von Verarbeitungsschritten durchlaufen. Arkitek Portal ermöglicht allen Beteiligten die Zusammenarbeit in einer rund um die Uhr an sieben Tagen die Woche erreichbaren Internet-Umgebung, was in höherer Produktivität und weniger Arbeitsschritten vor dem Druck und geringeren Kosten resultieren soll. ➤ www.agfagraphics.de





Bildpersonalisierung für Millionen

Highspeed-Inkjet meets Highspeed-Imaging: Neue Möglichkeiten für personalisierte Drucksachen

Im kleinvolumigen Auflagenbereich hat sich neben dem Offsetdruck der Digitaldruck etabliert, während bei den sechs- und siebenstelligen Auflagen noch immer der Rollenoffsetdruck dominiert. Personalisierungen sind hier nur nachträglich, meist per Lasereindruck möglich. Diese zweistufige Hybridproduktion ist möglicherweise ein Auslaufmodell. Denn erstens werden Stand-Alone-Inkjet-Drucksysteme immer leistungsfähiger und schneller, und zweitens erreichen Inkjet-Eindrucksysteme wie etwa die Prosper-Druckköpfe von Kodak inzwischen Geschwindigkeiten von bis zu 10 m/s.

Highspeed-Imaging: 100.000 Bilder und mehr

Die neuen Highspeed-Inkjetmaschinen bedrucken 1.000 bis 5.000 Seiten pro Minute. Herkömmliche, tonerbasierte Digitaldruckmaschinen schaffen nur 100 bis 200 DIN-A4-Farbseiten pro Minute. Mit der mehr als zehnfachen Geschwindigkeit im Inkjet sinkt gleichzeitig auch der Stückpreis erheblich. Der Tag ist nicht mehr fern, an dem der Digitaldruck günstiger ist als die zweistufige Hybridproduktion mit Rollenoffset und Lasereindruck.

»Die Frage, ob Bildpersonalisierung oder nicht, ist dann nicht länger eine Frage der Kosten, sondern schlicht und ergreifend eine Frage der Kreativität«, schlussfolgert Uwe-Michael Sinn, Geschäftsführer der AlphaPicture GmbH, dem Spezialist für Bildpersonalisierungen.

Denn die Highspeed-Imaging-Generatoren, die benötigt werden, um 100.000 und mehr Bildpersonalisierungen pro Stunde zu erzeugen, präsentierte AlphaPicture bereits auf der drupa 2008. »Wir fanden seinerzeit aber keinen Druckmaschinenhersteller, der die Bildpersonalisierung mit ausreichender Deckung im Highspeed-Bereich druckte«, erklärt Sales Director Gerhard Märterer. Die neueste Generation der Inkjet-Maschinen bewältige nun auch die fein modulierten AlphaPicture-Motive, wie Testreihen mit 900.000 AlphaPictures in den Größen von DIN A6 bis DIN A4 ergaben.

Ursprünglich für Video gedacht

»Als ich unsere Technologie vor acht Jahren entwickelte, war diese ursprünglich für Video-Anwendungen gedacht«, erläutert AlphaPicture-Technikchef Michael von Aichberger. »Wenn Sie 25 Bilder pro Sekunde personalisieren müssen, gehen Sie anders an die Entwicklung heran, als unsere Marktbegleiter, die die Bild-

War die Bildpersonalisierung im Direktmarketing bisher eher eine exklusive Angelegenheit für dreibis fünfstellige Auflagen, tun sich im Vorfeld der drupa 2012 technologische Entwicklungen auf, die diesem Responseverstärker den Einzug in die Millionenaufgaben ermöglichen.



Uwe-Michael Sinn, Geschäftsführer der AlphaPicture GmbH (im Bild rechts), neben Sales Director Gerhard Märterer.



Mit personalisierten Bildmotiven bündelt AlphaPicture die Wirkung von Fotos mit der hohen Aufmerksamkeit der Personalisierung. Testreihen mit der Augenkamera des Siegfried Vögele Instituts belegen die Wirkung. So erreichen Marketer einen deutlich höheren Responsewert als mit der bloßen Textpersonalisierung.



ner des Kunden. Mit dieser Cloud-Computing-Lösung spart der Nutzer nicht nur Installations- und Wartungskosten, sondern profitiert zusätzlich davon, dass AlphaPicture stets die aktuellste Rechnergeneration bereitstellt.

Die neuen AlphaPicture-Rendermaschinen sitzen direkt am leistungsfähigsten deutschen Internetknoten, dem German Commercial Internet Exchange, kurz DE-CIX. So garantiert AlphaPicture seine schnellen Reaktionszeiten und höchste Datenübertragungsraten. »Unser neuer Serverstandort macht AlphaPicture noch leistungsstärker«, sagt Sales Director und Gesellschafter Gerhard Märterer. »Der Kunde braucht lediglich seinen Internetanschluss. Um den Rest kümmern wir uns.« Hunderte von Digitaldruckereien, Dialogagenturen und Marketingabteilungen aus allen fünf Kontinenten haben passwortgeschützten Online-Zugang zu über 500 frei verfügbaren Fotomotiven sowie kundeneigenen Motiven auf den Renderingmaschinen im Rechenzentrum.

nico

► www.alphapicture.com

personalisierung eher aus der Druckvorstufe kommend entwickelt haben. Deshalb ist unser System meines Wissens das einzige weltweit, das selbst im Highspeed-Bereich mit relativ wenig Hardware-Aufwand auskommt.«

AlphaPicture installiert seine High-Speed-Generatoren im Drucksaal. Über Fernwartung können beliebige neue Bildmotive aufgespielt werden. AlphaPicture bietet auch die Programmierung von kundenspezifischen Bildmotiven an. »Schon beim Programmieren«, erläutert Michael von Aichberger, »können wir sozusagen die Highspeed-DNA ins Motiv einprogrammieren. Das macht uns einzigartig.«

Cloud Computing und Software as a Service

Dazu hat AlphaPicture schon im Sommer dieses Jahres noch einen Gang zugelegt. Der Spezialist für Bildpersonalisierung garantiert mit seinem neuen Serverzentrum in der Daburg Frankfurt beste Erreichbarkeit bei blitzschnellen Übertragungsgeschwindigkeiten. So wurde sichergestellt, dass die gesamte Datenbank für lizenzierte Nutzer, ob Digitaldrucker oder Dialogagentur, jederzeit und schnellstmöglich erreichbar ist.

Es ist offensichtlich, wie bedeutend die erstklassige Netzanbindung für AlphaPicture ist. Immerhin arbeitet das Angebot als Software as a Service (SaaS) und nicht auf dem Rech-

InterRed

ZUKUNFT

MULTI-CHANNEL-PUBLISHING

Die Verlagsbranche beschäftigt sich stark mit dem Thema Multi-Channel-Publishing. Dabei steht jedoch eine zentrale Frage im Raum: Wie sehen die Medien der Zukunft aus? Und welche Strategien, Produktionswege und Prozesse können verfolgt werden, um in Zukunft mit Verlagshalten die Wertschöpfungskette zu erhalten? Verlage, die neue Ausgabekanäle wie ePub, Mobile, Tablet etc. sowie Veränderungen bei bestehenden Publikationskanälen wie Print und Online berücksichtigen, erschließen sich mit der passenden technischen Grundlage möglicherweise neue Wirkungsfelder.

Die kommende Version des Publishing Systems InterRed 13 berücksichtigt nach Angaben des Herstellers diesen Trend, indem auf medienneutrale Datenerhaltung und das Publizieren in verschiedenen Medien gesetzt wird. Für die komfortable Bearbeitung von Inhalten über die DTP-Software stehen künftig neue Plugins zur Verfügung, die effizientes Arbeiten durch den bidirektionalen Austausch von Inhalten zwischen Layout und Redaktion ermöglichen. Dem Nutzer stehen dabei beide Wege, Layout vor Content oder Content vor Layout, zur Verfügung. Die Nutzung eines freien Layouts, die Verwendung von Bibliotheken, Snippets etc. sowie Statusanzeigen zur Aktualität der Inhalte sind nur ein paar der Möglichkeiten, die sich mit InterRed 13 bieten.

► www.interred.de





Am 20. Oktober 2011 starteten zum zweiten Mal die Inca Digital Excellence Awards (IDEAS 2012). Die IDEAS sollen die Leistungsfähigkeit des Digitaldrucks unter Beweis stellen und zeigen, welche Effekte mit UV-Inkjet-Technologie von Inca möglich sind. Nach dem Erfolg mit dem ersten IDEAS-Wettbewerb im Vorjahr hat Inca weitere Wettbewerbskategorien ergänzt. Beurteilt werden die Wettbewerbsbeiträge nach Qualität, Innovation und Kreativität in sechs Kategorien: Display-Grafiken, 3D-POS, Ladeneinrichtungen, Dekor und Möbel, Produktdécoration und zum ersten Mal die Kategorie »Interaktive Displays«. Der Teilnahmeschluss ist der 31. Juli 2012.



Was müssen Verpackungen alles aushalten, die von München über New York, Sydney, Singapur und Johannesburg verschickt werden? Und wie ergeht es dem Inhalt? Der Versandhändler Ratioform Verpackungen hat es ausprobiert und schickte ein Weißbierglas, eine Platine und einen Bildband auf die strapaziöse Reise rund um den Globus. Außerlich waren die Belastungen der Reise den Paketen deutlich anzusehen, doch nach 21 Tagen zurück am Ausgangsort in München gab es keine böse Überraschung, aber viel Freude beim Auspacken: Weißbierglas, Platine und Buch sind unbeschädigt um die Welt gereist!



Tecco, nach eigenen Worten Innovationsgeber und Trendsetter für den Markt der Foto-, Fine-Art- und Proofing-Papiere, hat für seine Top-Papiere die Henry Wilhelm-Zertifizierung erhalten, die eine lange Haltbarkeit eines Drucks bestätigt. Die Zertifizierung hat hohe Bedeutung für die Fotoindustrie in Nordamerika, ähnlich wie die Fogra-Zertifizierung in Europa. Henry Wilhelm, Präsident und Gründer des Wilhelm Imaging Research Instituts, gilt als Experte im Bereich der Forschung zur Haltbarkeit von Fotos. > www.tecco.de

**Lesen Sie alle 14 Tage
im PDF-Magazin
»Druckmarkt impressions«
aktuelle Nachrichten,
technische Informationen
und Anwenderberichte.**

**DRUCKMARKT
impressions**

www.druckmarkt.com



Der Xerox Premier Partner Top Kopie GmbH aus Frankfurt am Main druckte die IAA Messezeitung »The New Times« für Hyundai. Mit dem Projekt richtete sich Hyundai an die Journalisten, die sich bei der Vorpremiere am 6. und 7. September im Frankfurter Szene-Club Cocoon und an den beiden Pressetagen der IAA am 13. und 14. September über die Hyundai-Highlights informierten. Redaktionsschluss der Zeitungsausgaben war jeweils am Vorabend, die fertige Zeitung musste pünktlich zu Messebeginn am nächsten Tag ausliegen. Die Inhalte kamen von Hyundai, Layout, Satz und Druckabwicklung übernahm die Frankfurter Agentur DasProduktionsbüro GmbH.



Interbest, die größte niederländische Autobahn-Werbeagentur setzt nach intensiven Tests für die neue »Falke«-Kampagne auf das PVC-beschichtete Polyestergewebe Heytex frontlit in einer kundenspezifischen Produktversion. Die Agentur hat die 12 x 9 Meter großen Billboards an sechs viel befahrenen Autobahnknotenpunkten in den Niederlanden platziert, wo sie nicht nur Sonne, Wind und Regen ausgesetzt sind, sondern auch enormen Mengen an Staub, Schmutz und Abgasen.



Der Prägefolienhersteller Kurz hat zur diesjährigen Luxepack die erste Ausgabe der Design- und Kunstschachtel ›Presentation‹ vorgestellt. Die Ausgabe mit Namen Metropolis befasst sich thematisch mit verschiedenen Metropolen dieser Welt. Die Metropolis-Box enthält sechs Einzelschachteln, die jeweils eine bestimmte Metropole repräsentieren. Das Verpackungsdesign jeder Einzelschachtel symbolisiert Eigenschaften und Charakteristika der entsprechenden Stadt. Dabei werden vielfältige Möglichkeiten aufgezeigt, wie man Botschaften durch Heißpräge- und Kaltfolienveredelung transportieren kann.



Die in Basel stattfindende RadTech-Konferenz 2011 bot ihren Teilnehmern neben zahlreichen Fachreferaten auch eine Exkursion in das Mülser Martini-Trainingscenter Druck nach Maulburg. Dabei konnten sich die Teilnehmer über modernen Lebensmittelverpackungsdruck informieren.



Die Fachmesse Polygraphinter, die vom 4. bis zum 8. Oktober 2011 in Moskau stattfand, verlief für die Heidelberger Druckmaschinen AG mit über 80 unterschriebenen Aufträgen sehr erfolgreich. Unter dem Motto ›HEI Performance – HEI Value‹ zeigte Heidelberg CIS (Commonwealth of Independent States) auf einem 1.000 Quadratmeter großen Messestand, wie Druckereien mit modernsten Technologien und Dienstleistungen eine wirtschaftliche und gleichzeitig umweltgerechte Druckproduktion umsetzen können. Insgesamt zog die diesjährige wichtigste russische Messe über 15.000 Besucher an.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Der Herbst 2011 brachte eine derartige Fülle an Informationen, Nachrichten und neuen Produkten, dass wir diese weder in unseren gedruckten Ausgaben, noch in den etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben von ›DRUCKMARKT impressions‹ alle zeitnah unterbringen können. Und es ist zu erwarten, dass dieser Trend vor und nach der drupa 2012 anhalten wird. Deshalb werden wir ab der nächsten Ausgabe, immerhin dem 40. PDF-Magazin ›DRUCKMARKT impressions‹ Schwerpunkt-Ausgaben produzieren, die sich einem Thema besonders widmen. Geplant sind für die Ausgaben, die noch dieses Jahr erscheinen werden die folgenden Themen.

impressions 40: Schwerpunkt Rollenoffset

impressions 41: Schwerpunkt Verpackung/Veredelung

impressions 42: Schwerpunkt Digitaldruck

Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zu einem noch interessanteren und lebendigeren Medium, das die Berichterstattung des ›DRUCKMARKT‹ aktuell ergänzt.

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Hannanprint investiert ZWEIBAHNIGE LITHOMAN TOPPT TIEFDRUCK

Mitte Juli 2012 soll Australiens größte Heatsetrollendruckanlage, die erste 96-Seiten-Lithoman des Landes, die Produktion aufnehmen. Die zwei 48-Seiten-Maschinen, die mit acht Druckeinheiten in Etagenbauweise 96 Seiten produzieren, spielen eine wichtige Rolle in dem Investitionsprojekt im Wert von 90 Mio. australischen Dollar.

Siegwerk WEITERE PREISERHÖHUNGEN ANGEKÜNDIGT

Aufgrund des anhaltenden Kostendrucks bei Rohstoffen erhöht Siegwerk mit sofortiger Wirkung seine Preise in den Verpackungssegmenten um durchschnittlich 6%. Erwartete Preissenkungen seien nicht eingetreten und trotz Maßnahmen zur Effizienzsteigerung sei man gezwungen, einige Kosten an die Kunden weiterzugeben.

colordruck mit Re-Investition DREI HOCHLEISTUNGS- FLACHBETTSTANZEN

colordruck Baiersbronn hat im Rahmen einer Re-Investition drei Hochleistungs-Flachbettstanzen Expert-cut 106 PER von Bobst installiert. Das Preis-Leistungs-Verhältnis der Maschinen und ihre innovativen Technologien hätten den Ausschlag für die Investition gegeben. Die Anlage stanzt Papier, Karton, Wellpappe sowie Kunststoffe.

Zeitungen nach Zonen FERAG-LÖSUNGEN BEI PRO MEDIA

Die Druckerei Pro Media mit Sitz in Opole, Polen, hat zwei Ferag-Produktionslinien installiert. Diese ermöglichen das Sammeln und den Transport der Zeitungen von der kürzlich installierten Solna-Druckmaschine und können daraus komplette Endprodukte herstellen sowie Pakete bündeln und adressieren.

Managed Print Services L'ORÉAL STELLT AUF XEROX- SYSTEME UM

Die L'Oréal Gruppe Deutschland hat ihre Druckumgebung an allen deutschen Standorten optimiert. Der Kosmetikkonzern installiert in Düsseldorf, Kaarst und Karlsruhe rund 70 neue Xerox Multifunktionsdrucksysteme und ersetzt darüber hinaus vorhandene Arbeitsplatzdrucker eines anderen Herstellers durch 200 Xerox Systeme.

Im Vordergrund des Projekts steht die Reduzierung der CO₂-Emissionen. Im Rahmen einer weltweiten Initiative beabsichtigt L'Oréal den CO₂-Ausstoß sowie den Wasserverbrauch und das Abfallvolumen bis 2015 um 50% gegenüber 2005 zu reduzieren und insgesamt nachhaltiger und ressourcenschonender zu agieren.

Parallel dazu erhöht L'Oréal nach Informationen von Xerox den Sicherheitsstandard und Komfort der Druckumgebung bei gleichzeitiger Reduktion der Druckkosten.

► www.xerox.de

ProCut 74 Special Edition

KAMA ERWEITERT SORTIMENT AN PROCUT STANZAUTOMATEN

Die KAMA GmbH erweitert ihr Sortiment an ProCut Stanzautomaten für Akzidenz-, Etiketten- und Verpackungsdrucker und launcht mit Vertriebspartner Heidelberg die neue ProCut 74 SE. Die »Special Edition« ist für den wirtschaftlichen Einstieg in die professionelle Weiterverarbeitung konzipiert und leistet Stanz-, Rill- und Perforierarbeiten sowie Blindprägungen in hoher Qualität.

»Viele Drucker wollen ihre Weiterverarbeitung modernisieren und suchen eine Lösung, die sich schnell rechnet«, erklärt KAMA Geschäftsführer Marcus Tralau. »Nicht jeder möchte mit einer High-End-Maschine in den Markt für Druckveredelung einsteigen.« Das neue Modell ist auf den Einsatz für

Wirtschaftlich weiterverarbeiten: KAMA launcht mit der ProCut 74 SE Profistanze im Preiseinstiegssegment.



Basisanwendungen zugeschnitten, die in Druckereien täglich anfallen, und bietet bewährte KAMA Technik zum attraktiven Einstiegspreis.

Damit eignet sich die ProCut 74 SE als leistungsstarker Nachfolger für altgediente Tegel und Zylinder. Bei höchster Passergenauigkeit verarbeitet die Flachbettstanze für das Format 740 x 600 mm bis 4.500 Bogen in der Stunde und erzielt im Vergleich zum altgedienten OHZ die zwei- bis dreifache Leistung. Jobwechsel an der bedienerfreundlichen Maschine gehen einfach und schnell. »Mit der neuen Basisstanze wird der Break-Even schneller erreicht als häufig angenommen«, erläutert Tralau. Die neue ProCut 74 SE verarbeitet Grammaturen von 100 bis 1.500 g/m² und wird exklusiv über den Vertrieb der Heidelberger Druckmaschinen AG angeboten.

► www.kama.info

Spot-Lackierung DURST BIETET SPOT GLOSS FÜR DIE RHO 1000

Durst stellt eine Spot Gloss-Option für den Rho 1000 vor, um Matt- und Glanzbereiche auf einem Bild zu kombinieren. Für beste Ergebnisse müssen vor dem Drucken bei der Datenaufbereitung einige Voreinstellungen vorgenommen werden. Mit einem Prepress-Programm wie Photoshop oder ähnlichem muss die zu druckende Datei mithilfe der dort integrierten Tools in zwei Dateien geteilt werden: eine



Datei, auf der der Mattbereich abgebildet ist und eine Zweite mit dem Glanzbereich. Wie im Beispiel erfolgt der Glanzdruck der Kirschen auf einem matten Hintergrund. Die 1. Datei liefert den matten Hintergrund, die 2. Datei die glänzenden Kirschen. Die Software des Durst Rho 1000-Druckers erkennt die beiden entsprechenden Dateien und druckt demgemäß gezielt in glänzende Kirschen neben mattem Schwarz.

► www.durst-online.com



Neue Farblaserdrucker AFICIO SP C240DN UND SP C242DN VON RICOH

Sparsam, umweltfreundlich und leicht zu bedienen – das sind die neuesten Mitglieder der Ricoh-Produktfamilie, meldet der Hersteller. Die A4-Farblaserdrucker Aficio SP C240DN und Aficio SP C242DN sollen niedrigen Energieverbrauch, Benutzerkomfort und Druckqualität bei einer Auflösung von bis zu 2.400 x 600 dpi verbinden. Die Systeme tragen die Umweltsiegel Blauer Engel und Energy Star. Die



Farblaserdrucker produzieren 16 beziehungsweise 20

Seiten pro Minute und sind mit einem neu konzipierten Bedienfeld ausgestattet. Die Resttonerleuchte zeigt dem Benutzer anhand von drei wählbaren Levels die noch verfügbare Toner-Reichweite an. Der Remote Support mit einer externen Remotebox führt auf Wunsch automatisch Bestellungen wie Toner- und Service-Calls aus. Der Zählerstand wird ebenfalls automatisch erfasst. Serviceeinsätze sowie Ausfallzeiten sollen so minimiert werden.

► www.ricoh.ch

Xerox erweitert Portfolio

NEUE FARBDRUCKSYSTEME IM EINSTIEGSBEREICH

Xerox erweitert sein Portfolio an digitalen Farbdrucksystemen um die beiden Modelle Xerox 770 Digital Colour Press und Xerox 700i. Beide verfügen über leistungsfähige Farbmanagementfunktionen. Xerox hat zudem die Einstiegs-Farbdrucksysteme Xerox Colour 550 und 560 mit neuen Funktionen ausgestattet. Mit der Xerox 770 Digital Colour

breite Palette an Materialien, auch Substrate mit hoher Grammatur. Die Druckgeschwindigkeit der Xerox 770 Digital Colour Press erreicht 71 Seiten pro Minute, die der Xerox Colour 550/560 60 Seiten pro Minute. Dank ihrer Flexibilität eignen sich die Systeme für den Einsatz in Großunternehmen, kommerziellen Druckereien und Print Shops.



Die Xerox 770 Digital Colour Press produziert bis zu 71 A4-Seiten/Minute.

Press können Anbieter von Druckdienstleistungen ihr monatliches Druckvolumen erhöhen und neue Marktsegmente erschließen, etwa durch die Produktion von Fotobüchern, Marketingmaterialien und Kalendern sowie Direktmailings. Eine Besonderheit der Xerox 770 Digital Colour Press ist die Automated Color Quality Suite, die durchgängig bis zur iGen4 Verwendung findet. Mithilfe dieser Tool-Sammlung lassen sich Farbmanagement-Aufgaben weitgehend automatisch und somit schneller abwickeln. Die Systeme von Xerox verarbeiten eine

Auch im Bereich der Drucker und Multifunktionssysteme (MFPs) kommen drei neue Modelle dazu: die MFPs der WorkCentre 5300-Serie, das WorkCentre 6015 sowie der Farblaser Phaser 6700. WorkCentre 6015 ist das bislang kompakteste Farb-MFP von Xerox. Es eignet sich ideal für kleinere Unternehmen und Arbeitsgruppen und verwendet die Hi-Q-LED-Drucktechnologie und den innovativen EA-Toner von Xerox. Die Druckgeschwindigkeit beträgt 12 Seiten/min bei Farbdrucken und 15 Seiten/min in Schwarz-Weiß.

► www.xerox.de

Leitfaden und neue Settings

NEUER PDFX-READY-LEITFADEN V2 VERÖFFENTLICHT

Der neue PDFX-ready Leitfaden in der Version 2 hat einen Umfang von 56 Seiten. Es handelt sich nicht um ein Update der Vorgängerversion, sondern um eine komplette Überarbeitung. Der Leitfaden beschreibt die Erstellung, Verarbeitung und Ausgabe von PDF/X-4 Dateien. Gerade das Arbeiten mit medienneutralen Farben in Kombination mit Transparenzen erfordert besondere Verarbeitungseinstellungen.



Der Leitfaden steht ab sofort zum kostenlosen Download bereit.

► <http://www.pdfx-ready.ch/index.php?show=531>

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die australische **Eastern Press** in Melbourne hat in eine Speedmaster XL 75 Fünffarben mit Lackwerk der **Heidelberger Druckmaschinen AG** investiert und will damit den geplanten Wechsel vom konventionellen Druckereibetrieb zum On-Demand-Dienstleister beschleunigen. • Die **Want-Want China Times Media Group** investiert in ihre Zeitungen. Für die Druckzentren in Taipei und Kaoshiung wurde UTR- und MultiStack-Technologie mit modernster Navigator-Steuerung von **Ferag** geordert. • **Pitney Bowes** und die **DEVK Versicherungen** intensivieren ihre langjährige Zusammenarbeit. Der Kölner Versicherer stellt auf Hochleistungs-Kuvertiertechnik von Pitney Bowes um. • **ColorGATE** Digital Output Solutions, Anbieter von Color-Management- und RIP-Software, hat am »HP Designjet Certification« Programm teilgenommen und dieses erfolgreich bestanden. Die RIP-Software-Familie Productionserver 7 erreichte bestmögliche Ergebnisse für die **HP** Designjet L26500 und L28500 Druckerreihe. • Ein Erweiterungskit für den Tintenstrahldrucker **Epson** Stylus Pro GS6000 ermöglicht nun auch den randlosen Bedruck von Rollenmedien.



Schnell und innovativ wie die Formel 1

Siegburger Druckerei Kliewer produziert digital und mit KBA Rapida 75

Bei Kliewer sind diese Voraussetzungen erfüllt. In dem Unternehmen mit 32 Mitarbeitern produzieren drei Offsetanlagen und eine digitale Druckmaschine fast nebeneinander. Miroslaw Eichberger führte ursprünglich ein reines Digitaldruck-Unternehmen. Er sah die Chance, sein Know-how in den Offsetbereich hinein zu erweitern, als Klaus-Dieter Kliewer, der immer noch im Unternehmen tätig ist, einen Nachfolger suchte. »Beide Bereiche gehören zusammen«, ist sich Geschäftsführer Eichberger sicher. »Häufig setzen wir für ein Produkt sowohl den Offset als auch den Digitaldruck ein.« So können auf der HP Indigo Press 3050 Umschläge personalisiert und die Inhalte auf einer der Halbformatmaschinen produziert werden.



Seit Herbst 2009 produzierte die Druckerei Kliewer auf ihrer KBA Rapida 75 über 35 Mio. Bogen. Vor der Maschine v. l.: Jürgen Fischenich von KBA-Nordwest, Geschäftsführer Miroslaw Eichberger und Thomas Groß aus dem KBA-Vertrieb.

»Jeder Job gehorcht seinen eigenen Prinzipien«, weiß er. Umfangsabhängig ab etwa 300 Exemplaren sei meist die Produktion im Offset günstiger. Aber die Farbbelegung spielt natürlich auch eine Rolle. Durch die Einführung des einheitlichen Color Managements für alle Maschinen im Unternehmen können die Aufträge jetzt jederzeit getauscht werden, wobei das Druckergebnis visuell identisch bleibt.

Die Produktivität stimmt

Seit Herbst 2009 gehört die KBA Rapida 75 zum Maschinenpark der Druckerei. Es handelt sich um eine Fünffarbenmaschine mit Lackturm und Auslageverlängerung. Fast 35 Millionen Bogen hatte die Maschine bis Anfang August dieses Jahres bereits bedruckt. In vielen Halbformat-Druckereien produziert eine solche Maschine nur 7 bis 8 Mio. Bogen pro Jahr.

Bei der Druckerei Kliewer kann die Rapida 75 aber so richtig zeigen, was in ihr steckt. Mit Druckleistungen von 12.000 Bogen/h (Maximalleistung 15.000 Bogen/h) wird im Unternehmen kalkuliert. Das sind bis zu 200.000 bedruckte Bogen täglich. Deswegen wirbt die Druckerei Kliewer auf ihrer Website mit dem Slogan: »Schnell und innovativ wie die Formel 1«.

Zum Konzept der Druckerei Kliewer gehören Lösungen aus einer Hand. Miroslaw Eichberger, der das 1980 gegründete Unternehmen 2009 übernahm, produziert deshalb alles im eigenen Haus, um die Durchlaufzeiten zu optimieren. Dabei setzt das Geschäftsmodell aktuelle Technik voraus, um schnell und wirtschaftlich in hoher Qualität zu fertigen.



Digital- und Offsetdruck nebeneinander: Drei Bogenoffsetmaschinen und die HP Indigo Press 3050 produzieren in den Drucksälen der Druckerei Kliewer.

Text und Bilder: KBA



Mit der Rapida 75 hat die Druckerei Kiewer eine hochproduktive B2-Maschine im Drucksaal. Aufträge mit Vollflächen und hoher Farbbelegung wandern bei Miroslaw Eichberger automatisch auf die KBA Rapida 75.

Die durchschnittlichen Auflagenhöhen schwanken stark und liegen zwischen 1.000 und 100.000 Bogen. Dank der Automatisierung haben sich die Rüstzeiten an der Maschine deutlich reduziert. Miroslaw Eichberger schätzt an der Rapida 75, dass sie schnell in Farbe kommt, stabil produziert und punktscharfe Ausdrücke liefert. Daher gehen alle Aufträge mit Vollflächen und hoher Farbbelegung auf die Rapida.

Die Umwelt nicht vergessen

Auf dem Lackturm der Rapida 75 laufen fast ausnahmslos vollflächige Mattlackierungen mit Dispersionslack, damit sich die Druckprodukte schnell verarbeiten lassen. Über die CIP3-Anbindung an die Vorstufe sind neue Auftragsdaten schnell geladen und der Jobwechsel ebenso schnell bewältigt. Dass die Maschine weniger Platz braucht als viele im gleichen Format, spielt dank der Produktionsfläche von 1.900 m² eine untergeordnete Rolle. Ihr um 20% geringerer Stromverbrauch fällt bei der Kalkulation der Aufträge schon eher in die Waagschale.

Denn das Thema Ökologie wird für die Druckerei immer wichtiger. Derzeit läuft die FSC/PEFC-Zertifizierung. Eine 100 bis 120 kW-Solaranlage auf den Dächern der Druckerei ist in der Projektierungsphase. Die

gewonnene Energie wird zwar nicht ausreichen, um den Strombedarf zu decken, doch trägt die Investition zur Ressourcenschonung bei.

Qualität ist keine Besonderheit

Zu den Kunden der Druckerei Kiewer gehören Werbeagenturen, Firmen und private Kunden. Sie kommen aus dem Großraum Köln/Bonn und aus anderen Ballungszentren. Dank elektronischem Datentransfer sind Entfernungen nebensächlich geworden. Die fertigen Drucksachen sind mit Logistikunternehmen über Nacht beim Kunden.

»Qualität ist heute keine Besonderheit mehr«, weiß Miroslaw Eichberger. Die war vor zehn oder 15 Jahren noch ein Verkaufsargument. Echten Mehrwert bringt es den Auftraggebern heute, wenn sie alles – auch Adressverwaltung, Personalisierung, Portooptimierung und Versand – aus einer Hand erhalten. Dafür ist die Druckerei gut aufgestellt.

- www.druckerei-kiewer.de
- www.kba.com

WRH-Marketing

GLOBAL MEMOSTICK ALLIANCE PROGRAM

Drei Jahre nach dem umfassenden Relaunch von MemoStick hat die Schweizer WRH Marketing AG die Initiierung eines »Global MemoStick Alliance Program« angekündigt. MemoStick, das selbsthaftende Werbeformat für Titelseiten von Printmedien, erfreut sich weltweit bei Werbern und Verlagen stark wachsender Beliebtheit. Zahlreiche Er-

dessen Bedeutung in Verbindung mit Printmedien, aber auch im cross-medialen Einsatz, bei Werbekampagnen gebührenden Stellenwert zu verschaffen, hat die WRH Marketing AG jetzt das »Global MemoStick Alliance Program« auf den Weg gebracht. Dieses soll stark marketingorientiert aufgebaut sein und sowohl der Werbewirtschaft als auch



Lokale, regionale und nationale MemoStick-Kampagnen sind möglich. MemoStick eignet sich etwa für Rabattaktionen oder Verlosungen und wirkt am besten bei Auslösung einer Interaktion bei den Lesern.

folgsgeschichten von Werbern sowie die ständig wachsende Anzahl kreativer lokaler, regionaler und nationaler MemoStick-Kampagnen auf Zeitungen, in Zeitschriften und auch im Direktmarketing belegen die hohe Attraktivität des Werbeformats. Verleger bauen auf MemoStick als bedeutende zusätzliche Umsatzquelle. Dies berichtet die in Hinwil ansässige WRH Marketing AG, die zusammen mit ihren 24 Tochtergesellschaften weltweit Werber, Verlage und Druckunternehmen mit einem Komplettangebot rund um MemoStick unterstützt. Dazu zählen Akquisitionunterstützung und Kampagnenberatung sowie direkte Verlags- und MemoStick-Promotionsunterstützung.

Angeboten wird MemoStick-Material in zahlreichen Varianten inklusive der kompletten Auftragsabwicklung sowie ein umfassendes Maschinenangebot für die industrielle Applikation des Sticks. Um MemoStick und

Vertretern von Printmedien gleichermaßen offenstehen.

Die Mitgliedschaft wird kostenlos sein. Mitgliedern soll die Möglichkeit gegeben werden, sich über diverse »MemoStick-Awards« national und international zu präsentieren und zu positionieren, diverse Vergünstigungen zu erwerben, sich spezifisch zu diesem Thema auszutauschen, Kooperationen zu formen und überregionale, nationale oder gar internationale MemoStick-Kampagnen zu lancieren.

Das Global MemoStick Alliance Programm soll Anfang 2012 starten. Die Programmbestandteile werden 2011 ausgearbeitet und der Werbewirtschaft sowie Verlagen und Direktmarketing-Unternehmen vorgestellt.

- www.wrh-marketing.com
- www.memostick.com



Binderhaus

RILLEN UND FALZEN VON HOHEN GRAMMATUREN

Das Rillen und Falzen von Druckprodukten bis zu 400 g/m² und maximal 50 cm Breite stellte Binderhaus in diesem Herbst zur PostPrint in Leipzig vor. Die neue Anlage nutzt mit bis zu 11.000 Takten/Stunde und legt die Falzbogen geschuppt aus.

Um das qualitativ einwandfreie Falzen hoher Grammaturen zu ermöglichen, setzt das neue Kartonfalzwerk PU-Falzwalzen mit 70 mm Durchmesser ein. Das Falzwerk ist serienmäßig von 76 cm bis 122 cm höhenverstellbar und mit einem autonomen Antrieb ausgestattet. Die Binderhaus-Rillmaschine nutzt Bogen bis zu 600 g/m². Dabei lässt sich die Nutbreite ebenso frei wählen wie der Rillabstand zwischen 0,1 mm und 9.999 mm. Bei automatischem Betrieb



Kartonfalzwerk mit langer Bandauslage.

verarbeitet sie Bogen mit maximal 105 cm Länge. Manuell zugeführt existiert praktisch keine Beschränkung der Bogenlänge. Werkzeuge zur Strichperforation, Mikroperforation und Stanzperforation für die Wire-O beziehungsweise Drahtkammbindung sind ebenfalls lieferbar.

Durch den großen Walzendurchmesser vermeidet das Kartonfalzwerk die Probleme herkömmlicher Falzwerke: Es findet kein Aufplatzen der Papierfaser (Stichwort Orangenhaut) und keine übermäßige Wölbung durch Walken des Falzbogens statt. Der PU-Falzwalzenbezug bewirkt selbst bei glatten und steifen Bogen einen einwandfreien Papierlauf durch den Walzenstuhl. Die Bedienung ist ebenso unkompliziert wie bei einem Taschenfalzwerk. Mit seiner variablen Einlaufhöhe lässt es sich hinter Rillmaschinen, Falzmaschinen und Weiterverarbeitungsmaschinen beliebiger Hersteller verwenden. Eine Schrägrollenbahn mit Winkelverstellung sorgt automatisch für eine präzise Bogenausrichtung vor dem Falzen.

Durch eine Leimeinrichtung können weitere Einsatzzwecke realisiert werden wie die Herstellung von Mailings oder Klappenumschläge. Das Kartonfalzwerk falzt Bogen ab 15 cm Länge. Von 7,6 cm bis 52 cm reicht die Falzlänge. Der Antrieb erfolgt durch Zahnräder mit maximal 208 m/min.

Gegenüber integrierten Rill-Falz-Maschinen bietet die Binderhaus-Lösung eine erheblich höhere Leistung. Der Papierlauf ist durch den Bediener einsehbar und zugänglich. Gleichzeitig ist sie baulich robuster und vielseitiger einsetzbar. Interessant ist das Kartonfalzwerk auch als Alternative zu einem herkömmlichen Kreuzbruchfalzwerk. Einrichten lassen sich die Falzarten werkzeuglos von außen. Alle gängigen Falzarten wie Flyer, Wickelfalz, Zickzack, Leporello oder Altarfalz sind möglich.

➤ www.binderhaus.de

Fedrigoni Group

UMWELT- UND SICHERHEITSBERICHT 2010

Die Fedrigoni Group hat ihren neunten Umwelt- und Sicherheitsbericht veröffentlicht und dokumentiert damit ihre Umwelt- und Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz für das Jahr 2010.

Die Fedrigoni SpA legt nach eigener Aussage großen Wert auf ein verantwortungsvolles Arbeiten, auf die Einhaltung ethnischer Grundsätze und schützt dadurch Ressourcen wie Wasser, Boden, Wälder und Tiere. Beweis für Umweltbewusstsein und Sicherheitsbemühungen seien die zertifizierten Managementsysteme ISO 9001 (Qualitätsmanagementsystem), ISO 14001 (Umweltmanagementsystem) und BSI-OHSAS 18001 (Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement am Arbeitsplatz).

Mittlerweile entsprechen nach Angaben des Herstellers alle Papiere der Fedrigoni-Kollektionen dem FSC-Standard; die Papiere der Freelif-Kollektion seien zusätzlich mit dem europäischen Ecolabel ausgezeichnet. Seit Langem beschränke sich die Fedrigoni Group beim Zellstoff-Einkauf auf Lieferanten, die nachhaltiges Forstmanagement betreiben, Prozesse durchführen, die nur geringen Einfluss auf die Umwelt nehmen und nur TCF- (total chlorfrei) oder ECF-Zellstoff (elementar chlorfrei gebleicht) verwenden. Zudem werde die Aufrechterhaltung des Waldes durch die Verwendung von Zellstofffasern wie Bambus, Hanf, Kenaf, Baumwolle und Leinen sowie hochwertigen Secondary pre-consumer und De-inked post-consumer Fasern unterstützt.

Daneben hat Fedrigoni in die Installation von methanbetriebenen Turbinen in mehreren Heizkraftanlagen

investiert. Das Ergebnis dieser Infrastruktur sei eine deutliche Reduzierung des Energieverbrauchs trotz steigender Produktion (der Energieverbrauch sei in den letzten acht Jahren um 32% reduziert worden, während die Produktion um 47% gestiegen sei). Zusätzlich wurden viele Fedrigoni Betriebsstätten mit Online-Emissions-Qualitätskontroll-



Instrumenten ausgestattet, die es der Gruppe ermöglicht haben, eine erhebliche Reduzierung in den spezifischen CO₂-Emissionswerten zu erreichen (in den letzten acht Jahren seien diese um 47% gesunken). Da auch die Produktionsstätten in Fabriano hydroelektrische Energie verwenden, konnten auch diese ihren CO₂-Verbrauch um 26.000 Tonnen pro Jahr senken.

Insgesamt hat die Fedrigoni Gruppe ihren spezifischen Frischwasserverbrauch um 52% reduziert. Diese Erfolge sind nicht nur auf die Produktionsstätten der Gruppe zurückzuführen, sondern auch auf die gesamte Industriekette vom Rohstoffeinkauf bis zur Distribution der fertigen Produkte. Jede europäische Tochtergesellschaft der Fedrigoni Gruppe ist ebenfalls FSC-zertifiziert.

➤ www.fedrigoni.com/ambiente



Mit DirectDrive in die Zukunft

FRISCHMANN SETZT AUF ROLAND 700 DIRECTDRIVE UND VEREDELUNG

Frischmann Druck & Medien in Amberg präsentiert sich als Partner für hochwertige Printprodukte. Um Qualität und Schnelligkeit zu garantieren, wird seit Juni 2011 auf einer Roland 700 DirectDrive mit Lackwerk und Inline-Farbmessung produziert. Bisher wurde auf einer Vier- und einer Fünffarben-Maschine im Format 50 cm x 70 cm produziert.

1968 von Manfred Frischmann als Einmann-Betrieb gegründet, entwickelte sich der Betrieb zu einem 65 Mitarbeiter starken, modernen Unternehmen. Geleitet wird es von Manfred Frischmann und seinem Sohn Jürgen. »Wir verstehen uns als Partner unserer Kunden. Wir sind erst zufrieden, wenn unsere Kunden von den Produkten begeis-



Manfred (links) und Dipl.-Ing. Jürgen Frischmann vor der neuen Roland 700 DirectDrive.

Die Performance der Roland 700 DirectDrive beim Abarbeiten der Aufträge und die Schnittstelle zur Anbindung an das bestehende MIS von Proseco waren für die Entscheidung bei der Neuinvestition ins 3B-Format ausschlaggebend. Kurz nach Produktionsstart im Frühjahr 2011 wurde die komplette Integration der Maschine in den bestehenden Druckerei-Workflow hinsichtlich Farb- und Materialtoleranzen geprüft und nach Prozessstandard Offsetdruck zertifiziert. Die Roland 700 DirectDrive bietet Frischmann Druck & Medien die Möglichkeit der Lackveredelung in der Maschine, was die Qualität der Produkte steigert. Die Maschine beinhaltet vollautomatische Arbeitsabläufe, Format- beziehungsweise Farb-voreinstellungen und Inline-Farbregelung und ermöglicht das Verarbeiten von Bedruckstoffen im Spektrum von 0,04 mm bis 0,8 mm.

tert sind«, sagt Frischmann. Als Partner von Werbeagenturen, Industrie und Handwerk bietet Frischmann mit Offsetdruck, Siebdruck und Digitaldruck eine breite Produktpalette. Als Dienstleister für Druck und Medien sind sowohl Bilddatenbanken als auch Web-to-Print-Lösungen im Angebot. Die integrierte XL Print Factory rundet das Angebot für den Großformat-Plotterdruck und Glasdruck ab. Im Jahr 2010 fiel der Startschuss für den Bau der neuen Produktionshalle, in der die Roland 700 sowie eine neue CtP-Anlage installiert sind. Beim Neubau wurde auf energetische und nachhaltige Gesichtspunkte geachtet und großer Wert auf die Wärmerückgewinnung gelegt. Auf 5.000 m² Produktionsfläche setzt Frischmann nun die Kundenwünsche um.

► www.manroland.com

► www.frischmann-net.de

bizhub Pro C6000L EINSTIEGSMODELL FÜR PRODUKTIONSDRUCK-PROFIS

Neues Produktionsdrucksystem bei Konica Minolta: Der bizhub Pro C6000L ist das Einstiegsmodell für Hausdruckereien und Druckdienstleister. Die erschwingliche Lösung druckt bis zu 60 Bögen (A4) pro Minute in Farbe oder Schwarz-Weiß. Herausragende Merkmale des Systems sind die flexible Medienverarbeitung, der Bedienkomfort sowie das robuste und kompakte Design.

»Mit dem bizhub Pro C6000L prä-



sentieren wir eine Einstiegs-Lösung, die nahezu die Qualität, Geschwindigkeit und Flexibilität des bizhub Pro C6000 bietet«, beschreibt Ralf Tienken, Leiter Produktmanagement Production Printing bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland, das System. »Als Einstiegsmodell bietet es viele Optionen bei Papierzufuhr oder Finishing und bleibt dabei trotzdem preisgünstig.«

Der bizhub Pro C6000L bietet hohe Flexibilität bei der Medienzufuhr: Grammaturen bis 300 g/m² – auch im Schön- und Widerdruck, gestrichenes Papier und sogar digitaldruckgeeignete Offset-Materialien können bedruckt werden. Er arbeitet mit dem von Konica Minolta selbst entwickelten IC-601 Controller, der für nahtlose Kompatibilität mit den bizhub Pro- und bizhub Press-Modellen und für die umfassende Integration weiterer Anwendungen sorgt.

► www.konicaminolta.de/business

Saint-Paul Luxembourg S. A. KOSTENGÜNSTIG ZU MEHR WERTSCHÖPFUNG

Die zur Saint-Paul Luxembourg S. A. gehörende Imprimerie Saint-Paul forciert das Semicommercial-Geschäft. Seit August 2011 werden auf einer Falz- und Heftlinie fold n' stitch von Ferag die eigenen Tages- und Wochenzeitungen sowie Akzidenzen produziert. Ziel ist es, bei den Verlagsobjekten und im Akzidenzbereich die Produktwertigkeit zu steigern und das Geschäft weiter zu beleben. Bereits konnte mit fold



Mit der Ansiedlung des Dreifalz- und Heftprozesses außerhalb der Zeitungsdruckmaschine gewinnt die Imprimerie Saint-Paul S. A. an Wettbewerbskraft.

n' stitch eine Verlagerung von Produkten vom Heatset in den Coldset bewirkt werden.

Die Falz- und Heftlinie fold n' stitch vereint zwei von Ferag entwickelte und über Jahrzehnte hinweg praxiserprobte Technologien in einem System. Der Präzisionsfalz ist im Umfangsbereich von vier bis 64 Seiten gesichert. Die Heftköpfe stammen aus der rotativen Sammelhefttechnik. Ein bis Jahresende verfügbarer Bogenanleger wird es ermöglichen, auf der Falz- und Heftlinie Magazine mit Heatset-Umschlag und Coldset-Inhalt inline bei Leistungen bis zu 40.000 Exemplaren pro Stunde zu produzieren.

► www.ferag.com



Neue Formen des Drucks

Kodak stellte neue Systeme für den Highspeed-Inkjetdruck und erweiterte Möglichkeiten für die Nexpress vor

Wie nur wenige ist der US-Konzern Kodak im Geschäft mit tonerbasierten Systemen ebenso zu Hause wie im Inkjet-Druck. Und bei den Tintenstrahl-Rollendruckmaschinen bezeichnet sich Kodak gar als Weltmarktführer.

Entsprechende Statistiken liegen uns zwar nicht vor, allerdings steht fest, dass Kodak schon aufgrund der jahrzehntelangen Marktpräsenz die größte installierte Basis an entsprechenden Drucksystemen haben dürfte. Schließlich muss man die Systeme mit einbeziehen, die vor der 2004 erfolgten Übernahme von Scitex Digital Printing bereits im Markt waren. Wobei vor allem das Versprechen von Kodak, kompatible und aufrüstbare Systeme zu bieten, ein wichtiges Argument für Kunden und potenzielle Anwender ist. Und dafür muss man keine Statistiken bemühen – das ist nachweisbar durch die Praxis untermauert.

Warum Kodak aber nicht nur eine Plattform anbietet, die Kunden also mit keiner Entweder-oder-Strategie



konfrontiert, sondern sowohl Inkjet-Systeme als auch die mit Toner arbeitende Nexpress, weiß **Eric Owen**, Vice President

Worldwide Sales and Business Development, Digital Printing Solutions, ebenso anschaulich wie nachvollziehbar zu erklären: »Es gibt für verschiedene Reisen unterschiedliche Verkehrsmittel: Auto, Bahn, Schiff oder Flugzeug. Das Gleiche gilt auch für das Drucken, sagt er und ergänzt: »Neue Fortbewegungsmittel ermöglichen zudem auch neue Formen des Reisens.«

Überträgt man diesen Vergleich auf das Drucken, wird deutlich, dass Kodak den Digitaldruck als neues Vehikel versteht, den Offsetdruck zu ergänzen – auch wenn man sich bewusst ist, dass der digitale Druck bei einigen Anwendungen in erheblichem Wettbewerb zum Offsetdruck und damit auch zu eigenen Produkten steht.

Acht neue Versamark-Drucksysteme

Warum sonst sollte Kodak gleich acht neue Versamark-Drucksysteme auf den Markt bringen? Die Drucksysteme sind kompakte Rollen-Farbdrukkmachines in Single-Engine-Bauweise, die mit Drop-on-Demand (DOD)-Druckköpfen von Kodak ausgestattet sind und die es erlauben, mit dem einfarbigen Druck zu beginnen und auf den Sonderfarben- und den Vierfarbendruck aufzurüsten, sobald sich die Produktionserforder-

Es dürften kaum Zweifel daran bestehen, dass sich Kodak zu einem der wesentlichen Hersteller von Digitaldrucksystemen entwickelt hat. Selbst wenn man die kernigen Verkaufs- und Marketing-Argumente beiseite lässt, bleiben noch immer Fakten, die für das Angebot von Kodak sprechen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Will Mansfield, Director of Marketing, Digital Printing Solutions, bei der Präsentation der Versamark W500. »Der Markt verlangt nach Highspeed-Inkjet-Farbdrucklösungen, die bei geringem Platzbedarf hohe Leistungen bieten. Für diese Anforderungen haben wir die passenden Maschinen konstruiert.« Die Prosper-Eindrucksysteme (rechts) erreichen Geschwindigkeiten von bis zu 610 m/min bei einer Auflösung von 600 x 300 dpi.



nisse entsprechend ändern. Der gegenüber den bisherigen Modellen verkürzte Papierweg soll für weniger Bahnrisse und eine höhere Produktivität sorgen. Durch die »Single-Engine-Duplexdruck«-Konstruktion erfordern die neuen Modelle eine um 40% geringere Stellfläche als vergleichbare Systeme.

»Die Systeme greifen unsere bewährte Technologie auf und optimieren sie durch eine höhere Druckqualität, eine kleinere Stellfläche und einen einfachen Aufrüstpfad«, sagte Will Mansfield, Director of Marketing, Digital Printing Solutions, bei der Präsentation. »Denn der Markt verlangt nach Highspeed-Inkjet-Farbdrucklösungen, die bei geringem Platzbedarf hohe Leistungen bieten. Für diese Anforderungen haben wir die passenden Maschinen konstruiert.«

Die einfarbig druckenden Versamark 100N/100W und 150N/150W repräsentieren dabei die Einstiegsklasse, während die Modelle 300N/300W und 500N/500W den farbigen Druck sowie mehr Funktions- und Leistungsmerkmale bieten. Dazu besteht auch die Wahl verschiedener digitaler Front-Ends zur Steuerung der Druckdatenströme für den variablen Druck. Die Controller-Funktionen des Kodak 700 Print Manager

unterstützen auf ein- und demselben Front-End Anwendungsformate wie IPDS, PDF, PostScript und PPML/GA.

Mit den ebenfalls neuen Druckköpfen werden nach Angaben von Kodak bessere Farbdichten in glatten Tonflächen erreicht und Punktgrößenchwankungen reduziert, was zu geringerer Streifenbildung im Druckbild und zu einer höheren Druckqualität führe. Auch in Bezug auf die Zuverlässigkeit der Inkjet-Düsen haben technologische Weiterentwicklungen und eine optimierte Temperaturkontrolle nach Aussage von Kodak Verbesserungen gebracht, die zudem die Lebensdauer der Druckköpfe verlängern.

Die Drucksysteme eignen sich für komplexe variable Datendruckanwendungen wie Transaktionsdokumente und Direktmailings. Gerade hier tragen sie zur Senkung von Kosten und Produktionszeiten bei, da der zweistufige Prozess aus Vorproduktion von Formularen im Offsetdruck mit anschließendem Eindruck der variablen Daten verkürzt werden kann. Mit den Drucksystemen können in einem Maschinendurchgang personalisierte, beidseitig farbig bedruckte Dokumente produziert werden. Auch fälschungssichere Dokumente mit einem hohen Anteil variabler Daten

lassen sich mit Sicherheitstinte drucken. Mit der MICR-Druckoption werden beispielsweise Schecks produziert, die für die automatische Bearbeitung geeignet und mit einem zusätzlichen Sicherheitsmerkmal ausgestattet sind.

Die neuen Versamark-Drucksysteme decken vom einfarbigen 1-up-Simplexdruck bis zum 5/4-farbigen Druck und 2-up-Duplexdruck (je zwei Seiten pro Bahnseite nebeneinander) alle Produktionsarten ab. Die Druckgeschwindigkeiten reichen von 75 m/min bis zu 150 m/min bei einer Auflösung von 600 x 600 dpi. Die neuen Modelle ergänzen die Drucksysteme der Kodak Versamark VL-Serie und die Versamark-Eindrucksysteme. Damit umfasst die Versamark-Drucksystemfamilie nun immerhin 14 Modelle, die für den Druck von Transaktionsdokumenten, Direktmailings oder Zeitungen in kleinen Auflagen konzipiert sind und im Kodak-Portfolio die Prosper-Plattform ergänzen.

Damit sollte eigentlich für fast jede Anwendung im Rollendigitaldruck eine ausreichende Auswahl an Systemen zur Verfügung stehen.

Hybrid-Technologie bis 10 m/s

»Die Versamark ist die Maschine für heute und für existierende Märkte«, erläutert Will Mansfield. »Die Pros-

per-Systeme sind die Zukunft«. Mit diesen Drucksystemen will Kodak in Zukunft mit Anwendungen im Buch- oder Magazinbereich gegen den Offset antreten, heute aber erst einmal als hybrides Eindrucksystem den Offsetdruck ergänzen.

Das Eindrucksystem Kodak Prosper S20, das Geschwindigkeiten von bis zu 610 m/min bei 600 x 300 dpi erreicht, ermöglicht laut Kodak als Inline-Lösung den schnellen variablen Datendruck auf Offsetklasse-Niveau. Die Druckköpfe lassen sich nahtlos in Rollenoffsetmaschinen und Weiterverarbeitungslinien integrieren.

Dabei bietet das Eindrucksystem eine Druckbreite von 10,56 cm und verwendet CMYK-Pigmenttinten, die gegen Ausbleichen, Kratzer und Wasser beständig sind. Das System eignet sich für Anwendungen wie Werbebeilagen, Direktwerbung, versionierte Anzeigen in Zeitschriften und Zeitungen etc. und ermöglicht eine effektive Ergänzung bestehender Rollenoffset- und Druckweiterverarbeitungsmaschinen. Dies haben etliche Installationen in jüngster Zeit deutlich unterstrichen.

Viele Anwender der Prosper-S-Serie nutzen die speziellen Möglichkeiten des Offsetdrucks wie den Druck mit



Andreas Nielen-Haberl, Product Category Manager, EAMER, bei der Kodak Graphic Communication Group, Zeigte die neuen Möglichkeiten der Nexpress. Die nämlich sind so vielfältig wie nie zuvor. Vor allem die visuellen Eindrücke und haptischen Erlebnisse beeindruckten mit den neuen Funktionen, die die Nexpress Photo-Plattform mitbringt.



Metallicfarben, hoch pigmentierten Farben, Rubbelfarben oder anderen speziellen Druckfarben, um hochwertige Drucke herzustellen, die dann mit den Möglichkeiten des vierfarbigen Digitaldrucks bei Produktionsgeschwindigkeiten inline individualisiert werden können. Uns bekannte Beispiele sind der Schweizer Spezialist Kyburz oder die im saarländischen Bexbach ansässige Kern GmbH (siehe Druckmarkt 74, Seite 42).

Damit bietet Kodak Offsetdruckereien eine Lösung an, die in den Kosten des hochvolumigen variablen Datendrucks eine Achillesferse der Anwendung sehen. Denn die hybride Lösung aus Offsetdruck und digitalem Eindrucksystem ist deutlich wirtschaftlicher und effektiver als eine Lösung, bei der das Papier komplett digital bedruckt wird. Nach Einschätzung von Anwendern steigen die Kosten der mit variablen Informationen angereicherten Drucksachen nur um 10% bis 15%.

Anwender, die über eine Prosper S10 mit CMYK verfügen, werden diese auf das schnellere Modell aufrüsten können.

Nexpress Photo Plattform

Gerade erst hat Kodak die Druckmaschinenfamilie Kodak NexPress SX, die im Februar 2011 ihr Europa-Debüt bei den Hunkeler Innovation-days feierte, für den Markt freigegeben, da wurde für die Maschine, die Steigerungen bei Qualität, Produktivität, bei der Geschwindigkeit, beim Format und beim Veredeln bietet, schon eine Erweiterung in Sachen Software vorgestellt.

Die nun verfügbare Nexpress-Photo-Plattform bietet Inline-Effekte wie erhabenen Druck, Hochglanzveredelung und Matt-Finish. Produkte wie Hard- und Softcover-Fotobücher, Kalender, Grußkarten, Fotos etc. erhalten mit der optimierten Software eine beeindruckende fotografische Qualität. Dabei kann nun auch auf längere Bogen bis zu 660 mm gedruckt werden – ausreichend für größere Buchumschläge, Poster, Panoramadrucke oder für mehr ausgeschossene Seiten pro Bogen. Damit wird gleichzeitig eine höhere Produktivität von bis zu 131 Seiten/min erreicht.

Anwender der Nexpress ab dem Baujahr 2005 bis zu den aktuellen Modellen haben (für Kodak selbstverständlich) die Möglichkeit, ihre Systeme auf die Photo-Plattform aufzurüsten.

Die Nexpress hat in jüngster Zeit mehr als 100 Verbesserungen und Ergänzungen erfahren und ist nun in der Lage, mehr als 700 qualifizierte Substrate zu bedrucken, die von Standard-Offsetpapieren über synthetische und Magnetmaterialien, oberflächenstrukturierte Papiere und Fotopapiere bis hin zu Spezialbedruckstoffen reichen. Für die Photo-Plattform gibt es außerdem neue Bedruckstoffoptionen.

Kodak Professional Endura EP-D Papier bietet eine seidenmatt schimmernde Oberfläche für den beidseitigen Druck und die Anmutung eines professionellen fotografischen Papiers. Es ermöglicht haltbare, beständige Drucke und liefert hochweiße Weißtöne, satte Schwarztöne und intensive Farben. Mohawk Panoramic wurde für den Druck von Fotobüchern und anspruchsvolle Bücher konzipiert. Flexbind-Bogen ermöglichen die Herstellung von Layflat-Büchern und eignen sich vor allem für Fotobuchanwendungen. Dabei bieten sich vielfältige Optionen an wie Leinenmaterial, Velinpapier für Schutzblätter und Perglappapier, um einen Schimmer- oder Nachleuchteffekt zu erzielen.

Andreas Nielen-Haberl, seit Jahren Spezialist für die Nexpress, wenn es um außergewöhnliche Anwendungen oder Veredelungen auf der Nexpress geht, schwärmt von der Viel-

falt. »Das erkennen vor allem Foto-Profis, die sind restlos begeistert. Denn wenn die verfügbaren Substrate noch nicht ausreichen, der kann mit sieben standardmäßig verfügbaren Dimensional-Clear-Texturen auf ein und demselben Bedruckstoff verschiedene haptische Effekte erzielen«, erläutert Nielen-Haberl.

Dafür sorgen eine Fülle neuer Optionen. Dazu gehören die HD Dry Inks mit kleineren Partikeln und eine neue Light Black Dry Ink für das fünfte Druckwerk. Diese optimiert die Kornstruktur in Bildern, sorgt für ruhigere Bilder in Fotoqualität und verbessert die Wiedergabe von Hochlichtdetails. Die schwarze Dry Ink hat nun eine höhere Dichte und ermöglicht den Druck dunklerer Schwarztöne mit unglaublichen Tiefendetails. Mit einer neuen Mattfixierwalze kann den Drucken ein mattes Oberflächen-Finish mit ruhigerem Aussehen und weniger Glanz verliehen werden.

Die Kodak Nexpress bietet ein maximales monatliches Druckvolumen von vier Millionen Seiten. Mit der Langformatoption können die Modelle 91, 109 oder 131 Seiten pro Minute drucken.

► www.kodak.com/go/nexpress
 ► <http://graphics.kodak.com/>





DER Evaluator

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

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



Investitionskompass

Digitaldruck

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

Oktober 2010.

36 Seiten, A4.

19,90 € / 24.90 CHF

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

Druckqualität im Fokus

Druckqualität ist Markenzeichen des Grafischen Centrums Cuno. Um auch mit seiner neu gegründeten Digitaldruck-Tochtergesellschaft WEBprintConcept dem hohen Qualitätsanspruch seiner Kunden gerecht zu werden, setzt das Unternehmen auf die HP Indigo 7000 Digital Press.

Aus der 1957 als »privatisiertes Druckunternehmen« in der DDR gegründeten Buchdruckerei in Calbe nahe Magdeburg entwickelte sich das Grafische Centrum Cuno GCC zu einem High-Tech-Mediendienstleister mit einer der modernsten Druckereien in Deutschland. Das Unternehmen mit rund 140 Mitarbeitern ist auf hochwertiger Produkte wie Bücher, Zeitschriften und Kataloge für einen überregionalen Kundenkreis spezialisiert.

Die Druckqualität spielte daher auch beim Aufbau des Digitaldruck-Tochterunternehmens WEBprintConcept eine bedeutende Rolle. Ende 2009 entschied man sich für eine HP Indigo 7000 Digital Press mit einem zusätzlichen fünften Farbwerk, das den Druck von Sonderfarben ermöglicht. Mit dem Digitaldruck sollen neue Märkte erschlossen und die Produktpalette erweitert werden. Der Entscheidung ging eine längere Sondierungsphase voran. »Bereits auf der drupa 2004 haben wir uns nach einer passenden Druckmaschine umgesehen. Aber die zu dieser Zeit verfügbaren tonerbasierten Systeme erreichten die von uns geforderte Druckqualität nicht«, sagt Manfred Cuno, Geschäftsführer von GCC und zusammen mit seinem Sohn Steffen Cuno Geschäftsführer von WEBprintConcept. Von der Druckqualität der dann im Januar 2010 bei WEBprintConcept installierten HP Indigo 7000 sind Geschäftsführung und Kunden begeistert. Für Manfred Cuno ist es »ein Phänomen, dass mit der HP ElectroInk-Druckfarbe eine solche offsetnahe Qualität möglich ist.«

VIELSEITIGES MASCHINENKONZEPT Doch war nicht allein die Qualität ausschlaggebend für die Anschaffung. Auch die Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 120 Seiten/Minute, die auch bei schweren Papieren bis 350 g/m² gleichbleibend ist, spielte eine Rolle. »So sind wir für die Zukunft gerüstet«, sagt Steffen Cuno. Außerdem sei es mit dem fünften Farbwerk sowie den Sonderfarben möglich, eine große Bandbreite an Aufträgen abzudecken. Gefüttert wird die Digitaldruckmaschine unter anderem mit Daten aus dem HP SmartStream Director, einer Workflow- und Web-to-Print-Lösung, die es erlaubt, die Joberstellung zu automatisieren. »Der HP SmartStream Director ist eine schnell einzurichtende Lösung, die ohne Programmieraufwand funktioniert«, erläutert Steffen Cuno. Damit hat das Unternehmen bereits einige Web-

shops, zum Beispiel für eine Restaurantkette, realisiert. Dort können die über 40 Filialen individualisierte Produkte wie Flyer, Tischsets oder Aktionsgutscheine ordern.

Darüber hinaus produziert WEBprintConcept mit der Indigo 7000 individuelle Werbematerialien für die Automobilindustrie, ständig aktualisierte Kataloge sowie Nachauflagen für Kunstbände oder Kochbücher. Letztere werden häufig auch als hybride Produkte gefertigt: die Buchseiten digital und der Umschlag im Offsetdruck. Für die Weiterverarbeitungsschritte wie Rückenstichheftung, Klebebindung, Cellophanierung beziehungsweise die Herstellung von Hardcovern nutzt man die beim Grafischen Centrum Cuno ohnehin vorhandenen Kapazitäten.

NEUE IDEEN FÜR DIE DIGITALE PRODUKTION »Um mit dem Digitaldruck eine breite Akzeptanz zu erreichen ist es wichtig, Konzepte für die digitale Produktion zu entwickeln, die auf den Vorteilen des Digitaldrucks gegenüber traditionellen Druckverfahren basieren«, betont Manfred Cuno. So entwirft WEBprintConcept neue Produkte im Buch-, Verlags- und Industriebereich – auch in Ergänzung zu traditionellen Printprodukten. Neben Kleinauflagen

will das Unternehmen den Anteil personalisierter Druck-sachen in diesem Jahr deutlich steigern.

Darüber hinaus setzt das Unternehmen auch im Digitaldruck zunehmend auf eine umweltfreundliche Produktion mit FSC-zertifizierten Papieren. Man hat die Erfahrung gemacht, dass viele Offsetpapiere problemlos auch mit der HP ElectroInk bedruckbar sind. »So können wir für die digitale Produktion zumindest teilweise die gleichen Papiere einsetzen wie für den Offsetdruck. Dies bietet Vorteile bei der Lagerung, dem Handling und auch beim Einkaufspreis«, erläutert Steffen Cuno.

Mit den Geschäftsergebnissen des ersten Jahres ist man durchaus zufrieden. »Wir haben die für das erste Geschäftsjahr gesetzten Umsatzziele übertroffen«, meint Manfred Cuno. »Der Digitaldruck sollte sich so schnell wie möglich selbst tragen und wir sind bereits auf dem besten Weg in die Gewinnzone.«



»Die Qualität der HP Indigo 7000 ist so gut, dass wir sie als »digitalen Offsetdruck« am Markt platzieren«, sagt Steffen Cuno, Geschäftsführer WEBprintConcept.

➤ www.hp.com

Alles aus einer Hand

NEUE MUSTERKOLLEKTION VON BERBERICH SYSTEMS

Matroschka, die berühmte russische Schachtelpuppe, stand Pate bei der neuen Musterkollektion von Berberich Systems. Das Prinzip – ein Teil in ein anderes zu packen – machte sich der Heilbronner Spezialist für Präsentations- und Organisationsmittel zunutze. Er baute die Konzeption für seine neue Musterkollektion nach dieser Idee auf und präsentiert sie so seinen Kunden. Die neue Musterkollektion besteht



aus acht Kernprodukten, die Berberich Systems entwickelt und fertigt. Das größte Produkt – der Schubler – bietet Platz für das Ringbuch und den Stehsammler. Das Ringbuch wiederum ist mit einem Register bestückt und der Stehsammler beherbergt die Produkte Klemmbrett, Flipchart und Musterdecken. Alle Einzelprodukte der Musterkollektion sind exakt aufeinander abgestimmt: Im Schubler, der sich praktisch unter den Arm klemmen lässt und in jedes Regal passt, sind alle anderen aufgeräumt. Eine gestanzte und zusammengesteckte Polypropylen-Mappe ergänzt das Portfolio.

»Wir haben bewusst darauf geachtet, dass unsere Kunden auf einen Blick sehen, was wir ihnen aus einer Hand alles anbieten können«, erklärt Anke Dittmar, Marketingleiterin Berberich Systems. Die Musterkollektion ist klar strukturiert: Jedes Produkt zeigt, was Berberich Systems individuell aus ihm machen kann.

➤ www.berberich.de

Zeller + Gmelin ABGESTIMMTE FARBSERIEN

Zur Labelexpo Europe im Herbst 2009 hatte die Druckfarbensparte der Zeller+Gmelin-Gruppe eine Reihe neuer Farbserien präsentiert, darunter das Produkt Uvalux U40, das speziell für hohe Maschinengeschwindigkeiten im UV-Offsetdruck entwickelt wurde. Zu den besonderen Eigenschaften der Farbserie zählen die hohe Intensität und der geringe Geruch. Die migrationsarme Variante dieser Produktreihe



Die verfahrenstechnische Herstellung ist von entscheidender Bedeutung für die Qualität einer Druckfarbe.

mit der Bezeichnung Uvalux U41, ist für das Bedrucken von Lebensmittelverpackungen geeignet. Sie ist überwiegend für den Einsatz auf Papier und Karton konzipiert, kann aber auch für den Druck auf Folien verwendet werden. Bei der Serie Uvaflex Y77 handelt es sich um eine UV-Flexodruckfarbe für den universellen Einsatz auf Papier und Folien. Die Eigenschaften wurden in den letzten Monaten weiter optimiert. So konnte das Curling-Verhalten auf Foliensubstraten deutlich verbessert werden. Mit der Serie Uvaflex Y71 steht auch für den UV-Flexodruck eine Farbe zur Verfügung, die eine hohe Migrationsicherheit bietet.

Aufgrund der Produkteigenschaften hat sich diese Druckfarben-Generation nach Angaben des Herstellers mit wachsendem Anteil im Markt etablieren können.

➤ www.zeller-gmelin.de

MODERNISIERUNG Die Wiener Zeitungsdruckerei **Herold Druck** modernisiert ihr Qualitätskontrollsystem durch Farbbregelungs- und Bahninspektionssysteme von **QuadTech**. Die neue Technik wird auf zwei Türmen einer 1.800 mm breiten Colorman XXL und drei Türmen einer 1.200 mm breiten Colorman von **manroland** installiert.



LICHTECHTE FARBEN **Xeikon** hat eine neue Version des QA-I-Toners in den Sonderfarben Rot und Orange vorgestellt. Die Farben bieten nach Herstellerangaben eine bessere Lichtechtheit bis zu Stufe 6 auf der Blauwollskala. Zudem erfüllen beide Farben für den direkten und indirekten Kontakt mit Lebensmitteln die von der FDA an die Lebensmittelsicherheit gestellten Anforderungen. ➤ www.xeikon.com

DRUCKJOBMANAGER Eine umfassende Druckmanagement-Lösung bietet **Ricoh** mit ›Qoodary Core 8.0‹ (QC8). Die modular aufgebaute Software-Suite macht die Verwaltung von Druckaufträgen komfortabler, in dem Qoodary Druckjobs aus unterschiedlichen Quellen verarbeitet und alle Drucker über das Netzwerk verwaltet. Zudem lässt sich die Software via Webbrowser bedienen und bietet Job Ticketing, voreingestellte Produktmodi sowie Funktionalitäten wie Seitennummerierung, Ausschießen, Formulardruck und eine Host/Unix-Schnittstelle. ➤ www.ricoh.de

MANAGED PRINT SERVICE Die zur **Würth-Gruppe** gehörende, gemeinnützige Stiftung Würth führt an sämtlichen Standorten **Xerox Managed Print Services** ein und tauscht im Zuge dessen die vorhandenen Drucksysteme verschiedener Hersteller durch Geräte von Xerox aus. Der Vertrag wurde vorerst auf fünf Jahre mit dem Xerox-Partner **Burghold & Frech GmbH** in Erfurt abgeschlossen.



FORMATVARIABEL Zwei 48-Seiten-Rotationen **KBA Compacta 618** mit dem am Markt einzigartigen formatvariablen V5-Greiferfalzapparat sind bei der Gruppe **Lenglet Imprimeurs** in Betrieb gegangen. Mit diesen neuen Maschinen verfügt die französische Druckerei über einen homogenen Maschinenpark, bestehend aus sieben sich ergänzenden KBA-Rotationen im Tief- und Offsetdruck.



ZERTIFIZIERT Die Digitaldrucksysteme der **Ricoh Pro C751-Serie** (Ricoh Pro C651EX/Pro C751EX/Pro C751) sind von der **Fogra** zertifiziert worden. Damit bescheinigt die Fogra, dass die drei Farbdrucksysteme die Kriterien des ISO/DIN 12647-8 Standards erfüllen. Dieser internationale Standard ist Beleg für konstante Farbqualität unter Einhaltung der ISO-Standards mit den Drucksystemen der Pro C751-Serie.



Nagelneue Veredelungsmaschinen

Stark aufgerüstet hat die Ernst Nagel GmbH in diesem Herbst bei den Veredelungsmaschinen. Kurz vor Beginn der Druck+Form in Sinsheim wurde auf dem Stand noch Platz für die neue Laminiermaschine DigiLam geschaffen, die erste Laminiermaschine von Nagel. Sie fand ebenso großes Interesse wie der neue UV-Lackierer DigiUVL 380.

Bereits wenige Wochen vor der Sinsheimer Messe zeigte Nagel auf der Post-Print in Leipzig ausgewählte Maschinen für die Broschürenfertigung mit Rückenpressung sowie Vollautomaten für Rillen und Falzen in Kombination. Die wirklichen Highlights gab es jedoch zur Druck+Form.

UV-VEREDELUNG Der Nagel DigiUVL 380, erstmals in Sinsheim zu sehen, bietet für die Veredelung von Druck-Erzeugnissen eine Reihe neuer Möglichkeiten. Die einfach zu bedienende, im ergonomischen Design konstruierte, Lackiermaschine ist für die Veredelung von Digital- und Offsetdrucken geeignet. Bänder befördern die Bögen im Maschineninnern zu einem Vakuumtisch, wo sie fixiert werden. Die Papierlänge ist nicht begrenzt: So können Banner von mehreren Metern verarbeitet werden. Dazu ist eine Auslage für Bögen bis 800 mm optional erhältlich. Die Geschwindigkeit kann von 5 bis zu 20 Metern pro Minute individuell eingestellt werden. Eine Tankheizung wärmt den UV-Lack vor dem Auftragen an, um eine gleichmäßige Verteilung des Lacks auf dem Bogen und eine glatte Oberfläche zu gewährleisten. Verstärkt wird dieser Effekt durch die regelbare Infrarot-Heizeinrichtung. Die Vorteile des verstellbaren Rakels kommen vor allem bei doppelseitiger Lackierung zum Tragen. Lackrückstände werden damit vollkommen entfernt und hinterlassen auf bereits lackierten Bögen keine Spuren.



damit den Betrieb im niedrigeren Temperaturbereich. Die Walze wechselt automatisch in den Standby-Modus, um Temperaturschwankungen und eine Überhitzungsgefahr zu minimieren.

Die DigiLam produziert bei einer Geschwindigkeit von bis zu 22 m/Min. bis zu 3.700 SRA3-Bögen in der Stunde und verarbeitet Papierformate bis zu 720 mm x 520 mm.

RILLEN UND SCHNEIDEN Der CardExtra Plus ist eine kompakte, automatische Schneidemaschine für die Verarbeitung von Digitaldrucken. Auf der Druck+Form präsentierte Nagel die neue Kombination aus Rill- und Schneidemaschine auf dem Stand von Ricoh und zeigte die vielfältigen Verarbeitungsmöglichkeiten für Visiten- und Postkarten sowie Tickets oder Flyern. Automatisiertes Schneiden und/oder Rillen (im Längs- oder Querformat) in einem Arbeitsgang und die Kombination mit der Rilleinheit verhindert beim späteren Falzen ein Aufbrechen der Falzkante. Mittels Saug- und Blasluft werden die bedruckten Bögen bis zum Format SRA3 schonend eingezogen und durch die Bogenkante oder den optischen Markenleser genau ausgerichtet. Der Schnitvorgang erfolgt durch Längs- und Quermesser mit hoher Präzision. Es sind verschiedene Längsmesser für unterschiedliche Endformate erhältlich. Die gängigen Formatvorlagen sind bereits voreingestellt, weitere Formate individuell programmierbar und Schnittmuster können für wiederholten Bedarf gespeichert werden. Die Messer für den Beschnitt

arbeiten mit einer Genauigkeit von 0,1 mm und können je nach Bedarf, Format und Schnittbild entsprechend schnell gewechselt werden. Drei verschiedene Messer sind im Lieferumfang enthalten, ebenso wie die große Ablage für große Formate.



➤ www.ernstnagel.de





Von der IFRA Expo in Wien KBA SERVICE-PARTNERSCHAFT FÜR DEN MITTELRHEIN-VERLAG

Ein neues, hoch automatisiertes Druckzentrum mit durchgängigen Workflows wird in den nächsten Monaten die Produktion der Rhein-Zeitung und zahlreicher weiterer Printtitel in Koblenz übernehmen. Herzstück ist eine dreifachbreite KBA Commander CT mit vier Rollenwechslern, vier 6/2-Drucktürmen und zwei Falzwerken. Die vollautomatische Rollenlogistik der 96-Seiten-Anlage für das Rhein-



V. l. n. r.: KBA-Vertriebsvorstand Rollenmaschinen Christoph Müller; Siegmund Radtke, Verlagsleiter bei der Mittelrhein-Verlag GmbH in Koblenz; Dr. Thomas Rochel, Geschäftsführer des Mittelrhein-Verlags; KBA-Serviceleiter Rollenmaschinen Jens Maul.

nische Format (max. Papierrollenbreite 2.100 mm, 510 mm Abschnittlänge) erfolgt über AGVs und KBA Patras mit Rollendaten-Tracking. Ein integriertes Bearbeitungssystem von Beil-Registersysteme sorgt für die Plattenversorgung der Drucktürme. Auf der IFRA Expo in Wien haben der Mittelrhein-Verlag in Koblenz und die Koenig & Bauer AG die Ausweitung der Partnerschaft vereinbart und einen Servicevertrag über zunächst zehn Jahre unterzeichnet.

➤ www.kba.com

Druck- und Verlagshaus Zarbock NACHHALTIGER DRUCK MIT ROLAND 700 DIRECTDRIVE

Seit 87 Jahren besteht die Frankfurter Druckerei Zarbock erfolgreich am Markt. Jetzt hat sich das Unternehmen erneut für eine Druckmaschine von manroland entschieden. Die Fünffarben Roland 700 DirectDrive mit Lackmodul und InlineColorPilot ist die größte Einzelinvestition des Druckhauses, das mit knapp 100 Mitarbeitern auf wegweisende Technik und grünes Drucken setzt.



Marco Faulhaber, Servicechef Bogen- und Drucksysteme manroland, Ralf Zarbock, der hessische Sozialminister Stefan Grüttner und Frank Zarbock (v. l.) vor der Roland 700 DirectDrive.

»Für uns ist heute ein ganz großer Tag«, begrüßte Geschäftsführer Ralf Zarbock die rund 100 Gäste, die zur offiziellen Einweihung der Roland 700 DirectDrive nach Frankfurt gekommen waren. Mit der Investition von rund 2,5 Mio. Euro wolle man »ein klares Zeichen für den Industriestandort Deutschland setzen«. Zudem hat sich das Unternehmen auf die Fahnen geschrieben, »die grünste Druckerei im Rhein-Main-Gebiet zu sein«. Auch deshalb fiel die Entscheidung auf die Roland 700 DirectDrive, die alkoholfrei druckt und deren Abwärme zur Beheizung des Firmengebäudes genutzt wird.

Mit einer Druckdemonstration stellte die Roland 700 DirectDrive ihr Können unter Beweis: Waschen, Rüsten und neu Anfahren liefen in nur fünf Minuten ab.

➤ www.manroland.com

Schweizer Tabakverpackungsdrucker

AMCOR TOBACCO PACKAGING SETZT AUF EINE 1-TBR-COMPACT VON H.C. MOOG

Als Teil der weltweit tätigen Amcor-Gruppe mit Hauptsitz in Australien hat sich Amcor Tobacco Packaging, Schweiz, für eine 1-TBR-compact aus dem Hause H. C. Moog entschieden, die zum Jahresende 2011 im Innovationszentrum in Rickenbach in Betrieb genommen wird. Amcor hat sich für den Kauf der neuen Maschine entschieden, weil man damit den

die Veredelung – bei geringem Platzbedarf und schnellem Auftragswechsel abdeckt. Ausstattungsmerkmale sind ein Preset-Non-Stop-Hochstapel-Anleger und individuell kombinierbare Trocknereinheiten (Heißluft, Infrarot, UV) für alle im Tiefdruck verfügbaren Farben und Lacke. Ein weiteres Highlight ist der von Moog neu entwickelte Spannzy-



Kunden die Möglichkeit verschafft, Mock-ups zu produzieren und Kurzserien mit exzellenter Druckqualität auf kostengünstige Weise laufen zu lassen.

Die Idee zur Anschaffung dieser Maschine, die die Kostenstruktur optimieren und gleichzeitig eine beeindruckende Tiefdruckqualität abliefern soll, entstand bei Amcor bereits vor geraumer Zeit. Seit Spätherbst 2010 ist der Technologiestandort in Miehlen, Deutschland, in Betrieb, an dem Amcor Technologietests durchführte. Insbesondere wurden Mock-ups und Prototypen für Kunden aus der Tabakbranche produziert, mit denen Ideen getestet und Designs schneller und genauer umgesetzt werden können.

Neben der Qualität der gedruckten Produkte war ein wichtiger Aspekt, dass die vielfältig einsetzbare, auch bei kleinen Auflagen wirtschaftliche »All-in-one«-Maschine eine Fülle von Einsatzbereichen – insbesondere für

linder zur Aufnahme von schnell verfügbaren und kostengünstigen Photopolymerplatten für den Tiefdruck und Blindprägungen dar. Somit werden kleinere Auflagen im Bogentiefdruck kosteneffizient ermöglicht.

Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 12.000 Bogen/Stunde können Papier und Karton ab 80 bis 400 g/m² bedruckt werden sowie nicht dehnbare Folien und eine Vielzahl auch nicht saugfähiger Substrate.

Die 1-TBR compact wird bei Amcor nicht nur als isolierte Produktionsmaschine, auf der mehrere Durchgänge möglich sind, eingesetzt werden, sondern auch als vor- oder nachgelagerte Veredelungsmaschine im Rahmen der effektiven und flexiblen Offline-Kombination mit anderen Bogen-Druckverfahren.

➤ www.amcor.com

➤ www.hcmoog.de



Multifunktionales Finishing für Digital- und Offsetdruck

Die Druck+Form war für Horizon ein voller Erfolg und hatte 2011 auch wieder ihren Charme als Vor-drupa-Ausstellung. Kein Wunder also, dass ein Hauch der Weltmesse auch durch die Halle 6 in Sinsheim wehte. Entsprechend groß war der Zuspruch der Besucher – auch auf dem Horizon-Messestand.

Es war nicht nur die Quantität der Besucher, die das Team motivierte, es war auch die Qualität, berichtet Horizon. Die Interessenten informierten sich ausführlich über die Trends und Möglichkeiten in der Weiterverarbeitung von Digital- und Offsetdrucken und waren fasziniert von den zahlreichen Innovationen. Positiv fiel dabei auf, dass sämtliche Horizon-Maschinen für die Weiterverarbeitung von Digital- und Offsetdrucken geeignet sind – und zudem noch verschiedene Speziallösungen für besondere Herausforderungen im Digitaldruck entwickelt worden sind.



An den vier Messetagen war der Besucherandrang am Horizon-Stand groß. Immer wieder standen Trauben von Besuchern vor den Horizon-Maschinen und waren fasziniert von den Live-Präsentationen.

den. Dabei sei auf der Messe deutlich geworden, dass die Branche mit ihren Investitionen nicht mehr bis zur drupa 2012 warten will. Chancen, sich am Markt zu behaupten und die Nase vorn zu behalten werden jetzt ergriffen, ist die Einschätzung von Horizon.

BREITES PORTFOLIO Auf 180 m² präsentierte Horizon dem Fachpublikum neben einem breit gefächerten Auszug aus dem aktuellen Produktportfolio auch zahlreiche Innovationen: Die neue Offline-Broschürenfertigungsanlage CW-8000, die neue Zusammentragmaschine VAC-40 als

ZAHLEICHE PREMIEREN In diesem Zusammenhang sorgte der neue Hochleistungs-Digitaldruckanleger, der auf der Druck+ Form Weltpremiere hatte, dann auch für großes Interesse bei den zahlreichen Fachbesuchern. Darüber hinaus waren viele Fachbesucher nach Einschätzung von Horizon investitionsentschlossen. So seien unter anderem eine vollautomatische Kombifalzmaschine AFC-566FKT, ein falzender Sammelhefter StitchLiner 6000, eine Laminiermaschine Taurus 530 SF, die neue Zuführeinheit VAC-digital in Verbindung mit der Broschürenfertigungsanlage SPF/FC-200A sowie ein Sammelhefter StitchLiner 5500 direkt vom Stand weg verkauft wor-

Tuning für den StitchLiner 6000, die neue Banderoliereinheit der Hochleistungs-Päckchenauslage PSX-56, den neuen Horizon-Foliant-Laminator Mercury 400 SF für doppelseitiges Laminieren in einem Arbeitsgang, den neuen Kreuzleger AG-215 um den StitchLiner 6000 auch bei voller Leistung mit nur einer Person bedienen zu können und einen neuen Hochleistungs-Digitaldruckanleger (wir werden über die technischen Merkmale der Maschinen und Module noch separat berichten).

➤ www.horizon.de



Der neue Horizon-Foliant-Laminator Mercury 400 SF sorgte bei den zahlreichen Besuchern für großes Interesse.



Die Hochleistungs-Päckchenauslage PSX-56, legt die gefalzten Produkte ab sofort nicht nur in Stapeln ab, sondern banderoliert sie jetzt auch im Einzel- oder Doppelnutzen.



Die Besucher wollten alles ganz genau wissen – hier von Horizon-Mitarbeiter Andreas Schoop an der neuen Offline-Broschürenfertigungsanlage CW-8000 für den Digitaldruck.



Das Horizon-Team nahm sich viel Zeit für Live-Präsentationen, eingehende Gespräche und die individuelle Beratung der Besucher.

→ 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
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
18. 04. 2012	Pro Carton Kongress	Düsseldorf	 www.procarton.com
24. 04. - 25. 04. 2012	Verpackung, Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
03. 05. - 16. 05. 2012	drupa 2012	Düsseldorf	 www.drupa.de
10. 05. 2012	Lean & Green, International Environmental Conference	Düsseldorf	 www.printcity.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
10. 10. - 11. 10. 2012	easyFairs, Print & Publishing Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
10. 10. - 13. 10. 2012	18. Druck+Form	Sinsheim	 www.messe-sinsheim.de
10. 10. - 14. 10. 2012	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
25. 10. - 27. 10. 2012	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Madrid	 www.ifraexpo.com
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	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



On The Road Again

OPEN-HOUSE MIT RICOH-HIGHLIGHT-TRUCK IN WILLICH

Die print-concept-roeber GmbH, renommierter Fachhändler in Willich/Nordrhein-Westfalen und langjähriges RGF-Mitglied, lädt gemeinsam mit seinem Industriepartner Ricoh zu einer Open-House-Veranstaltung in Willich ein.

Gezeigt werden Produkte und Innovationen rund um den Digitaldruck, von aktuellen Lösungen für den Office-Bereich bis hin zu Produktionsmaschinen mit einer Ausgabe von bis zu 90 Seiten pro Minute in Farbe. Die Veranstaltung findet am 24. und 25. November am Print-Concept-Standort in Willich statt. Als Highlight steht Ricohs Demo-Truck zur Verfügung, in dem Produktneuheiten und Highlights präsentiert und demonstriert werden. Besucher sollen sich inspirieren lassen, von den Ideen rund um das digitale und gedruckte Dokument und mehr erfahren von Ricohs Monitoring-, Reporting- und Archivierungslösungen.

- www.bvmw.de
- www.ricoh.de
- www.print-c.de

HP Schweiz

VORSTELLUNG NEUER PRODUKTE

Die Imaging and Printing Group (IPG) der HP Schweiz hat am 12. Oktober in Dübendorf ihre Innovationen des Herbstes 2011 vorgestellt. Als Produktinnovation stand 3D im Mittelpunkt: Mit dem HP Designjet 3D hat HP die dritte Druck-Dimension in die Schweiz gebracht. Neues gab es auch von HPs ePrint Technologie zu berichten: HP ePrint ist im Jahr 2011 in den Schweizer Unternehmen angekommen.

- www.hp.com/ch

Die Kunst des Lichtdrucks

ORIGINALE WERKE VON ZEHN ZEITGENÖSSISCHEN KÜNSTLERN

Unter dem Titel »Die Kunst des Lichtdrucks« zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig ab dem 23. November 2011 originalgrafische Werke von zehn zeitgenössischen Künstlern. Die Eröffnung findet am 22. November 2011, 18 Uhr statt. Bereits zum vierten Mal veranstalteten der Bund Bildender Künstler Leipzig e. V. und der Lichtdruck-Kunst Leipzig e. V. in diesem Jahr das Lichtdruck-Symposium (17. bis



Die Fülle an Halbtonwerten und die sehr feine Farbauflösung kennzeichnen das aufwändige Handwerk des Lichtdrucks, das heute nur noch in Leipzig und Kyoto gepflegt wird.

28. Oktober 2011). Der zweiwöchige Workshop bot den fünf von einer Jury ausgewählten Künstlern Bettina Franke, Ruth Mairgunther, Marko Raffler, Britta Schulze und Christiane Werner die Möglichkeit, sich intensiv mit der besonderen Technik des Lichtdruckverfahrens auseinanderzusetzen.

Die Ergebnisse des Workshops und weitere aktuelle Arbeiten der Künstler präsentiert die Ausstellung »Die Kunst des Lichtdrucks«. Ergänzend werden die bisher nicht gezeigten Werke des 3. Leipziger Lichtdruck-Symposiums aus dem Jahr 2010 ausgestellt. Hierbei handelt es sich um Originalgrafiken der Künstler Franziska Möbius, Robert Pasitka, Karin Pietschmann, Vicky Ritter und Ulrike Schuckmann.

- www.druckkunst-museum.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 gGmbH, 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 Medien produzierende Unternehmen kein Problem dar. In der Media Mundo Inhouse-Beratung werden die vorhandenen Potenziale identifiziert, für die jeweiligen Unternehmen passende strategische 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

EcoPrint Europe Live: 2012 ERSTE FACHMESSE SPEZIELL FÜR DEN NACHHALTIGEN DRUCK

Die von FM Brooks, einem Geschäftsbereich der Mack Brooks Exhibitions Group, unter der Leitung von Frazer Chesterman und Marcus Timson veranstaltete EcoPrint Europe soll erstmalig am 26. und 27. September 2012 in Berlin stattfinden. Die Veranstaltung ist speziell für die nachhaltige Druckproduktion im Einzelhandels-, Innendesign-, POP- und Verpackungsbereich gedacht



Frazer Chesterman, Geschäftsführer von FM Brooks, erklärt: »In erster Linie ist die EcoPrint eine Veranstaltung, deren

Schwerpunkt auf nachhaltiger Geschäftstätigkeit liegt. Wir sind der Auffassung, dass echte Nachhaltigkeit nur durch eine gezielte Effizienzverbesserung, die Verringerung von Abfall und Makulatur, die Umsetzung eines wirksamen Prozessmanagements und eine engagierte, dynamische Verkaufs- und Marketingkampagne zu erreichen ist. Unsere Studien belegen, dass strategische Investitionen in die Optimierung nachhaltiger Verfahren und Geschäftspraktiken zu höheren Gewinnen und Wettbewerbsvorteilen führen können.«

- www.amplifiergroup.com
- www.mackbrooks.com



A&F Computersysteme INFOTAGE 2011 IN SURSEE: HALBTAGESSEMINARE

Am 23. und 24. November 2011 finden die A&F-Infotage 2011 in Sursee statt. In drei kostenlosen Halbtags-Seminaren stellt das Schweizer Systemhaus News aus den Bereichen Redaktions-, Verlags- und Anzeigesysteme vor. Die Platzzahl ist beschränkt, frühzeitige Buchung sichert den Platz. www.a-f.ch

Techkon SCHULUNGEN ZUR MESSTECHNIK

Techkon, Anbieter von Densitometern, Farbmessgeräten und Color-Management, bietet in regelmäßigen Abständen informative Schulungen zum Thema Qualitätssicherung und Messtechnik an. Es gibt nur noch wenige freie Plätze. Der nächste Termin ist der 24. November 2011. www.techkon.com

ClusterForum Augsburg DIE ROLLE VON PRINT IM MEDIENMIX

Am 21. November 2011 findet in Zusammenarbeit mit manroland und UPM-Kymmene das ClusterForum 2011 im historischen MAN-Museum in Augsburg statt. In Fachvorträgen und einer anschließenden Podiumsdiskussion analysieren die Referenten die zukünftige Stellung von Druckprodukten im Werbemix. www.cluster-print.de

Ausbildungszertifikat LAUDERT VON DER AGENTUR FÜR ARBEIT AUSGEZEICHNET

Die Agentur für Arbeit Coesfeld zeichnete die Laudert GmbH & Co. KG aus Vreden für ihre Nachwuchsförderung mit dem Ausbildungszertifikat der Bundesagentur für Arbeit aus. Laudert bildet in fünf Medienberufen aus, bietet drei duale Studiengänge an und stellt Jahrespraktika zur Verfügung.

Infoveranstaltung

BERUFSSKOLLEG GRAFIK-DESIGN

Neues entstehen lassen, Ideen sichtbar machen, experimentieren: Im Berufskolleg Grafik-Design wird auf den Abschluss ›Staatlich Geprüfter Grafik-Designer/in‹ und die Fachhochschulreife vorbereitet. Das dreijährige Berufskolleg findet im Hauchler Studio, Fachschule und Berufskolleg Design – Medien – Druck statt. Projektorientierter Unterricht an technischer Ausstattung von Medien bis Druck ist Voraussetzung für praxisorientierte Qualifikationen. Die Ausbildung an der staatlich anerkannten Privatschule hat den Innovationspreis der deutschen Druckindustrie verliehen bekommen. Bei der kreativ-künstlerischen Ausbildung werden eine Grundbegabung im Zeichnen sowie der Realschulabschluss vorausgesetzt. Die Privatschule informiert über das Berufskolleg Grafik-Design sowie die zweijährigen IHK-Ausbildungen Mediengestalter/in Digital und Print und Medientechnologen/in Druck. Eine Infoveranstaltung zum Berufskolleg findet am 18. November 2011 in Biberach statt. www.hauchler.de

Quark eSeminar-Serie DIE WELT DES DYNAMIC PUBLISHING

Quark veranstaltet eine Seminar-Serie, in der untersucht wird, warum und wie das Dynamic Publishing das traditionelle Publishing in Medienorganisationen, Kommunikationsagenturen und Unternehmen ersetzt. Die Serie wird sich damit befassen, die beste Methode für das Dynamic Publishing festzulegen, die Argumente für die Einführung der Dynamic-Publishing-Technologie zu erklären und die Auswirkungen auf den Prozess und die daran beteiligten Personen darzustellen. Die englischsprachige Vortragsserie präsentieren PG Bartlett, Akshay Mahajan und Mark Lewis von Quark. Sie werden von Branchenexperten wie Ann Rockley von The Rockley Group und Joann Hackos von Comtech Services begleitet. Die Termine der noch verbleibenden drei eSeminar-Veranstaltungen sind der 16. November (Argumente für das Dynamic Publishing), der 30. November (Die Auswirkungen des Dynamic Publishing auf Menschen und Prozesse) und der 14. Dezember (Festlegen einer erfolgreichen Strategie für das Dynamic Publishing). www.quark.com

Die Zukunft der Farbe FOGRA COLOUR MANAGEMENT SYMPOSIUM

Am 2. und 3. Februar 2012 lädt die Fogra zur dritten Auflage des Colour Management Symposiums nach München ein. Es berichten international anerkannte Experten aus der Forschung und Praktiker in über 20 Vorträgen über die neuesten Erkenntnisse und Produkte auf dem Gebiet des Farbmanagements. Schwerpunktmäßig befassen sich sieben Themenblöcke mit den Herausforderungen des Farbma-



agements für den klein- und großformatigen Digitaldruck sowie für konventionelle Druckverfahren. Neue Ansätze bei der Datenaufbereitung, -prüfung und -korrektur, einheitliche Farberscheinung über unterschiedliche Ausgabeverfahren und Bedruckstoffe, praktische Strategien zur Prozesskontrolle für den Digitaldruck, Farbwiedergabe auf dem Bildschirm und die Farbbehandlung im Textildruck sind nur einige Themen des Symposiums. www.fogra.org

Workshop am 30. November CROSSMEDIALES PUBLISHING IM ZEITALTER VON TABLET & APP

Die Energy Net GmbH zeigt zusammen mit ihren Partnern Adobe und vjoon die Chancen und Möglichkeiten crossmedialer Publishing-Prozesse für verschiedene Ausgabeformate (Print, Web, Mobile, Tablet etc.). Die Veranstaltung richtet sich an Entscheider und Anwender aus Agenturen und Corporate Publishing-Unternehmen. Vorgestellt werden Lösungen, die durchgängige Produktionsprozesse mit einem großen Maß an Automatisierung, Transparenz, Planbarkeit und Steuerung ermöglichen. Ziel ist es, kostengünstig und effizient zu produzieren. vjoon K4 ist ein auf Adobe InDesign und Adobe InCopy basierendes, datenbankgestütztes Publishing-System, das neben prozessgesteuerten Benutzerrechten auch über eine webbasierte Kontrolle der Artikel und Layouts verfügt. Die täglich anfallenden Abläufe wie Korrekturschleifen, Freigabe-, Herstellungs- oder Abstimmungsschritte erschweren viele Publishingprozesse erheblich. Die Energy Net GmbH zeigt die Vorteile des gezielten Einsatzes von strukturierten Publishingabläufen rund um Adobe und vjoon K4. www.energy-net.de



SVI Pharma-Verpackungsforum PHARMA UND VERPACKUNG – TRENDS FÜR DIE ZUKUNFT

Individualisierung der Medikation als Hebel für eine Verbesserung der Compliance, Serialisierung – Anforderungen an eine Supply Chain für individualisierte Medikationen von der Herstellung bis zum Anwender – und Fälschungssicherheit sowie Qualitätssicherung – Aspekte beim Herstellen und In-den-Verkehr-bringen von individualisierter Medikation sind die Kernthemen der Veranstaltung.

Das 6. SVI Pharma-Verpackungsforum bietet eine Basis für den Informationsaustausch zwischen der pharmazeutischen Industrie und den zuliefernden Industriezweigen. Beide Seiten erhalten die Möglichkeit, sich über neue Entwicklungen aus dem jeweils anderen Bereich zu informieren.

Das SVI organisiert – gemeinsam mit fial – zudem in Zürich eine wichtige Veranstaltung zum Thema ›Lebensmittelsicherheit und Verpackung‹, an der auch Behörden informieren. Nachdem ein Großteil der Verpackungen in den Food-Bereich gehen und die Selbstverantwortung der Industrie (Compliance) künftig hoch gewichtet ist, wird die Zusammenarbeit in der Lieferkette zentral. Termin ist der 23. November 2011 im Hotel Spirgarten, Zürich-Altstetten.

➤ www.svi-verpackung.ch

GKS prämiert Kaufkalender GRAPHISCHER KLUB STUTTGART VERGIBT 67 PREISE

Wie der Graphische Klub Stuttgart mitteilt, haben bei der traditionellen 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.

Konica Minolta

VIRTUELLES UNTERNEHMEN – ECHTE WORKFLOWS

Auf der Solution Lounge präsentiert Konica Minolta seit 23. August und noch bis 15. Dezember 2011 das virtuelle Unternehmen GivelT GmbH – Werbemittelproduktion und Vertrieb. Das Unternehmen ist zwar virtuell, die vorgestellten Workflows sind jedoch real und sollen Besuchern zeigen, wie sie ihre Prozesse einfacher und effizienter gestalten können. Dementsprechend 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, wie die Poststelle als zentrale Hausdruckerei fungieren kann. Zudem wird präsentiert, wie entstandene Druckkosten den jeweils verursachenden Abtei-



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

lungen zugeordnet werden. Auch sicheres und mobiles Drucken wird Bestandteil der Workflows sein.

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

- 17. November – Colosseum Theater, Essen
- 24. November – 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

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

DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termin	Veranstaltung	Ort
16. 11.	impressed, Kodak Preps 6 Schulung	Hamburg
16. 11.	zdm-bayern, PDF Spezial: PDF/X4: Der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Ismaning
16. 11. - 17. 11.	zdm-bayern, Von InDesign auf's iPad – E-Books erstellen	Ismaning
17. 11.	zdm-bayern, PDF-Masterclass	Ismaning
17. 11.	cleverprinting, Illustrator Einsteiger-Schulung	Frankfurt
17. 11.	Heidelberg PMA, Die Medienproduktion der Zukunft	Heidelberg
17. 11.	Ink Academy, Scheuern – Letzte Neuigkeiten	Stuttgart
18. 11.	cleverprinting, Illustrator-Schulung	Frankfurt
18. 11.	tgm, Typopassion – Im Rausch der Zeichen	München
18. 11.	zdm-bayern, Zeitschriften- und Magazingestaltung für iPad & Co.	Ismaning
19. 11.	tgm, Webfontday 2011 – Die Revolution frisst Ihre Kinder	München
21. 11.	Fogra, CtP – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
21. 11.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT	Hofheim
21. 11.	impressed, Adobe InDesign CS5 Praxistraining	Hamburg
21. 11.	zdm-bayern, Update auf Photoshop CS5	Ismaning
21. 11. - 22. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen – kompakt	München
21. 11. - 25. 11.	Heidelberg PMA, Prozessmanager Color-Management/Prepress – Press	Heidelberg
22. 11.	impressed, InDesign CS5 – Publizieren auf Papier und iPad	Hamburg
22. 11.	Heidelberg PMA, Professionelles Marketing für Druckereien	Heidelberg
22. 11.	zdm-bayern, Update auf InDesign CS 5	Ismaning
23. 11.	impressed, SWITCH JDF-Integration	Hamburg
23. 11.	zdm-bayern, Photoshop Spezial: Professionelle Farbkorrekturen im Druck	Ismaning
23. 11.	cleverprinting, InDesign-CS4/CS5 Fortgeschrittenen-Schulung	Braunschweig
23. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Fehler vermeiden – Kosten senken	München
23. 11. - 24. 11.	zdm-bayern, Von InDesign auf's iPad – Digitale Magazine erstellen	Ismaning
24. 11.	impressed, Adobe Illustrator Verpackungsdesign	Hamburg
24. 11.	Heidelberg PMA, Druckdienstleistungen professionell einkaufen	Heidelberg
24. 11. - 25. 11.	zdm-bayern, HighEnd-PDF – Erzeugung und Bearbeitung für den Print-Workflow	Ismaning
25. 11. - 26. 11.	tgm, Komposition und Typografie als Basis	Germering
27. 11.	tgm, Screen Design – Part Zwei – CSS und HTML	München
28. 11. - 29. 11.	Fogra, Farbe im Druck richtig messen und bewerten	München
29. 11.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Regensburg
29. 11.	Heidelberg PMA, Neukundengewinnung	Heidelberg
29. 11.	impressed, Korrektur von PDF-Dateien für die Zeitungsproduktion	Hofheim
30. 11.	Ink Academy, Druck-Erzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	Kirchheim
30. 11.	impressed, Preflight und Korrektur von PDF-Dateien im digitalen Großformatdruck	Hofheim
30. 11. - 01. 12.	zdm-bayern, PitStop Basis: PDF-Datenprüfung und Korrektur mit PitStop	Ismaning
30. 11. - 02. 12.	zdm-bayern, Sicherer Einstieg in die Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop	Ismaning
01. 12.	Ink Academy, Sensorik und Verpackung	Kirchheim
01. 12.	Heidelberg PMA, Welt der Printmedien	Heidelberg
02. 12.	Heidelberg PMA, Klimaneutrale Druckproduktion	Heidelberg
05. 12.	Heidelberg PMA, Corporate Design: Das prägnante Bild von Ihrem Unternehmen	Heidelberg
05. 12.	impressed, Korrektur von PDF-Dateien für die Zeitungsproduktion	Hamburg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

> www.cleverprinting.de > www.fogra.org > www.impressed.de > www.ink-academy.de
 > www.polar-mohr.com > www.print-media-academy.de > www.tgm-online.de > www.zdm-bayern.de

Media Mundo @ drupa 2012

SONDERSCHAU
NACHHALTIGKEIT

Die vom Fachverband Medienproduktion e.V. (f:mp.) gestartete internationale Brancheninitiative Media Mundo stellt in Kooperation mit der Messe Düsseldorf auf der drupa vom 3. bis 16. Mai 2012 vor, welchen Beitrag die Branche auf dem Weg in Richtung Nachhaltigkeit leisten kann und muss.

»Die nachhaltige Medienproduktion ist nicht nur ein Zeichen verantwortungsvollen Handelns, sondern in gleichem Maße Zukunftsmodell wie Innovationsmotor. Deshalb ist es uns wichtig, dass das Themenfeld Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil der drupa 2012 sein wird«, erklärt Manuel Mataré, Director drupa 2012.

Geplant ist unter dem Titel »Media Mundo @ drupa« eine Sonderschau Nachhaltigkeit, mit deren Umsetzung die Brancheninitiative Media Mundo als Kooperationspartner betraut wurde. Auf rund 200 m² Ausstellungsfläche werden während der zwei Messewochen Besucherinformationen, Live-Diskussionen sowie spannende Präsentationen von Experten und Branchengrößen geboten. Umrahmt wird das Ganze von einer Ausstellung, auf der zahlreiche Partner der Initiative Media Mundo sowie Unternehmen und Organisationen informieren und inspirieren. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf Dialog und Partizipation.

Die wichtigsten aktuellen Trends und Highlights dokumentiert zudem der 4. Media Mundo-Kongress zur nachhaltigen Medienproduktion, der als Leitkongress zum Thema Nachhaltigkeit bereits vor der drupa am 20. und 21. März 2012 in Düsseldorf organisiert wird.

> www.mediamundo.biz

> www.drupa.de



DESIGN & TYPOGRAFIE



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DIENSTLEISTUNGEN



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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kopier- oder
Papierverarbeitungsanlagen

*Bohren • Leuchten • Perforieren • Stanzen
Auten • Eckenrunden • Register stanzen
Haken • Zählen • Streifen einschneiden
Wagen • Versetzen • Falzen • Block-
leiten • Bandrollen • Nummerieren
Falten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte*

Graph. Maschinen- und Applikations
www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFENGASSE 8
D-8008 VILINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 12 • Fax 0 71 20 30 12 99

WEITERVERARBEITUNG



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

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



Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

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



RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“



Fordern Sie
unser
„know-how“

Jetzt von uns freigegeben
Bohrungen-Papierbohrer in allen Größen und
Bohrdringungen für die klassische und moderne
Verpackungstechnik. Jetzt die Vorteile kennen lernen!

Graph. Maschinen- und Applikations
www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFENGASSE 8
D-8008 VILINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 12 • Fax 0 71 20 30 12 99

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

DRUCKMARKT
impressions



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

www.druckmarkt.com

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

Gütesiegel



Publikation
VERPUBLIKAT
GEPRÜFT
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