

DRUCK MARKT impressions 42

4. Januar 2012

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



worldwide published



Verpackung und Veredelung

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Prepress: Erfolg zwischen Tradition und Qualität. Seite 8.
Verpackung: Make-up für die Verpackung. Seite 14.
Print & Finishing: 35 Meter Offset-Gigant. Seite 24.
Veredelung: Segel setzen, wenn der Wind weht. Seite 32.
Termine, Bildung und Events: Terminübersicht. Seite 40.

Titelbild: M-real

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



Drucken ist Kommunikation!

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten

Premedia & Prepress

- 08 Erfolg zwischen Tradition und Erfolg
- 10 Flexoqualität neu definiert

Verpackung & Veredelung

- 14 Make-up für die Verpackung
- 18 Premium-Verpackungen aus Stuttgart
- 20 »Dr« wie Drucker – nicht wie Doktor
- 22 Nachrichten
- 23 Just-in-time-Produktion von Verpackungen
- 24 35 Meter Offset-Gigant
- 26 Schutz gegen Produktpiraterie
- 27 Nachrichten
- 31 Klappe für die Kappenschachtel
- 32 Segel setzen, wenn der Wind weht
- 38 Lust auf edles aus der Manufaktur
- 39 Wie kommt die Karte ins Kuvert?

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten

43 Business to Business

In der Vergangenheit waren die Jahre, in denen Großereignisse wie die olympischen Spiele oder Fußball-Meisterschaften stattfanden, immer gut für die Werbung und damit auch gut für die Druckbranche. 2012 ist wieder so ein Jahr. Doch niemand glaubt ernsthaft daran, dass die Werbung nennenswert zulegen wird, da die Verantwortlichen offensichtlich nervös sind und an der Werbung bekanntermaßen gerne zuerst gespart wird.

Selbst das Großereignis drupa 2012 macht im Vergleich zu Vorgängerveranstaltungen bisher einen eher müden Eindruck. Hatte man noch 2008 zum Jahreswechsel bereits die Anzeigenbuchungen für das kommende Jahr unter Dach und Fach, traut sich aktuell scheinbar niemand aus der Deckung. Und was für die Magazine gilt, trifft ebenso auf die Agenturen zu. Niemand kann sich sicher sein, geplante Buchungen auch wirklich durchziehen zu können. Der Werbemarkt hat sich verändert. Massiv. Und der Kampf zwischen den Medien legt weiter zu. Möglicherweise wird 2012 deshalb auch einmal mehr ein Jahr des Durchhechelns statt des Durchatmens.

Da haben scheinbar nur diejenigen gut Lachen, die sich mit Verpackungen und Veredelungen beschäftigen. Schließlich scheinen vor allem die Markenartikler gelernt zu haben, dass die Verpackung als stummer Verkäufer mehr erreichen kann als TV-Spots. Und auch wenn Nutella auf Facebook inzwischen fünf Millionen Freunde hat, gekauft wird am Regal. Und hier überzeugen Optik, Haptik, Design und das durch hohe Druckqualität geprägte Gesamterscheinungsbild. Denn Verpackungen sind gedruckte Kommunikation! Und vielleicht sollten wir uns dessen auch wieder bewusst werden: Drucken ist Kommunikation – und wird daher Bestand haben.



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



Über zehn Jahre leitete Karl-Georg Nickel (im Bild links) den Verband Druck und Medien Bayern e. V. (vdmb) und hat mit seiner fachlichen Kompetenz und seinem Mut zu Innovationen die Entwicklung des vdmb geprägt. Die Abschiedsfeierlichkeiten für Nickel fanden am 25. November 2011 im Haus der Bayerischen Wirtschaft statt. Nachfolger als Hauptgeschäftsführer des vdmb wird ab 1. Januar 2012 Holger Busch, der zuletzt als Geschäftsführer Marketing im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) tätig war.

► www.vdmb.de

120

MILLIONEN

Euro Umsatz wurden in den ersten neun Monaten 2011 mit Fotobüchern erzielt. Dies ist eine Steigerung um mehr als 20% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Rückläufig ist jedoch die Anfertigung von Einzelbildern. Der Umsatz sank aufgrund rückläufiger Preise um 10% auf 157 Mio. Euro.

Quelle: GfK Panel Services 23. 11. 2011



Ricoh Deutschland unterstützt mit seiner Weihnachtsspende den Deutschen Kinderschutzbund (DKSB). Dazu überreichte Uwe Jungk, CEO von Ricoh Deutschland, am 23. Dezember 2011 einen symbolischen Scheck über 11.000 Euro an Astrid Schlüter, stellvertretende Bundesgeschäftsführerin des DKSB.



Einladende Muster, starke Farben und praktische Handhabung, all das, was Wandbeläge für moderne Raumgestaltung erfordern, macht die Produktreihe Cresta von M-real möglich. Der weltweit führende Hersteller von Tapetenrohpa-pieren präsentiert auf der Heimtextil 2012 seine Qualitäten. Mit optimalen Laufeigenschaften und Materialweiße sichert Cresta perfekte Druckwiedergabe. Entwickelt für die Umsetzung von Trend-Dekors, überzeugen sie mit innovativen Eigenschaften wie Waschbeständigkeit, exzellenter Bedruckbarkeit und hoher Weiße. Und mit den Vliesprodukten der Serie Cresta NG können Tapeten trocken und einfach auf die eingeleistete Wand aufgebracht und leicht wieder entfernt werden. Zudem stammen die Rohstoffe für Cresta aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern.



In der Heidelberger Print Media Academy wurden am 8. Dezember 2011 die Preise des MfG-Award verliehen. Damit zeichnete der Wettbewerb zum 20. Mal die besten Arbeiten des Jahres in den Kategorien »Geschäftspapiere«, »Formulare« und »Druckerei-Eigenwerbung« aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus. Auf dem Bild sind die Sieger der jeweiligen Kategorien.

Hahnemühle ist Pate des FEP Portrait Awards 2011. Im Wettbewerb »FEP European Professional Photographer of the Year« wird dieser Preis in einer von acht Kategorien vergeben. Die Federation of European Professional Photographers (FEP) ist ein Netzwerk 24 nationaler Verbände von europäischer Berufsfotografen. Gewinner der FEP Hahnemühle Portrait Golden Camera 2011 ist Igor Sakharov aus Russland. Ingrid van Heteren (Niederlande) gewann die Portrait Silver Camera mit einer Arbeit eines Mädchens mit zauberhaftem Charme wie aus einem Märchen (siehe Bild unten). Die Bilder von Carl Tighe aus Irland (Portrait Bronze Camera) zeigen eine Schönheit, die »aus dem Rahmen fällt«.



Papyrus

UMSTRUKTURIERUNG IN VOLLEM GANG

Die Umstrukturierung der Vertriebs- und Marketingorganisation des



Papiergroßhändlers Papyrus geht weiter. **Theo Sanders** übernimmt die Leitung des Produktmanagements für



Deutschland, **Frank Prath** verantwortet künftig das Vertriebsmarketing. Mit der Reorganisation zentraler Bereiche will

das aus dem Familienbetrieb Schneidersöhne hervorgegangene Unternehmen »auf die gravierenden Veränderungen des Papiermarktes reagieren« und sieht darin die notwendigen Maßnahmen für Wachstum und Profitabilität.

Bereits im Mai dieses Jahres hatte es bei Papyrus mit Sitz in Ettlingen einen Führungswechsel gegeben. Stefan Peter fungiert seither als Geschäftsführer, nachdem er Boris Borensztein ablöste, der aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die zukünftige Geschäftsentwicklung das Unternehmen verließ.

► www.papyrus.com/de



Am 1. Januar 2012 trat **JÜRGEN FREIER** als neuer Geschäftsleiter Vertrieb und Service die Nachfolge von Michael Neugart bei Polar-Mohr an. Freier soll Polar zukünftig verstärkt im wachsenden Bereich des Digitaldrucks positionieren.



THOMAS MANGELSEN ist neuer Regional Sales Manager OEM Export bei der Neschen AG. Er bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Druck- und Papierindustrie mit. Für Neschen betreut er ab sofort internationale Großkunden im Bereich Private Label.



THOMAS KLEPS hat zum 21. November 2011 die Geschäftsführung Vertrieb bei der Michael Huber München GmbH übernommen. Zuvor war Kleps für die BASF AG und K+S AG tätig, davon die letzten zwölf Jahre im asiatischen Raum und in der Türkei.



PHILIPPE MILLIET wurde zum Leiter des Bobst Geschäftsbereichs Sheet-fed und zum Mitglied des Vorstands ernannt. Er wird direkt an Bobst Group-CEO Jean-Pascal Bobst berichten und für die Realisierung der globalen Wachstumsstrategie verantwortlich sein.

Seit 1. Oktober 2011 führen **CARSTEN SCHEFFEL** und **RONNY MÜLLER** als Zweier-Team die Geschäfte der Eltosch Torsten Schmidt GmbH. Der bislang Dritte im Bunde, **GEORG HERZAN**, verabschiedete sich Ende September aus der Geschäftsführung und in den wohlverdienten Ruhestand.

Flint Group hat **EBERHARD HUTER** zum Vice President Sales Flexographic Products ernannt. Huter trat im September 2011 in das Unternehmen ein und ist für den Vertrieb Flexographic Products weltweit zuständig. Huter wird vom Standort Huyton, Großbritannien, aus tätig sein.

KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie im Dezember sind mit 9% der Antwortsalden nahezu konstant geblieben und den fünften Monat in Folge positiv. Die Beurteilung der Nachfrage aus dem Vormonat sank weiter, bleibt aber positiv, während sich die Beurteilung der Auftragsbestände vom Vormonat kaum verändert hat und mit +1% nahe der Unzufriedenheitsgrenze liegt.



Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie hat sich auf 22% reduziert, nachdem er beim Langzeithoch im Juli 2011 drei Mal so hoch war.

Ungefähr 35% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen der Auslandsaufträge sind mit -5% der Antwortsalden noch immer schlecht.

Nächstes Quartal: Das Geschäftsklima liegt den dritten Monat in Folge mit -5% wegen der weiterhin schlechten Erwartungen unter der Nulllinie.

Nächstes Halbjahr: Die Erwartungen sind mit -18% der Antwortsalden noch schlechter geworden. Wie im Vormonat erwarten nur noch 12% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage, 30% eine Verschlechterung und 58% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen mit +0 % im Saldo zwar nicht gut, aber doch deutlich besser. (bvdm)

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



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

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

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Übernahme

INVESTMENTHAUS SCHLUCKT BALDWIN

Baldwin, amerikanischer Hersteller von Peripheriesystemen, Aggregaten und Verbrauchsmaterialien für die Druckindustrie, wurde vom Investmenthaus Forsyth Capital Partners für 0,96 US-Dollar pro Aktie gekauft. Es wird spekuliert, dass die Übernahme im Zusammenhang mit der Insolvenz von manroland steht.

KBA-MePrint

KBA-TOCHTER ÄNDERT IHREN NAMEN

Um mögliche Namensverwechslungen mit einem großem Handelskonzern auszuschließen, wird die KBA-MetroPrint AG in Veitshöchheim mit Wirkung zum 1. Januar 2012 ihren Namen in KBA-MePrint AG ändern. Die im Kennzeichnungsdruck tätige KBA-Metronic GmbH, Tochter der KBA-MePrint AG, behält ihren Namen.

Deutsche Papier

INTERESSENGEMEINSCHAFT FÜR DIGITALDRUCK

Ab sofort ist Deutsche Papier Mitglied der Interessengemeinschaft für Digitaldruck, Digicom. Der Verein wirkt bei der Gestaltung von neuen Geschäftsfeldern, der Entwicklung neuer Marktstrategien und Innovation im Digitaldruck mit, kümmert sich um Technologie- und Wissenstransfer, Informations- und Erfahrungsaustausch.

druckdeal.de

BRANCHENPORTAL WIRD TEIL DER GERMAN PUBLISH GROUP

Der Marktplatz für Druckdienstleistungen »druckbesser.de« bezieungsweise »druckdeal.de« sowie das Technologieportal »web-to-publish.de« sind zum 1. Dezember 2011 Teil der neu gegründeten German Publishing Group geworden, die künftig sämtliche einzelne Online- und Offlineangebote konzentriert.

Polymag Tek. Inc.

PRINTCONCEPT ERWEITERT PRODUKTPORTFOLIO

Die PrintConcept Grafische Maschinen GmbH besitzt seit 15 Jahren die europäischen Vertretungsrechte für Doyle Bahn- und Bogenreinigungssysteme, die hauptsächlich im Offset-, Flexo und Tiefdruck eingesetzt werden. Seit Mitte Oktober hat PrintConcept zudem die Exklusiv-Vertretung für den europäischen Markt des amerikanischen Herstellers Polymag Tek. Inc. Der Hersteller von Kontakt-Bahnreinigungssystemen mittels Kleberolle ist seit 1994 tätig und hat mittlerweile wurden etwa 1.250 Anlagen installiert. PrintConcept erweitert damit das Produktportfolio um Anwendungen für Etiketten, aluminiumbeschichtetes Material, Metalle sowie sensible Substrate wie Filme, Folien, Plastik, Photovoltaik und Elektronikartikel.

➤ www.printconcept-gm.de

EWA erwartet Stabilisierung

EINE RENAISSANCE DER BEDEUTUNG VON PRINT

Die Auslastung der europäischen Rollenoffsetbetriebe war im Jahr 2011 überwiegend gut. Dies stellte der Gründer und Sprecher der European Web Association (EWA),



Michael Dömer, auf der 40. Rollenoffsetkonferenz in Wien fest. Trotz zusätzlicher Kapazitäten im Markt sei die Auslastung im 2. Halbjahr 2011 deutlich besser gewesen als erwartet. Für 2012 geht Dömer von einer Stabilisierung, möglicherweise auch von einem leichten Zuwachs aus.

Geradezu eine Renaissance erlebe Print, da das Internet und besonders Social Media als Werkzeuge zur Markenbildung überschätzt worden seien, machte Michael Dömer deutlich. Man müsse jedoch nach Marktbereichen differenzieren und sich auf die Medienvielfalt strategisch einstellen. Die Druckereien hätten aber gute Möglichkeiten ihre Situation im Multichannel-Publishing zu verbessern. Volker Nickel, Sprecher des ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) unterstützte mit neuesten Umfrageergebnissen aus

der Werbung die Einschätzung, dass Print zwar eine Strukturveränderung erfährt, die Perspektiven aber deutlich besser sind, als die vielfach veröffentlichte Meinung.

Die EWA-Konferenz schloss mit einer insgesamt positiven Bilanz ihrer Arbeit 2011. Das Engagement der vor 13 Jahren gegründeten Organisation sei zwar ungebrochen, teilte die EWA mit, doch sei auch 2012 viel Navigationskunst erforderlich, um die stürmische Situation zu meistern. Insbesondere in ihrer Finanzstruktur müssten die Unternehmen weitere Anstrengungen unternehmen. Weiterhin sei es eine wichtige Aufgabe der EWA, die Bedeutung von Print im Multichannel-Umfeld der Zukunft deutlich zu machen. Hierzu werde die Zusammenarbeit mit anderen Gruppen wie beispielsweise des ZAW und Verlegerorganisationen verstärkt. Auch große Veranstaltungen wie der Versandhandelskongress müssten stärker proaktiv aus der Printbranche gestaltet werden. Für mehr Lobbyarbeit wurde eine EWA-Arbeitsgruppe beauftragt.

➤ www.ewa-print.de

Schulungsangebote gebündelt

DIGICOMP ÜBERNIMMT SMI

Der Schweizer Schulungsanbieter Digicomp hat das Kursangebot der SMI Schule für Medienintegration erworben. Der Dienstleister bietet Kurse, Workshops, Seminare und Lehrgänge in den Bereichen Pre-Press, Internet und Social Media an. Durch den Zusammenschluss ergeben sich Synergien bei den Schulungsangeboten. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

SMI-Kunden können ihre Kurse und Lehrgänge jetzt an den Digicomp-Standorten Zürich, Bern, Basel, St. Gallen, Luzern, Genf, Lausanne und Bellinzona besuchen.

Durch die Bündelung der Kräfte verfügt Digicomp über mehr Ressourcen und kann dank doppeltem Know-how ein noch breiteres Angebot anbieten. Der große, konsolidierte Kursleiter-Pool garantiert den passenden Experten.

SMI ist traditionellerweise in der Druckvorstufe und der grafischen Industrie tätig, Digicomp Kunden stammen zu einem größeren Teil aus Marketing-Abteilungen von Unternehmen.

➤ www.digicomp.ch



Media Mundo: Aufruf zum Boykott

KEINE ROHSTOFFE VOM ZELLSTOFFFABRIKANTEN ASIA PULP & PAPER BEZIEHEN

Media Mundo ist eine Brancheninitiative zur nachhaltigen Entwicklung in der Medienproduktion. Unter Federführung des Fachverbands Medienproduktoren (f.mp.) setzt sich Media Mundo seit vier Jahren gemeinsam mit Partnern für Nachhaltigkeit ein. 2009 hat sich der Media Mundo Beirat für nachhaltige Medienproduktion etabliert und seitdem Empfehlungen zur zukunftsfähigen Gestaltung an die beteiligten Industrien gerichtet.

Media Mundo vertritt Printbuyer und Medienunternehmen mit einem Drucksachen-Einkaufsvolumen von rund 2,34 Mrd. € jährlich. Diese Einkaufsmacht will Media Mundo jetzt gezielt nutzen und fordert dazu auf, keine Rohstoffe des Zellstofffabrikanten Asia Pulp & Paper (APP) zu beziehen. Als Grund nennt die Initiative, dass der Zellstofffabrikant trotz wiederholter Selbstverpflichtung nicht davor zurückschreckt, Indonesien kontinuierlich zu entwalden.



Anlass für diesen Aufruf ist eine im Dezember veröffentlichte Studie von »Eyes on the Forest«, eine Koalition verschiedener Umweltorganisationen, darunter auch der WWF, die belegt, dass der zur Sinar Mas Group (SMG) gehörende und in Indonesien produzierende Zellstofffabrikant APP Greenwashing betreibt.

1984 eröffnete SMG/APP mit Indah Kiat Pulp & Paper die erste Papierfabrik mit einer Produktion von 105.000 Jahrestonnen. 1994 folgte eine weitere Papiermühle, Lontar Papyrus Pulp & Paper Industry, weitere sind geplant. Beide Werke verwenden nach Angaben der Studie für die Produktion tropisches Hartholz. Dies habe dazu beigetragen, dass nur noch 30% Indonesiens von Urwald bedeckt seien.

Seit 1999 fordern Kunden, Wissenschaftler und die Zivilbevölkerung von Asia Pulp & Paper, kein Holz natürlich gewachsener Wälder zu verwenden sowie zwei wesentliche Richtlinien zu erfüllen: APP soll dem Prinzip des Forest Stewardship Council (FSC) »Erhaltung von Wäldern mit hohem Schutzwert« Folge leisten. Zudem dürfen weder die Kapazitäten bestehender Papiermühlen erhöht, noch neue Fabriken gebaut werden, solange nicht in ausreichendem Umfang nachhaltige Plantagen auf bereits gerodeten Flächen gepflanzt wurden.

Beiden Forderungen ist SMG/APP nach Informationen von Media Mundo nicht nachgekommen. Im Gegenteil seien die selbst auferlegten Fristen von 2009 auf 2015 verschoben worden. Mit irreführenden Werbekampag-

nen versuche das Unternehmen glaubhaft zu machen, dass es sich für den Schutz des indonesischen Regenwaldes und dessen gefährdete Tierarten einsetze. In Wirklichkeit handele es sich um bereits gesetzlich geschützte Gebiete, die keinerlei zusätzlichen Schutz durch SMG/ APP erfahren.

Die in der Studie veröffentlichten Hintergründe haben bereits mehrere Unternehmen dazu veranlasst, sich von APP zu distanzieren, darunter Tchibo, Nestlé, die Metro Group, Kraft, Adidas, Unilever, Gucci, Lego und weitere.

Media Mundo schließt sich den Umweltorganisationen von »Eyes on the Forest« an und fordert alle Zellstoff- und Papierhändler sowie APP-Investoren auf, die Zerstörung der indonesischen Wälder nicht länger zu unterstützen.

Unternehmen, die sich von APP distanzieren wollen, fordert Media Mundo auf, ihre Statements per E-Mail an die Media Mundo-

Initiatoren zur Veröffentlichung zu senden. Aufgabe sei es, ein deutliches Signal zu geben, dass keine Rohstoffe aus dem APP-Umfeld in den Kreislauf kommen.

► info@mediamundo.biz

Die erwähnte Studie gibt es als PDF zum Download:

► http://assets.panda.org/downloads/eof_14dec11_the_truth_behind_apps_greenwash_final.pdf

APP FORDERT FAKTEN Inzwischen hat APP an den WWF appelliert, sich von dem Bericht der in Sumatra ansässigen »Eyes on the Forest« zu distanzieren, da dieser eindeutig falsche Anschuldigungen hinsichtlich der Geschäftstätigkeit von APP enthielt.

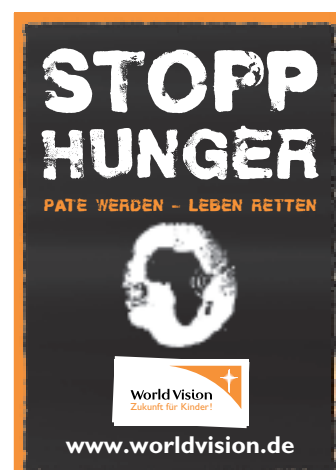
Durch die Veröffentlichung unterstützte der WWF die Behauptungen, Asia Pulp & Paper wandle Teile des Senepis-Tigerschutzgebietes in Sumatra in Zellstoff-Plantagen um. Der Bericht enthalte Satellitenkarten eines von dem APP-Zulieferer PT Ruas Utama Jaya (RUJ) bearbeiteten Konzessionsgebiets, die den Kahlschlag des Tropenwaldes innerhalb des Senepis-Tigerschutzgebietes zeigen. Es sei jedoch durch offizielle Karten der Regierung bewiesen, dass diese Behauptung falsch sei.

Wifag GmbH festigt Position ÜBERNAHME DER DÖRING GMBH

Die Wifag GmbH, Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart, stärkt ihre Position als grafischer Fachhändler im Südwesten Deutschlands: Zum 1. Januar 2012 ging der Geschäftsbetrieb der Döring GmbH mit Sitz in Bötzingen bei Freiburg im Breisgau auf die Wifag GmbH über. Im Zuge der Übernahme wurde das komplette Döring-Team in die Wifag-Organisation integriert, die jetzt mehr als 30 Mitarbeiter zählt. Der Firmensitz in Bötzingen wird als Wifag-Niederlassung fortgeführt.

Neben Druckplatten und zugehöriger Verarbeitungstechnik beinhaltet das Angebot Prepress-Technologie, Proof- und CTP-Systeme sowie ein umfangreiches Sortiment an Drucksaalprodukten. Mit der Eingliederung von Döring ergänzt Wifag das Angebot um Digitaldrucklösungen. 1975 gegründet, wuchs das Handelsgeschäft der Wifag GmbH über die Jahre kontinuierlich und erfuhr mit dem Zukauf der Paul Unger KG zum Jahresbeginn 1999 eine erhebliche Steigerung. Mit der Wachter GmbH, Ostfildern (Januar 2005), und der Georg Gernhard GmbH, Hattersheim (April 2006), wurden weitere Fachhändler übernommen.

► www.wifag.de





Erfolg zwischen Tradition und Qualität

Nachhaltigkeit von der Vorstufe bis zum Druck beim Medienhaus in Weiden

Gemeinsam mit dem Partner Agfa Graphics produziert der Betrieb in der nördlichen Oberpfalz mit einem perfekt angepassten Apogee Workflow eine vollautomatische umweltfreundliche Plattenproduktion.

»Angefangen hat die Umstellung unserer CtP-Produktion schon vor gut einem Jahr«, blickt **Thomas**



Leckert, Geschäftsführer bei Spintler Druck und Verlag, zurück. Die Geschäfte im Jahr 2009 seien für die gesamte Bran-

che zwar hart gewesen, jedoch sei bei Spintler die Investition in eine neue CtP-Anlage dringend notwendig gewesen.

Die langjährige Zusammenarbeit mit Agfa Graphics führte daher schnell zu einer Entscheidung. 2010 wurde bei Spintler eine Avalon N8-52E Thermo-Plattenbelichtungsanlage mit L50-Kassetten-Loader-System installiert. Belichtet wird bei Spintler seither auf der chemiefreien Druckplatte Amigo TS. »Das Gesamtpaket umfasst heute zudem eine Erweiterung unseres Apogee-Workflows und weitere Maßnahmen zur umweltfreundlichen Produktion«, schildert Leckert weiter.

Das Gesamtpaket muss stimmen

Den Schritt in die ökologische Produktion geht das Unternehmen konsequent weiter. Dazu gehören etwa eine CO₂-Zertifizierung, der Einsatz von FSC-Papier und der alkoholreduzierte Druck mit den zwei manroland-Bogenmaschinen im Format 70 cm x 100 cm. »Wir starten aktuell die Erzeugung unseres eigenen Stroms mit einem Blockheizkraftwerk«, freut sich Thomas Leckert, der schon 2010 eine Photovoltaik-Anlage auf dem Firmendach installierte. »Das Gesamtpaket muss stimmen«, erklärt er.

Zu seiner Vorstellung einer umweltfreundlichen Unternehmensphilosophie passt die Avalon-Anlage perfekt. Thomas Leckert ist mit der Performance seiner neuen CtP-Produktionsstrecke mehr als zufrieden. Die CO₂-Emission konnte er so weiter reduzieren und die Plattenherstellung erfordere heute deutlich weniger Kontrollen und Regelungen. »Mit unserer alten Thermoplate hatten wir einen wesentlich höheren Aufwand, um den Prozess stabil zu halten«, erläutert Leckert. »Heute ist der Prozess zu jeder Tages- und Jahreszeit stabil. Die Amigo TS-Platte ist weniger klimaempfindlich und es gibt wesentlich weniger Fehlbelichtungen. Dadurch haben wir auch erheblich weniger Maschinenstill-

Wer als traditionelle Druckerei in der breiten Masse überleben will, muss mehr tun, als nur drucken.

Das weiß auch das Team von Spintler Druck und Verlag GmbH, Medienhaus Weiden. So stieg das Unternehmen nicht nur sehr frühzeitig in den Digitaldruck ein, sondern qualifiziert sich durch stetige Einhaltung und Erneuerung von Standard-Zertifizierungen nach PSO und FSC.



Jürgen Wolf, Agfa, Thomas Leckert, Geschäftsführer Spintler Druck und Verlag GmbH, und Werner Löschel, Leiter Vorstufe (von links), vor der Agfa Avalon N8 52E mit L50-Loader.



Thomas Leckert zeigt Agfa-Key-Account-Manager Jürgen Wolf ein Falt-schachtelmuster.



Bernhard Gröbner bedient das Agfa Apogee-Terminal und kontrolliert hier das Ausschießschema.

stände, was für uns einen Spareffekt von zehn bis 15 Prozent ausmacht.« Zudem habe man auch bei der Entsorgung von Chemikalien deutlich einsparen können. Besonders stolz ist Leckert auf den stabilen Prozess: »Unsere dritte PSO-Re-Zertifizierung haben wir direkt aus der Produktion heraus bekommen, absolut Top!«

Intelligenter Workflow-Prozess

Gedruckt wird bei Spintler im Dreischichtbetrieb. »Alle unsere Drucker sind in der Lage, eine defekte Platte neu zu erstellen«, freut sich Leckert. Das kommt normalerweise kaum vor, jedoch will er für den Fall der Fälle gerüstet sein. Die Vorstufe arbeitet zehn Stunden pro Tag und fertigt in der Regel die Druckplatten für die Schichten an. Etwa 100 Platten pro Tag werden bei Spintler verbraucht.

Gesteuert wird der Prozess vom Apogee Workflow, der seit 2009 in der Vorstufe installiert ist. Gestartet ist man bei Spintler mit einem RIP. Es folgte die Erweiterung um das Modul »Manage«, der Ausbaustufe für die automatische Produktion. Im Februar 2011 wurde der Workflow um das Modul »Versioning« für das einfache Herstellen verschiedener Sprachversionen erweitert.

Ein weiteres Qualitäts-Tool ist der Einsatz von Agfa Sublima. »Das Hybridraster wird für hochwertige Printproduktionen von einigen Kunden sehr geschätzt, ist aber schwer zu vermarkten«, sagt Leckert. »Kunden mit hochwertigen Kunstbänden oder Geschäftsberichten können wir diese brillante Rasterqualität anbieten«, erklärt Leckert, »da es sich auch im Verkaufspreis bemerkbar macht«.

Einen großen Vorteil sieht der Unternehmer in der Möglichkeit ein 1:1-Proof von der Form auf A3 drucken zu können. Mit »Split for Proof« werden die Formen aus den Originaldaten gerendert und als Formproof auf einem A3-Drucker ausgegeben. So erspart man sich das zeitaufwändige falzen, schneiden und drucken der bisher erstellten Proofs in Originalgröße.

Weg von der Masse – hin zur »Klasse«

Spintler produziert heute Akzidenzen, Verpackungen und Bücher. Das war nicht immer so. Der Betrieb, der 1919 mit dem Erwerb der Buchdruckerei Rudolf Aichinger durch den Kaufmann Otto Spintler startete und 1949 durch den vom geschäftsführenden Gesellschafter Emil Spintler gegründeten Verlag für die »Oberpfälzer Nachrichten« ergänzt wurde,

beschäftigte einst bis 140 feste und 650 freie Mitarbeiter. Heute produziert das Unternehmen keine Zeitung mehr, ist aber noch im Endlosdruck tätig. 1951 investierte man in die erste Offsetdruckmaschine und ist seither im Akzidenzdruck tätig. Mit hochwertig gedruckten und verarbeiteten Buchproduktionen für Kunden aus der Automobilindustrie, dem gehobenen Verlagswesen und Versandhandel und mit Werbedrucken, Etiketten und Aktionsflyern für den Handel im Foodbereich setzt Spintler ein deutliches Zeichen fernab vom Mainstream und der breiten Masse. »Wir sind auch stark im hochwertigen Mailingbereich«, erklärt Leckert. Mailings und Falt-schachteln werden bei Spintler gestanzt und veredelt. Auch die professionelle Adressierung gehört heute zum Geschäft der Druckerei. Insgesamt 50 Mitarbeiter beschäftigt die Spintler Druck und Verlag GmbH in Weiden heute. Dazu kommen zehn Mitarbeiter der 1999 gegründeten Spintlerdigital GmbH.

Hybrid in die Zukunft

Mit Digitaldruck hat man bei Spintler demnach schon einige Jahre Erfahrung. Drei frisch installierte Konica-Minolta-Systeme sorgen für den

entsprechenden Output. »Der Digitaldruck wächst stetig«, freut sich Leckert, der beide Verfahren – Digital und Offset – parallel laufen lässt. Oft verschaffe ihm der Digitaldruck auch Zugang zu Offsetsaufträgen und umgekehrt. Bei den Papieren mache man schon heute keine Unterschiede. Die FSC-Zertifizierung passe gut zu Verlagen, da viele Wert auf das umweltfreundliche Logo legen. »Im Digitaldruck setzen wir schon zu 100 Prozent FSC-zertifizierte Papiere ein«, sagt Leckert, der an einen weiteren Anstieg des Digitaldruckvolumens glaubt. »Die Auflagen werden immer kleiner und die Logistik immer differenzierter«, erklärt er. »Wir liefern Mailings bis nach Australien. Hier entsteht ein völlig neues Geschäftsfeld.« Spintler bietet über »Spintlerdigital« auch eine Web-to-Print-Lösung an. Hier laufen die Prozesse zusammen und die enge Verzahnung wird sich nach Ansicht Leckerts in Zukunft fortsetzen. Eines jedoch stellt er klar: »Das Druckprodukt muss Hauptprodukt bleiben. Wir sind nah dran an den Daten, jedoch ist und bleibt der Druck unsere Kernkompetenz.«

► www.agfa-graphics.de

► www.spintler.com



Flexoqualität neu definiert

Mit neuer Kodak-Technik will Nägele Digital Repro weiter wachsen

Schon auf dem Weg zur Nägele Digital Repro GmbH ist eine Gemeinsamkeit nicht zu übersehen, die den Vorstufendienstleister mit zahlreichen Verpackungsdruckereien verbindet, die Nägele mit Flexodruckplatten und Sleeves versorgt: Die Betriebe sind im Süden Deutschlands und damit inmitten eines für sie wichtigen Marktes angesiedelt, der von bedeutenden Unternehmen der Molkerei- und Käsereiwirtschaft sowie der Lebensmittelindustrie allgemein geprägt ist.

»95 Prozent der bei uns hergestellten Flexodruckformen sind für die Produktion flexibler Verpackungen bestimmt, hauptsächlich im Lebensmittelbereich«, sagt **Manfred Nägele**, Gründer und Seniorchef des 1975 gegründeten Unternehmens, das er zusammen mit seinen Kindern Claudia und Michael leitet.

Neben Druckvorstufenarbeiten und der Herstellung von Flexodruckformen zählt der Stanzformenbau zu den Geschäftsfeldern. Mit einem Umsatzanteil von 10% hat er aber eine relativ geringe Bedeutung. 20 Personen sind am Standort an der Porschestraße in Kempten tätig. Hier besteht zudem mit der Nägele Pre-

Press GmbH ein klassischer CtP-Dienstleister, der Offsetdruckereien mit druckfertigen Platten bis zum Großformat beliefert.

Im Offset-CtP-Service wie im Flexogeschäft von Nägele spielen digitale Ausgabesysteme von Kodak eine zentrale Rolle. Während die Bebilderung von Offsetplatten auf einem Kodak Trendsetter VLF Thermoplatenbelichter und einem neuen, mit der Hybrid-Option für Offsetplatten ausgestatteten Kodak Flexcel NX Wide Belichter erfolgt, stehen im Flexobereich das Kodak Flexcel NX System sowie für die Bebilderung von LAMS-Fotopolymerplatten drei Kodak Thermoflex Wide Plattenbelichter zur Verfügung. Ein klassisches CO₂-Lasergravursystem für die Direktgravur einfacherer Linework-Jobs in Gummi rundet den Bestand an digitalen Ausgabesystemen ab. Mit dem im Mai 2010 in Betrieb genommenen Flexcel NX Mid System konnte Nägele den Flexodruckereien zu einem enormen Qualitätssprung verhelfen. Aufgrund der speziellen Eigenheiten der Kodak Squarespot Bebilderungstechnologie und der Formherstellung mit dem Flexcel NX System weisen die Rasterpunkte auf den Platten ebene, scharf abgegrenzte Plateauflächen auf. Dies bis zu feinsten Lichterpunkten, die wie die höheren Tonwerte solide versckelt auf der Platte stehen und beste

Die Nägele Digital Repro GmbH setzt das Kodak Flexcel NX System ein, um vor allem beim Druck flexibler Verpackungen den Weg zu höherer Qualität und einer ganzen Reihe von Produktionsvorteilen zu ebnen. Jetzt erfolgte der Schritt zur Flexoplattenherstellung im einem größeren Format mit dem Flexcel NX Wide System.



Manfred Nägele, Gründer und Seniorchef des 1975 gegründeten Unternehmens, das er zusammen mit seinen Kindern Claudia und Michael leitet.



Der Firmensitz der Nägele Digital Repro GmbH in Kempten/Allgäu.

Text und Bilder: Kodak



Der neue Kodak Flexcel NX Wide Belichter im Produktionsbereich der Firma Nägele.



Mit einem Kodak Approval NX Digitalfarbproofsystem werden bei Nägele farbverbindliche, gerasterte Proofs auf Original-Bedruckstoffen ausgegeben.

Voraussetzungen für ein konstantes Ausdruckverhalten besitzen. Deswegen verursachen die druckenden Punkte auch keinen übermäßigen Tonwertzuwachs und der Einsatz von Stützkurven (Bump-Up-Kurven) zur Anhebung der Lichtertöne erübrigt sich. Da sich selbst Tonwerte unter 1% zuverlässig auf die Flexodruckplatten übertragen lassen, vergrößert sich der druckbare Rasterwertumfang gegenüber der traditionellen LAMS-Technologie.

Mehr Qualität und Stabilität

»Wir hatten über unsere Kontakte am Markt und aus der Fachpresse erfahren, dass das Kodak-System verschiedene Verbesserungen gegenüber der digitalen LAMS-Technologie aufweist«, berichtet Manfred Nägele. »Uns leuchtete gleich

ein, dass die Flexcel NX Technologie durch den weitgehenden Ausschluss von Luftsauerstoff an der Plattenoberfläche das Problem mit der Inhibition und ihren nachteiligen Auswirkungen in den Griff bekommt. Bei einer Systemdemonstration beeindruckte uns dann die schnelle digitale Bebilderung, aber noch mehr die fertigen Flexcel NX Platten. Der übertragbare Tonwertumfang bei feineren Rastern und der hervorragende Aufbau der Lichterpunkte waren sehr überzeugend. Das heißt, wir haben sofort erkannt, dass die Technologie von Kodak Flexoplatten in einer Qualität und Stabilität liefert, die ihresgleichen sucht und gerade beim Druck anspruchsvoller Verpackungen von Vorteil ist.« Aufgrund der dominierenden Aufträge (Druck flexibler Verpackungen) und der angestrebten Vereinheitlichung

des eingesetzten Plattenmaterials verwendet das Unternehmen zu 50% Flexcel NX Platten. Neben den vorwiegend eingesetzten Platten mit 1,14 mm Stärke stehen auch die Flexcel NX Plattenstärken 1,7 mm, 2,54 mm und 2,84 mm zur Verfügung. Mit dem großformatigen, im August 2011 in Betrieb genommenen Flexcel NX Wide System wird der Produktionsanteil von Flexcel NX Platten noch deutlich zulegen.

»Ein maßgeblicher Vorteil der Flexcel NX Platte ist, dass der Flexodrucker mit seinen herkömmlichen Mitteln, zum Beispiel Druckfarben und Rasterwalzen, ohne Weiteres eine höhere Rasterweite drucken kann«, erläutert Manfred Nägele. »Für viele Druckereien, die wir beliefern, war es maßgeblich, dass sich ein 60er Raster mit den digitalen Kodak Platten problemlos drucken lässt.«

Höhere Dichten drucken

Doch es gibt noch einen weiteren produktionstechnisch vorteilhaften Effekt, der die Nachfrage der Verpackungsdrucker nach Flexcel NX-Platten ankurbelt: Mit diesen Klischees lassen sich im Druck schon ohne Veränderung anderer Parameter deutlich höhere Farbdichten erreichen. Dahinter steckt die Kodak Digicap NX Rasterung, mit der das Flexcel NX System die Plattenoberfläche unter Ausnutzung der ultrahohen Auflösung der Kodak Square-spot Bebilderungstechnologie versieht. Sämtliche druckenden Elemente auf den Platten erhalten durch Digicap NX eine absolut gleichmäßige Mikrostruktur. Dies bedingt eine effektive Oberflächenvergrößerung und somit einen bes-



Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

Tel. +49 (0) 54 67 - 535
Fax +49 (0) 54 67 - 565

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

*Willkommen in der Welt von
CtP, Workflow und der JDF-gestützten Integration
der digitalen Druckvorstufe in der Druckerei.*

*Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com/publikationen/index.html*





Werner Rost, Technischer Leiter des Unternehmens, am Flexcel NX Wide Laminator.

seren Transfer der Druckfarbe auf den Bedruckstoff. »Wie wir von Druckern hören, können sie um bis zu 30 Prozent höhere Farbdichten erzielen und gerade die Lichterbereiche besser drucken. Im Grunde genommen ist das für alle Flexobetriebe, die Folien bedrucken, eine einmalige Lösung«, sagt Manfred Nägele. »Die hervorragende Farbübertragung hilft beispielsweise Druckereien enorm, die Folien für Lamine oder Verbundfolien mit PVB-Farben bedrucken.« Wie er weiter ausführt, attestieren die Flexodruckereien den Flexcel NX Platten eine hohe Stabilität sowie eine problemlose Eignung für die zweite oder dritte Folgeauflage. Laut den Rückmeldungen aus der Druckereipraxis haben die Platten eine höhere Auflagenbeständigkeit als LAMSKlischees. Außerdem erfordern sie in der Druckmaschine weniger Waschvorgänge, wobei sich nach allen Erfahrungen selbst die feineren Punkte beim Waschen der Druckformen als stabiler erweisen.

Qualitätsvorsprung eingeholt

Für Manfred Nägele hat der Flexodruck mit den Flexcel NX Platten ein qualitatives Niveau erreicht, das den Vergleich mit dem Tiefdruck nicht zu

scheuen braucht. »Einige Lebensmittelfirmen stellen extrem hohe Ansprüche, weshalb diese Aufträge immer nur im Tiefdruck gelaufen sind«, erklärt der erfahrene Druckvorstufenfachmann. »Diese Auftraggeber haben jetzt gesehen, dass man solche Ergebnisse auch im Flexodruck erreichen kann. Teilweise übertreffen wir sogar den Tiefdruck. So haben wir nicht den tiefdrucktypischen Sägezahneffekt an den Rändern von Grafiken und Text, der bei Negativ-Elementen besonders unangenehm auffällt.«

Bei Nägele ist man zuversichtlich, mit dem Leistungs- und Qualitätsprofil des Kodak-Systems weiteres Wachstum zu realisieren. Eine bedeutende Weichenstellung dafür ist der Ersatz des bisher genutzten Flexcel NX Mid Systems durch die Wide-Variante. Damit kommt das Unternehmen dem Wunsch von Druckereien nach der Lieferung von Platten im größeren Format nach, sodass sich in den meisten Fällen eine formatbedingte Mehrfachmontage erübrigt. Statt maximal 800 x 1.067 mm wie bisher bei der Mid-Version kann Nägele nun die Vorteile der digitalen Technologie für die Herstellung von bis zu 1.067 x 1.524 mm großen Flexodruckplatten nutzen.

► www.kodak.com

KB-Endlos GmbH aus Österreich ZWEITER UV-SETTER VON BASYSPRINT

basysPrint hat einen UV-Setter der neuesten Generation bei der kb-endlos Kroiss & Bichler GmbH aus Vöcklabruck in Oberösterreich installiert. Für das Druckunternehmen, das sich als Dienstleistungsunternehmen und Lösungsanbieter auf die gedruckte und artverwandte Kommunikation spezialisiert hat, stellt der neue UV-Setter 457 MCA (Multi Cassette Automation) und DSI3-LED-Technologie bereits den zweiten UV-Setter in seiner Produktionsumgebung dar.

Hauptgrund für Inbetriebnahme eines weiteren UV-Setters waren zum einen der steigende Plattenbedarf und zum anderen die überaus positiven Erfahrungen mit dem seit vier Jahren zuverlässig arbeitenden UV-Setter 746. Aufgrund der hohen technischen Anforderungen hatte sich das Druckunternehmen erst relativ spät im September 2007 dazu entschlossen, die Technik der CTP-Belichtung im Druckvorstufenprozess einzuführen. Nach umfangreichen Analysen und Vergleichen verschiedener Lösungen entschied sich kb-endlos damals auf der Basis ausführlicher Drucktests für einen Vollautomaten UV-Setter 746 mit einer 3-Punkt-Anlage und fünf Magazinen. Gemeinsam mit basysPrint wurde ein Konzept entwickelt und umgesetzt, bei dem die Platte nach dem Belichten auf das benötigte Format geschnitten und gebogen werden konnte. Das hat die Formatvielfalt erheblich reduziert und die Logistik vereinfacht.

► www.basysprint.com

Screen PlateRite FX1200 THERMOPLATTENBELICHTER FÜR DEN FLEXODRUCK

Screen hat einen neuen Thermoplattenbelichter für den Flexodruck auf den Markt gebracht. Der PlateRite FX1200 verfügt über die bewährte Thermo-Belichtungstechnologie von Screen, die die Ausgabe mit einer Auflösung von bis zu 4.800 dpi für die hochwertige Produktion von flexiblen Verpackungen, Etiketten, Kartons und Wellpappeverpackungen ermöglicht. Das dritte Modell der Plattenbelichter



ter von Screen für den Flexo- und Buchdruck, der PlateRite FX1200, ergänzt die erfolgreichen Modelle FX870II und FX1524 und unterstützt alle Plattenfabrikate mit einer Größe von 100 x 100 mm bis 1.200 x 1067 mm. Der PlateRite FX1200 lässt sich auch auf das größere Modell, den FX1524, mit einer Größe von 1.524 x 1.067 mm aufrüsten und bietet so einen Migrationspfad für das Großformat. Die hohe Produktivität von bis zu 4 m²/h (Flexodruck 3,3 m²/h mit einer Auflösung von 4.800 dpi) beziehungsweise 6,3 m²/h (Buchdruck) gewährleistet, dass der Durchsatz des PlateRite FX1200 den Qualitätsanforderungen in anspruchsvollen Produktionsumgebungen gerecht wird.





SAGT MAN EIGENTLICH NOCH Fachwissen?



Investitionskompass
Druckformen
 Druckplatten violett oder
 thermal, chemiearm oder
 prozessfrei – das Heft
 informiert detailliert.
 Mitte Januar 2012.
 32 Seiten, A4.
 19,90 € / 24.90 CHF.
 Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

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. So hilft jede Ausgabe beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktüberichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt der »Druckmarkt« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Aber wenn es besser klingt, sagen wir eben statt Fachwissen Know-how-Transfer!

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



Make-up für die Verpackung

Je nach Produktgattung fallen
rund 70% der Kaufentscheidungen
erst am Point of Sale.

Für diesen Zugreif-Effekt
am Regal zählen die
ersten Sekunden. Dabei
ist die Verpackung der
Verkäufer des Produkts.

Entscheidungen für oder wider
den Kauf eines Produkts werden
also im Unterbewusstsein
getroffen.





Mit seinen leichtgewichtigen Kartonqualitäten liegt M-real im Trend der Kundenwünsche: Nachhaltigkeit, geringes Gewicht und hohe Qualität.



Die Ergebnisse der Pro-Carton-Studie »Brain Pacs« haben gezeigt, dass Konsumenten ihre Entscheidungen so treffen, dass sie sich damit wohlfühlen können. Worin dieses Wohlfühlgefühl besteht, hängt von persönlichen Grundstimmungen ab, aber auch von variablen Motiv- und Emotionsfeldern. Neben den Formen wecken auch Verpackungsgestaltungen, also das »Make-up«, bestimmte Emotionen, die wiederum ganz bestimmte Zielgruppen ansprechen. Mehr Informationen über Verbrauchieranforderungen an Verpackungsdesign liefert auch die M-real-Studie »Make Packaging Efficient«. Zu deren Ergebnissen zählt unter anderem, dass beim Verpackungsdesign zum Produkt passende Farben positiv wahrgenommen werden. Dagegen beeinträchtigen zum Beispiel Schattierungen die Lesbarkeit. Schlechte grafische Gestaltung oder ein Verpackungsdesign, das nicht zum Produkt passt, bringen Negativpunkte. Auf den ersten Blick überraschend war das Ergebnis, dass Verbraucher bereit sind, für Produkte in besonderen oder auffallenden Verpackungen aus Kartonqualitäten mit entsprechender Druck- und Farbgestaltung mehr zu bezahlen. Der Grund liegt auf der Hand: Derart gut gestaltete und produzierte Verpackungen transportieren Emotionen und lösen das Wohlfühlgefühl aus.

Der Auftritt muss sitzen

Dass der Auftritt am POS sitzen muss, wird an diesen Studienfakten besonders deutlich. Umso wichtiger, dass die Konzeption, die hinter einer Verpackungsgestaltung steht, auch in der Realität funktioniert. Das stellt auch Anforderungen an die Wahl der Kartonqualität, die für die Verpackung eingesetzt wird, um die optimale grafische Gestaltung sicherzustellen. Denn der Karton hat die anspruchsvollsten Voraussetzungen zu erfüllen: beste Farbwiedergabe, sichtbare Glätte, angenehme Haptik, stetig hohe Qualität, gute Bedruckbarkeit und hohe Veredelungsfähigkeit. Der Karton muss zudem strapazierfähig sein, da beschädigte Ecken oder gebrochene Kanten, die beim Transport leicht entstehen können, den Eindruck einer »schönen Verpackung« schmälern. Zusätzlich soll der Karton eine perfekte Grundlage für spezielle Weiterverarbeitungsmöglichkeiten und für Veredelungsoptionen bieten, um ein innovatives Design gewährleisten zu können.

Alle Produkte betroffen

Der Idealfall ist also, dass die so hergestellte Verpackung schon beim Betrachten, Berühren und vielleicht sogar beim Beschnuppern ein Wohl-

gefühl auslöst und eine Attraktivität vermittelt, sodass es zum »Zugriff-Effekt« am Regal kommt. Und hierbei spielt es keine Rolle, für welchen Zweck der Karton eingesetzt wird. Es gilt gleichermaßen für Süßwaren, Parfüm oder Kosmetik, aber auch Drucksachen wie Magazinschläge, die von diesen Fähigkeiten profitieren.

Sortiment in fünf Qualitäten

Die Verpackung muss also mit ihrem verführerischen Design Signale aussenden und zugleich Leistungen wie Umweltverträglichkeit, Effizienz und Preiswürdigkeit erfüllen. Hieran arbeitet der finnische Papier- und Kartonhersteller M-real seit Jahren und hat sein Angebot permanent weiterentwickelt. Das aktuelle Sortiment umfasst fünf Qualitäten, die auf unterschiedliche Einsatzbereiche abgestimmt sind (siehe Kasten) und nach Herstellerangaben allesamt ein optimales Druck-Ergebnis garantieren. Zudem sind durch die hochwertigen Oberflächenbeschaffenheiten zahlreiche Veredelungsmöglichkeiten möglich. Die Biegesteifigkeit und das hohe Volumen sind dabei der maßgebliche Grund für die angenehme Haptik der Kartonqualitäten. Und noch bei weiteren Aufgaben, die Verpackungen heute erfüllen

KARTON-SORTIMENT

Das über das Vertriebs- und Logistiknetzwerk von M-real weltweit erhältliche Gesamtsortiment an Primärfaserkarton umfasst:

Carta Integra ist ein vollgestrichener gebleichter Karton (BCTMP aus gebleichtem chemisch-thermomechanischem Zellstoff) mit gestrichener Rückseite. Empfohlen für Grafik und hochwertige Verpackungen und erhältlich in Flächengewichten von 170 g/m² bis 330 g/m².

Carta Elegia ist ein vollgestrichener Faltschachtelkarton (GC1) mit gestrichener Rückseite. Er wird empfohlen für Kosmetikverpackungen und andere hochwertige Verpackungen sowie grafische Anwendungen. Erhältlich von 200 g/m² bis 380 g/m².

Carta Solida ist ein vollgestrichener gebleichter Karton (BCTMP aus gebleichtem chemisch-thermomechanischem Zellstoff) mit weißer Rückseite. Empfohlen für Grafik und hochwertige Verpackungen ist er erhältlich in den Flächengewichten 185 g/m² bis 320 g/m².

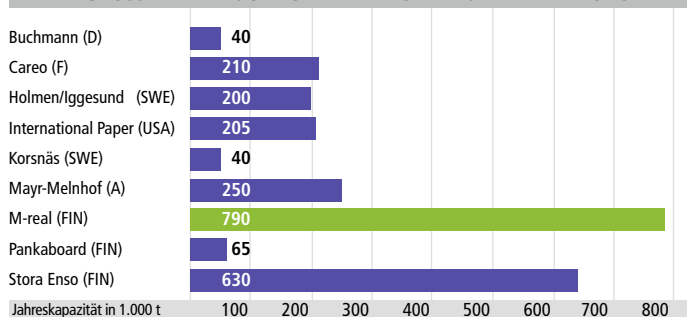
Avanta Prima ist ein vollgestrichener Faltschachtelkarton (GC2), der für Pharmaverpackungen, Drogeartikel und langlebige Konsumgüter empfohlen wird. Erhältlich in 200 g/m² bis 360 g/m².

Simcote ist ein vollgestrichener Faltschachtelkarton (GC2) und gilt als perfekter Universalkarton: empfohlen für Nahrungsmittel, Pharmaprodukte und langlebige Konsumgüter. Erhältlich in 205 g/m² bis 340 g/m².

Für den Umschlag der aktuellen »Druckmarkt«-Ausgabe, Heft 75, wurde übrigens die Kartonqualität Carta Elegia mit einem Flächengewicht von 305 g/m² eingesetzt.



DIE GRÖSSTEN FALTSCHACHTELKARTONHERSTELLER IN EUROPA



Quelle: Herstellerangaben 2010. © Druckmarkt-Grafik 8/2011.

M-real bezeichnet sich selbst als den führenden Frischfaserkartonhersteller in Europa. Derzeit baut das finnische Unternehmen die Kartonfertigung im Werk Kyrö um. Die Produktionskapazität des Werks soll sich um jährlich 40.000 auf 190.000 Tonnen erhöhen. Der Umbau ist Teil des Karton-Investitionsprogramms von M-real, mit dem Produktivität, Lieferbereitschaft und Service optimiert werden sollen. Im Rahmen des Programms wurde auch die Kapazität des Werks Simpele im Juni um 80.000 auf 300.000 Tonnen erhöht. Außerdem ist für das Frühjahr 2012 eine Steigerung der Produktion um jährlich 30.000 auf 240.000 Tonnen in Äänekoski geplant. Mit Abschluss des Investitionsprogramms wird M-real eine Jahrestonnage in Höhe von etwa 935.000 Tonnen erreichen.

müssen, liefern die Kartonqualitäten Vorteile. Denn neben der Aufgabe, dass die Verpackung das Produkt widerspiegeln und den ersten Kaufanreiz bieten soll, muss sie widerstandsfähig für den Transportweg sein und soll obendrein auch noch die Umwelt schonen.

Leichtgewichtige Hochleistung

Dabei konzentriert sich M-real seit mehreren Jahren auf die Entwicklung leichtgewichtiger Kartons. Für die Eigenschaft ›Lightweighting‹ werden beträchtliche Summen in bessere Maschinen und Verfahren zur Kartonproduktion investiert. »Ein ganz entscheidender Aspekt ist, geringe Flächengewichte zu erzielen, ohne Kompromisse in andere Eigenschaften des Kartons wie Volumen, Steifigkeit und Druckoberfläche eingehen zu müssen«, erläutert **Manfred Aumann**, Sales Director Brand Food.



In Sachen Nachhaltigkeit liegen die Vorteile geringeren Verpackungsgewichtes darin, dass weniger Rohstoff benötigt wird, weniger Verarbeitungsaufwand und Energie erforderlich ist, über die gesamte Lieferkette ein geringeres Transportgewicht steht und am Ende des Lebenszyklus weniger Abfall entsorgt

werden muss. So schafft leichtgewichtiger Faltschachtelkarton einen geringeren ökologischen Fußabdruck, ohne den Schutz des Produkts oder die Druck- und Verarbeitungsverhalten zu beeinträchtigen.

Einige Kartonqualitäten seien in den letzten Jahren um 25% bis 28% leichter geworden, erläutert Aumann und nennt drei Einsparungsmöglichkeiten für die Kunden. »Da Karton nach Gewicht verkauft wird, können geringere Mengen geordert werden. Es wird weniger Gewicht transportiert, wodurch sich die Logistikkosten über die gesamte Lieferkette verringern. Und es entfallen niedrigere Entsorgungsgebühren am Ende des Lebenszyklus des Kartons.« Damit Sorge Lightweighting für einen besseren Carbon-Footprint und für Kosteneinsparungen im zweistelligen Prozentbereich.

Basis der Herstellung ist eine integrierte Faserversorgung. M-real verfügt über erheblichen eigenen Waldbesitz und zählt zu den weltgrößten Produzenten von gebleichtem chemisch-thermomechanischem Zellstoff (BCTMP). M-real verarbeitet nordisches Holz und kann für diesen Herkunftsnachweis erbringen. Alle M-real-Werke sind vom Wald bis zum Produkt CoC-zertifiziert (Chain of Custody).

Zudem hat sich M-real verpflichtet, den Verbrauch an fossilen Brenn-

stoffen zu senken und diese durch CO₂-neutrales Holz wie Waldrinde und Hackschnitzel zu ersetzen. Auch der Wasserverbrauch steht im engen Zusammenhang mit der Energieeffizienz. Deshalb wurden die Wasserversorgungssysteme in der Produktion kontinuierlich verbessert. Für alle Produkte von M-real liegen Berechnungen des ökologischen Fußabdrucks vor, in denen Herstellungsverfahren für Zellstoff, Karton und Papier, zugekaufte Energie sowie der Transport integriert werden. Weitere Informationsquellen sind umweltbezogene Produktdokumentationen, die für alle Produkte abgerufen werden können.

Karton bleibt die erste Wahl

Die Vorteile der leichtgewichtigen Kartons in Summe mit der nachhaltigen Produktion haben sich zumindest in Deutschland flächendeckend durchgesetzt. Immerhin sind 56% oder 850.000 Tonnen des Gesamtmarktes Frischfaserprodukte, auf die sich M-real spezialisiert hat.

Die Faltschachtelhersteller in Europa werden nach den Schätzungen von Manfred Aumann in diesem Jahr ihre Produktion um 2,8% steigern. Das langfristige Wachstum wird stabil bei 1% bis 2% im Jahr erwartet. »Künftig wird vor allem die Lebensmittelbranche für Wachstum sor-

gen«, prognostiziert Aumann. Zurzeit entfällt etwa die Hälfte der sechs Millionen Tonnen Karton, die in Europa jährlich als Verpackung verbraucht werden, auf dieses Segment. In Deutschland sind es etwa 770.000 Tonnen der insgesamt rund 1,5 Millionen Tonnen Faltschachtelkarton. Die Aussichten für das Kartongeschäft sind also positiv, zumal die Faltschachtel ein ideales Mittel für die Markenwerbung ist.

»Es ist allgemein anerkannt, dass Verpackungen dem Schutz von Produkten dienen und somit dem Verderb und der Verschwendung von Lebensmitteln entgegenwirken«, erläutert Manfred Aumann. »Darüber hinaus belegen Studien, dass Karton in der Einschätzung der Verbrauchermehrheit das nachhaltigste aller Verpackungsmaterialien ist – vor Glas, Kunststoff oder Aluminium. Auch unter dem Aspekt der Sicherheit und Wirtschaftlichkeit schneidet Karton am besten ab. Wenn dann noch Erscheinungsbild und Funktion stimmen, können umweltverträgliche Verpackungen den entscheidenden Anstoß zur Kaufentscheidung des Verbrauchers geben«, ist sich Manfred Aumann sicher.

nico

► www.m-real.com



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.™**





Premium-Verpackungen aus Stuttgart

Chesapeake Deutschland Branded Packaging hat im Mai eine neue Druckmaschine in Betrieb genommen, die Kaltfolien-Applikationen auch für Lebensmittelverpackungen ermöglicht

Chesapeake Deutschland hat in seine vier Standorte Stuttgart, Düren, Melle und Hiddenhausen in den vergangenen zehn Jahren 65 Mio. € investiert. Zum Maschinenpark der Standorte gehören neben der neuen Neunfarbenmaschine mit drei Lackwerken, Wendestation und Kaltfolie auch drei Achtfarbenmaschinen, eine davon im Format 6.

Eine besondere Kompetenz hat sich Chesapeake bei der Herstellung von Faltschachteln für die Süßwarenindustrie aufgebaut. Auf diesen Bereich entfallen etwa 75% der Umsätze. Für bekannte Marken unter den Süßwarenherstellern entwickelt Chesapeake seit Jahren individuelle Verpackungslösungen.

Stuttgart ist Verwaltungshauptsitz des Unternehmens und Standort des unternehmenseigenen Kreativ Centers. Das Team macht überraschende, ungewöhnliche Designs möglich, die überzeugend verkaufstark sind. Ein Schwerpunkt des Werkes sind hochveredelte Faltschachteln. Das Spektrum der sogenannten ›Finishing Effects‹ umfasst Blind-, Heiß- und Reliefprägung, Microembossing sowie Beflockung und Kalandrierung, die einen Extremhochglanzeffekt entstehen lässt, auf dem keine Fingerabdrücke zu sehen sind. Daneben werden auch Soft-touch-Lack

(Samteffekt ohne Beflockung), spezielle Duftlacke und Holografiefolien angewendet.

Eine weitere Spezialität in Stuttgart sind FormFit-Verpackung. »Hier gibt es praktisch keine Grenzen. Saisonverpackungen, eine Formenvielfalt soweit die Vorstellung reicht für Eye-catcher-Verpackungen und Differen-



zierung am PoS«, erläutert **Klaus R. Viergutz**, Development Director, Chesapeake Deutschland Branded Packaging.

»Außergewöhnliche Formen vom Herz über Stern, Weihnachtsbaum- und Ostereiverpackungen bis hin zu Schmetterlingen und dies alles mit und ohne Fenster oder auch in Verbindung mit einem Beutel aus einem weiteren Material wie Pergamin, Papier oder Folie werden für Süßwarenverpackungen gern eingesetzt. All diese Formen lassen sich für zusätzliche sinnliche Effekte auch mit



FormFit-Verpackungen: Formenvielfalt so weit die Vorstellung reicht.

Chesapeake ist auf Faltschachteln für Süßwaren, Gebrauchsgüter und Tabakwaren spezialisiert. Mit der Investition in eine Heidelberg Speedmaster XL 105-LYY-P-9+LYYL, erweiterte das Unternehmen in Stuttgart sein Veredelungsangebot um die Kaltfolientechnik, die auch bei Süßwarenverpackungen aus Karton eingesetzt werden kann.

Von Julius Nicolay





Chesapeake Deutschland erweiterte am Standort Stuttgart seinen Maschinenpark um eine Neunfarbenmaschine Speedmaster XL 105-LYY-P-9+LYYL mit drei Lackwerken, Wendestation und Kaltfolie. Aufgrund der Länge der Maschine von etwa 35 Metern war es unmöglich, diese ohne Umbaumaßnahmen zu installieren. Deswegen musste vor der Inbetriebnahme im Mai 2011 sogar eine Mauer eingerissen werden. Mit der Maschine sollen auch künftig außergewöhnliche Veredelungen schnell und unkompliziert umgesetzt werden.

Veredelungen, zum Beispiel mit der Kaltfolientechnologie, versehen.«

Technische Raffinessen

Für die effektvolle Veredelung von Premium-Faltschachteln bietet die neue Maschine von Chesapeake mit dem Rückseitendruck ein Highlight. Durch die spezielle Wendetechnologie können die Bogen von beiden Seiten in nur einem Arbeitsgang bedruckt werden. Die vollautomatisch umstellbare Wendeeinrichtung sichert einen schonenden Bogenlauf bei präzisiertem Register.



Marc-Tell Klumpp, Managing Director Chesapeake Deutschland, über die Vorteile der neuen Druckmaschine: »Damit werden außergewöhnliche Veredelungen schnell umgesetzt und die Wünsche unserer Kunden noch besser und flexibler erfüllt.«

Beim Kaltfolienauftrag mit FoilStar kommen zwei Offsetdruckwerke zum Einsatz. Im ersten Werk wird der Folienkleber über das Farbwerk und eine Offsetplatte partiell oder über den gesamten Bogen aufgebracht. Das zweite, eigentliche Kaltfolienwerk, verfügt über die Abrollung zum Auftrag der Folie. Sie wird gemeinsam mit dem Bogen in

den Druckspalt zwischen Gummich- und Druckzylinder geführt und durch Druck auf die mit Kleber beschichteten Partien des Bedruckstoffs übertragen. Nach Ablösen der Trägerfolie bleibt die Metallschicht auf dem Bogen »kleben«. Durch anschließendes Überdrucken der Folie können vielfältige Farbnuancen erreicht werden. Die Erweiterung des Farbraums durch die Kaltfolienveredelung bietet eine Fülle an Möglichkeiten für den kreativen Einsatz: Flächen und grafische Objekte erhalten metallische Töne, Bilder von metallischen Gegenständen erlangen eine ausdrucksstarke und realitätsnahe Darstellung. Nach dem Druck folgt eine schützende Lackschicht.

Die Besonderheit des FoilStar-Systems in Stuttgart ist die Taktung. Sie ermöglicht eine Material sparende Nutzung der Folie, da der Folien-transport in dem Moment anhält, wenn keine Übertragung der Folie auf den Druckbogen erfolgt (beispielsweise über dem Greifferrand oder dem Zylinderkanal).

Kaltfolie für No-Migrations

Für diese effektive Veredelungstechnologie, die bei Kosmetikverpackungen bereits sehr beliebt ist, erarbeitete Chesapeake die Nutzbarkeit für Lebensmittelverpackungen, um dem No-Migrations-Prinzip für sichere

Lebensmittelverpackungen gerecht zu werden. Diese müssen so beschaffen sein, dass sie unter normalen oder vorhersehbaren Verwendungsbedingungen keine Bestandteile auf Lebensmittel in Mengen abgeben, die die menschliche Gesundheit gefährden könnte. Darüber hinaus dürfen sie keine unververtretbare Veränderung der Zusammensetzung der Lebensmittel herbeiführen oder zu einer Beeinträchtigung der organoleptischen (Sinne und Organe berührende) Eigenschaften der Lebensmittel beitragen.

»Auch wenn diese Bestandteile der Menge eines Würfels Zucker im Bodensee entsprechen«, erläutert der Sprecher der Geschäftsführung Chesapeake Deutschland **Branded Packaging, Wolfgang Bahmann**, »können sie mit modernen Messmethoden nachgewiesen werden. Die Migration unerwünschter Stoffe muss also ausgeschlossen werden«. (Mehr dazu im folgenden Beitrag.) Dies gewährleistet Chesapeake ebenso wie Verpackungsinnovationen, Flexibilität und Effizienzsteigerung im Sinne seiner Kunden.



► www.heidelberg.com

► www.cskdeutschland.de

MASCHINENPARK

Zum Portfolio von Chesapeake Deutschland gehört neben der Neunfarbenmaschine in Stuttgart mit drei Lackwerken, Wendestation und Kaltfolie, fünf Prägefoliendruckmaschinen, drei Gyrobox Klebemaschinen, drei Inline-Fensterkleber, drei FormFit-Maschinen, eine Bogen-Zusammentragmaschine im 3B-Format mit zehn Stationen, eine Hang Tag-Maschine für Anhängeetiketten sowie eine Kartonierlinie für Co-Packaging und die modernste Kappenschachtelanlage weltweit.

Auch die fast unbegrenzten technischen Möglichkeiten in der Veredelung und Formenvielfalt von Verpackungen zählen zu den Alleinstellungsmerkmalen von Chesapeake. Dafür hat das Unternehmen in den vergangenen zehn Jahren rund 65 Millionen Euro in seine Werke investiert. Zu den Highlights gehört das 2004 eröffnete Faltschachtelwerk in Melle mit seiner Hightech-Produktion auf 225 Metern. Chesapeake verfügt auch über die modernste Kleberei Deutschlands in Düren und seit Ende 2010 in Hiddenhausen auch über die weltweit modernste und leistungsstärkste Anlage zur Kappenschachtelproduktion.



›Dr‹ wie Drucker – nicht wie Doktor!

Fujifilm-Anwenderforum Lebensmittelverpackungen 2011 beleuchtete das Thema Lebensmittelkonformität

Wie sie das tun können, stand im Fokus des Anwenderforums Lebensmittelverpackungen am 10. November 2011 in der Europazentrale von Fujifilm in Düsseldorf.

Dabei wurde einmal mehr deutlich, dass es sich um ein mehr als komplexes Thema handelt, bei dem für Drucker mehr Sachverstand gefordert wird, als das übliche Fachwissen. Hier ist, will man die Thematik wirklich verstehen, eine hinreichende Gabe für die Interpretation amtlicher Formulierungen mindestens so notwendig wie fundierte Chemie-



Kenntnisse. **Matthias Kuhn**, Product Line Manager Coatings bei Fujifilm Europe, brachte es auf den Punkt: »Beim Verpackungsdruck sollte ›Dr‹ eigentlich für Drucker stehen und nicht etwa für Doktor der Chemie.«

Kunststoff-Verordnung ...

Doch machte gerade Kuhn in seinem Beitrag deutlich, wie notwendig es ist, sich mit Themen wie Migration, Kontamination, rechtlichen Verordnungen und anderen Vorschriften auseinanderzusetzen. Denn seit der ersten Veranstaltung von Fujifilm zu dieser Thematik im Mai 2010 wurde

die Rechtsprechung insbesondere im Hinblick auf Kunststoffe entscheidend geändert: So gilt seit Mai 2011 die Verordnung (EU) Nr. 10/2011 über Materialien und Gegenstände aus Kunststoff, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen (Plastic Implementation Measure PIM). »Unternehmen, die Kunststoffe verarbeiten oder verwenden, müssen prüfen, ob



ihre Produkte auch nach der neuen Verordnung rechtskonform sind«, erklärte **Johann Zauner**, bei Fujifilm Europe Head of Environment & Compliance Corporate Division. Die Verordnung enthalte eine Vielzahl neuer Vorgaben und beziehe ›Mehrschichtmaterialien‹ ein, Materialien also, die aus zwei oder mehr Schichten verschiedener Materialien bestehen, von denen mindestens eine Schicht aus Kunststoff ist.

... und Druckfarben-Verordnung

Während die PIM europaweite Gültigkeit besitzt, wird hierzulande an der 21. Verordnung zur Änderung der Bedarfsgegenstandsverordnung gearbeitet. Sie ist auch unter ›Druckfarben-Verordnung‹ bekannt und wird die nächste große Veränderung rund um die Herstellung von Lebens-

Mit dem sukzessiven Inkrafttreten neuer gesetzlicher Auflagen wird die rechtliche Situation für die Herstellung von Lebensmittelverpackungen immer komplexer und bedarf äußerst differenzierter Erörterung. Die Konsequenzen für Verpackungsdruckereien liegen auf der Hand: Sie müssen mehr denn je auf Nummer sicher gehen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





mittelverpackungen bringen. Allerdings nur auf nationaler Ebene, da von Brüssel aus bislang keine entsprechende Verordnung auf den Weg gebracht wurde. Einen ausführlichen Beitrag zum Thema finden Sie in ›Druckmarkt 73‹, Seite 21.

Im Verlaufe des Anwenderforums wurde alsbald deutlich, dass die Verordnung PIM und der Entwurf der Druckfarbenverordnung eine ganze Reihe von Mankos aufweisen. »Die Verordnungen sagen in verschiedenen Bereichen nicht klar aus, was zu tun ist«, sagte Zauner.

Eigenverantwortung ist gefragt

Weitgehend ungeklärt ist zudem die Lage bei den sogenannten NIAS (Non Intentionally Added Substances). Dies sind Stoffe, die unbewusst in den Vorprodukten, aus denen Verpackungen hergestellt werden, enthalten sein können. Dies gilt auch für die im Produktionsprozess eingesetzten Hilfsmittel. Zwar deckt die Druckfarbenverordnung Farben, Lacke und Feuchtmittel ab, Fehlanzeigen dagegen bei Druckhilfsmitteln und Waschmitteln. Diese basieren in aller Regel auf Kohlenwasserstoffen, die wiederum nicht mit Lebensmitteln in Berührung kommen dürfen. Damit stellt sich die Frage, ob Verschleppungen bei Waschvorgängen per se auszuschließen sind.



Dieter Zang, bei Fujifilm zuständiger Technical & Marketing Manager Pressroom Chemicals, zog die Schlussfolgerung:

»Die ›Gute Herstellungspraxis‹ muss in allen Prozessschritten, allen Komponenten und Hilfsmitteln, die bei der Produktion von Verpackungen für den Food-Sektor eingesetzt werden, ausschlaggebend sein.«

Die gesamte Zulieferindustrie müsse sich im Hinblick auf die NIAS auf ein gemeinsames Vorgehen einigen und sich von der Vielzahl unterschiedlicher Zertifikate verabschieden. »Die bringen nur Scheinsicherheit. Erst recht das Wort Unbedenklichkeitserklärung«, sagte Johann Zauner.

Nichts dem Zufall überlassen

Skeptisch stehen auch die Prüflabore den neuen Vorgaben gegenüber. Schon mit den Veränderungen bei den Simulanzen sei sein Institut



wenig glücklich, kritisierte **Dr. Alexander Kalisch**, Projektleiter beim Testinstitut FABES aus München, die Vorstellungen des Gesetzgebers. »Die extrem harten Prüfbedingungen entsprechen nicht der Realität. Manche Produkte werden regelrecht zerprüft.« Bei Verbundstoffen decke die PIM wiederum nur die enthaltenen Kunststoffschichten, nicht aber den gesamten Verbundstoff ab. »Stoffe, die migrieren, tragen aber kein Fähnchen ›Ich komme aus dem Karton‹ oder aus dem Kunststoff, sagte Kalisch.

Dabei geht es bei den Grenzwerten um unglaublich kleine Mengen wie 10 ppb. Ein ppb ist das Kürzel für Parts per billion und entspricht 10 µg/kg Lebensmittel oder ein Teil auf eine Milliarde Teile.



Während Fujifilm zur Veranstaltung im Mai 2010 noch die sogenannte ›Snack-Box‹ zum Gegenstand der Betrachtungen machte, ging es diesmal um den Modellversuch ›Marzipan-Box‹, anhand der die ›Leitplanken der Verpackungsherstellung‹ ausgelotet wurden.

Sowohl die europaweit gültigen Verschärfungen als auch die angedachten nationalen Veränderungen der Gesetzgebung legen nahe: »Lebensmittelhersteller und die Produ-



zenten von Lebensmittelverpackungen sollten nichts dem Zufall überlassen«, schrieb **Jürgen Geyer**, bei Fujifilm

Deutschland als Produkt Manager für Pressroom Solutions unter anderem auch für die migrationsarmen Lacke des Unternehmens verantwortlich, den Teilnehmern der Veranstaltung ins Stammbuch.

Hier waren sich alle Referenten einig: Hersteller von Lebensmitteln und ihrer Packmittel können nur über eine Prüfung der spezifischen Migration über Screenings einen Gesamtüberblick erhalten, somit die erforderliche Sicherheit erreichen und ausschließen, eines Tages beim Europäischen Schnellwarnsystem für Lebensmittel und Futtermittel (Rapid Alert System for Food and Feed) gelistet zu werden.

Modellstudie ›Marzipan Box‹

Um die Unterschiede zwischen beiden Prüfverfahren aufzeigen zu können, hatte Fujifilm im Rahmen der Modellstudie ›Marzipan Box‹ ein besonders anspruchsvolles Fallbeispiel erwogen. »Wir wollten mit der Studie herausfinden, wo die Leitplanken in der Verpackungsherstellung sind, und dabei nicht nur die in

der Herstellung verwendeten Materialien, sondern auch die individuelle Applikation berücksichtigen«, erläuterte Matthias Kuhn.

So wurden bei dieser Faltschachtel die Ausgangswerte des Referenzmodells ›EU-Würfel‹ (1 kg Lebensmittel wird umhüllt von 6 dm² Packstoff)

zugrunde gelegt. Fujifilm wählte mit dem Marzipan bewusst ein fetthaltiges und damit besonders anspruchsvolles Lebensmittel aus. Zudem kam das Marzipan ohne Umverpackung in die Faltschachtel, was in der Praxis unüblich ist.

Die Musterverpackung wurde beim Hammer-Faltschachtelwerk hergestellt, das seine Prozesse für die Herstellung von Lebensmittelverpackungen kompromisslos nach der ›Guten Herstellungs-Praxis‹ organisiert hat. FABES übernahm die Prüfung der Musterverpackung auf Basis der aktuellen gesetzlichen Vorschriften. Ergebnis: Bei der Prüfung der Globalmigration schnitt die Box als lebensmittelkonform ab. Beim Screening wurden zwei verschiedene Auswertungen vorgenommen: einmal auf Basis des Referenzmodells EU-Würfel und einmal mit dem besonders ungünstigen Verhältnis zwischen Verpackungsoberfläche und Füllgutmenge. Bei der Bewertung der spezifischen Migration auf Basis des EU-Würfels erwies sich die Verpackung ebenfalls als lebensmittelkonform. Erst bei der zweiten Auswertung des Screenings zeigten sich Werte, die sonst verborgen geblieben wären und die von den ungünstigen Oberflächenvolumenverhältnissen hervorgerufen waren.

»Fujifilm liegt zweifellos richtig, wenn die Prüfung der spezifischen Migration in Form eines Screenings empfohlen wird«, zog Kalisch das Fazit der Prüfung. »Nur das Testen der konkreten Anwendung schafft im individuellen Fall die erforderliche Sicherheit«, betonte Kuhn.

So lässt sich resümieren, dass die Messlatte bei der Herstellung von Lebensmittelverpackungen allein schon aus rechtlicher Sicht heute höher liegt denn je. Dennoch ist Konformität erreichbar.

► www.fujifilm.de





flyeralarm bedruckt Dosen ENERGY-DRINKS MIT SELBSTGESTALTETEM AUFDRUCK

Bei flyeralarm können ab sofort Energy-Drink-Dosen mit individuellem Aufdruck (private label drink) bestellt werden. Die Mindestabnahmemenge liegt bei nur 96 Stück und ist damit für viele Gelegenheiten geeignet.

»Bei vielen Anbietern ist das individuelle Bedrucken von Getränkedosen erst ab einer Menge von ein paar hundert Stück möglich. Wir haben eine niedrige Abnahmemen-



ge eingeführt, denn damit sind die individuellen Dosen auch für kleine Anlässe, wie Firmen-, Geburtstags- oder Silvesterfeiern und Geschäftseröffnungen geeignet«, erklärt Ariane Keupp, Marketingleiterin bei flyeralarm.

Bei dem Getränk, das in der Slim-Line-Dose (250 ml) kommt, handelt es sich um einen pfandfreien koffein- und taurinhaltigen Energy-Drink. Etwa vier bis fünf Werktage nach der Bestellung erhalten Kunden die fertigen Dosen.

➤ www.flyeralarm.com

Capacity Folder NEUE OPTIONEN BEI VERPACKUNGEN

Herbert Walkers hat sich als erstes Unternehmen in Großbritannien für den Kauf eines Capacity Folder entschieden, mit dem es für die stetig wachsende Zahl von Kunden im Verpackungsmarkt DIN A4-Versandtaschen mit Füllhöhen von 2 bis 15 mm herstellen kann. Herbert Walkers setzt den Capacity Folder auf der Faltschachtel-Klebmaschine ExpertFold von Bobst ein, die hier kürzlich installiert wurde.



Der von Bobst entwickelte Capacity Folder kann auf den Faltschachtel-Klebmaschinen Bobst VisionFold, ExpertFold, Ambition oder Media installiert werden. Bislang ließen sich DIN A4-Versandtaschen mit Füllhöhe nur auf externen Systemen herstellen.

Lee Alton, Area Sales Manager bei Bobst: »Offline-Lösungen bedeuten einen zusätzlichen Arbeitsschritt im Produktionsprozess und zusätzliche Rüstzeiten. Einmal installiert, lässt sich der Capacity Folder jederzeit mühelos ein- und ausbauen. Zudem können alle Einstellungen im ausgebauten Zustand vorgenommen werden – was sehr einfach auf intuitive Weise geschieht. Im Ergebnis kann Herbert Walkers seinen Kunden jetzt größere Stückzahlen solcher Verpackungen in kürzerer Zeit liefern.«

➤ www.bobstgroup.com

Highcon Direct-to-Pack-Lösung DIGITALES FALTEN UND SCHNEIDEN VON FALTKARTONS

Highcon ist ein Unternehmen, das sich mit seinem Know-how ganz gezielt auf den Faltkarton-Verpackungsmarkt spezialisiert hat und zur drupa 2012 ein innovatives Produkt auf den Markt bringt, durch das sich herkömmliche Stanzformen erübrigen und das die Schaffung eines neuen Direct-to-Pack-Marktes einläuten soll.

Das Unternehmen wurde im November 2009 von Aviv Ratzman



und Michael Zimmer gegründet, die beide langjährige Erfahrung im digitalen Druckmarkt haben und erst bei Indigo N. V. und später bei HP tätig waren. Das Ergebnis ihrer intensiven Entwicklungsarbeit ist das Highcon Euclid. Dieses System nutzt eine Präzisionslaseroptik- und Polymertechnologie zur Umwandlung der Schneid- und Faltvorgänge von einem analogen in einen digitalen Workflow, wodurch der gesamte Weiterbearbeitungsprozess erheblich rationalisiert wird.

»In den letzten zwanzig Jahren wurden wichtige Bereiche der Lieferkette sukzessive digitalisiert; der Verpackungs- und Weiterverarbeitungsbereich ist jedoch nach wie vor analog«, sagte Aviv Ratzman, CEO von Highcon. »Verpackungshersteller und ihre Kunden konnten nicht von den Vorteilen in puncto Geschwindigkeit und Flexibilität profitieren, die digitale Lösungen im Bereich der Weiterbearbeitung ermöglichen. Doch das wird sich bald ändern.«

➤ www.highcon.net

Neuvorstellung BRAVA 330 VON ROTATEK AUF DER LABELXPO

Der Weinetikettendrucker steht im Mittelpunkt der Zielgruppe, für die Rotatek die neue Brava 330 entwickelt hat. Die Maschine im modernen Design und mit höchst präziser Technologie ist durch ihre Flexibilität und Produktivität erfolgreich im Markt angekommen. Auch bei Anwendern, die nicht über das Produktionsvolumen verfügen, um die Maschine auszulasten.

Der Nachfrage dieser Betriebe



kommt Rotatek mit der Brava 330 entgegen, die auf der Labelexpo 2011 zum ersten Mal der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Sie hat eine Druckbreite von 320 mm bei einer maximalen Drucklänge von 400 mm. Im Gegensatz zum breiteren Modell ist sie auf rein semirotativen Betrieb ausgelegt. Durch die elektronische Positionierung der Druckwerke ohne die Notwendigkeit, Zylinder oder Kassetten zu wechseln, hat eine Semirotation die kürzest möglichen Rüstzeiten im konventionellen Druck. Die Technologie mit Servoantrieb und dem einzigartigen Bahnsystem, das platzsparend in Ab- und Aufrollung integriert ist, sind vom bewährten Brava-Modell übernommen worden. Die Brava 330 verfügt über eine innovative Registersteuerung mit motorisierter Längs- und Seitenregistervorstellung, die sowohl vom Hauptbedienpult als auch an jeder Einheit gesteuert werden kann.

➤ www.grafische-systeme.com



Just-in-time-Produktion von Verpackungen

Mit den Verarbeitungslinien von Bobst erschließen sich Unternehmen neue Möglichkeiten. Die Inline-Druckmaschine Masterflex-L bedruckt alle Arten von Wellpappe von Feinst- bis Dreifach-Wellpappe mit bis zu acht Farben. Sie ist in den zwei Arbeitsbreiten 1.700 mm oder 2.100 mm und einer Einschubtiefe von 1.300 mm erhältlich.

Ihre Möglichkeiten spielt die Masterflex-L nach Herstellerangaben in Druck- und Stanz-Linien aus, die Produktivität, Flexibilität und Effizienz erfordern. Die Linien ermöglichen die Just-in-time-Produktion von Verpackungen, schnelle Reaktionen auf die Anforderungen des Marktes und termingerechte Lieferungen.

SCA PACKAGING ITALIA gehört zur SCA-Gruppe, die in den Bereichen Forstwirtschaft, Papierherstellung, Hygiene- und Sanitärprodukte sowie im Verpackungswesen agiert. Mit einem Marktanteil von 15% ist SCA Packaging Italia einer der größten Hersteller von Verpackungen aus Wellpappe in Italien. An 22 Produktionsstandorten – darunter Wellpappenwerke, Verarbeitungsbetriebe und eine Papierfabrik – sind 1.480 Mitarbeiter beschäftigt.

Das Angebot des Unternehmens reicht von Verpackungen und Displays für Konsumgüter bis hin zu Transport- und Schutzverpackungen für Branchen wie die chemische Industrie, die Automobilindustrie und die Lebensmittelbranche. Jährlich werden etwa 420.000 t Papier und 900 Mio. m² Wellpappe verarbeitet, davon 50% für Verpackungen.

SCA Packaging Italia hat seine Geschäftsbereiche in Cluster strukturiert. Diese setzen sich aus Werken zusammen, die sehr eng zusammenarbeiten und über austauschbare Produktionsmöglichkeiten verfügen. **Roberto Crippa**,



Geschäftsführer der Wellpappenwerke in Casarile, Cornuda, Pessione und Quargnento mit 350 Beschäftigten und einer Jahresproduktion von 160 Mio. m² Wellpappe, ist Leiter des Clusters Nord. »Die Vorteile unserer Organisation liegen auf der Hand: Die Werke verfügen über die gleichen Eigenschaften und arbeiten ausschließlich mit Bobst-Maschinen. Die Produktion ist so konzipiert, dass wir alle Arbeiten von einem Standort auf einen anderen übertragen können. Das ist möglich, da alle vier Werke über gleiche Klischees, gleiche Maschinen, gleiche Rasterwalzen und gleiche Farben verfügen. Kommt es in Casarile zu einer Überlastung, fertigen wir den Auftrag kurzerhand in Quargnento. Dank der Möglichkeit, Aufträge beliebig zu verteilen, erzielen wir hervorragende Ergebnisse«, erläutert Crippa.



Die Werke sind mit Verarbeitungsmaschinen wie Case Maker, Faltschachtel-Klebe-maschinen, Rotationsstanzen und 15 Bobst Flachbettstanzen mit Druckwerken ausgestattet. Die beiden neuesten Druck-Stanz-Linien sind mit je einer Masterflex-L 5 Farben ausgerüstet: Die erste wurde 2005 in Pessione installiert und war die erste Maschine dieses Typs in Italien, die zweite ging vor einigen Monaten in Quargnento in Betrieb. Crippa ist über-

zeugter Anhänger der Inline-Fertigung – die aus seiner Sicht produktivste und flexibelste Lösung: Dank einfacher Stanzwerkzeug- und Auftragswechsel sowie kurzer Anlaufzeiten sei im Druck- und Stanzprozess hohe Produktivität gegeben. Auch das Klischeebe-festigungs- und das Centerline-System machten Wiederholaufträge zum Kinderspiel. »Auch das Programmieren der Aufträge ist einfach. Wiederholaufträge können wir binnen 25 bis 30 Minuten rüsten«, erklärt Crippa.

LIEFERUNG AUF KNOPFDRUCK »Der Markt verlangt heute Lieferungen praktisch auf Knopfdruck«, erläutert Crippa. »Gleichzeitig schrumpfen die Auflagen, während die Qualitäts-Anforderungen stetig steigen. Das erfordert kurze Reaktionszeiten. Die Inline-Fertigung ist die einzig mögliche Antwort. Wir erreichen Geschwindigkeiten von 3.500 bis 4.000 Bogen pro Stunde einschließlich Anlaufphase, Abwicklung eines neuen, komplexen Auftrags und Anlauf der Linie in Gegenwart des Kunden. Wir können Aufträge innerhalb von drei Tagen fertig stellen und die Produkte ausliefern.«

Die mittelfristigen Aussichten im Wellpappen-Marktes seien nicht berauschend. Allerdings fordere der Markt mehr Produkte, die in hoher Qualität gedruckt werden. Crippa: »Die Getränkeindustrie ist Vorreiter. Vor zehn Jahren wurden noch zwei- oder dreifarbig bedruckte Verpackungen akzeptiert. Heute dagegen werden wenigstens fünf Farben erwartet. In dieser Situation ist es für uns wichtig, für unsere Kunden neue Lösungen zu entwickeln. Mit unseren Masterline-Verarbeitungslinien sind wir auf der sicheren Seite, da wir die heutigen Anforderungen der Branche erfüllen können.«

► www.bobstgroup.com





35 Meter Offset-Gigant

Weitere KBA Rapida 162a mit schnellen Jobwechseln bei SCA Packaging in Hanau

Rund 45.000 Mitarbeiter beschäftigt SCA weltweit, 15.200 davon an den mehr als 170 Standorten von SCA Packaging, Europas zweitgrößtem Hersteller von Wellpappenrohpaper. Allein in Deutschland betreibt SCA Packaging über 20 Produktionsstätten, in denen die 2.300 Mitarbeiter im Jahr 2010 einen Umsatz von 493 Mio. € erwirtschafteten.

Der Ursprung des Hanauer Standorts als Druckbetrieb geht auf das Jahr 1874 zurück. Die Produktion der ersten Etiketten erfolgte noch im Steindruck. Nach der Übernahme durch SCA Packaging im Jahr 2002 erfolgten regelmäßige Investitionen in Gebäude und Ausrüstung.

Kunden sind heute hauptsächlich Markenartikler aus der Lebensmittel-, Genussmittel-, Getränke- und Spielzeugindustrie sowie der Haushalts-Chemie. Der Großteil der Produkte sind Verpackungen, ein weiteres wichtiges Segment sind Displays. Immer wieder erhält SCA Packaging für seine Produkte Auszeichnungen, wie 2010 den Deutschen Verpackungspreis in gleich zwei Produktkategorien. Zu den Besonderheiten des Werkes gehören das Design Center, in dem kreative und innovative Verpackungslösungen entwickelt werden, sowie die einzige Inline-Doppelwellen-Kaschieranlage in

Deutschland. Daneben sind alle Kompetenzen für die Produktion offsetkaschierter Produkte vorhanden: vom SCA Pre-Press-Services über den Druck bis zur Stanztechnik, Klebeautomaten und einer Displayproduktion mit Spezialmaschinen.

Zehn Druck- und Veredelungswerke

Die KBA Rapida 162a verfügt über insgesamt zehn Druck- und Veredelungswerke sowie eine dreifache Auslageverlängerung und hat eine Gesamtlänge von knapp 35 Metern. Damit verfügt der Hanauer Betrieb von SCA über Deutschland hinaus über eine der modernsten und längsten Offset-Anlagen im Verpackungsdruck. Wichtigste Ausstattungsmerkmale an der um 420 mm höher gesetzten und mit Logistik-Systemen an Anleger und Auslage ausgerüsteten Maschine sind für Betriebsleiter **Erich Mäder** alle Automatisierungen, die zur Verkürzung der Rüstzeiten beitragen, da es auf schnelle Job-



wechsel ankommt. Neben dem vollautomatischen Plattenwechsel senken vor allem das parallele Waschen und weitere zeitgleich ablaufende Prozesse die Rüstzeiten spürbar. Ein zweiter wichtiger Punkt ist die hohe

Seit Mai 2011 produziert eine Rapida 162a Sechsfarbenmaschine mit Doppellack-Ausstattung und umfangreicher Automatisierung speziell für den Kartonagendruck im SCA Packaging Werk in Hanau. Das Werk ist der deutsche Offset-Standort innerhalb der Gruppe, der sowohl für die Eigenproduktion als auch für die anderen Werke druckt. Hauptprodukte: offsetkaschierte Verpackungen und Displays.



Inline-Qualitätskontrolle mit QualiTronic professional. Die Kamera nach dem letzten Lackturm erfasst Bogen für Bogen die Farbdichten zur Regelung und inspiziert das Druckbild.

Text und Bild: KBA



Modere VLF-Belichtungstechnik in der Druckvorstufe.



Mit knapp 35 m Länge und umfangreicher Ausstattung für den Kartonagen- und Bogenoffset-Druck ist die Rapida 162a bei SCA Packaging in Hanau eine der modernsten Anlagen für die Verpackungs- und Displayproduktion.



Der vollautomatische Stapelwechsel ist in das moderne Logistiksystem eingebunden.

Flexibilität bezüglich der Inline-Veredelung. Mit den zwei Lacktürmen und der langen Zwischen- und Endtrocknungsstrecke sind alle Veredelungsvarianten bis hin zu hochwertigen Matt-/Glanz-Lackierungen mit Primer- und UV-Lack möglich. Daneben selbstverständlich auch ein breites Spektrum an Metallic-Effekten.

Entwicklungssprung im Großformat

Erich Mäder ist sich sicher: »Mit der neuen Maschine erreichen wir signifikante Leistungssteigerungen.«



Und **Helmut Seuffert**, Produktionsleiter Druck bei SCA Packaging, präzisiert: »Wir kommen deutlich schneller und sicherer in Farbe.« Die maximale Druckleistung von 12.000 Bg/h wurde von der Mannschaft umgesetzt und wird in der Regel mit annähernd 100% realisiert.

Schon bald wird sich die Leistung der Maschine weiter erhöhen, sind sich Erich Mäder und Helmut Seuffert sicher. Dann läuft neben der Inline-Qualitätsregelung auch DensiTronic PDF, der Online-Vergleich der Druck-Ergebnisse mit dem Original-

PDF aus der Druckvorstufe beziehungsweise vom Auftraggeber. DensiTronic PDF wird das Unternehmen dabei unterstützen, Fehler in Text und Bild bereits vor Start des Auflagendrucks zu detektieren. Das hilft, die Qualität zu steigern und Makulaturen noch weiter zu senken. Die Mitarbeiter erzielen so zusätzliche Prozesssicherheit.

Verpackungssicherheit im Fokus

Ein anderes wichtiges Kriterium für SCA Packaging ist die Verpackungssicherheit. Themen wie Migration spielen gerade bei Verpackungen von Lebensmitteln und Spielwaren eine erhebliche Rolle. Der Einsatz von mineralölfreien Farben und Leimen gehört daher für das Werk in Hanau zur Selbstverständlichkeit.



Durch die umfangreiche Automatisierung und Inline-Qualitätsregelung kann sich Drucker Klaus Härtel auf die Rapida 162a verlassen.

Unternehmenseigene Forschungslabors sorgen mit Materialtests und umfangreichem Know-how dafür, dass bei der Verpackungsproduktion die neuesten Erkenntnisse zum Einsatz kommen.

Nachhaltig in die Zukunft

Das Thema Nachhaltigkeit ist ebenfalls seit vielen Jahren fest in der Unternehmensphilosophie von SCA verankert. Zu den Umweltzielen des Konzerns gehören die Reduktion von CO₂-Emissionen, die Senkung des Wasserverbrauchs und die Vermeidung des Einsatzes von Holzfasern aus fragwürdigen Quellen. Mit 2,6 Mio. Hektar Fläche ist SCA der größte private Waldbesitzer in Europa. Die Nettoabsorption dieser Wälder entspricht in etwa dem CO₂-Aus-

stoß aller SCA Werke. Für jeden gefällt Baum werden von SCA im Schnitt drei neue gepflanzt. Bereits 1999 wurden die Wälder FSC-zertifiziert.

Auch die SCA Packaging Werke in Deutschland sind FSC-zertifiziert, somit auch der Standort in Hanau. Die Kunden des Unternehmens können also Verpackungen und Displays mit dem FSC-Logo erwerben und so gegenüber ihren Kunden zeigen, dass ihnen nachhaltiges Handeln wichtig ist. Zudem arbeitet SCA Packaging + Display Hanau nach dem Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001, dem Qualitätsmanagementsystem DIN EN ISO 9001, dem Hygienemanagementsystem BRC/loP und praktiziert den ProzessStandard-Offset (PSO).

Mit der installierten Druckmaschine ist der Standort in Hanau fit für die Zukunft und auf die künftigen Anforderungen in der Verpackungs- und Displayproduktion ausgerichtet.

► www.scapackaging.de
 ► www.kba.com



Neben dem Druck und der Wellpappenkaschierung nimmt die Stanztechnik einen breiten Raum in den Fertigungshallen ein.





Schutz gegen Produktpiraterie

Heidelberg hat zum Schutz vor Plagiaten die 1-TAG-Technologie entwickelt und bietet damit Herstellern von Markenartikeln eine Lösung, um Schäden durch Produktfälschungen drastisch zu verringern. Für jeden Endkunden ist die Lösung zudem eine einfache Möglichkeit, die Echtheit der Produkte per Smartphone zu prüfen.

Zum Schutz gegen Fälschung werden Produkte mit 1-TAG-Sicherheitsetiketten versehen. Diese bestehen aus einem zufällig erstellten Muster sowie einem dazu gehörenden individuellen zweidimensionalen QR-Code (Quick-Response). Die Kombination dieser beiden Bausteine auf dem Produkt oder dessen Verpackung generiert für jedes einzelne Produkt eine eindeutige Identität, vergleichbar mit dem menschlichen Fingerabdruck. Mit einer speziell auf diese Technologie abgestimmten kostenlosen Mobilsoftware (App) können die gekennzeichneten Produkte via Smartphone auf ihre Echtheit überprüft werden. Die Apps können aus dem Apple Store und dem Google Android Market kostenlos heruntergeladen werden. Die Lösung ist ab sofort verfügbar und bietet eine höhere Sicherheit als die weit verbreiteten Hologramme auf Verpackungen, die von Fälschern kopiert werden können.

1-TAG KOMBINIERT ZWEI ELEMENTE Das Funktionsprinzip von 1-TAG basiert auf der Kombination von physikalischen Zufallsprozessen und kryptografischen Signaturen, ein Verfahren, mit denen die Urheberschaft von Daten nachgewiesen und von jedem geprüft werden kann. Zunächst wird aus dünnen Kupferfäden ein zufälliges Muster auf einem Etikett erzeugt. Dieses wird mit einer Kamera ausgelesen und mit Hilfe eines kryptographischen, für jeden Hersteller individuellen Schlüssels in einen ebenfalls einmaligen Code umgewandelt. Durch diese Signatur sind Zufallsmuster, Code und Produktinformationen manipulationssicher miteinander verbunden. Der Code wird neben dem Muster mit Hilfe eines digitalen Drop-on-Demand-Inkjetsystems von Linoprint auf das Etikett gedruckt. »Wir haben 1-TAG vor allem als Sicherheitssystem für die Hersteller von Markenartikeln und deren Kunden entwickelt, die sich damit vor gefälschten Produkten schützen können«, sagt **Stephan Plenz**, Mitglied des Heidelberg Vorstands und verantwortlich für den Bereich Equipment. »Mit dieser Technologie ermöglichen wir es erstmals, Kunden in den Prozess des Fälschungsschutzes einzubinden. Die hohe Sicherheit des Systems, verbunden mit dem einfachen Handling für den Bediener, machen 1-TAG zu einem äußerst effektiven Schutz besonders für gesundheits- oder sicherheitskritische Produkte.«



»Wir haben 1-TAG vor allem als Sicherheitssystem für die Hersteller von Markenartikeln und deren Kunden entwickelt, die sich damit vor gefälschten Produkten schützen können«, sagt

Stephan Plenz, Mitglied des Heidelberg Vorstands und verant-

verantwortlich für den Bereich Equipment. »Mit dieser Technologie ermöglichen wir es erstmals, Kunden in den Prozess des Fälschungsschutzes einzubinden. Die hohe Sicherheit des Systems, verbunden mit dem einfachen Handling für den Bediener, machen 1-TAG zu einem äußerst effektiven Schutz besonders für gesundheits- oder sicherheitskritische Produkte.«

ZUVERLÄSSIGER MARKENSCHUTZ Hersteller von Markenartikeln können mit 1-TAG auch ihren Markennamen vor Missbrauch schützen, indem sie im Voraus festlegen, wieviele Artikel beispielsweise ein Verpackungsunterneh-

men mit der 1-TAG-Technologie kennzeichnen darf und welche Produktinformationen dabei codiert werden. Das so definierte Kontingent an Sicherheitsetiketten wird just-in-time hergestellt, indem eine entsprechende Anzahl von Rohetiketten vor Ort mit Signaturen versehen werden. Die Kontingentierung erfolgt über gesicherte Internet-Kommunikation und kann täglich neu vorgenommen werden. So gibt es keine überzähligen Sicherheitsetiketten, über deren Verbleib der Verpacker einen Nachweis liefern müsste. Übrige Rohetiketten können für den nächsten Auftrag aufbewahrt werden, ohne dass die Gefahr eines Missbrauchs besteht.

Den Schutz vor Missbrauch oder Diebstahl der bei 1-TAG eingesetzten kryptografischen Schlüssel ist nach Aussage von Heidelberg mit den sichersten Lösungen für das Internet-Banking vergleichbar.

VERBRAUCHER KÖNNEN ECHTHEIT ÜBERPRÜFEN Verbraucher benötigen zur Echtheitsüberprüfung eines mit 1-TAG gekennzeichneten Produktes ihr Smartphone sowie die frei verfügbare 1-TAG-App. Die Software scannt das Sicherheitsetikett und erkennt sofort, ob der Inhalt des QR-Codes mit



dem Muster auf dem daneben platzierten Feld übereinstimmt oder nicht. Der Zugriff auf ein Netzwerk ist hierfür nicht erforderlich, sodass keine Kosten für die Überprüfung anfallen. Neben dem Ergebnis der Überprüfung zeigt

die App die Marke, den Produktnamen und die Packungsgröße an und kann den Kunden mit produktspezifischen Zusatzinformationen wie Haltbarkeitsdatum oder Chargennummer versorgen. Über Weblinks kann 1-TAG den Benutzer außerdem zur Produkt- oder Herstellerhomepage weiterleiten.

In Vertriebszentren und Supermärkten kann die Überprüfung auch in die vorhandenen Logistiksysteme eingebunden werden und ermöglichen die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme.

► www.heidelberg.com





Bobst AccuCheck QUALITÄTSKONTROLLE FÜR FEHLERFREIE PRODUKTION

Die Just-in-Time-Produktion ist zur vorrangigen Fertigungsmethode geworden. Damit sind auch die Markteinführungszeiten neuer Produkte und die Dauer von Werbemaßnahmen kürzer geworden. Entsprechend brauchen Markenhersteller Lieferanten, die ihnen Verpackungen innerhalb kurzer Zeitfenster liefern. Dabei müssen die Verpackungen fehlerfrei sein. AccuCheck ist eine neue Lösung für



die weltweit mehr als 350 installierten Bobst-Systeme mit integriertem Qualitätskontrollsystem. AccuCheck kontrolliert den Druck inline während des letzten Prozessschrittes, bevor die Schachteln verpackt und an die Fülllinien versendet werden. AccuCheck scannt die Kartons mit einer hochauflösenden Kamera, wobei die Druckbilder in Echtzeit mit der Referenzvorlage verglichen werden. AccuCheck erkennt automatisch Fehler wie Butzen oder Kleckse, die während des Drucks entstehen, physikalische Fehler auf den Kartons wie Kratzer und Abrieb, Stanzfehler sowie Farbabweichungen. Bei jedem Job lässt sich einstellen, ob fehlerhafte Kartons weiterlaufen oder automatisch ausgeworfen werden sollen. Die Fehler werden für spätere Analysen aufgezeichnet.

➤ www.bobstgroup.com

Verbesserungen in der Technik SICHERE KLEBUNG DANK PLASMATECHNIK

Von Transportverpackungen wird erwartet, dass sie auch während des Abpackprozesses besonderen mechanischen Anforderungen standhalten. Am Produktionsstandort in Nordhausen fertigt Freund offsetbedruckte Verpackungen aus Wellpappe, die den hohen Ansprüchen durch überdurchschnittliche Klebeleistung gewachsen sind. Mit dem Plasmagerät kann bei stabilen Transportverpackungen oder



Für eine starke Haftung werden bei der Friedrich Freund GmbH im Werk Nordhausen Verpackungen mit geringer Oberflächenenergie vor ihrer Verklebung mit dem Plasmagerät NovaJet-CAT behandelt. Der Vertrieb der von der Firma ABCoron entwickelten Geräte, erfolgt exklusiv über Diplacon Industrievertretungen.

bei der Verklebung behandelter Oberflächen ab sofort auf das Anrauen von Klebeflächen und Ausparungen von Beschichtungen verzichtet werden. Die Anwendung erfolgt inline vor dem Klebevorgang. Dabei ist das Plasmagerät direkt mit der Maschinensteuerung gekoppelt, sodass sichergestellt ist, dass der Klebevorgang nur bei aktiviertem Plasma vorgenommen werden kann. Fehlermeldungen führen direkt zum Maschinenstillstand. Die Materialoberfläche wird durch die Einwirkung des Plasmas derart modifiziert, dass sie zum einen eine hohe Benetzbarkeit zeigt und sich Haftzentren in den allerersten Materialschichten ausbilden. Damit ist eine dauerhaft gute Verbundhaftung gegeben.

➤ www.freund-verpackung.de

➤ www.diplacon.de

Innovationspreis ›Sweetie 2011‹

CHESAPEAKE-VERPACKUNG FÜR ›ROSE OF THE DOLOMITES‹

Ein Jahr gemeinsame Entwicklungsarbeit zwischen Chesapeake Deutschland, Branded Packaging, und dem Südtiroler Süßwarenhersteller Loacker haben sich gelohnt: Die aufwändig verpackte Pralinenkreation ›Rose of the Dolomites‹ wurde jetzt von der ›Rundschau für den Lebensmittelhandel‹ mit dem Innovationspreis ›Sweetie 2011‹, einer der begehrtesten Auszeichnungen der Süßwaren- und Snackbranche, in der Kategorie Pralinen ausgezeichnet. Die in 90 Ländern präsente Traditionsmarke Loacker plant mit ›Rose of the

Die Verpackung für ›Rose of the Dolomites‹ wird durch mehrere Veredelungen zum Hingucker. Für die vielfältigen optischen und haptischen Erlebnisse der quadratischen 175-Gramm-Packung mit aufklappbarem Deckel sorgen Drucktechniken von Tiefdruck für den kupferfarbenen Verlauf, achtfarbigem Offsetdruck und Lack über Gold-Heiß-



folienprägung und 3D-Blindprägung der für das Produkt typischen Blüten.

Dolomites‹ in das Pralinensegment vorzustößen.

»Das Urteil der Fachjury hat uns sehr gefreut und bestätigt wieder einmal, dass ein Premiumhersteller von Waffel- und Schokoladespezialitäten wie Loacker auch einen Premium-Partner braucht, wenn es um die Verpackung hochwertiger Produkte geht«, sagt Holger Kriegbaum, Key Account Manager Chesapeake Stuttgart GmbH.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Stuttgart ist Marktführer in der Herstellung von Faltschachteln für die Süßwarenindustrie und setzt seit vielen Jahren Akzente in der Verpackungs- und Veredelungstechnologie, im Design, in Umweltverträglichkeit und der Sicherheit von Lebensmittelverpackungen.

»Alles dient dazu, die Verpackung für den Kunden besonders edel und hochwertig erscheinen zu lassen«, sagt Kriegbaum. Lebensmittelsicherheit, ein Aspekt, dem sich Chesapeake intensiv widmet, ist garantiert: Für die Verpackung setzte der Faltschachtelhersteller GC 1 Frischfaserkarton und migrationsfreie Druckfarben ein. Auch der Inhalt – 14 mit Haselnusscreme gefüllte Schokoladenrosen – ist technisch aufwändig verpackt: Die Schokoladen-Pralinen, die in ihrer Form den Blüten der Alpenrosen nachempfunden sind, sind einzeln und farblich angepasst in Flowpacks umverpackt.



Drucken am Limit

VORFÜHRZENTRUM ZUM TECHNOLOGY CENTER AUSGEBAUT

Der Druckmaschinenhersteller Nilpeter hat sein Vorführzentrum am Hauptsitz im dänischen Slagelse im Frühjahr 2011 zum Technology Center ausgebaut. Dahinter steckt die gleiche Zielsetzung, die das Unternehmen auch während der jüngsten Labelexpo Europe in Brüssel mit dem Motto »We show you how« demonstriert hat. Für Drucktests,



Die Ausstattung des neu eingerichteten Technology Center von Nilpeter bildet einen Querschnitt durch die Technik der Etikettenfertigung.

Schulungen und Demos stehen in diesem unternehmenseigenen Technologiezentrum ständig drei verschiedene Druckmaschinen zur Verfügung: eine modulare UV-Flexodruckmaschine vom Typ FA-4, eine MO-4 in offener Plattform-Bauweise mit Sleeve-Technologie sowie ein Caslon-Drucksystem, das industriellen Digitaldruck im Inkjet-Verfahren mit den konventionellen Möglichkeiten in Druck und Verarbeitung kombiniert. Mit dieser Ausstattung wird ein Querschnitt durch die Technik der Etikettenproduktion abgebildet, sodass sich im Zusammenspiel zwischen Kunde und Maschinenhersteller konkrete Lösungsansätze entwickeln lassen.

»Wir erhalten momentan sehr viele Anfragen nach freien Terminen im Technology Center«, erklärt Jakob Landberg, Direktor für Vertrieb und

Marketing bei Nilpeter. Die Einrichtung, in der sowohl Schulungen für Kundenmitarbeiter, Vertriebspartner und Servicetechniker aus aller Welt als auch Drucktests stattfinden, ist zwar zu allen Zeiten stark frequentiert. Nach Messen wie der Labelexpo steigt das Interesse aber noch einmal an. Bei der Hektik einer Messe kommt der konzentrierte Informationsaustausch oft zu kurz. Ein Termin im Technology Center eröffnet dagegen die Chance, die aktuellen Produktneuheiten in aller Ruhe und im Detail zu erkunden. Knifflige Jobs mit hohem Schwierigkeitsgrad gehören aus den beschriebenen Gründen zum täglichen Alltag für Erik Jørgensen, Druckmanager im Technology Center: »Zu uns kommen immer wieder Kunden mit neuen Geschäftsideen und Aufträgen. Die sollen häufig auch noch mit innovativen Substraten oder Farben realisiert werden, für die überhaupt noch keine Erfahrungswerte vorliegen.« In dieser Situation profitiert Erik Jørgensen von seinem umfangreichen Fachwissen und drucktechnischem Können, das er sich in drei Jahrzehnten bei Nilpeter aneignen konnte. Neue Herausforderungen entstehen jedoch durch die wachsende Digitalisierung der Druckmaschinen. Sie ist die Folge der zunehmenden Kundenforderungen nach kürzeren Rüstzeiten sowie mehr Produktivität und Flexibilität in Sachen Verfahrenskombinationen, Fertigungsvarianten, Materialvielfalt etc. In diesen Bereichen werden Fortschritte größtenteils mit Hilfe von Elektronik und Software umgesetzt.

➤ www.nilpeter.de

➤ www.nilpeter.com

Technologieforum Verpackungsdruck

MANROLAND STELLTE AKTUELLE ROLAND 900 VOR

Die Kunden stehen zu manroland und informierten sich kürzlich beim Technologieforum »Hochleistung im Verpackungsdruck« über die neue Roland 900 sowie die Roland 700 HiPrint HS. Über 40 Teilnehmer zeigten sich insbesondere vom Auto-Nonstop-System für kontinuierlichen Fortdruck und hohe Produktionsgeschwindigkeit begeistert.



Technologieforum bei manroland. Die neue Roland 900 in einer Siebenfarben-Konfiguration mit Doppellack, Inline-Farbmess- und Regelsystem sowie Auto-Nonstop und Logistik geht an einen der führenden Verpackungsdrucker in den USA.

»Es ist gut, dass wir gerade jetzt unsere Innovationen vorstellen können«, sagt Hans-Jürgen Lind, für das Großformat verantwortlicher Produktmanager. Die vornehmlich aus dem Verpackungssegment stammenden Besucher sahen die Roland 900 der aktuellen Serie. Sie vereint wegweisende Neuerungen der größeren Schwesterbaureihe im Format 8 und druckte mit 15.000 Bogen pro Stunde eine anspruchsvolle Faltschachtel mit Doppellackveredelungen. Die wesentlichen Weiterentwicklungen finden sich im stark verbesserten Saugkopf der optimierten Anlage, den neuen Dual-Flow-Farbwerken für einen variablen Farbfluss, dem integrierten Quick-

ChangeClamp für einen schnellen Lackplattenwechsel, dem von der Roland 900 XXL übernommenen Ausleger sowie dem jetzt für die Roland 900 verfügbaren Inlinefarbmess- und -regelsystem InlineColorPilot für eine effektive Rüstzeit- und Makulaturreduzierung. Dieses wartungsarme System lässt sich auch mit dem UV-Prozess kombinieren.

Die Teilnehmer zeigten sich vom Auto-Nonstop-System begeistert, das einen vollautomatischen Stapelwechsel im An- und Ausleger vornimmt. Für eine kontinuierliche Fertigung bei hohen Produktionsgeschwindigkeiten ist dies eine der wichtigsten Komponenten, denn bei voller Produktionsgeschwindigkeit ist eine Karton-Palette in wenigen Minuten verdruckt. Dieses Automatisierungssystem steht ebenso an der Roland 700 HiPrint beziehungsweise HiPrint HS sowie der Roland 700 DirectDrive zur Verfügung.

➤ www.manroland.com



Wolke druckt QR-Codes direkt auf Verpackungen

QUADRATISCH, PRAKTISCH, GUT: DER QR CODE

Viele Unternehmen nutzen den QR-Code: Das quadratische, zweidimensionale Zeichen prangt auf zahllosen Verpackungen oder Plakaten. QR-Codes ermöglichen einen schnellen Zugriff auf Zusatzinformationen zum Produkt im Internet. Dazu richtet der Nutzer das Handy auf den Code, fotografiert ihn ab, das Handy decodiert die Botschaft und verbindet mit der entsprechenden Webseite. Mit dem Drucker m600 advanced von Wolke Inks & Printers, Anbieter wartungsfreier Kennzeichnungssysteme mit HP-Technologie, können QR-Codes direkt auf Verpackungen gedruckt werden.

In der Lebensmittelbranche wird der QR-Code eingesetzt, um weitergehende Informationen über Produkte zu vermitteln. So wird Aldi Süd den Code ab Januar 2012 auf Fleischspezialitäten drucken. Die Verbraucher sollen dadurch Einzelheiten zur Produkthistorie erfahren, denn »Fleischkauf ist Vertrauenssache«, so Aldi. Via QR-Code will man deshalb den Weg vom Bauernhof bis zur Verkaufsstelle für den Kunden transparent machen.

Das Kennzeichnungssystem Wolke m600 advanced druckt QR-Codes direkt auf Verpackungen oder andere geeignete Unterlagen wie Etiketten. Das Printsysteem ist universell einsetzbar: Die Druckköpfe gibt es in verschiedenen Bauformen, die für unterschiedlichste Montage- und Platzverhältnisse geeignet sind. Zu den variablen Daten, die gedruckt werden, gehören Mindesthaltbarkeitsdatum, Barcodes, 2D-Data-Matrix-Codes, Logos und Chargennummern.

Der kreative Einsatz des QR-Codes kann zu großen Erfolgen führen: Die britische Supermarktkette Tesco etwa hat in einer südkoreanischen U-Bahn-Station einen virtuellen Supermarkt nachgebaut. Dort kann man die QR-Codes der Waren mit dem Smartphone scannen und in einen virtuellen Warenkorb legen. Der Einkauf wird bis zum Abend nach Hause geliefert. Seit Beginn dieser Aktion ist die Zahl der registrierten Nutzer im Webshop des Anbieters um 120% gestiegen.

QR steht für »quick response«, also »schnelle Antwort«, und genau das macht den Code so beliebt. Lesbar ist das Symbol mit allen gängigen Mobiltelefonen und PDAs, die über eine eingebaute Kamera und eine Software verfügen, die das Lesen von QR-Codes ermöglicht.

Für den Anwender ist der QR-Code der Zugang zu einer neuen Welt. Kostenlos, flexibel und blitzschnell können nützliche Zusatzinformationen abgerufen werden. Die Medieninhalte, die man mit dem Code verbunden werden können, sind absolut variabel. Ob Fahrpläne des Nahverkehrs oder Filmtrailer – vieles ist denkbar und wird bereits heute erfolgreich umgesetzt.

➤ www.wolke.com



Das Printsysteem Wolke m600 advanced druckt QR-Codes direkt auf Verpackungen.

19 IAPHC-AWARDS Die International Association of Printing House Craftsmen (IAPHC) zeichnete Kodak kürzlich mit zehn Gold-, fünf Silber- sowie drei Bronze-Preisen und einer ehrenvollen Anerkennung für herausragende Leistungen beim Einsatz von Kodak-Technologien im Digital- und Offsetdruck aus. Die Jurymitglieder bewerteten Qualität und Schwierigkeitsgrad der eingesetzten grafischen Prozesse. Dabei fanden Aspekte wie Flächendeckung, Intensität von Volltönen, verwendete Papiere, Druckweiterverarbeitung und Bindung, visueller Gesamteindruck und kommunikative Effektivität Beachtung. ➤ <http://graphics.kodak.com>

SÜSSES MIT KARTON M-real Consumer Packaging präsentiert auf der ProSweets Cologne 2012 Süßwaren-Kartonqualitäten wie Carta Solida und Simcote. Wie M-real durch Investitionen und Kapazitätserweiterung den Anforderungen der Kunden entspricht und den Service erhöht, sind Schwerpunkte des Auftritts. Außerdem informiert das Unternehmen über Bedruckbarkeit und Möglichkeiten der Weiterverarbeitung und Veredelung, der Produktsicherheit sowie »Lightweighting« der Karton-Qualitäten – ohne Einbußen in den Materialeigenschaften. ➤ www.m-real.com



INLINE VEREDELTE Chesapeake Deutschland Branded Packaging stellt seinen Messeauftritt auf der ProSweets in Köln vom 29. Januar bis 1. Februar 2012 unter das Motto »Inline Effects« und zeigt, wie man hochwertige Veredelung für verführerische Verpackungen effizient umsetzt. Inline realisierte Veredelungs-Effekte mit der Kaltfolientechnologie sparen Zeit im Produktionsprozess, Kosten, Material und schonen damit zugleich Budget und Umwelt. Chesapeake macht diese Technologie auch für Lebensmittel unter allen Aspekten der Sicherheit nutzbar.

KLIMANEUTRAL VERPACKT Seit über einem Jahrzehnt setzt colordruck Baiersbronn Maßnahmen für eine nachhaltigere Produktion um. Nach dem Flusswasser-Kühlsystem, der Umstellung auf Ökostrom und klimaneutral gestellten Maschinen ist die Einführung der klimaneutral gestellten Verpackungen der nächste Schritt des Unternehmens. Durch die Installation einer CO₂-Berechnungssoftware ist das Unternehmen nun in der Lage, seinen CO₂-Ausstoß zu berechnen und den Kunden Klimazertifikate zur CO₂-Kompensation anzubieten.

INDUSTRIELLER ETIKETTENDRUCK Der neue Industriedrucker CL-S400 DT von Citizen wurde für den Druck anspruchsvoller Anwendungen entwickelt. Der Drucker entspricht den Energy-Star-Richtlinien und druckt mit einer Geschwindigkeit von 15 cm pro Sekunde. Der CL-S400DT kann neben Papierrollen auch dicke und gestapelte Medien verarbeiten und lässt sich auf bis zu 118 mm breite, 812 mm lange und bis zu 0,25 mm dicke Materialien einstellen. Damit eignet er sich für den Druck von Bordkarten, Etiketten oder Tickets. Zudem verfügt er über eine Abrisskante für perforierte Etiketten oder optional einen Autocutter und Etikettenspender. ➤ www.citizen-europe.com





CX1000e von Primera FARB-ROLLENDIGITALDRUCKER FÜR DEN INDUSTRIEEINSATZ

Primera Technology kündigt mit dem CX1000e ein weiteres Modell im on-demand Farbetiketten-Digitaldruck für den industriellen Einsatz an. Der CX1000e basiert auf der Trockentoner-Lasertechnologie und ist daher nahezu wartungsfrei, aufwändige Rüstzeiten entfallen vollständig und ein Druck kann bereits innerhalb weniger Sekunden gestartet werden. Mit fünf Metern pro Minute lassen sich brillante



Farbetiketten in Fotoqualität erstellen, welche durch die Verwendung eines speziellen Mikrotoners knick- und abriebfest auf dem Druckmaterial stehen und viele Jahre gegen Wasser und UV-Einwirkung beständig sind.

Der CX1000e druckt auf eine Vielzahl »Laser geeigneter« Haftmaterialien wie Papier, Polyester oder Acetatseide, die in großer Vielfalt in Grammat, Oberfläche und Klebeeigenschaften von führenden Herstellern erhältlich sind. Daraus resultiert ein nahezu unbegrenztes Anwendungsspektrum in vielen Bereichen wie Lebensmittel, Kosmetik, Getränke und industrielle Kennzeichnung.

Der CX1000e ist ab Januar 2012 zu einem UVP von 10.995 Euro lieferbar.

➤ www.primeralabel.de

Schachner-Pack in Österreich erweitert Produktion

Rund 250 Gäste feierten am 16. September die Inbetriebnahme einer KBA Rapida 106 bei Schachner-Pack im österreichischen Pinkafeld. Mit der Installation der Maschine in einer neuen Produktionshalle und der Einweihung eines rund 1.200 m² großen Lagers steigert das erst 2007 gegründete Unternehmen seine Leistungskapazität um ein Vielfaches.

Schachner-Pack, an der A2 zwischen Wien und Graz gelegen, ist ein visionäres Unternehmen der Faltschachtel-industrie. Knapp 30 Mitarbeiter produzieren Verpackungen für unterschiedliche Anwendungen in der Lebensmittel-, Süßwaren- und Pharmaindustrie, für Genussmittel, Kosmetik sowie Agrarprodukte. Daneben fertigt das Unternehmen auch Drucksachen wie Mailings aus Vollkarton, Mappen, Formverpackungen sowie Displays. Mit der neuen Rapida 106, einer Sechsfarbenmaschine mit Doppellackausstattung, dreifacher Auslageverlängerung sowie umfangreichen Automatisierungen für die wirtschaftliche Verpackungsproduktion, erweitert sich das Produktspektrum des schlagkräftigen Unternehmens in den Bereich besonders hochwertiger Inline-Veredelungen hinein. So können über die beiden Lacktürme der bis zu 18.000 Bogen/h schnellen Mittelformatmaschine in einem Bogenlauf unterschiedlichste Matt-Glanz-Effekte auch mit UV-Lacken erzeugt werden. Hochwertige Metallic- und Sonderlackierungen wie Iridine

sind ebenso im Inline-Prozess möglich. Zur typischen Verpackungsausstattung der neuen Maschine gehören CX-Paket für Bedruckstoffe bis zu 1,2 mm Stärke, die Einbindung in eine vollautomatische Stapellogistik (inklusive Nonstop-Automatik an Anleger und Auslage) sowie die Maschinenerhöhung um 675 mm. Sie ist mit ziehmarkenfreier Anlage DriveTronic SIS, FAPC-Plattenwechsel-Vollautomaten, Farbwerktemperierung sowie einem umfangreichen Paket an Wascheinrichtungen ausgerüstet. Auch der Plattenwechsel an den beiden Lacktürmen ist dank Automatik in kürzester Zeit ausgeführt. Zur Qualitätsüberwachung ist die Rapida 106 mit dem Den-

siTronic-System inklusive Qualitätsprotokollfunktion ausgerüstet. Über LogoTronic ist sie online mit der Druckvorstufe von Schachner-Pack vernetzt.

Nach der Begrüßung durch Geschäftsführer Roland Schachner folgten Grußworte der Ehrengäste. Im Anschluss daran erläuterte Jürgen Veil, Leiter Marketing und Produktmanagement Bogenmaschinen von KBA, technische Highlights der schnellen Rapida 106 und moderierte Druck und Auftragswechsel bei der Produktion von hochwertigen Kunstdrucken im Rahmen einer Live-Demonstration. Bei Jazzmusik bestand bis in die Abendstunden hinein die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch zwischen den Druckfachleuten und Auftraggebern sowie weiteren Gästen des Unternehmens.

➤ www.kba.com

➤ www.schachner-pack.at



Erika und Roland Schachner sowie Reinhard Merschall von KBA-Mödling (l.) zerschneiden gemeinsam das Band zur Inbetriebnahme der Maschine.



Jürgen Veil, Leiter Marketing und Produktmanagement für Bogenmaschinen bei KBA, demonstrierte die Rapida 106-Doppellackmaschine live bei Druck und Auftragswechsel



Klappe für die Kappenschachtel

Chesapeake Deutschland Branded Packaging, einer der führenden deutschen Faltschachtelhersteller, investiert in die Kappenschachtel. Dazu hat das Unternehmen in Hiddenhausen eine der modernsten und leistungsfähigsten Anlagen für rund 1,5 Millionen Euro in Betrieb genommen.

Chesapeake gehört zu den wenigen Anbietern, die in der Lage sind, Kappenschachteln zu produzieren. Mit mehr als 64 Mio. Kappenschachteln jährlich ist das Unternehmen europaweit Marktführer. Das Werk mit einer Produktionsfläche von 3.300 m² ist mit acht Kappenschachtelanlagen, zwei Halsfertigungsmaschinen und einer Schneidemaschine ausgerüstet. In unmittelbarer Nähe betreibt Chesapeake in Melle eines der modernsten Faltschachtelwerke für hochveredelte Großauflagen.



Kappenschachteln sind dank ihrer Stabilität und Veredelungsmöglichkeiten zum Beispiel für Tabakprodukte gefragt.

Gefragt sind Kappenschachteln aufgrund ihrer Stabilität und den vielfältigen Möglichkeiten der Veredelung besonders im Süßwaren- und Tabakbereich. Moderne Technologie machen es möglich, dass Produktionsaufwand und Fertigungszeiten deutlich unter dem Niveau der Vorjahre liegen.

»Rechnet man alle Vorteile zusammen, eröffnet dies der Kappenschachtel jetzt die Möglichkeit, weitere Märkte zu erobern«, sagt Wolfgang Bahmann, Sprecher der Geschäftsführung von Chesapeake Deutschland in Stuttgart. Dafür spricht auch, dass sich die Umsätze

an den Standorten Melle und Hiddenhausen mit der Faltschachtel- und Kappenschachtelproduktion in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt haben.

Kappenschachteln haben viele Vorteile: Sie können schön sein, sind stabil und damit für luxuriöses und sensibles Füllgut wie Pralinen, Kos-

metik oder Tabakwaren besonders geeignet. Sie sind zudem umweltverträglich, preiswerter als Blech und attraktiver als Plastik. Am Point of Sales haben Kappenschachteln einen erstklassigen Auftritt. Insbesondere, wenn sie durch besondere Druckverfahren veredelt sind. Kappenschachteln setzen sich aus vier Einzelteilen zusammen: dem Bezug,

CHESAPEAKE

Chesapeake Deutschland ist nach eigenen Angaben ein mittelständisches und innovatives Unternehmen der Verpackungsindustrie mit vier Standorten in Deutschland. Das Unternehmen stellt hochwertige Verkaufsverpackungen aus Karton her – Schwerpunkt Süßwaren, Kosmetik, Gebrauchsgüter und Tabakwaren. Besondere Kompetenzen hat Chesapeake bei der Herstellung von Faltschachteln für die Süßwarenindustrie. Auf diesen Gebiet beansprucht das Unternehmen in Deutschland die Marktführerschaft für sich. Hierauf entfallen über 60% der Umsätze. Für führende Süßwarenhersteller und Konfigerier entwickelt Chesapeake seit Jahren individuelle Verpackungslösungen, die Akzente setzen im Design, in der Verarbeitungs- und Veredelungstechnologie, im Preis und in der Umweltverträglichkeit.



In Nachbarschaft zu Hiddenhausen, in Melle, einem der modernsten Faltschachtelwerke Europas, stellt Chesapeake hochveredelte Großauflagen her. Mit den Produktionsstätten in Melle und Hiddenhausen deckt Chesapeake das breite Spektrum zwischen Spezialverpackung und Großauflage ab.

dem Deckel, dem Boden und dem Hals. Das erfordert nicht nur besonderes Know-how, sondern auch spezielle Werkzeuge und Maschinen – so wie bei Chesapeake Deutschland am Standort Hiddenhausen.

► www.cskdeutschland.de



Die Kappenschachtelanlage im Werk Hiddenhausen ist die modernste und leistungsfähigste ihrer Art. An den Fertigungsstationen werden Kappenschachteln, die noch rundum verschlossen sind, zugeschnitten, und kommen später zum Beispiel bei Süßwaren zum Einsatz.



Segel setzen, wenn der Wind weht

Die Achilles Gruppe setzt auf innovative Technologien und Nachhaltigkeit bei der Veredelung

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen im Restaurant, studieren die Speisekarte und entdecken im Kartendeckel einen kleinen Monitor. Natürlich wollen Sie wissen, was es damit auf sich hat, Sie starten das Video und erfahren beispielsweise etwas über eine Sorte Sherry, ihren Anbau und ihre vorzügliche Eignung als Aperitif. Warum sollten Sie diesen Appetitanreger nicht einmal probieren?

Dann hat »multisensorischen Marketing« zugeschlagen und der »Achilles Moviecase« seinen Zweck erfüllt.

Mit dieser Anwendung geht Achilles einen weiteren Schritt bei der selbst gestellten Aufgabe, Druck-Erzeugnisse aufzuwerten. Ob Kaschierung, Prägefoliendruck, Lackierung oder spezielle Folien – die Achilles-Gruppe hat über 30 verschiedene Veredelungsmöglichkeiten im Angebot, die kombiniert eine schier unendliche Vielfalt bieten. Produktentwicklung und Design gehören ebenso zur Unternehmensphilosophie wie Qualität und Service aus einer Hand. Achilles investiert dafür permanent in neueste Technologien.

Filme in der Drucksache

So auch bei den Produkten »Achilles Moviecase« und »Vidipri by Achilles«, bei denen Achilles mit einem Kooperationspartner ein multisensorisches

Erlebnis bieten. In verschiedenste Printprodukte werden ein extrem flaches TFT-Display und ein Speichermedium samt Hard- oder Software integriert. Dabei ist das eingangs erwähnte Beispiel nur eines unter vielen. Filmsequenzen von 30 Sekunden bis 60 Minuten Dauer können in Schachteln, Boxen, Mappen, Bücher, Geschäftsberichte, Bedienungsanleitungen, Produktbeschreibungen, Reiseführer, Magazine, Beileger oder Einladungen integriert werden.

Bei »Achilles Moviecase« ist das Modul aus Bildschirm und Speicherkarte in ein individuelles Präsentationsprodukt integriert. Bei »Vidipri by Achilles« steckt das Modul in einer nach Kundenwünschen bedruckten Karton-Klappkarte. Diese wird im Hochformat (220 x 170 x 7 mm) und Querformat (178 x 127 x 7 mm) angeboten. Die Displays sind dabei in Größen von 67 x 50 mm sowie 72 x 56 mm erhältlich. Die Auflösung beträgt bis zu 640 x 480 Bildpunkte. Die Stromversorgung erfolgt über eine Lithiumbatterie, die mit einem Mini-USB-Anschluss wieder aufladbar ist.

»Damit können unsere Kunden einen Trailer in das für die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Präsentationsprodukt integrieren«, erklärt Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe. »Handbücher oder

Von Augmented Reality ist immer dann die Rede, wenn es um die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung geht. Doch müssen es nicht immer gleich QR-Codes oder Hightech pur sein: Intelligente und effektiv eingesetzte Veredelungen sprechen unsere Sinne ebenso an und lassen uns Produkte haptisch erleben.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Thorsten Drews ist seit 2005 Geschäftsführer der Achilles Gruppe und setzt im Familienunternehmen die erfolgreiche Unternehmensgeschichte bereits in der dritten Generation fort. Doch das Verwalten des Erbes ist nicht sein Ding. Er sprüht voller neuer Ideen, kann zu jeder Veredelungsanwendung eine eigene Story erzählen und ist wohl selbst der größte Fan veredelter Drucksachen – was im Übrigen durchaus ansteckend ist.

Bedienungsanleitungen werden via animierter Darstellung besser verständlich und damit kundenfreundlich.« In der Automobilindustrie gibt es interessante Einsatzmöglichkeiten in Unterlagen bei der Fahrzeugübergabe oder Reparaturanweisungen im Handbuch. Darüber hinaus kann ein Video in Geschäftsberichten für Abwechslung und Zusatzinformationen sorgen. Auch Informationen zu Veranstaltungen in Einladungen oder Filmsequenzen in Büchern, Reise- und Museumsführern sind denkbar.

Besonderes bei Achilles

Allerdings ist dieser Angebotsbereich nur ein Bruchteil dessen, was Achilles an innovativen Produkten zu bieten hat. Schließlich ist die Konkurrenz groß. Veredelung wird ja fast mit jeder neu ausgelieferten Offsetdruckmaschine möglich. So

sind flächige oder partielle Lackierungen längst zum Massengeschäft geworden. »Wenn das viele tun, müssen wir anderes finden«, sagt Thorsten Drews und erhebt den Anspruch: »Besonderes gibt es eben bei Achilles.«

Dabei stellt er fest, dass es aktuelle Trends gibt, die neue Schritte notwendig machen. Dazu zählt er technische Veredelungen wie das Aufbringen von Barrirelacken. »Wir erhalten zunehmend bereits veredelte Bogen, die wir weiterverarbeiten. Die Migrationsproblematik im Lebensmittelbereich hat diesen Trend beschleunigt.«

Nach seinen Worten geht es verstärkt um sichere Verpackungen und nicht zuletzt um mehr Nachhaltigkeit bei der Veredelung. Dabei wird es für Achilles gleichzeitig immer wichtiger, die Lieferkette aller eingesetzten Materialien exakt nachvollziehen zu können.



Die Veredelung wird grün

Dazu bietet Achilles für Kunden, die auf Nachhaltigkeit setzen, Folien und Kleber auf Basis nachwachsender Rohstoffe an. »Beide Materialien sind nach europäischer Norm kompostierbar und erlauben in Kombination eine wirklich nachhaltige Veredelung«, erklärt Thorsten Drews.

Die zur Verfügung stehenden biologisch abbaubaren und nach DIN EN 13432:2000 kompostierbaren Folien sind Glanz- und Matt- sowie silbermetallisierende Folien. Hergestellt sind sie auf Basis von Cellulose oder Stärke. Alle Folien verfügen über das »compostable«-Zeichen und sind lebensmittelgeeignet.

In Speisekarten ermöglicht das »Achilles Moviecase« die Integration von Promotion-Filmen von Getränkeherstellern zu ihrem Unternehmen, dem Produkt und seiner Herstellung. In der Abbildung rechts befindet sich auf der Umschlagsseite ein Promotionvideo über ein Bier. Zur Einführung des neuen VW Parkassistenten wurde ein Werbefilm in einer »Vidipri«-Klappkarte als Beileger für das Wochenmagazin »Der Spiegel« integriert.





Veredelungen sind keine Effekthascherei, mit Veredelungen lassen sich Inhalte unterstreichen oder gar verdeutlichen. Optik und Haptik lassen Welten neu erleben.

Folien und Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen sind nach DIN EN 13432:2000 kompostierbar und erlauben eine wirklich nachhaltige Veredelung.



Zudem haben sie gute Barriereeigenschaften und sind sowohl für die Versiegelung geeignet als auch wasserstabil.

Die Weiterverarbeitung dieser Folien und Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen wird seit einiger Zeit intensiv getestet. »Stanzen, Kleben, Siebdruck und UV-Offset sind inzwischen kein Problem mehr«, betont Thorsten Drews. »Außerdem testen wir in Zusammenarbeit mit Herstellern weitere Klebstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen, um Qualität und Einsatzmöglichkeiten weiter zu optimieren.«

Die Segel setzen

In diesem Zusammenhang sieht Drews »Achilles vor dem Markt. Die Nachfrage wird noch stärker einsetzen, weil petrochemische Stoffe immer teurer werden. Dann sind wir bereits vorbereitet.« Ohnehin habe sich der Beschaffungsmarkt zu einer wahren Rohstoff-Ralley entwickelt, so dass Achilles in den Einkaufsabteilungen mehrsprachige, selbst chinesischesprechende, Mitarbeiter beschäftigt.

»Wenn der Wind der Veränderung bläst, bauen einige Mauern, wir setzen die Segel«, sagt Thorsten Drews. Damit meint er auch, dass Organisa-

tion und Logistik immer diffiziler werden und sich zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln. »Sicherheit spielt eine immer größere Rolle und damit im Zusammenhang stehend die Verfügbarkeit und Kapazitäten. Deshalb haben wir für bestimmte Applikationen auch Back-ups an den verschiedenen Standorten«, erläutert Drews. Und nicht zuletzt müssten die Weichen gestellt werden, ob man sich eher auf Akzidenzen oder Verpackungen konzentrieren soll. »Es wird möglicherweise viel mehr Nachfrage bei der technischen Veredelung als bei der optischen geben.«

Auch wenn er einräumt, dass »Planung den Zufall durch Irrtum ersetzt«, hat er mit seinen Mitarbeitern eine Strategieplanung bis 2015 vorbereitet, die vorsieht, die Mitarbeiter noch intensiver zu schulen, in das Projektmanagement einzubinden und neue Produkte oder Anwendungen zu suchen. »Ich ermuntere unsere Mitarbeiter dazu, mehr auszuprobieren«, sagt Thorsten Drews, auch wenn es immer genügend Gründe gäbe, etwas nicht zu tun.

Doch die Märkte änderten sich und die Gruppe biete genügend Potenzial, weitere Synergien auszuschöpfen. So wie beim Fulfillment, wo Produktidee, Veredelung, Konfektionierung und komplette Musterlieferung

gen Hand in Hand gehen. Auch in der Kleinserienfertigung werde weiter optimiert. Oder generell bei der Veredelung, die den Verschleiß von Druckerzeugnissen verhindert, da sie diese bis zu 1.500 mal haltbarer macht als unveredelte Printprodukte. Der Anteil veredelter Produkte im Verhältnis zum gesamten Papierverbrauch in Deutschland liegt statistisch unter 0,3%. Die Hälfte davon sind Bücher oder hochwertige Präsentationsprodukte.

Veredelung überrascht

Fast jedes zweite Buch in Deutschland wird heute von Achilles veredelt. Ob hochglänzende UV-Lackierung, Kaschierung mit Glanz-, Matt- und Spezialfolien, Strukturprägung oder Prägefoliendruck – jeder hat sicher schon einmal ein von Achilles veredeltes Druckerzeugnis in der Hand gehabt.

»Eine gelungene Veredelung überrascht. Sie lässt ein Cover, eine Verpackung oder einen Schubler nicht nur so aussehen wie das darin präsentierte Produkt, sondern auch so anfühlen. Ein wesentlicher Faktor der Druckveredelung ist heute das haptische Erlebnis«, erläutert Thorsten Drews. Besonders geeignet dafür sind alle Veredelungsformen, bei denen hohe Lackschichtdicken oder Lacke mit Effektpigmenten zum Ein-

satz kommen. Dazu gehören Thermolacke, Silberlacke, Glitterlacke oder Duftlacke. Auch Relief- und Strukturlacke sind bestens geeignet, um haptische Effekte zu erzeugen. Im Siebdruck können fast alle Materialien veredelt werden und stärkere Lackschichten als im Offsetdruck aufgetragen werden.

Besonders strapazierfähig

Doch nicht nur Optik und Haptik zählen. Auch die Funktion einer Veredelung gewinnt an Bedeutung. Viele Drucksachen müssen aufgrund permanenter Beanspruchung besonders strapazierfähig sein. Hier fügt sich der Bereich »Laminieren« nahtlos an die Veredelungsangebote an. Ob Schmutz, Feuchtigkeit oder Abnutzung – laminierte Produkte wie Lernmaterial, Landkarten, Taschenkalender oder Kataloge sind gegen diese »Angriffe« geschützt. Achilles bietet Laminierungen in Einsiegelungsstärken von 0,06 mm bis 2,0 mm und Oberflächenkombinationen in glänzend und matt mit umlaufenden Rändern oder randlos an. Bei Kataloganwendungen sind gerundete Ecken, Lochbohrungen, Konturenstanzen, Zusatzregister und verschiedene Verbindungsformen möglich.



Einbände aus Weich-PVC waren bisher die gängige Technik für Bücher. Im Vergleich dazu ist Achilles LamiBook auch an den Falzungen und Kanten abriebfest und gewährleistet maximalen Schutz. Bei Bedarf kann das Umschlagmaterial beidseitig im Offset bedruckt werden. Eine PUR-klebegebundene LamiBook-Variante ist im Vergleich zu eingehängten Decken in einer Buchstraße schneller und effizienter produziert.

Verpackung und Inhalt harmonisieren

Achilles bietet auch bei Verpackungen neue Veredelungsformen. Optische Effekte werden dabei durch den Einsatz von Spezialfolien oder feinem Flock erzielt. Relief- und

Strukturlacke sorgen zudem für eine Haptik, die dem des verpackten Produktes weitgehend entspricht. Auch die Kombination verschiedener Veredelungen gewinnt an Bedeutung. »Eine Verpackung wird dann als positiv wahrgenommen, wenn die Veredelung und das verpackte Produkt miteinander harmonieren. Zudem unterstützt die Veredelung den Markterfolg, wenn sie nicht nur so aussieht wie der Inhalt, sondern sich auch so anfühlt«, erklärt Thorsten Drews. »Dann kann die Verpackung noch besser dazu beitragen, eine Markenbotschaft zu transportieren und die Wertigkeit des Produktes zu unterstreichen.« Beste Beispiele dafür sind Veredelungen, die sich wie Leder anfühlen, die Rauheit von



NEUE MUSTERKARTEN FÜR HOCHWERTIGE VEREDELUNGEN

Um alle Veredelungsmöglichkeiten anschaulich präsentieren zu können, hat die Achilles Gruppe ihr Leistungsspektrum in ein neues Musterkarten-Konzept eingebracht. Die Karten sind original veredelt und ermöglichen so nicht nur einen optischen Eindruck, sondern auch das haptische Erlebnis. Ein weiterer Vorteil des Musterkarten-Systems ist seine Flexibilität: neue Veredelungsvarianten können so jederzeit von Achilles ergänzt werden. Der Kunde bleibt somit immer auf dem neuesten Stand des Angebotes hochwertiger Veredelungsmöglichkeiten. Die Achilles Musterkarten gibt es zurzeit für die Veredelungen Flock, Polyester-Laminierung, Duftlack, Sandimitationen, Nachleuchtfarbe, Achilles Spezial-Matt, Achilles Polylein und Prägefoliendruck.

Das handliche Musterkarten-Format von 21 x 10 cm bietet zudem auf der Rückseite genügend Raum für die wichtigsten Informationen zur Veredelung auf der Vorderseite. Nützliche Details über die eingesetzte Technik, zu möglichen Einsatzgebieten, die wichtigsten Eigenschaften und Voraussetzungen für deren Nutzung sowie eine grobe, erste Einschätzung der Kosten helfen bei der Entscheidungsfindung. Nicht zuletzt erlaubt eine Übersichtskarte, den Achilles Betrieb in der Nähe für Fragen oder weitere Informationen zu finden.

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36



www.arcusdesigns.de



Mit dem Portal »easyordner.de« bietet Achilles nicht nur Kunden aus Business und Design eine Möglichkeit, Ordner individuell zu gestalten und online zu bestellen, sondern auch privaten Verbrauchern.



ACHILLES GRUPPE

Achilles betreibt mit 560 Mitarbeitern zwei Werke am Hauptsitz in Celle, 13 Standorte in ganz Deutschland sowie mehrere Niederlassungen in Tschechien und Polen. Neben der Papierveredelung bietet das Unternehmen individuelle Präsentationsprodukte, Laminierungen und Lösungen im Bereich der Verpackungsveredelung an. Damit erzielte Achilles im Jahr 2010 einen Umsatz von etwa 74 Mio. Euro.

Das Traditionsunternehmen, 1946 von Werner Achilles in Celle gegründet, hat sich in etwa sechs Jahrzehnten zum Marktführer in der Papierveredelung und bei firmenindividuellen Präsentationsprodukten in Deutschland entwickelt.

Seit 2005 leitet Thorsten Drews als Geschäftsführer die Firmengruppe und führt die erfolgreiche Geschichte des Familienunternehmens bereits in der dritten Generation fort.

Beton, Mauern und Putz simulieren oder sich gar anfühlen wie ein Stück Gebäck.

Funktionale Veredelungen für den Scheuerschutz-, Matt- und Barriere-lack oder Fensterkaschierung sorgen außerdem dafür, dass die Ware nicht nur optimal präsentiert, sondern die Verpackung selbst geschützt bleibt. Zudem können Lebensmittel durch die richtige Veredelung länger frisch gehalten werden.

So hat Achilles ein Verfahren für die Fensterkaschierung entwickelt, mit dem es möglich ist, gedruckte und gestanzte Druckbogen abschließend vollflächig zu kaschieren und dennoch den »Durchblick« zu erhalten. Zudem setzt Achilles Schutzlacke oder Barriere-lacke ein, die teilweise bis zu 200° C backfähig sind und den Karton so in eine Primärverpackung verwandeln. Hier versteht man sich als Berater für neue Veredelungsmöglichkeiten und deren lebensmittelrechtlicher Unbedenklichkeit.

Veredelungsinnovationen

Nach »Achilles Spezial-Matt« (ASM), der kratzfesten Mattfolie, wurden zwei weitere Veredelungsfolien entwickelt: Die »Achilles Spezial-Glanz Folie« (ASG) bietet Kratzfestigkeit, die »Achilles Struktur-Leinen-Folie«

(ASL) verleiht einem Printprodukt zudem eine samtig-textile Anmutung. Die neuen Folien haben die Optik vorgeprägter Folien, verfügen über eine glatte Rückseite, was den Klebverbrauch reduziert. Auch die Gefahr der Vergrauung wurde bei den Folien reduziert. »Durch ihre Robustheit sind unsere Folien zum Beispiel für Bücher, Ordnerbezüge und Verpackungen hervorragend geeignet«, erläutert Thorsten Drews.

Neben den drei Spezialfolien bietet das Unternehmen unter dem Markennamen »Achilles films.« für seine Kunden auch individuelle Foliendesigns an. »Gerade für Verlage, Verpackungshersteller und Markenartikler bietet das individuelle Foliendesign einen einmaligen Wiedererkennungswert auf allen Produkten«, betont Drews. Damit wurde Achilles inzwischen auch Folienlieferant und ist internationaler geworden.



Neben den drei Schutzfolien ASM, ASG und ASL bietet Achilles unter dem Markennamen »Achilles films.« für seine Kunden auch individuelle Foliendesigns an.

Präsentieren mit allen Sinnen

Die optischen, haptischen und funktionalen Effekte kommen allesamt bei den Präsentationsprodukten zum Einsatz. Ringmappen, Hebelordner, Koffer, Boxen, Schachteln und Klappkassetten, Schubler und Register, Angebots-, Fächer- und Musterkollektionsmappen gehören ebenso zu diesem Angebot wie »Achilles Moviecase« und »Vidipri by Achilles«. Das Angebot »Präsentieren mit allen Sinnen« nehmen inzwischen Agenturen, Druckereien, Verlage und Direktkunden wahr.

Denn auch für Kleinstauflagen ist Achilles inzwischen gefragter Partner. Dazu betreibt das Unternehmen das Portal »www.easyordner.de« im Internet, in dem individuelle Ordner ab Auflage 1 gestaltet und bestellt werden können.

»Wenn Veredelung sinnvoll eingesetzt wird, wenn Funktion, Optik, Haptik und technische Veredelung zu einem Markenauftritt beitragen, ist noch lange kein Ende der Entwicklung im Bereich der Veredelung abzusehen«, ist Thorsten Drews überzeugt.

► www.achilles.de

► www.easyordner.de

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



Lust auf edles aus der Manufaktur

Die Wolf-Manufaktur gilt schon seit längerem als ein Geheimtipp in der Veredelungsszene. Jetzt hat das Team eine interessante Musterbox herausgebracht, die gleichzeitig informiert und damit Lust auf edle Drucksachen macht.

Gut durchdacht und sortiert finden sich acht verschiedene Veredelungstechniken auf elf unterschiedlichen Feinstpapieren. So ergeben sich über 30 verschiedenen Kombinationen. Äußerst praktisch! Denn so lassen sich leicht die Effekte auf den verschiedenen Bedruckstoffen beurteilen. Aber die Box ist nicht nur gut gestaltet, sondern auch perfekt produziert. Aktuelle Trends wie Letterpress beziehungsweise das Bostonstyle-Verfahren werden genauso gezeigt wie Heißfolienprägungen als Relief oder blind, Laserstanzungen, UV-Lacke und und und. Vor allem die verschiedenen Kombinationen zeigen das Können der Ingelheimer. Gelungen, einwandfrei und überzeugend!



Für die Produktion greift die Wolf-Manufaktur auf die Wolf-Gruppe, Ingelheim, zurück. Die Mediengruppe nahe Mainz stellt eine große Bandbreite an Produktionskapazitäten zur Verfügung. Für Wolf-Geschäftsführer Thorsten Winterheimer ist die Manufaktur die ideale

Ergänzung zum Produkt- und Dienstleistungsportfolio von Wolf: »Hier können wir hochwertige Druckprodukte in Perfektion produzieren. Zudem ist das Potenzial an Handarbeit, wie der Name schon vermuten lässt, im Manufaktur-Bereich recht hoch. Hier können wir

ebenfalls auf die Performance der Wolf-Gruppe zurückgreifen.« Für alle Kreative, ganz gleich wo, ist die Musterbox von erheblichem Nutzen: Mit den Druckmustern lassen sich pfiffige Druckveredelungen präsentieren. Und mit anschaulichen und haptischen Mustern lassen sich Kunden einfacher von schönen Druckprodukten überzeugen. Das Betrachten und Anfassen macht Lust auf edle Drucksachen. Mit 89,00 Euro ist die Box zwar nicht ganz billig, allerdings wird der Preis bei einem Erstauftrag erstattet.

► www.wolf-manufaktur.de





Wie kommt die Karte ins Kuvert?

KAMA zeigte auf den Postpress Informationstagen von Heidelberg in Leipzig profitables Weiterverarbeiten an der ›Viel-Falt-Klebmaschine‹ und bindet die Veredelungsstanze ProCut erstmals in Prinect ein.

Am Anfang steht der gedruckte Bogen, am Ende ein geschlossenes Briefkuvert, befüllt mit einer veredelten Grußkarte. Mit dem Workflow dazwischen beschäftigte sich die KAMA GmbH und präsentierte auf den Informationstagen der Heidelberg Postpress Deutschland GmbH in Leipzig Anfang November 2011 die vielseitig einsetzbaren Weiterverarbeitungslösungen ProCut 74 F und ProFold 74 für den Akzidenz- und den Verpackungsdruck.

WIE KOMMT DIE KARTE INS KUVERT?

Eigentlich zaubert die ProFold 74 das Kuvert um die Karte herum: Nach dem Aufspenden der Grußkarte wird der Umschlag maßgeschneidert um die Karte gefaltet und geklebt und auf der 5,5 m langen Maschine geschlossen. Erstmals zeigte KAMA die Aufspendeeinrichtung kombiniert mit der neuen 90°-Dreheinrichtung. Das Drehen des Umschlags während des laufenden Transports erhöht die Taktgeschwindigkeit und der Arbeitsablauf mit Aufspenden, Falten, Kleben, Drehen und Schließen erfolgt mit einer Leistung von 6.500 Stück in der Stunde. Ebenfalls auf der ProFold 74 wurde die Grußkarte gefaltet – mit einer Leistung von 260 Stück in der Minute beziehungsweise 15.000 pro Stunde.

›VIEL-FALT-KLEBEMASCHINE‹ Eindrucksvoll schnell ist das Umrüsten der ProFold zwischen den beiden Anwendungen in weniger als einer halben Stunde. »Die Wirtschaftlichkeit der ProFold 74 liegt im flexiblen Einsatz für viele verschiedene Falt- und Klebeprodukte, verbunden mit dem einfachen Umrüsten der Maschine von einem Auftrag zum nächsten«, erklärt Marcus Tralau. Der KAMA-Geschäftsführer bezeichnet die ProFold als ›Viel-Falt-Klebmaschine‹, deren Einsatz sich schon bei Auflagen in der Größenordnung



Anleger mit Heidelberg Saugkopf an der Veredelungsstanze ProCut 74 F. Daneben die Klappkarte mit Heißfolienveredelung, veredelt und gestanzt am ProCut 74 F. Aufspendeeinrichtung der ProFold 74 mit Klappkarten und Display. Die ProFold 74 platziert die Grußkarten ins Kuvert mit Steckverschluss bei einer Leistung von 6.500 Ex./Stunde.

von 1.000 Stück rechnet. Unterstützt wird das schnelle Umrüsten durch den optionalen ›Job Planner‹: Die Software berechnet für jeden Auftrag die optimale Maschinenkonfiguration und liefert dem Bediener einen detaillierten Rüstplan. Mit der neuesten Version des Job Planners können zudem die Laufzeit auf der Maschine und die Kosten kalkuliert werden.

Zudem kann die Veredelungsstanze ProCut 74 F jetzt an das Heidelberg Workflow-System Prinect angeschlossen werden. Über ein Datenterminal plus Zählerbox wird der Produktionsfortschritt kontinuierlich an den Postpressmanager übermittelt. Damit ist die Weiterverarbeitungsleistung der ProCut vernetzt und der Auftragsverlauf zentral abrufbar.

REKORDSCHNELL UMRÜSTEN KAMA zeigte die Veredelungsstanze mit Vollausstattung und veredelte sechs Klappkarten pro Bogen mit Heißfolie als Relief. Im zweiten Durchlauf wurde eine feine Blindprägung appliziert, gerillt und praktisch ohne Haltepunkte gestanzt. Das Umrüsten der Maschine vom Veredeln zum Stanzen und umgekehrt wurde auf der Open House vom Bediener eindrucksvoll in weniger als zehn Minuten vorgeführt. »Das schnelle Umrüsten macht den Einsatz der ProCut 74 extrem flexibel und zahlt sich gerade bei der aktuellen Entwicklung zu kleinen und personalisierten Auflagen aus«, erläutert Tralau. Zur optimierten Vollausstattung der ProCut 74 F gehören die motorische Stanzdruckverstellung mit Überlastschutz, getaktete Blasluft zum schnelleren Ablösen der Heißfolie und der bewährte Original Heidelberg Saugkopf am Anleger.

› www.kama.info





TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2012			
30. 01. - 10. 02. 2012	druckforum des Verbandes Druck und Medien	Stuttgart	 www.verband-druck-bw.de
28. 01. - 31. 01. 2012	Paperworld, The World of Office and Stationery	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.com
02. 02. - 03. 02. 2012	Fogra-Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
18. 04. - 19. 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
26. 09. - 27. 09. 2012	EcoPrint EuropeLive 2012	Berlin	 www.ecoprintshow.com
12. 09. - 14. 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	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



Gesellschaftlicher Abend BRANCHENFORUM ZUR DRUPA 2012

Zur drupa 2012 lädt der Bundesverband Druck und Medien am Donnerstag, 10. Mai 2012 von 18.30 bis 20 Uhr zum Branchenforum Druck & Medien.

Zu der Veranstaltung in Kooperation mit der WGZ Bank AG und der DZ Bank AG, der »Rheinischen Post« und der Messe Düsseldorf werden 300 bis 500 nationale und internationale Gäste aus Politik und Wirtschaft erwartet.

Das Branchenforum 2012 wird sich den Schlüsselthemen Nachhaltigkeit, Energie und Klimaschutz widmen. Als Keynote-Sprecher ist Bundesumweltminister Dr. Norbert Röttgen angefragt. Moderiert wird der Abend mit prominenten Vertretern aus Druck- und Papierbranche, Wirtschaft und Politik von der »Rheinischen Post«. Im Anschluss an den offiziellen Teil ist ein Get-together geplant.

Eine nachhaltige Entwicklung, Klimaschutz- und Energiepolitik gehören zu den besonderen Herausforderungen der Zukunft. Mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex sind Unternehmen künftig aufgerufen, die Werte Soziales und Umwelt in ihre Unternehmensführung zu verankern. Welche Verpflichtungen und Chancen sich für die Industrie daraus ergeben, sind Thema dieses großen gesellschaftlichen Abends zur drupa im Congress Center Süd, Raum 3.

➤ www.bvdm-online.de

Museum für Druckkunst Leipzig AUSSTELLUNG DIE KUNST DES LICHTDRUCKS

Noch bis 22. Januar 2012 zeigt das Museum für Druckkunst in Leipzig Werke von zehn zeitgenössischen Künstlerinnen und Künstlern in der Ausstellung »Die Kunst des Lichtdrucks«.

Ökonomisch uninteressant, weil zu kostspielig, dafür aus künstlerischer Perspektive umso reizvoller, widmete sich das Lichtdrucksymposium vom 17. bis 28. Oktober 2011 der Vielfaltigkeit des Druckverfahrens.



Lichtdruck-Werkstatt in Leipzig.

Im Rahmen der Ausstellung werden auch die Ergebnisse des Lichtdrucksymposiums 2010 ausgestellt. Die Ausstellung ist eine Kooperation des Museums für Druckkunst mit dem Bund Bildender Künstler Leipzig e.V. (BBKL e.V.) und dem Lichtdruck-Kunst Leipzig e.V. und wird von der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen sowie vom Kulturamt der Stadt Leipzig unterstützt. Der Lichtdruck gilt als die edelste und vollendetste Reproduktionstechnik im Druckhandwerk. Nach Informationen des Museums existieren weltweit nur noch zwei Lichtdruckwerkstätten: in Kyoto und Leipzig. Das Wissen um die Drucktechnik droht verloren zu gehen, denn in der Lichtdruckwerkstatt in Leipzig arbeitet nur noch ein ausgebildeter Lichtdrucker. Deshalb hat der Lichtdruck-Kunst Leipzig e.V. die Aufnahme in die UNESCO-Liste des zu schützenden immateriellen Kulturerbes der Menschheit beantragt.

➤ www.druckkunst-museum.de

Klimaschutz CLIMATEPARTNER ACADEMY 2012

Die ClimatePartner Academy bietet im Januar und Februar 2012 eine neue Seminarreihe zum Klimaschutz und zur Nachhaltigkeit in Kooperation mit dem FSC Deutschland und der GFA Consulting Group an. Die praxisorientierten Veranstaltungen finden an sechs Standorten in Deutschland und Österreich statt: Berlin, Hamburg, Heidelberg, München, Neuss und Wien.

Die ClimatePartner Academy wurde als Veranstaltungsreihe der Klimaschutzberatung ins Leben gerufen, um den Wissenstransfer zu ermöglichen. Die Seminare und Workshops basieren auf Erfahrungen aus der Praxis und sind auf die Anforderungen und Bedürfnisse von Unternehmen ausgerichtet.

Ab dem 27. Januar 2012 startet das neue Programm.

Im Seminar »Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte« erfahren Teilnehmer Grundlagen zu Klimawandel und Klimaschutz, zu Green Marketing und zur Vermarktung von klimaneutralen Produkten. In der Anwenderschulung »Footprint Manager« werden die Funktionen der TÜV-zertifizierten IT-Systemlösung für klimaneutrales Drucken erläutert. Im Workshop »Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label« der GFA Consulting Group erhalten Teilnehmer Informationen zu FSC und PEFC Zertifizierungen, zu deren Standards und Möglichkeiten, sowie zum Umgang mit dem FSC Labelstandard.

Ein weiterer Bestandteil des Programms stellt der Workshop »Chain of Custody« des FSC Deutschland dar, in dem die Grundlagen der Produktketten-Zertifizierung, das Regelwerk und die Verwendung des Warenzeichens erläutert werden.

➤ www.climatepartner.com

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 Verkauf- 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



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.

Cluster Druck und Printmedien »LOPE-C« KOMMT NACH MÜNCHEN

Das Innovationsnetzwerk Cluster Druck und Printmedien beschäftigt sich seit längerem schon mit gedruckter Elektronik und konnte nun die europäische Leitmesse »LOPE-C« (Large-area, Organic & Printed Electronics Convention) vom 19. bis 21. Juni 2012 nach München auf die Messe holen.
➤ www.cluster-print.de

VDM Nord KEINE PROBLEME MIT DEM DATENSCHUTZ

Das Bundesdatenschutzgesetz schützt vor Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch »falschen Umgang« mit personenbezogenen Daten. Der Verband Druck und Medien Nord e. V. (VDM Nord) bietet am 18. Januar 2012 eine Informationsveranstaltung zu diesem Thema an. Beginn 16.00 Uhr in Hamburg-Ottensen.

HP und Mimaki als Sponsoren ECOPRINT EUROPE LIVE 2012 IN BERLIN

Die EcoPrint 2012, die neue Fachmesse der Druckbranche, die am 26. und 27. September 2012 in Berlin stattfindet, wird ganz im Zeichen der nachhaltigen Druckproduktion stehen – und hat nun zwei Gründungsaussteller und Förderer gewonnen: HP und Mimaki Europe. Dies gaben die Veranstalter bekannt.

Erfolgreiche Premiere CAMPUS MANAGEMENT- AKADEMIE

Außergewöhnliche Ziele, exklusive Inhalte und ein einzigartiges Konzept – das sind die Merkmale eines neuen Programms für Entscheider in der Druck- und Medienbranche. Zum Auftakt des »Managementprogramms für Unternehmensführung« am 15. November 2011 wurden die Erwartungen der Teilnehmer voll getroffen. Simone Marhenke, Geschäftsführerin der campus Managementakademie, erklärt: »Wir freuen uns über den gelungenen Start unseres neuen Programms und über das positive Feedback der Teilnehmer. Wir sehen, dass die Idee und Philosophie des Seminars verstanden wird und wir mit unserem Konzept richtig liegen.« Das Programm verbindet Fachgebiete wie Finanzen, Marketing und Unternehmensstrategie mit Themen wie Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung. Im Januar findet das nächste Modul statt, dann geht es um den Themenschwerpunkt Strategie und Marketing. Weitere Informationen zum Managementprogramm sind im Internet erhältlich.

➤ www.campus-mdm.de

Museum für Druckkunst Leipzig

MEHRFARBDRUCK: VON DER LITHOGRAFIE ZUM OFFSETDRUCK

Vom 3. Februar bis 13. Mai 2012 zeigt das Museum für Druckkunst in Leipzig eine zweiteilige Ausstellung über Drucktechniken des frühen Mehrfarbdrucks für Massenaufgaben zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Im ersten Teil wird anhand der Ansichtskartenproduktion der Leipziger Kunstanstalt Carl Garte um 1900 die frühe Farbtechnik der Chromolithografie erläutert. Ausgewählte Exponate veranschaulichen die arbeitsaufwendige Technik, während historische Ansichtskarten die erstaunlich farbenprächtigen Ergebnisse demonstrieren. Im zweiten Teil der Ausstellung wird die Frühphase des Offsetdrucks dargestellt, in den die Firma Carl Garte als einer der ersten Betriebe in Deutschland investierte. Zunächst wurde diese Drucktechnik noch nicht für den Buch- und Zeitungsdruck, sondern für Plakate, Ansichtskarten, Verpackungen, Briefköpfe etc. eingesetzt, da sie sich besonders für farbige Illustrationen eignete. Diese frühen Verwendungszwecke des Offsetdrucks werden durch zahlreiche Originale aus der Sammlung Hans Garte illustriert.

Die Ausstellung ist in Kooperation mit dem Deutschen Zeitungsmuseum Wadgassen, der Internationalen Senefelder-Stiftung Offenbach und dem Sammler Gerhard Stumpp, Stuttgart entstanden.

➤ www.druckkunst-museum.de



Ansichtskarte Leipziger Messe, um 1910; Sammlung G. Stumpp, Stuttgart (oben). Zeitschriftencover 1934; Int. Senefelder-Stiftung Offenbach.

bvdm

UNTERNEHMERFORUM IN BERLIN

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) veranstaltet am 24. April 2012 in Berlin das Unternehmerforum der deutschen Druck- und Medienindustrie im Maritim Hotel. Gäste sind Verleger und Geschäftsführer aus den führenden Druck- und Medienbetrieben in Deutschland.

Ein Jahr vor der Bundestagswahl 2013 wird das Thema des Unternehmerforums »Berlin, Brüssel – Versteht die Politik noch den Mittelstand?« sein. Gleichzeitig wird das Unternehmerforum mit dem Druck- und Verpackungsmarkt in China und den Implikationen auf unsere Märkte wichtige künftige internationale Wirtschafts- und Handelsaspekte aufgreifen.

Geplant sind eine Keynote und eine anschließende Diskussionsrunde mit führenden Bundespolitikern und Vorsitzenden der Wirtschafts- und Mittelstands-Spitzenverbände. Das Unternehmerforum beginnt um 10.30 und wird bis etwa 14.00 Uhr dauern.

➤ www.bvdm-online.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

Streifen einschussgeräte
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*

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

TECHKON
Alle Farben perfekt im Griff ...



- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

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

DRUCKMARKT impressions

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

www.druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

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

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

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

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

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:
In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

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

WEITERBILDUNG



«gib»
Zürich

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

VERSCHIEDENES

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



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

Gütesiegel



Publikation
VERBAND SCHWEIZER
PRESSE

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

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

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