

DRUCK MARKT impressions 44

31. Januar 2012

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



worldwide published

Kodak taumelt in die Insolvenz

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Essay: Wir sinken alle im gleichen Boot. Seite 10.

Markt & Zahlen: Der gelbe Riese taumelt in die Insolvenz. Seite 14.

manroland: Zerschlagen! Seite 22.

bvdm: Kein Pfeifen im Wald. Seite 26.

Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2012. Seite 40.

Foto: Kodak

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.



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



Anders als in all den Jahren zuvor

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 08 Heidelberg streicht weiter 2.000 Stellen
- 10 Wir sinken alle im gleichen Boot
- 14 Der gelbe Riese taumelt in die Insolvenz
- 22 Zerschlagen!
- 24 Die Krise im Druckmaschinenbau ist hausgemacht
- 26 Kein Pfeifen im Wald

Premedia & Prepress

- 28 Nachrichten
- 30 Neue Funktionen für CtP-Belichter

Print & Finishing

- 32 Nachrichten
- 34 Neue Maschinensteuerung für mehr Flexibilität
- 35 Erste Océ ColorStream 3500
- 36 Alles in einem Durchgang auf der Rapida 106
- 37 Heidelberg liefert 1.000. Druckwerk der Speedmaster CX 102 aus
- 39 Neuer ProzessStandard Offsetdruck PSO 2012

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten
- 44 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 46 Business to Business

Am 16. Januar verunglückte das Kreuzfahrtschiff »Costa Concordia«. Tragisch genug, werden Sie denken, doch was kümmert das eine Fachzeitschrift, die sich eher weniger dem Tourismus widmet? Eigentlich nur wenig. Doch die Umstände in diesem Januar sind eben andere als in all den Jahren zuvor.

Der manroland-Crash war noch nicht verdaut und die Zerschlagung des Konzerns am 18. Januar besiegelt, da legte Kodak am 19. Januar nach: Insolvenz nach US-amerikanischem Recht – Chapter 11. Und würden durch diese beiden Ereignisse nicht schon genug Menschen ihren Job verlieren, kündigte auch Heidelberg an, noch einmal etwa 2.000 Arbeitsplätze abzubauen.

Was 2012 in einem, dem ersten Monat des Jahres passiert ist, hat die Branche schon seit der Berthold-Pleite im Jahr 1993 nicht mehr erlebt. Urgesteine der Druckindustrie schwächeln nicht nur, sondern gehen geradezu unter. Was eben die Parallele zur Katastrophe an der italienischen Toscana-Küste herstellt und die Fragen aufwirft, wer an solch desaströsen Untergängen die Schuld trägt, ob die Pleiten großer Konzerne nur auf konjunkturelle Schwächeperioden, Finanz- und sonstige globale Krisen, vielleicht doch auf deren Steuermänner zurückzuführen sind, oder ob die Mechanismen in der Wirtschaft noch zeitgemäß sind. Genau damit beschäftigt sich unser Essay »Wir sinken alle im gleichen Boot« auf Seite 10 dieser Ausgabe.

In eine andere Richtung scheint indes die Druckindustrie selbst zu tendieren. Denn wenn die Branche, deren Preisindex noch immer 5% unter dem Jahr 2005 liegt, gleichzeitig gestiegene oder konstante Umsätze generiert, kann dies nur durch gestiegene Produktionsvolumen gelungen sein. Ein Silberstreifen am Horizont? Warten wir lieber noch etwas ab.



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 2012



M-real mit Tapetenrohmaterialien FÜR WANDESIGN-TRENDS UND PRO NATUR

Vielseitige Raumgestaltungen durch individuelle Tapetendesigns werden fester Bestandteil moderner Raumgestaltung und erfordern Rohpapiere, die eine hochwertige Performance und Festigkeit bei gleichzeitiger Flexibilität bieten. M-real, der nach eigenen Angaben weltweit führende Hersteller von Tapetenrohmaterialien präsentierte auf der Heimtextil 2012 seine Qualitäten der Cresta-Reihe. Diese unterstützen mit guter Bedruckbarkeit alle Trenddekors und weisen eine überzeugende Nachhaltigkeitsbilanz nach. Die Produktpalette von M-real umfasst Duplex- und Simplex-Tapetenrohmaterialien sowie Vliesprodukte für besondere Anwendungszwecke. Mit Cresta können Tapeten trocken und einfach auf die gekleisterte Wand aufgebracht und leicht wieder entfernt werden und sind waschbeständig. Damit sind sie Basis für Variationen von Vinyltapeten, PVC-Tapeten und Papiertapeten.

➤ www.m-real.com

bvdm

PRINT POWER FÜR DAS JAHR 2012

2012 soll nach Ansicht des Bundesverband Druck und Medien das Jahr für eine umfassende Imagekampagne für Print werden. Auch der bvdm unterstützt nun die europäische Print Power-Initiative, die mit Anzeigenmotiven (siehe auch Seite 19), Imagebroschüren, Messe- und Presse-Events bei Marketingentscheidern für das Medium Print wirbt. Zur drupa präsentiert sich Print Power auf einem 160 m²



großen Messestand und täglichen Veranstaltungen der Partner. Träger von Print Power Deutschland sind der Bundesverband des deutschen Papiergroßhandels (BvddP), der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Heidelberger Druckmaschinen, manroland, SAPPI, Papierfabrik Scheufelen, UPM-Kymmene, der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) und der Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF). Auf europäischer Ebene wird Print Power für die Feinpapierhersteller durch Cepifine, für die Produzenten von Publikationspapieren Cepiprint, für die Druckindustrie von Intergraf und für den Papiergroßhandel von Europa getragen.



Zum zweiten Mal erhielten die Druckverantwortlichen der flyeralarm GmbH und deren Druckbetriebe in Würzburg, Marktheidenfeld und Greußenheim vom Verband Druck & Medien Bayern das PSO-Zertifikat. Alle Betriebe hatten sich 2009 erstmals den Prüfkriterien für den PSO unterzogen. Auf dem Foto sind (v. l.): Dirk Müller (Verband Druck & Medien Bayern e. V.), Jan Barthel (Betriebsleiter Druckhaus Mainfranken Marktheidenfeld), Andre Eckert (Betriebsleiter Druckhaus Mainfranken Greußenheim), Michael Deml (Betriebsleiter Druckhaus Mainfranken Klipphausen und Kesselsdorf), Christoph Fehre (flyeralarm GmbH Würzburg, Leitung Kleinoffset- und Digitaldruck).



Mit einer Reihe an Veranstaltungen bedankte sich Deutsche Papier Ende letzten Jahres bei ihren Kunden. Die in verschiedenen Städten durchgeführten Events reichten vom Carrera-Racing über einen Besuch der Vierschanzen-Tournee bis zu kulinarischen Abenden. Unter dem Motto »Kochende Leidenschaft mit Hello« begrüßte Deutsche Papier beispielsweise in Essen Druckereikunden zum exklusiven Kochevent mit dem Sternekoch Nelson Müller, der ein exklusives Menü präsentierte.

12000

TONNEN CO₂

kompensierten die 330 Druckereien in Deutschland und Österreich, die den Klimarechner der Druck- und Medien-Verbände einsetzen. Dies sei eine Steigerung um 200% gegenüber dem Vorjahr, teilte der bvdm mit. Welche Menge an CO₂ durch nachhaltige Maßnahmen reduziert wurden, ist nicht bekannt. Dazu gibt es offensichtlich kein Zahlenmaterial. Schade.

Quelle: bvdm 12. 1. 2012



HORST LAMPARTER übernahm am 1. Januar 2012 als Director Sales and Marketing die Leitung der Bereiche Vertrieb und Marketing bei Scheufelen.

Stellvertreter wird Andreas Laderer, der bisher den Bereich Sales Central Europe verantwortete.



Zum 6. Dezember 2011 hat **MARTIN KNUTH** die Vertriebsleitung für den Bereich Rollenoffset bei Deutsche Papier übernommen.

In seiner Funktion berichtet er an den Geschäftsführer Walter Raes. Knuth verfügt über eine langjährige Vertriebserfahrung.



X-Rite hat **VIC STALAM** zum Senior Vice President of Sales and Marketing benannt. In dieser Funktion trägt er die Verantwortung für sämtliche Vertriebs-, Marketing- und Service-Aktivitäten in Nord- und Südamerika und in der EMEA-Region.



JUSSI PESONEN wurde von der Confederation of European Paper Industries (CEPI) als nächster CEPI-Präsident benannt. Jussi Pesonen ist President & CEO

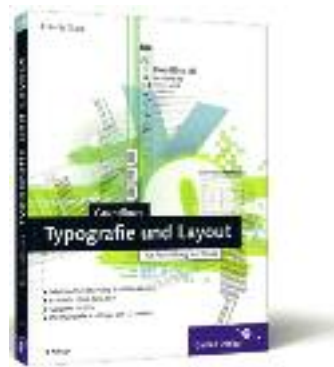
der UPM-Kymmene Corporation und finnischer Staatsbürger. Er hat sein Amt am 1. Januar 2012 angetreten.

Claudia Runk

GRUNDKURS TYPOGRAFIE UND LAYOUT

Typografie und Layoutgestaltung – wer ist bei diesem Thema nicht froh, ein verlässliches Nachschlagewerk zur Hand zu haben?

Wie war das noch einmal mit der Spationierung? Welcher Abstand kommt zwischen ›z. B.‹? Welche Schrift passt zu meinem Flyer und woran erkenne ich das? Welche Möglichkeiten bieten aktuelle Techniken für gute Webtypografie? All diese Fragen und weitere rund um



Textausrichtung, Wort- und Zeilenabstand beantwortet die Autorin in der dritten Auflage ihres Bestsellers. Im Layout-Teil geht es um Gestaltungselemente wie Raum, Linien, Formen, um Grundlinienraster, Seitenformate und Spalten. Claudia Runk gelingt es, ein Gefühl für Gleichgewicht, Kontraste und Betonung zu vermitteln. Beispiele aus Print und Internet, umgesetzt mit unterschiedlichen DTP-Programmen wie QuarkXPress und InDesign vervollständigen das Buch. Dieser praktische Begleiter beweist, dass Typografie Spaß macht und grafischen Werke verbessert, wenn man sie beherrscht.

Galileo Design,
319 S., 3. aktualisierte Auflage,
2012, Klappbroschur,
24,90 Euro,
ISBN 978-3-8362-1794-1.

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

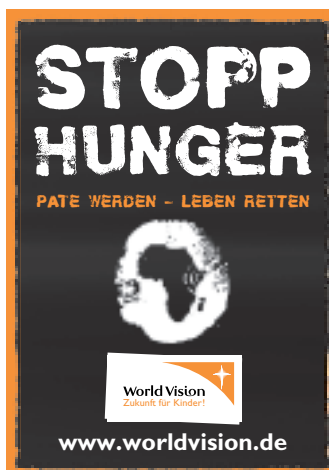
Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



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.



OKI HALBJAHRESGESCHÄFT LEGT ZWEISTELLIG ZU

OKI legte in den ersten sechs Monaten seines Geschäftsjahres vom 1. April 2011 sowohl nach Umsatz als auch nach Stückzahlen kräftig zu. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbucht der Output- und MPS-Spezialist einen Zuwachs bei den Stückzahlen um 35%. Den Umsatz konnte das Unternehmen um 41% steigern.

WoodWing Software 2011 WAR EIN HERVORRAGENDES JAHR

WoodWing Software zieht ein sehr positives Resümee des letzten Jahres – das Unternehmen konnte seine Position als einer der führenden Entwickler kosteneffizienter Workflow-Lösungen für Zeitungs- und Magazinverlage sowie Corporate Publisher und Agenturen weiter festigen.

► www.woodwing.com

Agfa Graphics AUSZEICHNUNG FÜR MANUFACTURING EXCELLENCE

Bei einer Veranstaltung in London ist die Agfa Graphics Ltd. von der Institution of Mechanical Engineers mit dem Manufacturing Excellence (MX) Award für nachhaltige Fertigung ausgezeichnet worden. Sponsor dieser Auszeichnung ist Arup, ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen mit Sitz in London.

► www.agfagraphics.de

Strategische Kooperation PAPYRUS UND SMARTBOX PRO KOOPERIEREN

Papyrus Deutschland und Smartbox Pro, Spezialist für Versandverpackungen, kooperieren und bündeln ihre Stärken in einem umfangreichen Produkt- und Dienstleistungsangebot. Kunden erhalten Papier- und Verpackungslösungen beider Unternehmen künftig aus einer Hand.

► www.papyrus.com/de

natureOffice im DIN-Ausschuß ›UMWELTVERTRÄGLICHKEIT VON DRUCKPRODUKTEN‹

Das Deutsche Institut für Normung e. V. (DIN) in Berlin, zuständig für die Ausarbeitung von markt- und zeitgerechten Normen in Deutschland, gründete im Dezember 2011 den Normungsausschuß ›Umweltverträglichkeit von Druckprodukten‹ nachdem es darauf aufmerksam geworden ist, daß es in Europa viele verschiedene Ansätze zur Ermittlung der Emissionen bei Druckobjekten gibt.

Zwischenzeitlich hat der Ausschuß, unter Vorsitz des natureOffice Produktmanagers für Klimaneutrales Drucken, Christian Klein, seine Arbeit aufgenommen. Hauptaufgabe ist im wesentlichen die Schaffung eines einheitlichen Standards zur Erstellung eines CO₂-Fußabdruckes für Druckprodukte.

ClimateCalc BEI DER LEAN & GREEN DRUPA-INITIATIVE

Die International Association ClimateCalc beteiligt sich an dem Lean & Green-Projekt Verbesserung der ökonomischen und ökologischen Leistungsfähigkeit der Wertschöpfungskette im Druck der PrintCity-Allianz zur drupa 2012 sowie an weiteren Aktivitäten, die mit dieser Initiative im Zusammenhang stehen. Benoit Moreau, Environmental & Safety Manager des französischen Druckverbandes UNIC, wird als Vertreter von ClimateCalc am 10. Mai auf der gemeinsamen internationalen Umweltkonferenz von PrintCity und WPCF (World Print & Communication Forum) auf der drupa sprechen.

Die Besucher werden bei PrintCity im Zentrum der Halle 6 einen speziellen Infobereich Lean & Green Opportunities finden, der den Fokus auf die Verbesserung der ökonomischen und ökologischen Leistungsfähigkeit legt. In diesem Infobereich wird eine Reihe von Experten vieler internationaler Organisationen verfügbar sein, die Fragen rund um die Themen Ökologie, Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Effizienz beantworten und in beratender Weise zu praxisbewährten Verfahrensweisen tätig werden.

► www.printcity.de

Print und Internet verschmelzen AUGMENTED REALITY – INTEGRIERTE ZUKUNFT

›your link to print‹ lautet das Motto der Kommunikationskampagne zur drupa 2012. Ein zentraler Aspekt hierbei ist Augmented Reality (AR). So nennt sich die clevere Vernetzung von Print, Internet und mobilen Applikationen. Durch den multi-medialen Transport von Inhalten werden diese nicht nur bewusster wahrgenommen, sondern die drupa Kampagne selbst zum richtungsweisenden ›Event‹.

Fast alle Printmedien der aktuellen drupa Kampagne beinhalten AR-Elemente, die zu weiterführenden Web-Inhalten führen. Grundlage hierfür ist die Betrachtung der mit einem speziellen ›Marker‹ versehenen Elemente durch eine Webcam oder Smartphone-Kamera. Die im aufgenommenen Bild erkannten AR-Inhalte werden dann über eine bestimmte App (Junaio; siehe auch unter www.drupa.de/hilfe) in virtuellen Content umgesetzt – dies kann zum Beispiel eine Website sein, ein Audiofile oder ein Video-Stream. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch Print kann der Leser gezielt auf die Internetseite der drupa geholt werden und sich dort die aktuellsten Informationen verschaffen.

► www.drupa.de

Eingegliedert AUS ZÜRICHSEE DRUCKEREIEN AG WIRD FO-ZÜRISSEE AG

Vor einem Jahr wurde die Zürichsee Druckereien AG in das Unternehmen FO Print & Media AG eingegliedert. Die Integration erlaubt dem in Stäfa ansässigen Unternehmen eine noch stärkere Ausrichtung auf Premedia-Dienstleistungen, die nun unter dem Namen FO-Zürisee AG angeboten werden.

Fokussiert auf die Aufbereitung von Informationen für sämtliche Distributionskanäle – einschließlich des datenbankgestützten Publizierens bis hin zum Einsatz professioneller Redaktionssysteme – bietet die FO-Zürisee AG moderne Cross-Media-Anwendungen, die das Angebotspektrum der FO-Partner ergänzt. Das neue Erscheinungsbild wurde in Zusammenarbeit mit der Agentur Prime entwickelt und auf sämtliche Kompetenzbereiche der FO Print & Media AG angewendet. Die Umsetzung erfolgt intern. So zeichnet der Online-Spezialist FO-Cyberfactory für den neuen Web-Auftritt verantwortlich.

► www.fo-zuerisee.ch

► www.fo-print-media.ch



onlineprinters.nl

NIEDERLÄNDISCHER WEBSHOP FÜR DRUCKSACHEN

Seit Januar 2012 können Kunden ihre Drucksachen im neuen Online-shop onlineprinters.nl auch auf Niederländisch bestellen. »Wir punkten bei unseren niederländischen Kunden bereits mit dem kostenfreien Standardversand der Drucksachen in die Niederlande. Mit dem Launch des neuen Ländershops bieten wir unseren Kunden jetzt noch mehr



Service und Nähe. Unsere niederländische Telefonhotline schafft Vertrauen. Die richtige Ansprache gibt dem Kunden Sicherheit beim Onlinekauf«, zieht Andreas Neuer, International Key Account Manager der Onlineprinters GmbH, ein positives Fazit zum Start des neuen Ländershops im Januar 2012. Die deutsche Onlineprinters GmbH gehört zu den Top-5-Onlinedruckereien in Europa und beliefert Kunden in 31 Ländern mit hochwertigen und kostengünstigen Offset- und Digitaldrucksachen.

➤ www.onlineprinters.nl

➤ www.diedruckerei.de

Galledia

TOCHTERGESELLSCHAFT VON RDV UND DFMEDIA

Die beiden Ostschweizer Medienunternehmen Rheintaler Druckerei und Verlag AG (rdv) und Druckerei Flawil AG (dfmedia) hatten Ende November 2011 bekannt gegeben, dass sie ihre operativen Unternehmenseinheiten Druck, Fachverlage und Online in eine neue Tochtergesellschaft einbringen. Nun ist auch der Name der gemeinsamen Tochtergesellschaft bekannt: galledia ag. Mit diesem Namen wollen die Verantwortlichen die Herkunft der neuen Unternehmung (Kanton St. Gallen) sowie die Branche (Media) dokumentieren. Die galledia ag ist am 1. Januar 2012 operativ tätig geworden.

Das Unternehmen wird von René Wuffli, bisher Geschäftsführer der rdv, als Verwaltungsratspräsident und Pascal Schwarz, vormals Geschäftsführer der dfmedia, als CEO geführt. Es beschäftigt rund 230 Mitarbeiter, davon 30 Auszubildende, und erzielt einen Umsatz von über 40 Millionen Franken.

Mit der gemeinsamen Tochtergesellschaft galledia ag wollen rdv und dfmedia die Herausforderungen der Zukunft als Chance aktiv nutzen; im Druckbereich als überregionaler Anbieter und im Verlagsbereich als Anbieter von Fachpublikationen mit 17 Fachzeitschriften. Die drei Tageszeitungen »Der Rheintaler«, »Rheintalische Volkszeitung« und »Wiler Zeitung« verbleiben in den jeweiligen Stammhäusern.

➤ www.galledia.ch

Investition in die Zukunft

DEUTSCHE PAPIER BAUT NEUES LOGISTIKZENTRUM

Die Deutsche Papier baut ein neues Logistikzentrum in Biebesheim. Der neue Zentrallagerstandort in Südhessen soll Platz schaffen für das Wachstum des Papiergroßhändlers und den Kunden ein breiteres Servicespektrum bieten. Das Zentrallager soll eine Fläche von rund 25.000 m² und Platz für über 40.000 Paletten-Stellplätze bieten. Nach Fertigstellung des Neubaus im April 2013 sollen bis zu 1.000 Tonnen Papier pro Tag umgeschlagen werden. »Der neue Standort schafft Raum für zusätzliche Dienstleistungen und einen optimalen Kundenservice«, sagt Sven Hubel, Logistikleiter Deutsche Papier. »Die Kapazitäten sind so ausgelegt, dass Kunden ihre fertigen Druck-Erzeugnisse künftig bei uns zwischenlagern können und wir Produkte im 24-Stunden-Service »just-in-time« ausliefern können.«



Entwickelt wird das Konzept von Deutsche Papier gemeinsam mit dem neuen Logistikpartner Trans Service Team (TST) aus Worms.

➤ www.deutsche-papier.de

Bertelsmann

DRUCKGESCHÄFT MIT NEUER STRUKTUR

Bertelsmann fasst seine Tiefdruckaktivitäten und internationalen Druckereien in einer eigenen Geschäftseinheit zusammen. Als Begründung nennt Bertelsmann, dass Arvato mit vereinfachten Strukturen schneller wachsen könne. Die neue Druckeinheit (bisher noch ohne Name und Geschäftsführer) soll ein Umsatzvolumen von 1,2 Mrd. € erreichen. Sie umfasst die Prinovis-Gruppe mit Standorten in Deutschland und Großbritannien sowie die Arvato-Druckereien in Italien, Spanien und Amerika. Die Mohn Media Gruppe und GGP Pöbneck würden wegen der engen Verzahnung mit den Dienstleistungsgeschäften bei Arvato bleiben.

Bertelsmann führt die Druckaktivitäten künftig in einer eigenen Einheit neben den Bereichen RTL, Random House, Gruner + Jahr und Arvato. Nachdem Gruner + Jahr seine Prinovis-Beteiligung kürzlich an Bertelsmann abgegeben hatte, ergebe sich mit der Bündelung eine schlagkräftige Druckeinheit.

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Ricoh Europe gehört im achten Jahr in Folge zu den Global 100, den hundert nachhaltigsten Unternehmen weltweit. Die Liste der Global 100 für 2012 wurde auf dem Weltwirtschaftsforum (WEF) in Davos bekanntgegeben. • **Apple** hat im zurückliegenden Quartal einen Umsatz von 46,33 Mrd. \$ und einen Netto-Gewinn von 13,06 Mrd. \$ und damit den höchsten jemals erzielten Umsatz und Gewinn in einem Quartal des Unternehmens erzielt. • Für das Jahr 2012 kündigt die **3M Deutschland GmbH**, Neuss, Preisanpassungen zwischen 2% und 6% an. Bei besonders rohstoffabhängigen Produkten werden diese sogar deutlich über 10% liegen. • Die französische **La Poste** und die **Swiss Post** planen die Zusammenlegung ihrer internationalen grenzüberschreitenden Aktivitäten im Mailgeschäft. Das geplante Joint-Venture könnte noch 2012 seine Tätigkeit aufnehmen.



Doppelt hält besser

ZWEIFACHE ZERTIFIZIERUNG FÜR DAS BSZ ALOIS SENEFELDER

Schon seit 2009 ist das BSZ Alois Senefelder nach dem Prozessstandard Offset PSO zertifiziert. Im Rahmen einer Projektwoche an der Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung hatten angehende Drucktechniker den Zertifizierungsprozess für den Bogenoffsetdruck geplant und weitgehend selbstständig durchgeführt. Dieses Jahr wurde im Rahmen der Re-Zertifizierung die komplette Druckpro-



Überreichen der PSO-Urkunde durch Martin Paukner vom vdmB.

duktion mit der Druckvorstufe zertifiziert. Parallel dazu kam das Qualitätsmanagement zum Abschluss mit der Zertifizierung nach ISO 9001:2008. Nach dem erfolgreichen Abschluss beider Projekte überreichte Martin Paukner, der stellvertretende Geschäftsführer des Verbands Druck Medien Bayern die Zertifizierungsurkunde für den PSO. Gleichzeitig wurde durch Willi Lauer vom TÜV Süd der Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung und den Meisterschulen für Buchbindetechnik das Zertifikat für Qualitätsmanagement nach ISO 9001:2008 überreicht.

Drittes Quartal im Rahmen gedämpfter Erwartungen

HEIDELBERG STREICHT WEITERE 2.000 STELLEN

Während der Bundesverband Druck und Medien mit seiner Prognose von 1,5% Wachstum den Druckern Mut machen will, offenbart die Heidelberger Druckmaschinen AG einmal mehr die Realität im Druckmaschinenbau. Das im letzten November angekündigte Effizienzprogramm »Focus 2012« wird weitere 2.000 Arbeitsplätze kosten. Darauf hat sich der Heidelberg-Vorstand geeinigt, um sicherzustellen, dass im Geschäftsjahr 2013/14 das angestrebte operative Ergebnis von rund 150 Mio. € erreicht wird.

Dazu sollen in den kommenden zwei Jahren die Kapazitäten und Kosten von Heidelberg deutlich reduziert werden. Der Großteil der Einzelmaßnahmen soll 2012 eingeleitet und umgesetzt werden. Zudem beinhaltet das Programm mittel- bis langfristige Maßnahmen, um die Organisation an die veränderten Strukturen anzupassen. Die Kosten für das neuerliche Sparprogramm werden auf 150 Mio. € geschätzt.

1.200 der 2.000 Stellen, die abgebaut werden sollen, entfallen auf Deutschland in den Bereichen Produktion, Entwicklung, Verwaltung und Vertrieb. Zurzeit beschäftigt Heidelberg nach dem seit 2008 andauernden Stellenabbau von 4.500 Mitarbeitern weltweit 15.666 Mitarbeiter.

Im Rahmen der Sparmaßnahmen sollen die Produktionskapazitäten um rund 15% reduziert und die Servicekapazitäten an das erwartete Umsatzniveau angepasst werden. Auch im Bereich Forschung und Entwicklung soll gespart werden. Weiterhin sollen Vertriebsaktivitäten gebündelt und Einzelmärkte restrukturiert werden.

»Die Branchenerholung wird sich durch die anhaltenden konjunkturellen Unsicherheiten weiter verzögern«, sagte **Bernhard Schreier**, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Die vorläufige Insolvenz des Wett-



bewerbers manroland habe die Verunsicherung in der Branche noch verstärkt. Der schwächeren Nachfrage in den Industrienationen stünde aber ein stärkeres Wachstum in den Schwellenländern gegenüber.

Wie von Heidelberg erwartet, haben sich die konjunkturellen Unsicherheiten bremsend auf das Investitionsverhalten in der Branche ausgewirkt und zu einer schwächeren Nachfrage geführt. Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2011/2012 (Oktober bis Dezember 2011) lagen nach vorläufigen Zahlen der Auftragseingang mit 640 Mio. € und der Umsatz mit 630 Mio. € im Rahmen der Erwartungen. Beim Auftragseingang unterschreitet Heidelberg den Vergleichswert aus dem Vorquartal (668 Mio. €), der vorläufige Umsatz liegt auf dem Niveau des Vorquartals (636 Mio. €). Nach neun Monaten verbesserte Heidelberg trotz leicht rückläufigem Umsatz das Betriebsergebnis auf minus 19 Mio. € (im Vorjahr: minus 26 Mio. €). Damit plant Heidelberg unverändert, gegenüber dem Vorjahr ein verbessertes Ergebnis zu erzielen.

➤ www.heidelberg.com

Onlineprinters

DEUTLICHES UMSATZWACHSTUM

Ein Umsatzwachstum von 30% verzeichnet die Online-Druckerei Onlineprinters im vergangenen Jahr. Das Unternehmen mit Sitz in Neustadt an der Aisch unterhält fünf Ländershops. Mit diesen Shops, in denen Kunden in Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und jetzt neu in Niederländisch bestellen können, werden mittlerweile 40% des Umsatzes im europäischen Ausland erzielt. Mehr als 800.000



Die Onlineprinters GmbH ist auf Erfolgskurs: Walter Meyer, Geschäftsführer Onlineprinters GmbH, ist im E-Business erfolgreich.

Pakete mit Drucksachen verließen 2011 die Produktion in Neustadt und wurden an Kunden in 31 Ländern Europas geliefert.

2009 lag das Volumen noch bei 350.000 Paketen, der Auslandsumsatz bei 25%. Die Zahl der Beschäftigten in Produktion und Vertrieb ist 2011 von 300 auf insgesamt 350 Beschäftigte gestiegen. 9 Mio. € im Jahr 2010 und weitere 9 Mio. € wurden 2011 am Firmensitz investiert. Um Raum zu schaffen, wurde die Betriebsfläche Ende 2010 auf 40.000 m² nahezu verdoppelt. Mehr als 85 Druckwerke umfasst die nach Prozessstandard Offset zertifizierte Produktion.

➤ www.diedruckerei.de



HARDWARE RAUS UND DANN AN DER SOFTWARE **sparen!**

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

www.hiflex.com

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



Wenn wieder einmal geschäftlich
moralische Appelle angesagt sind,
wird meist die Seefahrt bemüht.
Vom Sitzen aller in einem Boot ist
die Rede, vom klaren Kurs, von den
Felsen in der Brandung und der
schweren See der Konjunktur, das
Steuer oder Ruder müsse man in
der Hand halten ... und vieles mehr.
Bis sich Geschichte wiederholt.

Wir sinken alle im gleichen Boot

Von HANS-GEORG WENKE



Und die wiederholte sich diesmal live und in Farbe: Ein als unsinkbar und sicher, solide und modern eingeschätztes Schiff, ein Kapitän und eine Reederei versagten auf der ganzen Linie. Von diesem Desaster können Unternehmer, Manager, Unternehmen und überhaupt alle lernen. Vor allem aber sollten wir uns nicht darüber aufregen. Es passiert jeden Tag tausendfach. Leider auch mit Toten und lebenslang an Fröhlichkeit und Fortkommen Behinderten. Was mit und auf der Costa Concordia geschah, geschieht in der Wirtschaft laufend. Havarien sind an der Tagesordnung und die Geschehnisse spiegeln das Dilemma vor allem großer Unternehmen wider.

GRÖSSE SCHWIMMT Wären »große Pötte« eher unsinkbar als kleine, müsste es ja umgekehrt sein. Dann müssten kleine Yachten, Sport- und Freizeitboote »Ozeanriesen« im Schlepptau haben, für den Fall der Fälle. Es ist aber umgekehrt. Die Stahlkolosse, schwimmende Städte, haben kleine wendige Boote dabei, die im Notfall und bei rauher See das Überleben sichern sollen. Menschen neigen, seit sie immer mehr die Technik und Organisation in den Griff bekommen, zu Gigantismus. Heute trauen wir Gigantischem auch Gigantisches zu, vor allem in puncto Unverwundbarkeit. Vom kleinen David und dem Riesen Goliath ist im Sinnbild oft die Rede. Dieses Bud-Spencer-Syndrom hat längst in der Wirtschaft Einzug gehalten: Konzerne halten sich für unangreifbar, weswegen sie bis zum Erbrechen die dämliche Formel von der »Number One«, die man zu sein vorgibt, täglich hinausposaunen.

Die Costa Concordia gehörte zu dieser »Königin der Meere«-Klasse, dem Number-One-Zirkus. Wie die Titanic. Beide sanken, weil ein vergleichsweise kleiner Eisberg beziehungsweise Felsen die Schiffe dort traf, wo aller Schein vom Gigantismus buchstäblich zertrümmert wird: an der lächerlich dünnen Bordwand von nur ganz wenigen Zentimetern.

Vergleichsweise sind Großunternehmen durch kleine und zunächst unbedeutende Trends oder Unternehmen »zu knacken«. Wer hätte gedacht, dass »spinerte Ideen« von Jugendlichen binnen Rekordzeit Imperien schaffen, die an der Börse mehr wert sind als Weltfirmen. Beispiel: Google vs. IBM. Oder Adobe, mit ein paar Mann gestartet, hat inzwischen eine ganze Branche leergefegt. Je größer das Unternehmen, desto eklanter der Fehler bei der Einschätzung der Gefahr, in voller Fahrt (im Core Business) »gerammt« zu werden.

SICHERHEIT DURCH ERFOLG Es gibt, ob in Regierungen oder Armeen, Firmen oder auf Schiffen, kaum Kommandanten, die nicht irgendwann durch den eigenen Erfolg (wenn er denn eine gewisse Weile anhielt) die Gefahren weit über- und ihr eigenes Können hemmungslos überschätzen. Das hat nichts mit der Branche oder Größe eines Unternehmens zu tun.

Auch Inhaber von Handwerksbetrieben verlieren ebenso wie Top-Manager von Konzernen und Politiker schnell den Kontakt zur Realität. Es ist manchmal erschreckend, das von außen mitzerleben. Vor allem für die Mitarbeiter. Ein bis dato »ganz vernünftiger Kerl« oder eine »patente Frau« werden plötzlich überheblich, arrogant und egozentrisch, sind Rat und Warnungen kaum zugänglich (halten solch vorsorgliche Menschen nicht selten in Bausch und Bogen für Bremser, unmotiviert und ungeeignet), überschätzen ihre Wirkung nach außen ebenso wie ihr Können in einem Maß, das Stoff für Tragödien ist (von denen es über das Thema genügend in TV, Literatur usw. gibt).

IL CAPITANO der Concordia war schon einige Male dicht an der Küste Giglios vorbeigefahren, ohne Pannen. Er wusste, sagte er selbst, um die Wasser-

tiefen und hatte selbstredend »alles im Griff«. Ein Kapitän, der von sich behauptet, jeden Meter Meeresboden zu kennen, muss man den nicht stante pedes in die Irrenanstalt verfrachten?

Besser nicht, dann wäre auch ein Großteil der heutigen Führungskräfte reif für die Anstalt. Sie schwadronieren das Blaue vom Himmel herunter: pah, sie kennen den Markt bestens. Und jede Feinheit sei ihnen vertraut. Die Kunden, ja, wer sollte sie besser kennen als der CEO, der capitano emendatus ordinare, der fehlerfreie Befehlsgeber. Und so neigen sie dazu, auf Risiko zu gehen, weil das den Kick erhöht, sich als Held zu fühlen. Von den Plänen abzuweichen in einem Maße, wie sie es nie und nimmer ihren Nachrangigen gestatten würden.

Das Sprichwort weiß es schon lange: Erfolg macht blind. Keiner kümmert sich drum. Ganz im Gegenteil. Man legt immer noch einen Zacken zu. So lange, bis es kracht.

AUF JEDEM SCHIFF, DAS DAMPFT UND SEGELT ... Hierarchische Strukturen waren zu einer Zeit, da Kommunikation maximal aus lautem Rufen bestand, sicherlich von Vorteil. Knappe Befehle, jeder auf seinem Posten mit fest zugewiesener Aufgabe, Widerspruch nicht erlaubt.

Es verbietet sich darüber zu spekulieren, ob ein Unglück oder dessen Folgen anders oder weniger schwerwiegend verlaufen wäre, hätten andere mehr Entscheidungsbefugnis gehabt. Aber eins steht fest: Solche Befehle von oben nach unten haben schon oft Menschenleben gekostet (und zwar nicht wenige) und verzichteten auf das, was es früher vielleicht weniger, heute aber »zu Hauf« gibt: Sachverstand im Detail und für spezifische Situationen.

Es ist doch Wahnsinn, dass einige wenige Menschen über das Schicksal von tausenden, letztendlich sogar Millionen oder Milliarden Menschen entscheiden können und diese Strukturen auch noch »rechters« sind. Ob ein Schiff auf Wunsch eines einzelnen Durchgeknallten in Spuckweite an Land vorbeirauscht, ein Politiker ein ganzes Land in Bedrängnis bringt oder eine einzelne Bank globale Vermögen verockt: Unsere Führungs- und Leitungsstrukturen stimmen nicht mehr mit der Realität überein.

Es ist nicht die Frage, ob das Unglücksschiff, wäre es von einer Fachcrew gelenkt worden, den Felsen nicht berührt hätte. Es ist die grundsätzliche Frage, ob eine Mannschaft es hinnehmen muss, dass der Kapitän sie wesentlich-willentlich in erhöhte Gefahr bringt (nur aus Spaß), ohne dass die Offiziere den Idioten in Handschellen legen könnten.

Täte man das in Unternehmen, kein Chef liefere mehr frei herum. Die Frage daher: Haben alle diese Freiheit verdient? Wenn Unternehmen, die einst Ruf und Rang hatten, und mit ihnen tausende Mitarbeiter, zehntausende Menschen, die vom Wirken des Unternehmens lebten, von einzelnen Sturköpfen und Ignoranten voll vor die Wand gefahren werden können – das soll unabwendbar sein? Man wird bestraft, wenn man eine unbefahrene Straße schräg überquert. Wenn wegen der Dummheit eines tattrigen Aufsichtsrates und seiner Weigerung, Änderungen herbeizuführen, Konkurse ausgelöst werden: Jou, das ist unternehmerische Freiheit. Hallo???

ZU SPÄT REAGIERT Dreiviertel und mehr aller Unglücke mit Fahrzeugen aller Art, in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft geschehen, weil zu spät reagiert wird. Jeder Fahrschüler lernt es, jeder Fahrpraktiker ignoriert es. Tödliche Karambolagen auf der Autobahn: viel zu schnell gefahren, viel zu zag-



Bilder von der untergegangenen ›Costa Concordia‹ haben wir in ausreichenden Mengen gesehen. Das tragische Unglück ist ja auch nur der Aufhänger für diesen Beitrag, da das tragische Schiffsun- glück fast zeitgleich datiert mit der Insolvenz von Kodak und der Zer- schlagung von manroland.



haft gebremst. Schiffe, die auf Küsten zufahren: viel zu spät ins Tiefe gewen- det. Etablierte Konzerne auf verkrusteten Märkten: viel zu lange beim ›Core Business‹ geblieben.

›Platzhirsche‹ neigen zur Unbeweglichkeit. Oder auch: je monopolistischer ein Markt besetzt und beansprucht wird, desto größer ist die Gefahr, daran zu scheitern. Aus einem einfachen Grund: Man kümmert sich nicht um das andere, weiter wegliegende, ist sich seiner Sache sicher und bekommt nicht mit, wenn etwas heranwächst, was einen selbst obsolet machen könnte. Will man dann aufholen, haben die anderen einen unaufholbaren Vorsprung. Man trifft erst Vorbereitungen, wenn andere längst in voller Fahrt sind.

FLICKWERK STATT AUSTAUSCH Speziell in Europa ist eine Mentalität ver- breitet, die auf manchen Gebieten sinnvoll ist, auf anderen nicht. Die des ›Es tut's ja noch‹. Wenn ein Auto eine Beule hat, ja, wirft man es dann gleich weg? Meist kommen dann Hammer und Spachtel zum Einsatz. Ein Original- Ersatzteil wäre zu teuer. Aber beim Flugzeug: ich flöge nicht so gerne mit einem Vogel, dessen Teile von Mechanikern just geradegeklopft wurden. Da wäre mir ein Teiletausch doch lieber.

In Firmen geht das meist nicht, weil sie viel zu wenig modular aufgebaut sind. Es kann ja sein, dass man relativ schnell eine Produktreihe, eine Markt- aufteilung oder Vertriebskanäle ändern kann. Aber!!! – mit drei großen Aus- rufezeichen – meist ist die Vertriebsmannschaft dafür nicht geeignet. Also bleibt es erst einmal bei minimalen Veränderungen. Und ähnliches mehr.

Üblicherweise sind Firmen, je größer sie sind, ein Konglomerat von einzel- nen funktionalen Abteilungen, die eigentlich überhaupt nichts miteinander zu tun haben. Inzwischen hat man Kantine und Wachdienst ›ausgesourct‹, vergibt den Reinigungs-Auftrag an Fachfirmen und lässt sich Halbteile kom- men – ob nach Standard oder eigenen Vorgaben.

Warum aber müssen Buchhaltung und Vertrieb zu einem Metall-Herstel- lungsbetrieb gehören? Können Service und Versand nicht von Externen geleistet werden? Das Argument, die seien nicht motiviert, ist das lächer- lichste von allen. In nicht wenigen Unternehmen haben mehr als 90% der Belegschaft ohnehin längst innerlich gekündigt. Firmen, die sich um Jobs immer wieder neu bewerben müssen, sind viel intensiver bei der Sache, weil es ihr Verdienst ist. Und als Beauftragender hat man sogar mehr ›Druckmit- tel‹ (im positiven Sinne gewertet) als gegenüber der fest angestellten Be- legschaft.

Doch das gefällt dann dem Vorstand nicht: dicke Dienstaufgaben gibt es erst ab 10.000 Beschäftigten, oder? Also ist man wieder da, wo das Übel schon be- gann: bei der schieren Größe, die sich nicht vernünftig reparieren lässt, die man nicht modular umbauen kann und die untergeht, wenn es kritisch wird.

NUR EINE KLEINE STÖRUNG Ein Schiff versinkt, der Kapitän funkt an die Hafenbehörde: ›Wir haben einen Kurzschluss‹. Beim Kapitän waren die Sicherungen durchgebrannt! Und Menschen starben dafür, litten und wer- den zeitlebens von Alpträumen verfolgt.

Moralisch unterste Kategorie! Kunden werden betrogen, Gefährdete noch größerer Gefahr ausgesetzt. Wie auf dem Schiff, so in der Wirtschaft, Politik, Gesellschaft. Und dann lesen wir, unisono, durchgängig, hundsotzig-zynisch immer wieder diesen verlogenen Satz: ›Bei uns stehen die Menschen im Mittelpunkt.‹

Kotzen kann man nicht nur auf rauher See, man kann es auch in und über die Wirtschaft, Politik und Teile der Gesellschaft. Das Schlimme nur: In vielen Unternehmen wissen die Mitarbeiter, wie schlecht es um die Zukunft steht und das keiner, der es könnte, wirklich etwas unternimmt. Sie leiden darun- ter ›wie geprügelte Hunde‹. Sie werden zu immer absurderen Leistungsstei- gerungen gezwungen, die sie kaum noch schultern können, ohne daran zu zerbrechen: Vom Nervenkollaps bis zum Burnout, vom Alkoholismus bis zum Suizid: alles ist drin, alles geschieht – gesprochen wird offen darüber nie. Wieviel Herzinfarkte und Früh-Verrentungen auf das Konto ›Ich habe den Wahnsinn nicht überlebt‹ gehen, lässt sich statistisch nicht beweisen. Wohl aber der Logik nach.

Wie bei dem Schiff, wo der Kapitän von Land aus zusah, wie auf dem Schiff Leute starben, genehmigen sich Vorstände Abfindungen, die dem Sozialplan und der Konkursmasse – mit ›armen Schluckern‹ als Gläubigern – fehlen. Und. Und. Und. Die täglichen Katastrophen in der Wirtschaft: Als hätte Hol- lywood einen Film gedreht und nach einer Metapher gesucht: ›Titanic II‹ als Beweis, dass die Menschheit dumm genug war, ›Titanic I‹ nicht verstanden zu haben.

›Concordia‹ heißt Eintracht. Wollen wir uns einig sein, dass sich Grundsätz- liches ändern muss, damit Grässliches weniger oft passiert?



Mehr Jobs pro Schicht mit Flying JobChange.

Mit KBA Flying JobChange an der Rapida 106 können Sie bei geeigneten Aufträgen erstmals im Bogenoffset einen neuen Job einrichten, während der aktuelle noch läuft. Und dann praktisch ohne Stillstand wieder starten. Wie viel produktive Zeiten Sie damit gewinnen, rechnen Sie sich am besten selbst aus. Und falls Sie mehr wissen wollen, rufen Sie bei uns an.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch zur
drupa 2012, Halle 16, Stand 16 C47



Der gelbe Riese taumelt in die Insolvenz

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der amerikanische Konzern Eastman Kodak hat am 19. Januar mit seinen Tochterunternehmen in den Vereinigten Staaten Insolvenz angemeldet. Damit ist die einstige Markenkone vor den erdrückenden Kosten in die Knie gegangen. Die ausländischen Tochtergesellschaften seien nicht betroffen, heißt es. Doch auch so wird es ein schwerer Gang für den Fotopionier. Wie es dazu kam und wie es weitergehen kann.





Kodak hat am 19. Januar 2012 Insolvenz angemeldet. Mit dem Verfahren nach Chapter 11 des amerikanischen Insolvenzrechts will sich Kodak für eine Übergangszeit Schutz vor den Ansprüchen der Gläubiger verschaffen. Das Unternehmen will jedoch weiterarbeiten. Dafür sei mit der Großbank Citigroup eine Finanzierung von fast einer Milliarde Dollar vereinbart worden.

Über die Insolvenz von Kodak wurde bereits spekuliert, nachdem es im Oktober 2011 erste konkrete Hinweise darauf gab, dass die Serie von Verlustjahren die Bargeldreserven aufgezehrt habe. Daher hatte das rund 130 Jahre alte Unternehmen selbst gewarnt, dass ohne neue Mittel binnen zwölf Monaten das Auskommen könnte.

Gleich zu Jahresanfang machten am 4. Januar 2012 Spekulationen über eine Insolvenz von Kodak erneut die Runde. Zuvor war bekannt geworden, dass Kodak der Rauswurf aus der New Yorker Börse drohe, weil der Kurs der Aktien seit 30 Tagen unter einem Dollar liege. Die New Yorker Stock Exchange NYSE dulde derartige »Penny Stocks« nur für begrenzte Zeit. Daraufhin brach der Kurs der Kodak-Aktie weiter ein: sie verlor an der Wall Street 28% und fiel auf ein Tief von 47 US-Cent.

Am 10. Januar kündigte Kodak an, den Konzern mit einem Umbau der Organisation effektiver machen zu wollen, Kosten zu reduzieren und den Umbau voranzutreiben. Ab sofort soll der Konzern aus zwei statt drei großen Geschäftsbereichen bestehen. Danach soll es nur noch die Bereiche Commercial und Consumer geben. Aufgelöst wurde die traditionelle Filmabteilung, die in den beiden neuen Sparten aufging. Zum neu gegründeten Geschäftskunden-Segment gehört auch die bisherige Graphic Communications Group, die in Bereichen wie Druckplatten, Computer-to-Plate, Software, Workflow und Digitaldruck tätig ist.

An der Börse wurde die schwer gebeutelte Kodak-Aktie daraufhin mit einem ordentlichen Plus belohnt. Der Kurs kam aber über knapp 64 Cent je Anteilsschein nicht hinaus. Gut eine Woche später gab Kodak auf und meldete Insolvenz an.

Töchter nicht betroffen

Die deutsche Kodak ist von der Insolvenz des US-Mutterkonzerns wie andere ausländische Töchter nicht unmittelbar betroffen.

» Wir sind hervorragend aufgestellt, um unsere Vision umzusetzen.«

Antonio Perez (2005)

Kodak Deutschland mit Sitz in Stuttgart beschäftigt in Marketing, Vertrieb und Management etwa 100 Mitarbeiter. In der Druckplatten-Produktion in Osterode im Harz gibt es etwa 900 Stellen, weitere Mitarbeiter arbeiten in Kiel und München.

Inzwischen ist durchgesickert, dass die drupa-Beteiligung unverändert vorangetrieben wird. Allerdings wird dies nunmehr von der europäischen Organisation zu stemmen und zu zahlen sein.

Sanierung unter Chapter 11

In den USA ist es nicht ungewöhnlich, dass sich Konzerne mit Hilfe des Kapitels 11 des Insolvenzrechts sanieren. Eines der prominentesten Beispiele dürfte die Pleite des Autoherstellers General Motors sein, der relativ schnell wieder auf die Beine kam. Und ebenso, wie es bei GM nur die US-Töchter betraf und nicht auch Opel oder andere Auslandstöchter, scheint es jetzt bei Kodak aussehen. Der Konzern will in den USA wieder gesunden. Kodak selbst rechnet damit, 2013 das Insolvenz-Verfahren beenden zu können. Bis dahin müsste sich Kodak allerdings völlig neu aufgestellt haben.

Und dies wird für den Konzern keine leichte Übung. Kodak-Chef **Antonio**



Perez versucht schon seit seinem Amtsantritt 2005, das Unternehmen als Druck-Spezialisten neu auszurichten. Dieser Umbau, der in der Druckindustrie weitgehend gelungen (wenn auch seit 2009 defizitär) ist, läuft in anderen Märkten mehr als schleppend.

Patente als letzte Rettung?

Schon seit Sommer 2011 kursieren Gerüchte, Kodak wolle ein Bündel an Patenten verkaufen. Seit Juli werde ein Käufer für rund 1.100 Patente gesucht, die mit digitaler Bildverarbeitung und Digitalfotografie in Verbindung gebracht werden und die zwei bis drei Milliarden Dollar einbringen könnten. Ob diese Summe auch in der Insolvenz noch erzielt werden kann, ist aber eher zweifelhaft. Offenbar um zu beweisen, dass die Patente ihr Geld wert sind, hat Kodak in den letzten Tagen eine Reihe an Unternehmen, darunter Apple und Fujifilm, wegen Patentverletzungen verklagt.

In jedem Fall zeigt dies, dass Kodak nicht nur die traditionelle Fotografie entscheidend geprägt hat und mit



Zweifelloos einer der großen Deals in der Kodak-Geschichte: Nachdem sich Creo Scitex einverleibt hatte, schluckte der »gelbe Riese« Kodak das kanadische Unternehmen Creo und wurde damit und der Übernahme von KPG ein ganz großer Player in der digitalen Druckvorstufe.



der Erfindung von Filmen und ähnlichem reich wurde und als Top-Marke der US-Industrie galt. Kodak war aber ebenso an der Entwicklung der digitalen Fotografie maßgeblich beteiligt. Dass man recht früh den Anschluss verlor, ist allerdings Bestandteil des Kodak-Dramas. Die Digitalfotografie wirbelte das Stamm-Geschäft durcheinander, der Geschäftsbereich Fotofilm brach so gut wie komplett weg und Kodak konnte nicht schnell genug Ersatz für diesen Umsatz finden.

Dass Kodak den Umbruch von der analogen zur digitalen Welt nicht verkraftet habe, wie es vielfach berichtet wird, ist allerdings eher in die Kategorie der Märchen einzuordnen (siehe auch Kommentar auf Seite 18). Denn im umsatzstarken und nicht erfolglosen Segment der grafischen Industrie geht schließlich seit Jahren nichts mehr analog.

»Tafelsilber« verkauft

Dies zeigen die zurückliegenden 20 Jahre, die Kodak in einer sich permanent ändernden Druckindustrie behaupten konnte, auch wenn nicht alle Schritte des Konzerns auf den ersten Blick nachvollziehbar waren. Aber vielleicht muss man bei der Bewertung der Kodak-Strategie eines

vorausschicken, um das »Hin und Her« zu verstehen: 1991 hatte Kodak per Gerichtsbeschluss eine dicke Schlappe hinnehmen müssen, als man im Prozess gegen Polaroid (es ging um Patentrechtsverletzungen) das Geschäft mit Sofortbildkameras einstellen und 925 Mio. \$ an Polaroid zahlen musste (was Polaroid freilich nicht vor dem Absinken in die Bedeutungslosigkeit bewahrte).

In der Folge verkaufte Kodak sein »Tafelsilber«, löste sich von Unternehmensteilen oder auch Tochtergesellschaften und ging verschiedene Joint Ventures ein, um all dies später Stück für Stück wieder zurückzukaufen. Ob dies aus finanziellen Gründen geschah, ist schwer zu sagen, da der »gelbe Riese« damals noch ganz dicke Gewinne mit dem Filmgeschäft machte. Die Annahme, dass die damalige Management-Mode, Joint Ventures und Allianzen zu bilden, der Grund dafür waren, trifft wohl eher zu.

Kompletter Strategie-Schwenk

Aber die Zeiten änderten sich. 2003 fiel bei Kodak die Entscheidung, in großem Stil (wieder) in die grafische Industrie einzusteigen, nachdem

» Dies ist ein notwendiger Schritt und richtig für die Zukunft von Kodak.«

Antonio Perez (2012)

man sich Jahre zuvor still und heimlich aus diesem Markt zurückgezogen hatte. Lediglich die Engagements bei den Joint-Ventures (Kodak Polychrome mit Sun Chemical und NexPress mit Heidelberg) hielten den Namen Kodak in der Druckindustrie noch hoch.

Kodak hatte seinen kompletten Strategie-Schwenk im Sommer 2003 angekündigt und griff im November 2003 nach Scitex Digital Printing, dem Unternehmensbereich, den Kodak zehn Jahre zuvor an Scitex verkauft und der seinen Ursprung in den Unternehmen Mead und Diconix hatte (siehe Grafik rechts).

Langsamer Abschied vom Film

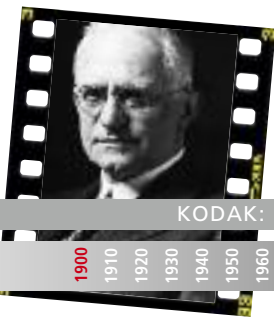
2004 zog sich Kodak aus der Herstellung analoger Kameras zurück und stoppte die Produktion analoger APS-Filme. Der Ausstieg kam jedoch reichlich spät. So war Kodak zwar Pionier bei den digitalen Kameras, hatte aber Weiterentwicklungen und Teilmärkte vernachlässigt und hing beim Kameraverkauf hinterher.

Für den Umstieg in die digitale Welt hatte der Konzern nach Angaben des

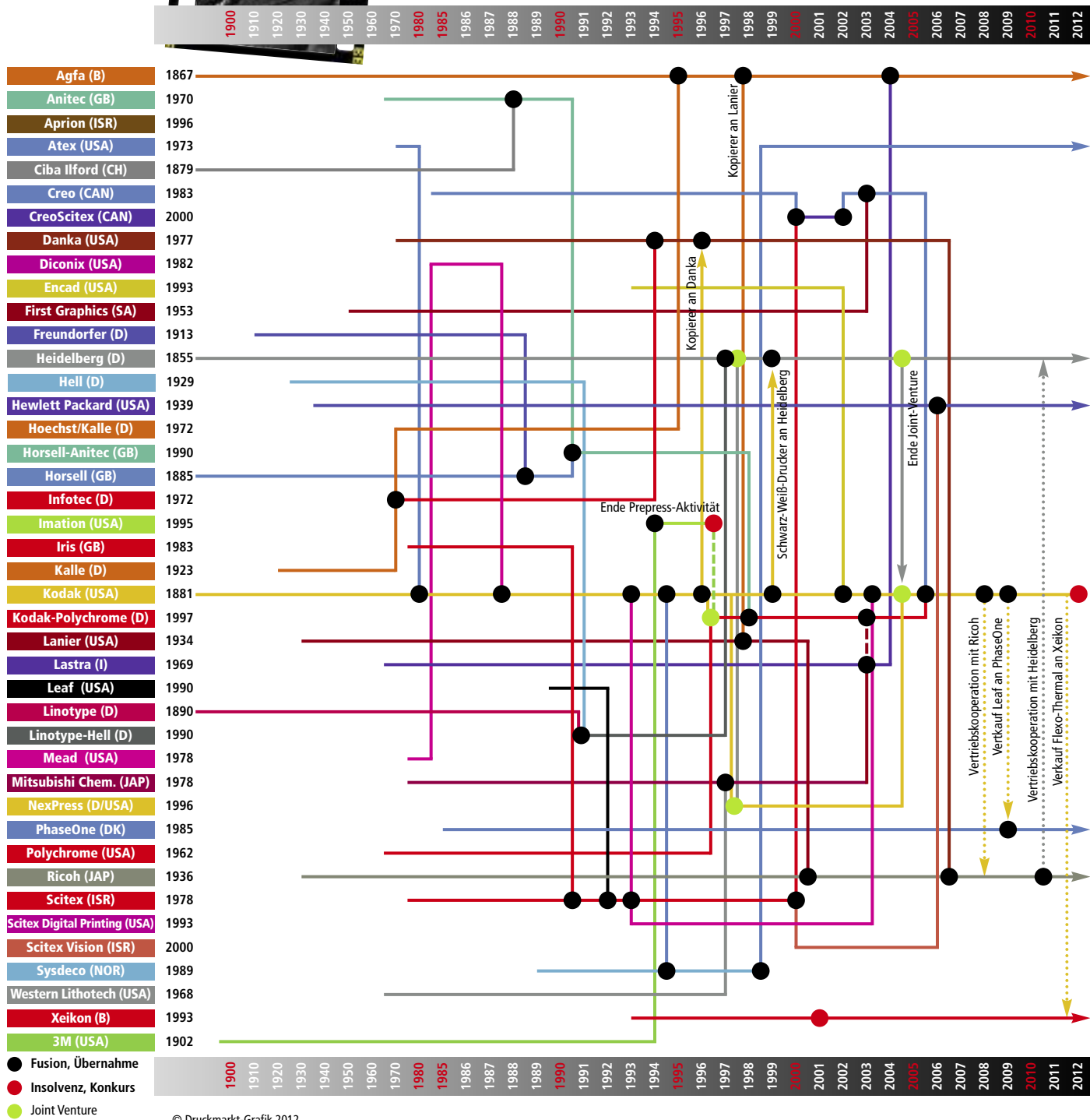
damaligen Kodak-CEOs Daniel A. Carp rund 3 Mrd. \$ für den Zukauf von Technologien und für Unternehmens-Akquisition bereitgestellt. Davon gingen rund 500 Mio. \$ in den Kauf eines Unternehmens im Medizin-Sektor und 250 Mio. \$ zahlte Kodak an Scitex für die heutige Kodak Versamark-Linie.

Im gleichen Jahr übernahm Kodak die 50% der Heidelberg-Anteile am Joint-Venture NexPress und übernahm damit gleichzeitig wieder das Geschäft mit digitalen Schwarz-Weiß-Drucksystemen. Die Hinzunahme des Digitaldruckbereiches von Heidelberg hatte Kodaks »Kriegskasse« kaum geschmälert, sodass 2005 der Deal mit KPG und Sun Chemical (817 Mio. \$) für Kodak durchaus verkraftbar war.

Kodak löste sich im Januar 2005 durch die Übernahme des 50%-Anteils, den Sun Chemical bislang an dem 1998 gegründeten Joint-Venture Kodak Polychrome Graphics hielt, aus dem Joint-Venture und wurde zum alleinigen Eigentümer von KPG. Damit versuchte sich Kodak aus der Abhängigkeit vom analogen Film zu befreien, der bereits zu diesem Zeitpunkt seit Jahren rückläufig war und Löcher in die gewinnverwöhnten Bilanzen riss. 2003 machte der Bereich



KODAK: BEZIEHUNGSGEFLECHT IN DER DRUCKINDUSTRIE

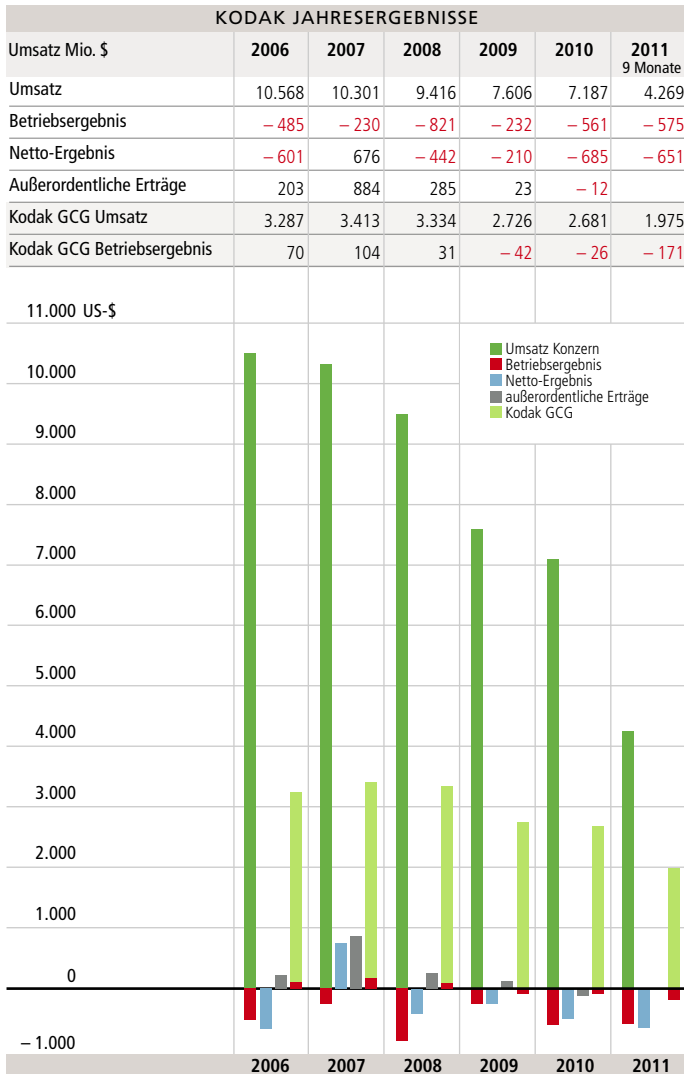


Die Grafik zeigt das Beziehungsgeflecht von Kodak in der grafischen Industrie und gleichzeitig auch den Zickzack-Kurs, den das Unternehmen über Jahre fuhr. Zu oft wusste Kodak mit den Zukäufen nichts anzufangen – so beispielsweise mit

Atex, Hersteller von Publishingsystemen, oder Diconix. Dennoch riss die Reihe der Zu- und Verkäufe, der Joint-Ventures und deren Auflösung bei Kodak nicht ab. Erst 2003 folgte Kodak einer gezielten Strategie im Markt der Druckindustrie. Gravierend waren die Übernahmen im

Druckplattenmarkt nach der Gründung von Kodak Polychrome Graphics. Ebenso hatte auch Scitex in den 1990er Jahren zugekauft. Nach der Übernahme durch das kanadische Unternehmen Creo, das die Vorstufeaktivitäten von Scitex übernommen und weitergeführt

hatte, führte Scitex die Digitaldruck-Aktivitäten weiter. Beide, Creo und Scitex Digital Printing, wurden von Kodak übernommen und wurden neben Encad und KPG Teil der 2005 gebildeten Graphic Communications Group.



Quelle: Eastman Kodak Konzernzahlen (ohne Gewähr). Einige Angaben sind vorläufig und überprüfungsbedürftig. Für die Kodak Graphic Communications Group (GCG) wird nur das betriebliche Ergebnis bilanziert.
© Druckmarkt-Grafik 1/2012

Fotografie noch immer rund 70% des Kodak-Umsatzes aus und war bis 2005 schon auf 56% abgesackt.

Umsatz und Markt dazugekauft

Der Jahresumsatz von KPG wurde 2004 auf 1,7 Mrd. \$ geschätzt. KPG beschäftigte rund 4.000 Mitarbeiter weltweit und verkaufte grafischen Film, konventionelle und CtP-Offsetdruckplatten und Prooflösungen. »Die Transaktion, die von Beginn an

zum Unternehmensgewinn beitragen wird, ist ein weiterer Schritt bei der Umsetzung unserer digital orientierten Wachstumsstrategie«, kommentierte Kodak-Chef Carp damals den KPG-Kauf. Bei der Übernahme zahlte Kodak an Sun 817 Mio. US-\$, wovon 317 Mio. \$ bei Abschluss der Transaktion fällig waren. Der Rest sollte bis 2013 in kleineren Raten bezahlt werden.

Der Deal mit KPG war noch nicht in trockenen Tüchern, da hatte Kodak schon die nächste Übernahme, diesmal von Creo, angekündigt. Die Mo-

tive dazu lagen auf der Hand. Kodak war nicht nur daran interessiert, Technologien zu erwerben, die die Abhängigkeit vom Film schmälern: Es konnte weder Kodak, noch Fuji oder Agfa gepasst haben, dass sich Creo als vierte Kraft im Markt der Druckplatten etablierten wollte. Diese »Eifersucht« war wohl auch der Grund, warum sich Agfa 2004 Lastra gegriffen hatte: dieser Wettbewerber – unter dem Dach von Agfa – konnte nicht mehr schaden. Und als Creo, um Marktanteile zu gewinnen, recht aggressiv am Markt agierte, musste dieser »neue Vierte« weg. Ende Januar 2005 übernahm Kodak Creo für rund 980 Mio. \$. Strategisch ein cleverer Zug. Denn KPG hatte ein entscheidendes Manko gegenüber den Wettbewerbern Agfa und Fujifilm: Kodak hatte keine nennenswerte Elektronik, sprich keine eigenen CtP-Systeme. Das hatte Kodak (und zuvor KPG) im Markt geschwächt, da sowohl Agfa als auch Fujifilm Pakete aus CtP-System plus Material (Druckplatten, Chemie etc.) anbieten konnten.

Graphic Communication Group

Nachdem Kodak 2002 zunächst den LFP-Hersteller Encad akquiriert hatte, sich 2003 mit Scitex Digital Printing in den Inkjet-Digitaldruck zu-

DAS FOTO WAR'S NICHT!



Wie oberflächlich unsere Medien arbeiten, lässt sich am Tenor der Meldungen zur Kodak-Insolvenz deutlich

erkennen: Egal ob Fernsehen, Radio, TV, Wirtschaftspresse oder Internet – unisono wird berichtet, der Fotopionier Kodak hätte den Um-

bruch von der analogen Fotografie nicht verkraftet. Das ist, wie sich an den Zahlen von Kodak (siehe Grafik links) leicht ablesen lässt, schlicht falsch. Der größte Umsatzbringer im Jahr 2011 war die Graphics Communication Group mit 45% Umsatzanteil, was eine deutliche Steigerung gegenüber den Vorjahren ist. 2010 stand man bei 37,5% Umsatzanteil. Das Fotogeschäft steckt in den beiden anderen bisherigen Unternehmens-

teilen: Der Film, Photofinishing and Entertainment Group (FPEG), die 2011 für 26% des Umsatzes gut war, und in der Consumer Digital Imaging Group (CDG) mit den Digitalkameras, die 2011 einen Umsatzanteil von 29% aufwies und gegenüber 2010 mit noch 37,5% Umsatzanteil geradezu abgestürzt ist. Der Anteil der Fotoprodukte ist auf nicht einmal 10% an den Kodak-Umsätzen zu schätzen.

Deshalb ging der Konzern also nicht in die Insolvenz. Aber es ist eine einfache und griffige Formel, die es spart, sich intensiver mit den tatsächlichen Ursachen der Pleite zu beschäftigen. Das ist aber heute leider kennzeichnend für die Mehrzahl der Medien.

Michael Mittelhaus ist Prepress-Consultant und Herausgeber des Insiderbriefes »Newsbox«.

► www.mittelhaus.com

ICH BIN

EIN

SEHR

STARKER

ANREIZ

ZUM

HANDELN

I am the power of print.

Im Durchschnitt werden mit jedem Euro der in Direct Mails investiert wird, 14 € generiert - mit manchen Kampagnen sogar bis zu 40 €. Ob Akquise, Kundenbindung oder Up-Selling - der Erfolg von Direct Mails ist direkt messbar.

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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



**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER



Mit dem legendären Spruch »You press the button – we do the rest« ist Eastman Kodak, deren erster Namensteil noch immer an den Gründer George Eastman erinnert, Ende des 19. Jahrhunderts berühmt geworden. Ebenso trugen die Kodak-Girls Anfang des 20. Jahrhunderts zum Erfolg der Fotografie und damit von Kodak bei. Bis 2003 machte Kodak 70% und mehr seines Umsatzes mit Filmen, Fotopapier und Kameras – übrigens auch mit Digitalkameras.



rückkaufte, 2004 das Joint-Venture Nexpress beendete und den gesamten Digitaldruckbereich von Heidelberg erwarb, löste sich Kodak 2005 noch aus dem Joint-Venture mit Sun Chemical und übernahm als Höhepunkt der Firmenakquisitionen Creo, deren Akquisition im Juni 2005 abgeschlossen wurde. Aus diesen Unternehmen und dem ohnehin bei Kodak etablierten Bereich der Dokumentenverarbeitung (Document & Image Scanning) wurde die Kodak Graphic Communications Group (GCG) geformt, die ihrerseits aus den Geschäftsbereichen Graphic Solutions & Services und Transaction & Industrial Solutions bestand. Mit KPG und Creo erhielt Kodak jedoch nicht nur ein breites Produktportfolio, sondern vor allem komplette Vertriebsorganisationen und etablierte Geschäftsbeziehungen.

Kodak GCG zeigte Stärke

So ist Kodak spätestens seit 2005 als einer der »Big Player« beim digitalen Drucken einzuordnen und zudem Teil des »Dreigestirns« im Plattenmarkt. Mit der Creo-Übernahme erhielt Kodak zudem ein erweitertes Portfolio: Eingabesysteme wie Scanner und über die Creo-Tochter Leaf zusätzliche Technologie in der Digi-

talfotografie, vor allem aber CtP-Systeme für den Akzidenz-, Verpackungs- und Zeitungsmarkt und Workflow-Management-Systeme.

Diese Konstellation war allerdings für die Händlerschiene katastrophal. Zumindest da, wo Creo-Systeme und Platten von Agfa oder Fuji verkauft wurden oder umgekehrt CtP-Systeme plus Kodak-Platten. Einige Handelshäuser mussten sich komplett umstellen, anderen wurde in die Karten gespielt. Unübersichtlich war es zunächst auch im Digitaldruck aufgrund zahlreicher Querverbindungen. Und nicht zuletzt blieb die Frage, wie der Markt auf den Giganten Kodak reagieren würde.

Doch allen Befürchtungen zum Trotz war die aus den zahlreichen Erwerbungen neu gegründete Kodak Graphic Communications Group durchaus erfolgreich. Aus dem 25%-Anteil am Umsatz des Kodak-Konzerns im Jahr 2005 wurden schließlich 45% im letzten Jahr. Und die Kodak GCG war über Jahre nahezu eine Umsatzkonstante im Konzern, während andere Unternehmensbereiche immer weiter an Umsatz einbüßten (siehe Grafik auf Seite 18).

Das Problem nur: Auch die Kodak GCG ist nach 2008 – wie viele andere Hersteller der Druckindustrie – in die Verlustzone geraten. Der Absatz an Druckplatten ist zwar einigermaßen konstant geblieben, allerdings

FILMRISS BEI KODAK – KOMMENTAR



Trotz aller Erfolge im Digitaldruck steckte Kodak schon im letzten Jahr in der tiefsten Krise seit seiner Gründung. Dabei kämpfte Kodak schon seit Jahren mit den Folgen der Digitalisierung der Fotografie. Antonio Perez, der 2005 den Chefessel bei Kodak übernahm, meinte noch bei seinem Amtsantritt, dass Kodak die digitale Revolution anführen werde und man in wenigen Jahren als Musterbeispiel für den Wandel zu einem »digitalen Unternehmen« dastehen werde.

Weit gefehlt. Die Bilanz von Perez ist ernüchternd und Kodak hat über die Jahre hinweg einen dramatischen Umsatzverlust hinnehmen müssen. Der Umsatz von 14,2 Mrd. US-Dollar im Jahr 2005 ist bis 2010 auf gerade einmal 7,2 Mrd. Dollar zusammengeschmolzen. In all den Jahren ist es Perez kein einziges Mal geglückt, schwarze Zahlen zu schreiben. Die Verbindlichkeiten haben sich auf 6,75 Mrd. \$ aufgetürmt. Die Vermögenswerte lagen per Ende September bei 5,1 Mrd. \$. Viele werfen dem Kodak-Chef vor, nur eine halbherzige Strategie beim Umbau des Unternehmens verfolgt zu haben. Obwohl der Konzern 2005 die Nummer 1 am US-Markt für Digitalkameras war, gab Perez kurze Zeit später auf: Das Geschäft mit Digitalkameras sei »Blödsinn« meinte er lapidar. Die Sparte Consumer Digital reduzierte er auf Desktop-Inkjetdrucker, Kiosk-Lösungen und die Internet-Plattform Kodak Gallery. Mittlerweile gab es zwar wieder Digitalkameras mit dem Kodak-Label, aber der Zickzack-Kurs hatte seine Spuren hinterlassen – Kodak war als Consumer-Marke in der Bedeutungslosigkeit versunken. 2001 belegte Kodak noch Platz 27 in einem weltweiten Ranking der 100 wichtigsten Marken – im letzten Jahr tauchte Kodak darin gar nicht mehr auf. Insofern wäre es nur konsequent gewesen, wenn Perez den vollständigen Rückzug aus dem Consumer-Bereich frühzeitig angetreten und sich auf den Business-to-Business-Bereich konzentriert hätte. Aber diese Entscheidung wird ihm wohl die Insolvenz und die nun folgende Sanierung abnehmen.

Knud Wassermann ist Chefredakteur der »Grafische Revue«. Das Fach-Magazin erscheint in Wien.

► www.grafische-revue.at



steigen die Herstellkosten und die Margen stehen unter erheblichem Druck. Was regional möglicherweise unterschiedlich ausgeprägt ist.

Interessant in diesem Zusammenhang, dass sich beispielsweise in der Schweiz im Jahr 2011 die verkaufte Quadratmeterzahl an Druckplatten kaum verändert hat und auch der Absatz bei Zeitungsplatten relativ stabil blieb. Dies bestätigt Kurt Steidle, langjähriger Kodak-Mitarbeiter und Deligierter des Verwaltungsrates des Schweizer Kodak-Händlers OFS, gegenüber dem »Druckmarkt«. »Allerdings schließt dieser Umstand ja nicht unbedingt ein, dass mehr gedruckt wird. Die Auflagen werden kleiner, die Zahl der Aufträge nimmt zu – aber die Umsätze unserer Kunden schwinden zunehmend«, erklärte Steidle. Und das ist beileibe kein typisch Schweizer Problem.

Wie geht es weiter?

Deshalb bleibt zu hoffen, dass die Folgen der Insolvenz von Kodak für die grafische Branche überschaubar bleiben. Auch wenn Kodak, wie es durchaus denkbar ist, zerschlagen werden könnte, sollte der Bereich der grafischen Techniken schon aus strategischen Gründen als Ganzes erhalten bleiben.

Dem stimmt der Branchenkenner und Prepress-Consultant Michael Mittelhaus zu: »In der Branche wird zwar schon spekuliert, dass durch die Insolvenz ein Verkauf des Unternehmens in Teilen bevorstehen könnte. Doch der Ausverkauf dürfte eher bei den Consumer-Products liegen und weniger bei der GCG.« All diese Szenarien, egal in welche Richtung, seien zum jetzigen Zeitpunkt natürlich reine Spekulation, räumt Mittelhaus ein. Dies zeige ja auch die »Rettung« von manroland, die ja eher ein Filettieren des Druckmaschinenherstellers mit ungewissem Ausgang für einige Unternehmens-teile ist (siehe auch unseren Beitrag auf der nächsten Seite).

Aber sind bei Kodak erst einmal die eingangs angesprochenen Patente (die wohl in erster Linie aus dem Bereich Bildverarbeitung und Consumer Business kommen) verkauft, versiegen auch die Lizenzeinnahmen, die dem Unternehmen nach eigenen Angaben seit dem Jahr 2003 etwa 3 Mrd. \$ einbrachten. Dass Kodak im Markt der Digitalfotografie noch einmal auf die Beine kommt, ist dann kaum anzunehmen. Dann bliebe Kodak kein anderes Faustpfand mehr als der grafische Bereich mit Software, Druckplatten und Digitaldruck, der ohnehin schon 45% des Umsatzes ausmacht.



VOLL Treffer

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das »Marketing-Glossar« konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunika-

tion, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College
Marketing-Glossar
Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.
Preis:
29,00 € / 39.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.

www.druckmarkt.com



Zerschlagen!

Für die »Rettung« von manroland zahlen die Mitarbeiter einen hohen Preis:
Etwa 2.200 Arbeitsplätze fallen weg

Die manroland AG hatte am 25. November die Eröffnung des Insolvenzverfahrens beantragt, nachdem die Verhandlungen mit einem potenziellen Investor »auf der Zielgerade gescheitert« seien. Als Auslöser für die Insolvenz nannte das Unternehmen den erneuten dramatischen Einbruch im Auftragseingang. Nach einer Erholung zu Beginn des Jahres 2011 bis in den Sommer hinein habe sich das Marktumfeld (insbesondere in den USA und in Westeuropa sowie für das Segment Bogendruckmaschinen) erneut abgeschwächt. Mit dem Insolvenzantrag hatte manroland einen Antrag auf Anordnung der Eigenverwaltung gestellt, um die laufenden Restrukturierungen zu Ende führen zu können. Unter der Regie des vorläufigen Insolvenzverwalters Werner Schneider wurde der Geschäftsbetrieb von manroland mit 6.500 Beschäftigten, davon knapp 5.000 in Deutschland, in vollem Umfang aufrechterhalten und durch eine Zwischenfinanzierung abgesichert. Über den Jahreswechsel hinaus war alles reines Spekulieren und Rätseln. Weder die Öffentlichkeit noch die Mitarbeiter wussten, ob und wie es weitergeht. Zwar wurde der Insolvenzverwalter in der Presse permanent zitiert, es gebe Interessenten,

doch das schürte umso mehr die Spekulationen. Genauso wie die Frage, ob manroland als Ganzes gerettet werden könne, oder ob Rollen- und Bogenbereich aufgesplittet werden. Für die Beantwortung dieser Fragen blieb dem Insolvenzverwalter Zeit bis Ende Januar.

Hohe Erwartungshaltung

»Wir haben zwei Bieterkonzepte auf dem Tisch, die dem Gläubigerbeirat zur Entscheidung vorgelegt werden«, äußerte sich Wirtschaftsprüfer Werner Schneider am 18. Januar 2012. Aufgrund des Stands der Verhandlungen sei mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit davon auszugehen, dass ein Fortbestand der drei Standorte in Augsburg, Offenbach und Plauen durch einen Verkauf gesichert werden könne. Damit wurden die Erwartungen der manroland-Mitarbeiter erhöht, die auf den Erhalt des ganzen Konzerns gesetzt hatten.

Die Kanzlei des Insolvenzverwalters, Schneider, Geiwitz & Partner, hatte zuvor mitgeteilt, dass die Produktion ohne Einschränkungen weiterlaufe. Zwei 96-Seiten-Maschinen vom Typ Lithoman wurden in Betrieb genommen, eine weitere werde in diesen Tagen ausgeliefert. Auch der Bogendruck-Bereich werde bis Ende Januar 29 Maschinen ausliefern. Nach

Zuerst war von einem neuen Großaktionär bei manroland die Rede, dann von einem Schlusstrich, den die Allianz unter ihr Engagement beim Druckmaschinenhersteller ziehen wolle, dann ging manroland in die Insolvenz. Und nun wird der Konzern zerschlagen. Augsburg übernimmt die Lübecker Possehl-Gruppe, was aus Offenbach wird, bleibt ungewiss.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Einer von drei Teilen der insolventen manroland AG, das Werk Augsburg, ging an die Lübecker Possehl-Gruppe. Der Standort Plauen soll durch eine längerfristige Lieferbeziehung für das Augsburger Werk gestützt werden. Noch offen ist das Schicksal für den Bogenstandort Offenbach. Hier wird weiter nach einem Investor gesucht.

dem aktuellen Auftragsbestand sei die Produktion auch über den Januar hinaus sichergestellt. Dazu kamen aus China drei Großaufträge, deren Wert im »unteren zweistelligen Millionenbereich« beziffert wurde. China war für manroland der größte Einzelmarkt im vergangenen Jahr – vor Deutschland und Brasilien.

manroland wird zerschlagen

Zwischenzeitlich hatten sich die Alt-Eigner der manroland AG, MAN und Allianz, an einer Auffanggesellschaft für manroland-Mitarbeiter beteiligt. 24 Mio. € wurden für Qualifizierungs- und Transfergesellschaften zur Verfügung gestellt. Was bitter nötig war, wie die weitere Entwicklung zeigte.

Denn inzwischen ist es Gewissheit: Die Lübecker Possehl-Gruppe übernimmt zwar den Standort Augsburg mit der Fertigung der Rollenoffsetmaschinen für den Zeitungs- und Zeitschriftendruck, was aber andererseits bedeutet, dass der einst stolze Konzern in drei Teile zerschlagen wird.

Die Possehl-Gruppe umfasst die L. Possehl & Co. mbH sowie rund 140 Tochtergesellschaften in mehr als 30 Ländern. 2011 erzielte die Gruppe

einen Umsatz von rund 2,5 Mrd. €. Erst im Vorjahr hatte die Possehl-Gruppe den ebenfalls in Augsburg beheimateten Mailroom-Anbieter Böwe Systec aus der Insolvenz übernommen.

Der kalifornische Finanzinvestor Platinum Equity hatte für die Übernahme des gesamten Konzerns geboten, ging jedoch leer aus.

Zukunft für Offenbach bleibt ungewiss

Für Offenbach beginnt nun die zweite Runde. Der Bogenoffset-Standort Offenbach soll zum 1. Februar in eine neue Gesellschaft eingebracht werden, an der leitende Vertriebsmanager von manroland beteiligt werden. Hier wird Werner Schneider die Suche nach Investoren fortsetzen. Dabei setze er auch auf die Hilfe des Landes Hessen in Form von Bürgschaften. Dazu gebe es Gespräche mit der hessischen Landesregierung.

Der dritte Standort Plauen soll ebenfalls als eigene Gesellschaft fungieren und mit einem langfristigen Liefervertrag an Augsburg gebunden werden. Possehl wolle sich auch an der dortigen Neugesellschaft beteiligen, was aber noch nicht vertraglich gesichert ist. Darüber hinaus soll sich das Management in Plauen um Drittaufträge bemühen.

In Offenbach werden von den 1.800 Arbeitsplätzen wohl nur 750 erhalten bleiben. In Augsburg sollen knapp 1.500 von 2.200 Stellen gerettet werden, in Plauen 300. Insgesamt werden bei manroland wohl 2.200 Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz verlieren.

2.200 Arbeitsplätze fallen weg

Hunderte Beschäftigte der insolventen manroland erhielten am 23. Januar ihre Kündigung. Die Kommunikationsabteilung ist bereits aufgelöst. Auf Betriebsversammlungen wurden den Mitarbeitern Einzelheiten zur Zerschlagung und zu den Stellenstreichungen mitgeteilt. Den Plänen von Insolvenzverwalter Werner Schneider zufolge bleiben nur 2.500 von derzeit rund 4.700 Arbeitsplätzen erhalten.

Die gekündigten manroland-Mitarbeiter können in eine der drei Transferfirmen wechseln, die für einen reibungslosen Übergang in einen neuen Job sorgen sollen. Doch den Betroffenen droht für den Fall, dass die Vermittlung nicht gelingt, ein rascher Sturz in die Arbeitslosigkeit. Die Transfergesellschaften an den Standorten Augsburg, Offenbach und Plauen sollen für eine Dauer von sechs Monaten eingerichtet werden.

NOCH NICHTS GEREGLT



Die Entscheidungen von Werner Schneider, des manroland-Insolvenzverwalters, scheinen von persönlichen Erfahrungen

und Kontakten geprägt, was mehr Feststellung denn Kritik sein soll. Im Grunde werden Augsburg und Plauen zukünftig von der Possehlgruppe betrieben. In Augsburg ist man mit 40% Arbeitsplatzabbau noch günstig weggekommen, was man mit fast 60% Stellenverlust für Offenbach und Plauen nicht sagen kann. Dabei ist für Offenbach jedoch im Grunde noch gar nichts geregelt, mit einer Art Auffanggesellschaft nur Zeit gewonnen. Hoffentlich geht diese Kalkulation auf. Hier könnte die chinesische Karte (SEC) durchaus noch stechen, da man nicht mehr so unter Zeitdruck steht. Die Frage bleibt, ob diese Regelung wirklich auf Vertrauen am Markt stoßen wird, bei jetzigen und möglichen zukünftigen Kunden.

Wie die konkreten Konzepte für Augsburg aussehen, sollten wir spätestens zur drupa erfahren. Bis dahin könnten sich auch die Fragen nach den bisherigen und zukünftigen Vertriebsgesellschaften und der PrintCom geklärt haben, denn diese sind weitestgehend offen, was immerhin 1.500 Mitarbeiter betrifft.

Man muss also schon konstatieren, dass für fast die Hälfte der manroland AG noch gar keine Entscheidung gefallen ist. manroland wird uns noch einige Zeit in den Schlagzeilen erhalten bleiben.

Michael Mittelhaus ist Prepress-Consultant und Herausgeber des Insiderbriefes »Newsbox«.

➤ www.mittelhaus.com



Die Krise im Druckmaschinenbau ist hausgemacht

Die Insolvenz und Zerschlagung von manroland ist nach Ansicht des Verbandes Druck+Medien NRW ursächlich nicht im Absatzmarkt zu suchen, sondern vor allen Dingen auch ein Ergebnis falscher Strategie und Geschäftspolitik des Druckmaschinenbaus.

Sind fehlende Investitionen der Drucker und strukturelle Veränderungen im Werbeverhalten am Niedergang des einstigen Flaggschiff des Maschinenbaus, dem deutschen Druckmaschinenbau, Schuld, wie es derzeit in einigen Erklärungen vorgebracht wird? »Nein«, sagt Dipl.-Kfm. Oliver Curdt, Geschäftsführender Vorstand des Verbandes Druck+Medien NRW, dem größten regionalen Druck- und Medien-Verband in Deutschland. »Das ist eine zu einfache und zu einseitige Erklärung.«. Genauso wenig ist eine schwindende Druckproduktion oder ein niedrigeres Volumen ursächlich für die Krise des Druckmaschinenbaus, meint der Verbandschef. »In einer Branche, die einen Preisindex von 95 gegenüber dem Jahr 2005 aufweist, also sinkende Preise, aber gleichzeitig gestiegene beziehungsweise konstante Umsätze, nämlich 20,34 Milliarden Euro im Jahr 2011, hervorbringt, kann dieses nur durch im Schnitt gestiegene Produktionsvolumina gelungen sein«, erklärt Curdt. Dabei hat die Produktivität von Prozessen, Maschinen und Menschen in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich zugenommen. »Man bezeichnet das auch als Industrialisierung«, erläutert Oliver Curdt.

REGELRECHT MIT KAPAZITÄTEN ÜBERSCHWEMMT Nach Ansicht des Verbandsmanagers haben die Druckmaschinenhersteller in ihrem gegenseitigen Wettstreit um Größe und Geschwindigkeit von Maschinen seit Jahrzehnten die Rechnung ohne den Markt gemacht und offensichtlich einfache mathematische Berechnungen ignoriert: »Produktivitätssteigerungen von bis zu 30 Prozent innerhalb von wenigen Entwicklungsjahren, und das gleich mehrfach innerhalb der letzten 15 Jahre, kann kein Absatzmarkt in entwickelten Industrienationen wie Deutschland verkraften«, sagt Curdt. »Die Maschinenbauer haben den Markt regelrecht mit Überkapazitäten überschwemmt und die geschulten Vertriebsmitarbeiter sowie das Management haben den kurzfristigen Verkaufserfolg offenkundig höher gewichtet als ein gesundes Wachstum. Wenn die verantwortlichen Manager und Inhaber ehrlich zu sich sind, dann werden sie das nicht von der Hand weisen können«, führt Curdt weiter aus.



Oliver Curdt, Geschäftsführer Verband Druck+Medien NRW e. V., sieht im Verhalten der Druckereien keine Schuld am Niedergang des Druckmaschinenbaus.

Das Umdenken und Einlenken des Managements der Druckmaschinenbauer hat nach Ansicht des Verbandsgeschäftsführers zu spät begonnen, vor allen Dingen im Bereich des Bogenoffsetdrucks. »Jahre, wenn nicht mindestens ein Jahrzehnt oder gar mehr hat man meiner Ansicht nach die falsche Strategie verfolgt, Entwicklungen, wie die im Bereich Digitaldruck belächelt, verschlafen oder falsch angegangen. Heute sind die Digitaldruckhersteller die neuen Weltmarktführer«, postuliert Curdt. »Nicht die kleinen Drucker sind Schuld, weil sie nicht genug Maschinen gekauft haben, ganz im Gegenteil, manch treuglaubender Betrieb hat weit über seine Verhältnisse und finanziellen Möglichkeiten investiert und sich dabei hoch verschuldet,« so Curdt weiter. »Im Gegenteil müssen sie es jetzt ausbaden, dass sie sich für die Maschinen von manroland entschieden haben.«

Die Bogenoffsetmaschinen sind nach Ansicht von Curdt auf dem Gebrauchtmaschinenmarkt jetzt deutlich weniger wert und stehen gleichzeitig zum Teil höher in den Bilanzen. Welche Risiken noch in Leasingverträgen schlummern, kann man ebenfalls nicht vorhersehen. Auch der Service wird sicherlich leiden. Curdt: »Es geht um viel Geld, Geld, dass viele kleine und mittlere Betriebe, immerhin mehr als 80% der Branchenunternehmen, mit harter Arbeit Tag für Tag erwirtschaften müssen. Daran dachte man bei manroland wohl leider zu wenig, Schade!«

BETRIEBS-CHECK FÜR BETROFFENE DRUCKER Der Verband Druck+Medien NRW e. V. bietet betroffenen Mitgliedsunternehmen einen kostenlosen Betriebs-Check sowie Mithilfe bei der Lösung von auftretenden Problemen an, soweit dieses in seiner Kompetenz liegt. Gleichzeitig fordert der Verband die Politik dazu auf, keine Subventionen und Bürgschaften für überflüssige Strukturen auszugeben, sondern wenn, dann Bürgschaften dazu zu verwenden, dass den betroffenen Kunden geholfen werden kann, etwa durch Aufrechterhaltung eines wenigstens zeitlich befristeten Service- und Ersatzteilgeschäfts und durch Ausfallbürgschaften bei möglichen Buchwertverlusten in den Bilanzen der Drucker.

› curdt@vdmnrw.de

Der Beginn einer neuen Ära



Jet Press 720

Endlich - qualitativ hochwertiger Digitaldruck im B2-Format

Die Jet Press 720 ist die erste verfügbare digitale Vierfarb-B2-Bogendruckmaschine der Welt. Diese bahnbrechende digitale Technologie wurde entwickelt, um den stetig wachsenden Anforderungen mit immer kürzeren Produktionsabläufen bei höchster Qualität gerecht zu werden.

Mehr Informationen erhalten Sie unter:

www.powertosucceed.eu/jetpress

oder per E-Mail an: grafische_systeme@fujifilm.de



POWER TO SUCCEED

FUJIFILM



Kein Pfeifen im Wald

Der Bundesverband Druck und Medien glaubt für 2012 an einen Aufschwung in der deutschen Druckindustrie

Vom letztjährigen Aufschwung der deutschen Wirtschaft konnten zumindest die Druckbetriebe mit mehr als 50 Beschäftigten profitieren. Ihr Umsatz kletterte bis Oktober 2011 um 4,5% auf 10,75 Mrd. €. Insgesamt geht der bvdm für das vergangene Jahr von einem leichten Umsatzplus von 0,2% auf 20,34 Mrd. € aus – also quasi Stagnation, aber zumindest kein Rückgang mehr.

»Größere Druckereien haben es dabei offenbar leichter, sich am Markt



zu behaupten,« stellte **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des Verbandes, fest. So steigerten Druckereien mit mehr als 20 Beschäftigten ihre Produktion bis Oktober 2011 immerhin um 2,2%. Ohnehin habe sich das erste Halbjahr 2011 positiv ausgewirkt. Druck-Erzeugnisse legten anhand der vorliegenden Produktionsergebnisse um +4,3% zu.

Am stärksten zogen Werbedrucke (außer Kataloge und Plakate) mit 8,6% an, bedruckte Etiketten um 7,6% und Geschäftsdrucksachen um 5,5%. Die Druck- und Medienvorstufe und die Weiterverarbeitung wuchsen um jeweils knapp 6%. Noch haben diese Zahlen allerdings

keinen abschließenden Charakter, sie basieren als Hochrechnung für 2011 auf den Daten bis einschließlich Oktober 2011.

Preise für Drucksachen steigen

Nein, die wenn auch kleinen Erfolge seien kein Pfeifen im Walde, erklärte Dr. Deimel, da sich der Abwärtstrend definitiv nicht fortsetze. Auch wenn der Wettbewerb mit den elektronischen Medien nicht zu vernachlässigen sei, dürfe man das Internet nicht überschätzen. »Es gibt Untersuchungen, nach denen elektronische Werbung mehr stört als gedruckte«, sagte Dr. Deimel. Und für die Branche das »Sterbeglöcklein« zu läuten, sei es wohl entscheidend zu früh – auch wenn es durch Blogs oder Pressebeiträge immer wieder versucht werde.

»Doch trotz der besseren Zahlen ist der Strukturwandel in der Branche noch lange nicht abgeschlossen«, warnte Deimel vor zu großem Optimismus. »Die Branche wird industrieller. Damit wird es vor allem für kleinere Unternehmen schwerer, dem Wettbewerb und dem hohen Innovations- und Technikdruck der Branche standzuhalten.«

Die Folgen könnten sich in Marktaustritt und Beschäftigungsabbau bemerkbar machen. Für 2011 rechnet der bvdm wieder mit einem An-

Wenn die positiven Rahmendaten der Wirtschaft erhalten bleiben und wenn die Wirtschaft nicht in eine Rezession stürzt, kann die Druckindustrie in Deutschland mit einem Wachstum von 1,5% rechnen.

Davon geht der bvdm aus. Zumal der Abwärtstrend 2011 mit einem Mini-Wachstum von 0,2% bereits gestoppt worden sei.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





stieg der Insolvenzen (+5%) und einem Beschäftigungsrückgang von über 4%. »Leider wird der Rückgang an Arbeitsplätzen nicht zu stoppen sein«, führte Deimel aus.

Als erfreulich bezeichnete Dr. Deimel, dass die Erzeugerpreisindizes für Drucksachen erstmals seit 2003 wieder gestiegen seien. Dennoch sind Druck-Erzeugnisse immer noch um rund 5% billiger als im Jahr 2005. Im Vergleich dazu stiegen die Industriepreise im gleichen Zeitraum um 12%. »Angesichts der stark angestiegenen Kosten vor allem bei Energie und Druckfarben muss die Druckindustrie ihre notwendigen Preise dringend am Markt durchsetzen«, appellierte Deimel. Allerdings räumte er ein: »Wir befinden uns im Preiskampf, weil es einen Nachfragemarkt gibt und es unbestreitbar Überkapazitäten durch leistungsfähigere Maschinen gibt.« In diesem Zusammenhang zeigte er Verständnis

für Druckereien, die zumindest ihre »Fixkosten reinverdienen wollen«. Das sei zwar nicht »ewig gesund«, entspreche aber der aktuellen Situation.

Was die Investitionen der Branche auf der drupa betrifft, ist der Verband mit einer Prognose allerdings zurückhaltend. Schließlich sind auch in den vergangenen Monaten nicht alle von den Unternehmen angekündigten Investitionen tatsächlich realisiert worden.

Berufe sorgen für Lichtblick

Für einen positiven Lichtblick sorgen nach Angaben des Verbandes die Ausbildungszahlen. Die neuen Berufsbilder – der Medientechnologe Druck, Medientechnologe Siebdruck, Medientechnologe Druckverarbeitung, Buchbinder, Packmitteltechnologe und Mediengestalter Flexografie – beflügeln die Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen. Über alle Länder und Berufe hinweg schätzt der bvdmd das Plus in der Ausbildung in 2011 auf circa 6% bis 10%. Genaue Zahlen werden aber erst für April 2012 erwartet. Besonders gut sei der Medientechnologe Druckverarbeitung gegenüber dem bisherigen Ausbildungs-

beruf Buchbinder gestartet. Einige Länder gehen von einem deutlichen Plus gegenüber 2010 von bis zu 40% aus.

Für die Zukunft werde die Branche weiter mit innovativen Produkten und Services bei den Kunden punkten, so der bvdmd. Dazu benötige die Branche gut ausgebildete Mitarbeiter. Mit Blick auf die demografische Entwicklung verfüge die Branche über ein innovatives, betriebsbezogenes flexibel einsetzbares Ausbildungsmodell. Mit diesem könne sie sich dem Konkurrenzkampf um gute Mitarbeiter mit anderen Branchen stellen.

Green Printing und Nachhaltigkeit

Green Printing und Nachhaltigkeit sind nach Ansicht des Bundesverband Druck und Medien auch 2012 wichtige Themen für die Druckindustrie. So hätten sich der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände immer mehr Unternehmen angeschlossen. Um 200% sei die Gesamtsumme des kompensierten CO₂ im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Mittlerweile nutzen über 330 Druckereien in Deutschland und Österreich den Kli-

marechner der Verbände. Sie und ihre Kunden kompensierten im Jahr 2011 ein CO₂-Volumen von über 12.000 Tonnen. »Damit ist die Klimainitiative beispielgebend für den gemeinsamen Umweltschutz von Druckindustrie und deren Kunden«, erklärte der Hauptgeschäftsführer des bvdmd, Dr. Paul Albert Deimel.

Der Klimarechner der Druck- und Medienverbände berechnet für alle Druckaufträge, spezialisiert nach Druckverfahren von Digitaldruck bis Tiefdruck und auch für den Verpackungsdruk, die CO₂-Bilanz der Druckprodukte. Für das erste Quartal 2012 kündigte Andreas Brandt, Umweltreferent des bvdmds, eine Programm-Erweiterung des Rechners an. Dann wird der Rechner auch Berechnungen für den Siebdruck und den großformatigen Digitaldruck ermöglichen.

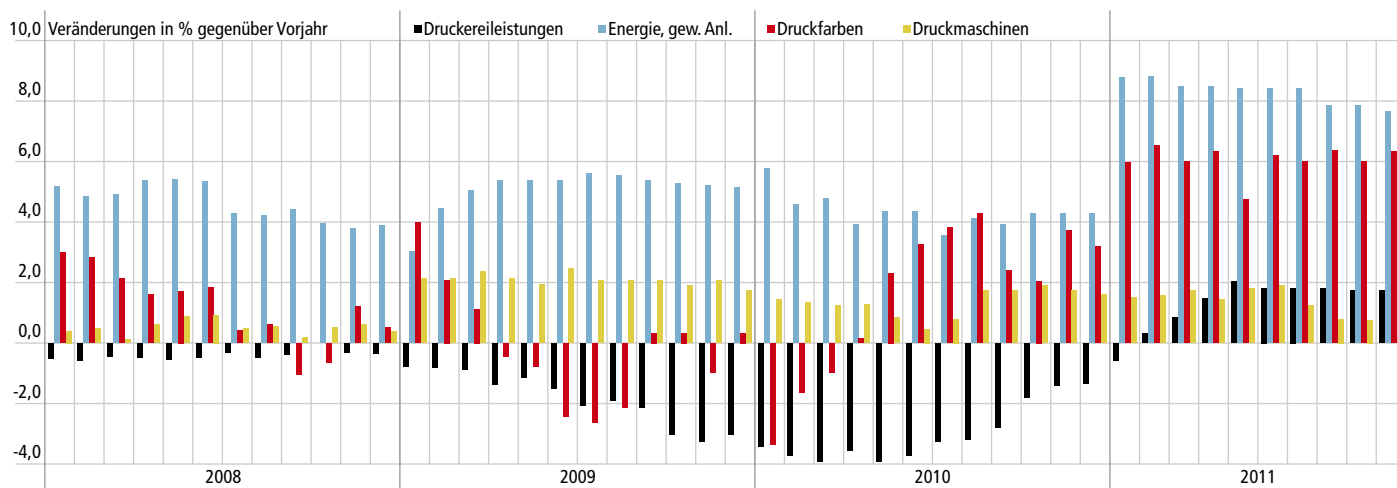
► www.bvdmd-online.de

Aufschlussreiches Zahlenmaterial legte der bvdmd im Zusammenhang mit den Erzeugerpreisindizes vor. Nach einer permanenten Phase rückgängiger Preise für Druckereileistungen stiegen die Preise erstmals wieder. Allerdings erhöhten sich auch die Kosten bei Druckfarben, Maschinen und vor allem Energie wieder deutlich.

Über die zahlreichen Veranstaltungen, die der Verband für dieses Jahr auch auf der drupa vorbereitet, informiert unsere Rubrik »Termine, Bildung & Events«.



ERZUEGERPREISINDIZES



Quelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen bvdmd. Druckmarkt-Grafik 1/2012.



X-Rite

KOSTENLOSE UPDATES FÜR FARBMANAGEMENT-SOFTWARE

X-Rite, führender Anbieter in den Bereichen Farbmanagement, -messung und -kommunikation, hat bekanntgegeben, dass mehrere Software-Updates, darunter für ColorMunki Display, i1Profiler und i1Profiler D2Lion Edition für die Farbkalibriergeräte i1Display LT und i1Display 2 Color, als kostenlose Downloads zur Verfügung stehen.

Neue Version von vjoon K4

VEREINFACHTE PRODUKTIONS-PROZESSE

Die neue Version 6.4 R2 der Cross-media-Publishing-Plattform vjoon K4 ist jetzt verfügbar und sorgt für mehr Effizienz im Produktionsprozess. Optimierungen in den Bereichen Multi-Channel-Publishing, die standardisierte Integration von Drittsystemen und die Erweiterung neuer Komponenten bilden den Schwerpunkt der neuen Version.

Neuer Standort

LINOTYPE MIT EINEM HAUPTSTADT-BÜRO

Zum Jahresbeginn eröffnete die Linotype GmbH ein Büro in Berlin. Mit dem Stammsitz Bad Homburg ist das zu Monotype Imaging gehörende Schriftenhaus somit an zwei Standorten in Deutschland vertreten. Das Hauptstadt-Büro soll es ermöglichen, Kunden in Nord- und Ostdeutschland durch die räumliche Nähe besser zu betreuen.

Melaschuk Medien

MARKTÜBERSICHTEN AKTUALISIERT

Die Unternehmensberatung Melaschuk Medien hat die Marktübersicht Web-to-Publish-Systeme aktualisiert. Die tabellarischen Übersichten und Details zu rund 80 Systemen aus den Bereichen Web-to-Publish, Web-to-Print und Cross-Media stehen kostenlos in Form von PDF-Dateien bereit.

➤ www.melaschuk-medien.de

WoodWing Enterprise 7.5

INTEGRATION MIT DER ADOBE DIGITAL PUBLISHING SUITE

Die neue Version von WoodWings Multi-Channel-Publishing-System Enterprise ist nahtlos integriert mit der Adobe Digital Publishing Suite (DPS). Dank dieser Integration profitieren Publisher von den Workflow-Vorteilen von Enterprise für die Kreation von Print-, Tablet- und Web-Publikationen und können die Adobe DPS-Plattform für die Verbreitung von Publikationen auf die verschiedenen Tablets nutzen.



Enterprise 7.5 stellt außerdem eine Reihe weiterer Neuerungen insbesondere im Bereich des Multi-Channel-Texteditors von Content Station zur Verfügung und unterstützt die aktuelle Version 5.5 der Adobe Creative Suite.

Quark

KOSTENLOSE IPAD-MAGAZIN-APP FÜR KREATIV-PROFIS

Quark hat Jabber veröffentlicht, eine iPad App für Designer und Kreativ-Profis, die ganz neue Möglichkeiten des Tablet-Magazin-Designs aufzeigt. Jabber liefert seinen Lesern Designnachrichten, Gastkommentare und innovative Infografiken, stellt Designer und ihre Arbeit vor und gibt damit dem Leseerlebnis eine völlig neue Ausrichtung. Jabber wurde vollständig mit QuarkXPress 9 und App Studio erstellt und setzt scrollbare Layouts, Diashows, Videos, Pop-ups und HTML5-Inhalte ein, um die durch das iPad ermöglichten vielseitigen Funktionen zu nutzen.

»Tablets wie das iPad haben der Design-Community ganz neue Anregungen dafür gegeben, das Design zu überdenken«, sagt Gavin Drake, Vice President Marketing bei Quark. »Mit Jabber wollen wir Kreativ-Profis unterhaltsame, interessante und informative Inhalte, die unsere Ansicht die Zukunft der digitalen Zeitschrift darstellen, in einer App anbieten. Mit Jabber werden wir neue Konzepte für das digitale Design ausprobieren, um die Möglichkeiten der Designer zu erweitern, ohne dass sie programmieren müssen.«

➤ www.quark.com

Xerox Bildanalysetools

VERBESSERTE SUCHE IN BILD- UND DATENBANKEN

Mit den heutigen Bildtechnologien dauert es oft Stunden, umfangreiche Bilddatenbanken nach einem bestimmten Bild zu durchsuchen. Ein Team des Xerox Forschungszentrums in Grenoble hat nun vier neue Technologien entwickelt, mit denen es möglich ist, einfach und schnell das richtige Bild für den gewünschten Zweck zu finden. Erhältlich sind diese Bildertools über Open Xerox, das Online-Technologieportal des Unternehmens. Kunden können hier neue Erfindungen testen und sie beurteilen.

Entwickelt wurden die vier neuen Tools im Xerox Research Centre Europe in Grenoble. Sie analysieren und klassifizieren Bilder auf innovative Art und Weise. So ist beispielsweise ein Tool in der Lage, Fotosammlungen nach einem bestimmten ästhetischen Stil zu ordnen, anstelle der Sortierung nach Standardkategorien.

Die neuen Technologien vereinfachen das Verwalten von riesigen Sammlungen an Informationen, Dokumenten und Bildern in sekundenschnelle.

Kodak steigert Produktion

THERMAL DIREKT UND PF-N PLATTEN

Kodak hat durch umfangreiche Ausrüstungsmaßnahmen an einer zweiten Produktionslinie im Druckplattenwerk in Leeds, Großbritannien, seine Fertigungskapazität für prozesslose Druckplatten, die Druckereien eine umweltfreundlichere Produktion ermöglichen, gesteigert. Die Kapazitätserweiterung erfolgte aufgrund der wachsenden Nachfrage von Akzidenz- und Verlagsdruckereien nach der prozesslosen Thermal Direkt Platte sowie von Zeitungsdruckereien nach der prozesslosen PF-N Platte. Der Ausbau der Plattenfertigungsline hilft Kodak zum einen, die in den letzten zwei Jahren um durchschnittlich 35% gestiegene Marktnachfrage nach prozesslosen Platten zu erfüllen und zum anderen die produktionstechnischen Voraussetzungen für ein hochinteressantes neues Produkt zu schaffen, dessen Ankündigung für Anfang kommenden Jahres erwartet wird.

➤ www.graphics.kodak.com

➤ www.growyourbiz.kodak.com



NEC optimiertes Softwarepaket FARBKALIBRIERUNG

FÜR SPECTRAVIEW ANWENDER

NEC Display Solutions bringt mit SpectraView Profiler 5 eine neue Version der Farbkalibrierungssoftware auf den Markt. Die Software wurde für Nutzer von Referenzdisplays konzipiert, die eine akkurate Display-Kalibrierung und -Profilierung für farbkritische Anwendungen benötigen. SpectraView Profiler 5 liefert eine Reihe neuer Funktionen sowie eine erneuerte Benutzeroberfläche, die spezielle Bedienelemente für einzelne Anwendungen aus dem Farbmanagement bietet. Aufbauend auf der bereits existierenden Profiler-Lösung erlaubt die neue Version jetzt eine zusätzliche Hardwarekalibrierung über das DDC/CI-Protokoll oder ein USB-Kabel und bietet volle Unterstützung der 3D LUT Funktionalität. Außerdem unterstützt Profiler 5 die aktuellsten basICColor DISCUS und X-Rite i1Display Pro Colorimeter. SpectraView Profiler 5 ist mit allen NEC SpectraView Displays kompatibel – sowohl mit dem SpectraView 231 als auch mit den Modellen SpectraView Reference 241, 271 und 301.

► www.nec-display-solutions.com

DVSPACK jetzt auf Tablet-PC SOFTWARE FÜR DIE VERPACKUNGSENTWICKLUNG

Die von DVS System Software angebotene Software DVSPACK beinhaltet über 450 Standardkonstruktionen aus den Bereichen Faltschachtel (Karton), Wellpappe-Verpackungen und Displays. Durch einfache (bebilderte) Dialoge ist sogar eine Anzahl von mehreren Millionen unterschiedlichen Verpackungsformen im Zugriff. Selbst der Ungeübte kann so in weniger als einer Minute eine Konstruktion



erstellen und im Anschluss eine automatische Bogenoptimierung auf hinterlegte Standardformate vornehmen. Will ein Sachbearbeiter im Außendienst beim Kunden selbst die Berechnung für Verpackung und Bogen erstellen, ist ein Angebot in weniger als 5 Minuten möglich. Über die DVSPACK Oberfläche inklusive 3D-Video und fertig bemaßter Zeichnung wird ein Angebot in kürzester Zeit erstellt.

► www.dvserp.de
► www.dvspack.de

Lüscher und MacDermid Printing LACKPLATTE ACCENT FÜR OFFSETDRUCKEREIEN

Die Lüscher AG und MacDermid Printing Solutions haben die Markteinführung von Accent bekanntgegeben. Die Accent ist eine neu entwickelte Lackplatte für Offsetdruckereien im Verpackungs- und Werbedruck. Die beiden Unternehmen werden die Lackplatte für die Belichterfamilie XPose UV gemeinsam vermarkten.

Lüscher als Hersteller von Belichtungssystemen und MacDermid als Plattenhersteller haben erkannt, dass die Druckveredelung für Offsetdruckereien einen immer wichtigeren Stellenwert einnimmt. Sie sehen eine große Nachfrage nach Spotlackierplatten, mit denen ein Bereich des bedruckten Produkts hervorgehoben werden kann und so die Wertschöpfung erhöht.

Um diesen Bedarf zu decken haben sie gemeinsam die Lackplatte Accent entwickelt, die von Offsetdruckereien in der Druckvorstufe des eigenen Betriebs selbst hergestellt werden kann.

Die Lackplattenlösung wurde dank der Zusammensetzung der neuen Lackplatte und der Verfügbarkeit von CtP-Belichtungssystemen ermöglicht, die mit industriellen UV-Hochleistungslasern bei 405 nm arbeiten.

► www.luescher.com

X-Rite NetProfiler 3.0 GENAUIGKEIT UND KONSTANZ VON SPEKTRALFOTOMETERN

X-Rite unterstützt mit der neuen Generation seiner NetProfiler-Software das Einrichten effizienter Workflows. Die Anwendung kann Hand- und Tisch-Spektralfotometer regelmäßig prüfen, optimieren und zertifizieren. Der NetProfiler 3.0 versetzt Unternehmen in die Lage, Spektralfotometer in Entwicklungsabteilungen, Fabrikhallen und Prüflabors nach einem einheitlichen Standard zu kalibrieren, sodass die



an unterschiedlichen Standorten ausgeführten Farbmessungen über die gesamte Lieferkette hinweg exakt und zuverlässig sind.

In den vergangenen Jahren hat sich X-Rites Vorgängerversion von NetProfiler als Standard in der Textil-, Kunststoff- und Beschichtungsindustrie etabliert. Ziel war, die Leistung von Tisch-Spektralfotometern zu optimieren, bei denen im Verlauf jahrelanger Nutzung immer Messabweichungen aufgetreten sind.

► www.xrite.com

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*



Erfolgreiches Jahr**CANON DOKUMENTENSCANNER WEITER AUF DEM VORMARSCH**

Der Dokumentenscanner Bereich von Canon kann auch in 2011 auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Laut Infosource-Angaben konnte Canon DIMS seinen Marktanteil in Deutschland um über drei Prozent auf insgesamt 23,8% steigern. Dies entspricht 15.000 verkauften Units in diesem Jahr. Die Produktpalette von Canon umfasst mehr als 20 verschiedene Dokumentenscanner.

»Das umfangreiche und flexible Produktportfolio von Canon bietet optimale Lösungen für fast alle Anforderungen, die an einen Dokumentenscanner gestellt werden können. Das fängt

beim imageFormula P-150 für den Office- und für den mobilen Einsatz an und endet beim Produktionscanner DR-X10C mit einer Scangeschwindigkeit von 200 Bildern pro Minute für den Betrieb in Poststellen und bei Scan-Dienstleistern«, sagt Martin Falk, Product Manager DIMS/LFP bei Canon Deutschland. »Besonders erfolgreich waren wir beim P-150 und seiner Mac Version sowie beim Netzwerkscanner ScanFront 300/300P – hier ist es uns gelungen, Marktführer zu werden«, fügt Falk hinzu.

➤ www.canon.de

**Kodak Thermal Direct Platte****ADAC IST DER 1.500. ANWENDER**

Der Allgemeine Deutsche Automobil Club e. V. (ADAC), Europas größter Automobilclub, produziert jetzt in seiner Hausdruckerei in München mit der prozesslosen Kodak Thermal Direct Platte. Damit wurde der ADAC zum 1.500. Kunden, der die Kodak-Platte einsetzt.

Da sich Akzidenz- und Verlagsdruckereien vermehrt für nachhaltige Lösungen wie die prozesslose Druckformherstellung interessieren, steigt die Marktnachfrage nach der prozesslosen Kodak Thermal Direct Platte weiter an. Beim ADAC entschied man sich für die Druckplatte von Kodak, um die Produktivität in der Druckvorstufe zu steigern und die Umweltauswirkungen der Druckproduktion zu verringern.

Die Kodak Thermal Direct Platte bietet die Auflösung und Bebilderungspräzision digitaler Thermoplaten und macht Installation, Betrieb sowie Wartung und Pflege von traditionellen Plattenverarbeitungsanlagen sowie der zugehörigen Verarbeitungsschemie überflüssig.

Die Thermal Direct Platte mit Negativ-Bebildungscharakteristik arbeitet nicht ablativ. Das Druckbild wird in der Druckmaschine im Zuge des Einrichtens freigelegt, ohne dass es dadurch zu Verunreinigungen in der Maschine kommt. Die Platte macht die Verwendung und anschließende Entsorgung von Verarbeitungsschemikalien überflüssig und kann auf allen Thermo-CtP-Systemen bebildert werden.

➤ www.graphics.kodak.com

Heidelberg Suprasetter-Baureihe**NEUE FUNKTIONEN FÜR CTP-BELICHTER**

Heidelberg hat die Suprasetter-Modelle A52 und A75 mit der Option »High Resolution« ausgestattet. Dabei bleibt es in den Modellen bei einem Lasermodul, das alternativ in zwei Auflösungen 2.540 dpi oder 5.080 dpi Druckplatten belichten kann. Die Option wurde speziell für die Anwendungen im Sicherheitsdruck entwickelt, um glatte und ruhige Linien in feinsten Linienstärken wie Guillochen, Mikrolinien oder Mikroschriften zu drucken. Diese sehr feinen Strukturen kommen in erster Linie beim Druck von Banknoten, Aktien, Zertifikaten, Vignetten und Tickets zum Einsatz.

Neben der hohen Auflösung sollen Kunden auch von einer leichteren Handhabung und einer erhöhten Prozessstabilität profitieren.



Der Suprasetter 105/A105 mit dem neuen Auto- beziehungsweise Dual-Cassette-Loader benötigt weniger Platz und eine kleinere Entwicklungsmaschine.

Für die Suprasetter 105 und A105 steht mit der vollautomatischen Plattenladeeinheit Auto/Dual-Cassette-Loader (ACL/DCL) ein neues Automationskonzept zur Verfügung. Kassettenfächer und ein Transportband sind in das System integriert und ermöglichen eine verringerte Stellfläche um bis zu 45%. Anwender haben zudem die Möglichkeit, je nach Bedarf zwischen einer Variante mit einem oder mit zwei Kassettenfächern zu wählen. Daneben können weitere Plattenformate manuell geladen werden.

Optional ist für das Format 70 x 100 cm jetzt ein Drehtisch erhältlich, der die bebilderten Platten auf dem Transportband um 90 Grad vom Querformat ins Hochformat dreht. Durch die Ausgabe im Hochformat kann eine Entwicklungsmaschine mit einer Einlaufbreite von 85 cm verwendet werden. Der Einsatz der kleineren Entwicklungsmaschine reduziert die Systemkosten und verringert den Einsatz von Chemie und Energie.

Seit Markteinführung der Suprasetter Familie zur drupa 2004 hat Heidelberg eigenen Angaben zufolge über 4.300 CtP-Systeme verkauft.

➤ www.heidelberg.com

Linotype

SCHRIFTFAMILIEN GEORGIA PRO & VERDANA PRO PRÄSENTIERT

Die neuen Schriftfamilien Georgia Pro und Verdana Pro aus dem Hause Monotype Imaging sind ab sofort erhältlich. Die von Matthew Carter vor 15 Jahren entworfenen Schriften wurden komplett ausgebaut und liegen nun als erweiterte Pro-Versionen in 20 Strichstärken vor. Sie bieten fortschrittliche typografische Gestaltungsmöglichkeiten sowie erweiterte Zeichensätze. Die Georgia und die Verdana

Pixel Party

Our weekly Live Blog

Relaunch

We proudly present A New Flavor

Bohème

Subscribe to Newsletter

community

PERFECT VIDEO STREAMING

wurden in den 90er-Jahren von Matthew Carter im Auftrag von Microsoft für die Darstellung am Bildschirm entworfen. Mittlerweile sind sie in allen gängigen Betriebssystemen verfügbar und gehören zu den beliebtesten Schriften für Webseiten. Beim Design der Schriften setzte Carter mit seinem Vorgehen Maßstäbe für die Bildschirmtypografie: ausgehend von der gerasterten Pixeldarstellung entwarf er seine Buchstaben. Erst im zweiten Schritt passte er die Kurven den Formen an. Beide Schriften zeichnen sich daher durch gute Lesbarkeit aufgrund großer x-Höhen, eindeutiger Formen und großzügigem Zeichenabstand aus.

➤ www.linotype.com

Metrix v2011.1

DRUCKBOGEN-LAYOUTS AUTOMATISCH OPTIMIEREN

Lithotechnics Inc., Hersteller von Metrix, einer Lösung für die Job-Planung und Druckbogen-Optimierung, hat die Verfügbarkeit der Version 2011.1 bekanntgegeben. Die Software beinhaltet viele bemerkenswerte Neuerungen, von denen sicher die Automatisierungstechnologie die Wichtigste ist. Mit einer Metrix XML Job-Beschreibung und einem Metrix Arbeitsplatz, welcher mit einem Automation Lite Modul ausgestattet ist, ist es Kalkulatoren, Planern, Prepress-Verantwortlichen oder auch anderen Software-Systemen nun möglich, XML-Daten an Metrix zu senden und sich direkt anderen Aufgaben zuzuwenden, während Metrix die Daten automatisch verarbeitet. Dies kann bis hin zur automatisierten Plattenausgabe führen, wenn keine Unstimmigkeiten oder Fehler gefunden werden. Eine weitere Funktion – Automation Workflows – erlaubt die automatisierte Verarbeitung von Aufträgen direkt aus einem Metrix Client, auch wenn keine Metrix XML-Steuerdaten zum Einsatz kommen.

Für Unternehmen mit hohem Durchsatz bietet Impressed in Kombination mit Enfocus PowerSwitch eine noch höhere Performance und Produktivität. Die von Impressed entwickelten Metrix-Konfiguratoren für PowerSwitch bieten eine unbegrenzte Anzahl von Hotfoldern und die parallele Verarbeitung mehrerer Projekte mit unterschiedlichen Optimierungs-Parametern. Außerdem ist die automatisierte Erzeugung von Produkt- und Projekt-MXML-Dateien mit Hilfe dieser Konfiguratoren möglich.

➤ www.impressed.de

Wasser.

**Zu lebenswichtig,
um es zu verschwenden.**



Wasser ist die Quelle unseres Lebens. Der Mensch braucht täglich zwei Liter dieses kostbaren Gutes zum Überleben. Während Millionen Menschen nicht über ausreichend Wasser verfügen, werden unter anderem bei der Entwicklung herkömmlicher CtP-Platten immer noch etwa fünf Liter pro Quadratmeter vergeudet.

Inzwischen sparen jedoch mehr als 2.500 Anwender durch den Einsatz der chemiefreien :Azura-Druckplatten viele Millionen Liter unserer wertvollsten Ressource. Durch die neuen :Azura-Platten können nun die Vorteile mit allen Belichtungstechnologien genutzt werden – Thermo und Violett. Und durch die höhere Geschwindigkeit und den starken Bildkontrast steigert :Azura gleichermaßen Effizienz und Qualität.

So steigern Sie den Erfolg Ihres Unternehmens und schützen gleichzeitig die Quelle unseres Lebens.

:Azura. Der Standard für chemiefreie Druckplatten.

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Germany GmbH & Co. KG
Paul-Thomas-Straße 58
40599 Düsseldorf
www.agfagraphics.de



Konica Minolta mit OPS-Blog PLATTFORM FÜR MANAGED PRINT SERVICES

Konica Minolta hat einen Blog zum Thema ›Optimized Print Services‹, wie das Managed-Print-Services-Konzept des Langenharder Anbieters heißt, ins Leben gerufen. Der Blog soll Experten und all denen, die sich dafür interessieren, eine Plattform bieten, sich zu dem Thema auszutauschen.

➤ www.ops-blog.de

Hahnemühle Themendossier ›PAPIER HAT VIELE SCHÖNE SEITEN‹

Papier ist so vielfältig wie die Farben, in denen es hergestellt wird. Um einen Einblick in die verschiedenen Verwendungsformen zu geben, hat Hahnemühle FineArt ein Themendossier zusammengestellt. Anlass dieses Themendossiers ist die Fachmesse Paperworld vom 28. bis 31. Januar 2012 in Frankfurt/Main

Sortimentserweiterung 80 NEUE FALTKARTONS BEI RATIOFORM

Faltkartons aus Wellpappe sind die Allround-Talente unter den Versandverpackungen. Ratioform bietet den Verkaufsschlager ab sofort in 80 zusätzlichen Abmessungen an. Im Standardprogramm sind jetzt über 500 Größen in verschiedenen Stärken. So gibt es fast für jeden Bedarf den passenden Karton.

Managed Print Services RICOH VON IDC ALS ›LEADER‹ AUFGEFÜHRT

Ricoh ist in der ›Worldwide Managed Print Services 2011 Hardcopy Vendor Analysis‹ des Marktforschungsunternehmens IDC erneut als ›Leader‹ eingestuft worden. Die Marktanalyse wurde zum zweiten Mal durchgeführt und vergleicht weltweit elf Anbieter von digitalen Office-Lösungen im Bereich Managed Print Services (MPS).

Null Durchblick und stolz drauf! LAKEPAPER DESIGNWETTBEWERB

Für Blocker, Lakepapers neue Feinstpapierlinie, sucht das Unternehmen Ihre Kreativität! Das Leichtgewicht unter den Feinstpapieren lässt nichts mehr durchscheinen und erfüllt damit den bislang unvereinbaren Wunsch nach einer geringen Grammatur, die gleichzeitig opak und haptisch einnehmend ist. Ziel des Designwettbewerbs ist es ›Null Durchblick‹ gestalterisch darzustellen. Einsendeschluss für Ideen als Grafikdesign, Illustration, Collage oder Foto ist der 15. Februar 2012.

Der Sieger wird nach Ende des Einsendeschlusses ermittelt. Der ausgewählte Entwurf wird als Poster gedruckt an 5000 Grafiker aus aller Welt verschickt und der einer Designzeitschrift beigelegt. Der Name des Sieger wird veröffentlicht und falls gewünscht, zusammen mit Homepage und Kontaktdaten auf dem Poster genannt.

Alle Einsendungen werden auf der Facebookseite <http://facebook.com/gmundpaper> veröffentlicht.

Zusätzlich erhält jeder Teilnehmer als Dankeschön einen Gutschein für den Onlineshop.

➤ www.lakepaper.com

Atlantic Zeiser MÖGLICHKEITEN IM INDUSTRIELLEN DIGITALDRUCK

Die Atlantic Zeiser Group will auf der Fespa Digital die Vielseitigkeit ihrer integrierten Lösungen herausstellen. Druckmuster sollen den Messebesuchern die Möglichkeiten zeigen, die die Lösungen Digiline Single und Digiline Web bieten. Digiline Single ist ein modulares System mit flexiblen Konfigurationsoptionen für Materialzufuhr, den Materialtransport, das Drucken und Kodieren mit Standard- und Sicherheitstinten sowie die Qualitätssicherung mit Kamerasystemen für Produktbreiten zwischen 30 und 1.050 mm.

Digiline Web besteht aus einem Rolle-zu-Rolle-Transportsystem, Inkjet-Druckern, Trocknungsmodulen und einer Controllereinheit. Das



System enthält zudem eine automatische Schneideeinheit, die Fehldrucke im laufenden Prozess erkennt, markiert, ausschneidet und aussortiert.

➤ www.atlanticzeiser.com

Auftrag aus Barneveld festigt KBA-Marktführung in NL

DREIFACHBREITE KBA COMMANDER CT FÜR DIE KÖNIGLICHE BDU

Mit dem Auftrag über eine dreifachbreite Zeitungsoffsetrotation KBA Commander CT 6/2 für die Druckerei der renommierten Koninklijke BDU aus Barneveld baut die KBA ihre ohnehin starke Marktposition im niederländischen Zeitungsdruck weiter aus.

Das unabhängige Medienunternehmen mit rund 240 Mitarbeitern

Commander CT 6/2 wird eine 1998 installierte KBA Journal-Zeitungsdruckmaschine ersetzen und den Unternehmensbereich der Druckerei substanziell stärken.

Die bestellte KBA Commander CT-Anlage hat ein Sonderformat mit einem Zylinderumfang von 830 mm und einer maximalen Papierbahnbreite von 1.734 mm. Die Anlage



sieht weiterhin eine positive Zukunft für Print und investiert deshalb in die hoch automatisierte, kompakte Rotationsanlage mit vier Achtertürmen, vier Rollenwechslern und einem Klappenfalzwerk KF 5. Hinzu kommt die Option für eine spätere Erweiterung. Die moderne

kann pro Stunde in Doppelproduktion bis zu 94.000 vierfarbige Zeitungen mit maximal 48 Seiten beziehungsweise in Sammelproduktion 47.000 Zeitungen mit maximal 96 Seiten produzieren.

➤ www.kba.com



Fischerdruck

PRESSTEK 52DI-AC MIT LACKWERK INSTALLIERT

Der Presstek-Fachhandelspartner Heinrich Baumann Grafisches Centrum aus Frankfurt am Main hat Anfang November 2011 eine Presstek 52DI-AC mit Dispersionslackwerk bei der Fischerdruck GmbH & Co. KG in Saarbrücken installiert. Die bis jetzt auf den Offset- und Digitaldruck ausgerichtete Druckerei schlägt mit der digitalen Offsetdruckmaschine die Brücke zwischen den beiden Technologien und ver-



Die Geschäftsführer von Fischerdruck, Rita und Christian Fischer, sowie Marketing- und Vertriebsleiter Stefan Fischer (von vorne nach hinten) vor der Presstek 52DI-AC.

vollständig so sein Produktportfolio. Dank der Flexibilität hinsichtlich der Sonderfarben und vor allem des Lackwerks kann sie damit eine größere Bandbreite an Aufträgen anbieten.

- www.fischer-druck.de
- www.baumann-gruppe.de
- www.presstek.com

PrintCity-Allianz

NEUER SPEZIALBERICHT ZUR PROZESS-STANDARDISIERUNG

Die PrintCity-Mitgliedsunternehmen sowie die Allianz-Partner haben einen neuen Spezialbericht zum Thema Prozess-Standardisierung veröffentlicht.

Dieser PrintCity-Leitfaden soll ein besseres Verständnis dafür vermitteln, wie Prozesse standardisiert und Arbeitsabläufe optimiert werden können. Mit ihrem gebündelten Knowhow wollen die PrintCity-Projektmitglieder die Umsetzung der



Standardisierung zur Verbesserung von Qualität, Konstanz und Produktivität im Offsetdruck unterstützen. Ein wichtiger Teil dieses Projekts war die PSO-Umsetzung und -Zertifizierung im Rahmen einer Fallstudie bei der Druckerei Hammesfahr in Deutschland.

Die neue Publikation ist wahlweise bei allen beteiligten Projektmitgliedern oder online erhältlich.

- www.printcity.de/SHOP

Guter Jahresbeginn für EAE

UNTERNEHMEN ERHÄLT GROSSAUFTRAG AUS BREMEN

Gleich zu Jahresbeginn beauftragt die Bremer Tageszeitungen AG die Firma EAE mit der Modernisierung ihrer vorhandenen Zeitungsdruckmaschinen. Die in Bremen betriebene MAN Colorman 35 aus den 80er-Jahren wird komplett mit EAE Steuerungstechnik ausgerüstet. Es handelt sich um insgesamt fünf Falzapparate, zwölf Druckeinheiten und zwölf Rollenwechsler.

Die komplett mit Siemens Technik



Vorhandene Druckeinheiten in hervorragendem Zustand.

ausgestattete Maschine wird von der elektrotechnischen Seite her vollständig entkernt und mit der neuesten EAE Steuerungsplattform ausgerüstet. Es kommen zwölf neue Leitstände des Typs »Baltic Star« mit EAE Softproof-System zum Einsatz. Fünf Melde- und Protokollierungssysteme EAE Info, ein Produktionssystem EAE Print sowie eine Reportingdatenbank zur Weiterverarbeitung der Produktions-IST-Daten ergänzen den Lieferumfang. Das Projekt wird im Juni 2012 begonnen und soll im Dezember dieses Jahres abgenommen sein.

- www.eae.com

Sprintis gibt Stoff

PRODUKTPORTFOLIO ERWEITERT

Der Anteil der angebotenen Artikel aus Textilien nimmt beim Würzburger Großhandel für Druckerei- und Buchbindereibedarf stetig zu. So wurde vor Kurzem das Sortiment neben den selbstklebenden Klettpunkten, welche beispielsweise für die Mappenproduktion eingesetzt werden, auch um selbstklebende Klettbänder in diversen Breiten erweitert. »Die Einsatzbereiche für Klettprodukte sind sehr vielfältig, so



Selbstklebende Klettpunkte.

werden mit Klettpunkten kleine Verpackungen verschlossen und mit Klettband XXL-Drucke befestigt«, beschreibt Geschäftsführer Christian Schenk die Verwendungsbereiche dieses Produktfeldes. Nachdem der auf Konfektionierungsartikel spezialisierte Großhändler nach eigenen Angaben im Jahr 2011 den Absatz der textilmittelflochtene Gummizugschnüre mit Metallsplinten deutlich steigern konnte, wird Sprintis auch diesen Produktbereich erweitern.

- www.sprintis.de

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Xerox stellt vom 6. bis zum 10. März 2012 im MPS-Park der CeBIT aus und präsentiert sein Managed Print Services-Angebot für Großunternehmen sowie kleine und mittelständische Firmen. • Die Sansico Group, ein in Jakarta (Indonesien) ansässiger Produzent hochwertiger Verpackungen, hat am Produktionsstandort Cikarang binnen weniger Jahre bereits die vierte KBA-Bogenoffsetmaschine in Betrieb genommen. • Acht kürzlich auf den Markt gebrachte Schwarz-Weiß- und Farb-MFPs von Kyocera Mita wurden mit dem Umweltgütesiegel »Blauer Engel« ausgezeichnet. • Epson bietet in Kooperation mit EFI neue Komplettlösungen für das In-house-Proofing an. Mit den Design-Editionen der Epson Stylus Pro WT7900, Pro 4900 und Pro 3880 erhalten Kunden Prooflösungen aus einer Hand. Alle drei Editionen sind ab sofort im Fachhandel erhältlich. •



Neu bei Fedrigoni

SIRIO NERO – SCHWARZER HP-ZERTIFIZIERTER INDIGO-KARTON

Das Indigo-Sortiment von Fedrigoni wurde um eine Qualität erweitert: Sirio Nero – ein schwarzer, von HP zertifizierter Karton, der speziell für das Indigo-Digitaldruckverfahren entwickelt wurde. Sirio Nero Indigo ist in der Grammatur 290 g/m² im Format 46,4 x 32 cm erhältlich und eignet sich als Fotokarton oder für Fotoalben, für kreative und personalisierte Einladungen oder hochwertige Verpackungen. Mit der



»ElectroInk White« ist es möglich, farbige Papiere mit Weiß zu bedrucken. Mit der Musterkollektion »Century Soho for Indigo Technology« bietet Fedrigoni ein Sortiment aus 20 verschiedenen Produktgruppen mit über 90 Qualitäten, die von HP für die Indigo zertifiziert wurden. Zum Sortiment gehören Haftpapiere, Transparentpapiere, geprägte und filzmarkierte Papiere, farbige Papiere, Naturpapiere, irisierende Papiere, gestrichene Papiere sowie einen Chromosulfatkarton. Mit Ausnahme der Haftpapiere sind alle Qualitäten FSC-zertifiziert.

➤ www.fedrigoni.de

Innovationen für Inkjet-Druck DR. HÖNLE MIT NEUHEITEN AUF DER FESPA 2012

Vom 21. bis 24. Februar präsentiert der UV-Experte Hönle auf der Fespa 2012 seine neuesten Entwicklungen für Inkjet-Anwendungen. Die Palette reicht dabei von Highend-UV-Trockner bis hin zu innovativen UV-LED-Geräten.

Darunter die LED Powerline, die sich am Markt bereits fest etablieren konnte. Dieses hocheffiziente LED-Gerät eignet sich sowohl für das Pinning, wie auch für die End-



trocknung im Inkjet-Druck. Die LED Powerline ist in verschiedenen Längen (variabel in 40mm-Stufen) und in den Wellenlängen 365/375/385/395/405 erhältlich. Damit läßt sie sich optimal auf die jeweilige Anwendung anpassen.

Die UV-Hochleistungstrockner jet-Cure-Serie ermöglicht eine hervorragende Austrocknung selbst bei schnellen Geschwindigkeiten – und führen so zu einer deutlich verbesserten Druckqualität. jetCure-Geräte werden standardmäßig mit Kaltlichtreflektoren für temperaturempfindliche Materialien ausgestattet und sind mit auf die Druckfarbe angepassten Strahlerspektren erhältlich.

Durch den Einsatz des von Hönle entwickelten elektronischen Vorschaltgerätes (EPS) kann der Trocknungsprozess nochmals verbessert werden. Die EPS-Technik reduziert den Energieaufwand für das Betreiben der UV-Trocknungsanlage oder steigert die Trocknungsgeschwindigkeit. Das Vorschaltgerät hat eine Leistung von bis zu 7,2 kW.

➤ www.hoenle.de

Heidelberg Stahlfolder Ti 36/52

NEUE MASCHINENSTEUERUNG FÜR MEHR FLEXIBILITÄT

Bei steigender Variantenvielfalt und gleichzeitig sinkenden Auflagen bietet die Stahlfolder-Ti-Baureihe aus Sicht von Heidelberg Vorteile für Wirtschaftlichkeit und Effizienz und sorgt gleichzeitig für mehr Flexibilität. Mit bis zu drei Falzstationen und maximal zwölf Falztaschen wird ein breites Spektrum an Falzarten abgedeckt, darunter auch komplexe Falzungen wie Falzklebungen und Fensterfalz. Die Extra-Grip-Falzwalzen sorgen für einen sicheren und markierungsfreien Bogentransport und einen exakten Falzbruch.

Durch die neue Maschinensteuerung CCT werden die Stahlfolder Ti 52/Ti 36 über ein leicht zugängliches, übersichtliches Pult am Anleger bedient. Dabei führt eine grafische Oberfläche schrittweise durch den Einrichteprozess, ein



Durch die neue Maschinensteuerung CCT werden die Stahlfolder Ti 52 und Ti 36 über ein leicht zugängliches Pult am Anleger bedient.

elektronischer Lernbetrieb bietet zusätzliche Unterstützung. Für die Qualitätskontrolle sorgen Kontrollfunktionen wie die Bogendurchlaufkontrolle, die sicherstellt, dass alle Falzbogen der eingelernten Bogenlänge entsprechen.

Spezialität des Stahlfolder Ti 36 sind kleinste Falzlängen mit vielen Parallel- und Kreuzbrüchen, wie sie für Beipackzettel im Pharmabereich, bei Packungsbeilagen, Gebrauchsanweisungen oder Werbematerialien notwendig sind. Er verarbeitet Formate bis zum A3-Überformat und deckt damit Planoformate von 8 x 10 cm bis maximal 36 x 56 cm ab. Der Stahlfolder Ti 52 bietet im Mittelformat die schnelle Verarbeitung von

klassischen Werbeprospekten, Flyern und Signaturen mit 8-Seiten DIN A4 oder A5. Er kann Planoformate von 10 x 15 cm bis hin zu 52 x 84 cm falzen. Beide Falzmaschinen lassen sich durch weitreichende Ausstattungsoptionen an individuelle Aufträge anpassen und sind modular für hohe Flexibilität ausgelegt. Wahlweise kann ein Schwertfalzwerk als zweites oder drittes Falzwerk eingebaut werden. Ein ebenfalls optionaler Rundstapelanleger sorgt durch einen kontinuierlichen Materialfluss für mehr Produktivität.

Durch die Kombination des Stahlfolder Ti 52 und der zweiten Falzstation des Stahlfolder Ti 36 lassen sich Synergien erzielen. So können Packungsbeilagen auf größeren Druckbogen gedruckt und dennoch auf kleine Endformate gefalzt werden. Dieser Maschinenverbund nutzt die Stärken des Mittelformats und die des Kleinformats und erweitert damit das Anwendungsspektrum zusätzlich.

➤ www.heidelberg.com



Edubook AG

ERSTE OCÉ COLORSTREAM 3500

Die Océ (Schweiz) AG und Edubook AG haben einen Vertrag über die Installation der ersten Océ ColorStream 3500 als Twin-System mit integrierter Book-on-Demand Lösung von Hunkeler unterzeichnet. Edubook wird als erster Kunde in der Schweiz das neue hochproduktive, flexible Endlosdrucksystem für den Farb-Inkjet-Druck einsetzen.

Jahren weiter erfolgreich wachsen werden«, meint Nicolas von Mühlernen, Geschäftsleiter der Edubook AG.

Die vollständige Book-on-Demand Lösung von der Rollenabwicklung bis zum jobgenauen Blattstapel stammt von Hunkeler. Die flexible Kombilinie erlaubt das Produzieren von Rolle zu Rolle sowie von Rolle



Die Installation ist für März 2012 geplant. Mit der Océ ColorStream 3500 und der Finishing-Lösung von Hunkeler AG druckt die zur Kalaidos Bildungsgruppe gehörende Edubook AG künftig Schulbücher, Kataloge und Preislisten vollfarbig on Demand in Höchstgeschwindigkeit. Das Drucksystem eignet sich mit seinem modularen Aufbau und verschiedenen Single- und Twin-Konfigurationen perfekt für den Übergang vom Monochrom- zum Vollfarbdruck – bis hin zu fünf oder sechs Farben. Mit einer Druckgeschwindigkeit von 100 Metern pro Minute zählt die Océ Color Stream zur schnellsten ihrer Art weltweit. »Während der intensiven Evaluationsphase überzeugte uns das Projektteam durch seine professionelle Begleitung. Spezielle Problemstellungen wurden lösungsorientiert antizipiert und kompetent gelöst. Wir sind zuversichtlich, dass wir mit Océ den richtigen Partner gewählt haben und in den nächsten

zum fertigen Blattstapel. Dabei durchläuft die Papierbahn das neue, dynamische Stanz- und Perforiermodul DP6, welches die unabhängige Ablagelochstanzung für die Zwei- oder Vierfachlochung ausführt. Diese Ausführung ist weltweit die erste Installation. Zusätzlich kann dieses Modul für dynamische Quer- und Längsperforationen ausgebaut werden. So können unabhängige Jobs mit integrierten Coupons-, Einzahlungsscheinen und Feedback-Formularen frei gestaltet werden. Das bewährte Schneidmodul CS6-II ermöglicht dank zwei unabhängig gesteuerten Querschneidezylindern Rausschnitte von 3,2 – 70 mm. Zusammen mit bis zu fünf Längsschneideeinheiten entstehen rundum randabfallende Produkte. Das folgende Non-Stop Abstapelmodul LS6 stapelt die Blätter nach jeweiligen Jobanforderungen mit Offsetversatz zu Stapeln für Bücher und gelochten Loseblattsammlungen.

➤ www.canon.ch

LEBENDIG Die Höhn Displays+Verpackungen GmbH, Ulm und die Höhn Paper Print GmbH, Biberach/Riß wurden erneut nach ProzessStandard Offsetdruck zertifiziert. Die Unternehmen der Höhn-Gruppe setzen auf das Konzept Living PSO! von IPM, einem international tätigen Beratungsunternehmen der Druck- und Medienindustrie, das die »gelebte Wirklichkeit« der Prozessoptimierung und Qualitätssicherung unter die Lupe nimmt. Das Konzept basiert auf den drei Säulen Kompetenz, Standardisierung und Kontrolle. ➤ www.hoehn-gruppe.com



KOMPLETT Océ präsentiert seine komplette Palette an Produkten und Service-Dienstleistungen unter dem Motto »connect the dots« auf der Fespa Digital 2012 in Barcelona. Neben bewährten Produkten und Workflowlösungen präsentiert Océ neue Produkte für die Bereiche »Industrial Printing« oder »Speciality Applications«. ➤ www.oce.ch

KONFORM Die Scitex FB225-Tinte erfüllt die AgBB-Gesundheitsanforderungen für die Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen bei Produkten, die innerhalb von Gebäuden eingesetzt werden. Die Tests wurden von Air Quality Sciences nach den AgBB-Anforderungen vorgenommen. Das 1997 gegründete AgBB-Komitee setzt sich aus Vertretern von sieben deutschen nationalen und regionalen Gesundheits- und Umweltschutzorganisationen zusammen. Die Testprozeduren und -standards gelten als internationaler Standard für gesundheitsrelevante Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen. ➤ www.hp.com



DIGITAL Die vor kurzem vorgestellte Highcon Euclid ist die erste digitale Schneid- und Falzmaschine für Faltkartons. Euclid nutzt die DART-Technologie (Digital Adhesive Rule Technology), um in Minutenschnelle die Rilllinien zu erstellen, wobei sich herkömmliche Stanzformen erübrigen. Die Euclid ist mit mehreren Lasern und einer Präzisionsoptik zum Schneiden der Kartons ausgestattet und erstellt on Demand geschnittene und gefaltete Bogen bis zum Format 76 cm x 106 cm. Die erste Euclid wird im Februar bei einem israelischen Verpackungsdrucker für einen Betatest installiert. ➤ www.highcon.net

KOMPETITIV Ein White Paper von SpencerLab Digital Color Laboratory informiert über eine Vergleichsstudie der fotografischen Qualität von Digitaldrucksystemen. Aus den Ergebnissen der Studie, die im September 2011 veröffentlicht wurde, geht hervor, dass die Kodak NexPress SX3300 die höchste Gesamtbewertung bei der fotografischen Druckqualität erzielte und bei der Mehrheit der bewerteten Kriterien die beste Gesamtleistung lieferte. Das White Paper, in dem alle Details der Studie behandelt werden, ist auch online abrufbar. ➤ www.spencerlab.com





Simon Werbeprodukte DIREKT AUF HOLZ- UND GLASPLATTEN DRUCKEN

Simon Werbeprodukte in Solingen liefert Schilder, Fahrzeugbeschriftungen und Werbeprodukte aller Art. Neu ist jetzt der UV-Inkjetdruck hinzu gekommen, mit dem direkt auf Papier, Karton, Holz, Kunststoff und Glas gedruckt wird, schnell, preisgünstig und mit brillanten Farben.

Für Simon Werbetechnik war nach dem Besuch bei Vutek die Rastek H650 die Maschine der Wahl. Sie kann in bis zu 162 cm Breite wahlweise auf Rollenmaterial oder direkt auf Platten drucken, mit vier Farben plus weiß, Auflösungen von 300 x 300 dpi oder 600 x 600 dpi und vier oder acht Tonstufen sowie wahlweise 6 oder 11 m²/h, im Express-Modus sogar bis zu 21 m²/h. Gedruckt wird mit den von Rastek entwickelten UV-Tinten. Dabei fährt der Druckkopf quer zur Druckrichtung über das Substrat und druckt bi-direktional, wobei sich jedesmal die Quecksilberdampfampe hinter dem Druckkopf öffnet, sodass die Tinte sofort gehärtet wird. Zwar hat Rastek noch drei weitere Modelle für höhere Produktivität im Programm, aber Simon reichte der Rastek H 650 in Qualität, Druckleistung und dem Preis von 66.000 Euro für die installierte Maschine völlig aus.

► www.efi.com

Druckerei Saint-Paul

ALLES IN EINEM DURCHGANG AUF DER RAPIDA 106

Eine Premiere und eine Investition, die in der grafischen Branche der Schweiz für Aufsehen sorgt. Die Druckerei Saint-Paul AG aus Freiburg hat sich für eine KBA Rapida 106 für den 4/4-farbigem Druck samt beidseitiger Lackierung in einem Durchgang entschieden.

Bislang findet man eine solche Maschinenkonfiguration in der Schweiz nur im Bereich 50 x 70 cm. Alle installierten Acht- und Zehnfarbenmaschinen mit Wendung in der Schweiz sind konfigurationsbedingt nicht in der Lage, so etwas in der gleichen Veredlungsqualität zu bewerkstelligen. Mit dieser Investitionsentscheidung stellt sich Saint-Paul dem harten Konkurrenzkampf und erzielt hohe Effizienz und Qualität bei der Produktion von Highend-Druckaufträgen. Die KBA Rapida 106 ist mit Modulen wie LogoTronic Professional, Plattenwechsel-Vollautomat, Direkt-Einzelantrieb der Plattenzylinder (DriveTronic SPC), DriveTronic Plate Ident (automatisches Register), Farbmess- und Regelsystem DensiTronic Professional und QualiTronic ColorControl ausgestattet. Die Anlage wird Mitte 2012 geliefert und ersetzt drei Maschinen eines anderen Herstellers. Mit dem Neukunden Saint-Paul erhalten die Print Assist AG und KBA in der

Schweiz wiederum »Familienzuwachs«.

Die St.-Paul-Gruppe ist eines der außergewöhnlichsten Druck- und Verlagsunternehmen (mit der Tageszeitung »La Liberté«) der Schweiz. Gegründet 1871, ist das Unternehmen im Besitz eines katholischen Frauenordens. Die Gruppe mit rund 300 Mitarbeitern, von denen 145 in der Druckerei beschäftigt sind, ist deshalb moralischen und ethischen Werten verpflichtet. Eine Gewinnoptimierung koste was es wolle, ist nicht Ziel des Unternehmens. Das hochmoderne Medienhaus deckt Crossmedia, Vorstufe, Verlagsdienstleistungen, Druck und Weiterverarbeitung ab.

► info@printassist.ch

► www.kba.com



Freude über die Schweizer Premiere. Sitzend v. l.: Thomas Burri, Direktor Saint-Paul AG, Thierry Mauron, Direktor Saint-Paul Holding AG, Peter J. Rickenmann, Geschäftsführer Print Assist AG. Stehend v. l.: Christophe Wachenheim, Projektleiter Saint-Paul und Franck Rocaries, Print Assist AG.



Die Rapida 106-Achtfarben in der Konfiguration 4 Farben + Lack + Trocknung + Trocknung + Wendung + 4 Farben + Lack + Trocknung/Auslageverlängerung wird im Sommer 2012 bei Saint-Paul AG in Freiburg installiert.

MittMedia Print AB MIT FERAG AUF INS COMMERCIAL-GESCHÄFT

Seit Frühjahr 2011 fokussiert MittMedia Print in Sundsvall (Schweden) auf das Commercial-Geschäft. Ferag-Technologie bildet den Schlüssel zur wirtschaftlichen Produktion. Während den Nachtstunden steht die Technik für die Herstellung der Lokalzeitungen Sundsvalls Tidning und Dagbladet bereit. In der Weiterverarbeitung ist dazu eine Einstecktrommel MSD2-C mit MultiDisc und RollStream in Ak-



Auf der Ferag-Anlage produziert MittMedia Print AB in Sundsvall gehaftete und geschnittene Magazine mit bis zu 96 Seiten Umfang und mit einer maximalen Geschwindigkeiten von bis zu 45.000 Exemplaren pro Stunde.

tion. Tagsüber wird im Heatset produziert.

Im Heatset liefert die Druckmaschine Tabloidprodukte mit 32 Seiten. Diese können, im Falzapparat gehaftet, online in der Schneidtrommel SNT-50 geschnitten und für den späteren Einsteckprozess in das Zwischenlager gestellt oder für den Versand aufbereitet werden. Für höhere Umfänge entfaltet die Einstecktrommel MSD2-C ihre Polyvalenz. Dank einer zweiten Öffnungsvorrichtung können bis zu drei Produktteile mittig ineinander gesteckt werden. In Verbindung mit MultiDisc und RollStream können Magazinen mit bis zu 96 Seiten Umfang mit Drahtheftung im StreamStitch und anschließend Dreiseitenbeschnitt in der SNT-50 produziert werden.

► www.ferag.com



Volltreffer

HEIDELBERG LIEFERTE 1.000. DRUCKWERK DER SPEEDMASTER CX 102 AUS

Ende 2011 lieferte Heidelberg das 1.000. Druckwerk der Speedmaster CX 102 an einen Kunden in Deutschland.

Damit bestätigte sich, was erste Verkaufserfolge kurz nach der Vorstellung der Maschine auf der Ipex 2010 zeigten. Die Kombination aus der Plattform der CD 102-Baureihe und den Schlüsseltechnologien der XL 105-Baureihe hat viele Kunden im industriellen Werbe- oder Verpackungsdruck weltweit überzeugt. Einige Kunden haben bereits die zweite Maschine bestellt. Heute ist China der wichtigste Absatzmarkt für die CX 102, gefolgt von Deutschland, Italien und Frankreich.

In einem von stetigen Veränderungen geprägten Marktumfeld sind die Fähigkeit, ein breites Produktspektrum bieten zu können, sowie die Senkung der Durchlaufzeiten we-

sentliche Faktoren für einen wirtschaftlichen Erfolg im Druck. Die Speedmaster CX 102 kommt diesen Anforderungen mit verkürzten Rüstzeiten, Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 16.500 Bg/h und hoher Farbstabilität im Fortdruck mit exzellenten Druck-Ergebnissen entgegen. Kunden schätzen das breite Spektrum an Bedruckstoffen mit Grammaturen vom Dünndruckpa-

pier bis zum biegesteifen Karton sowie die Bedienungsfreundlichkeit. Damit deckt die CX 102 alle Marktsegmente des Werbe- und Verpackungsdrucks sowie den Etikettendruck ab. Die große Konfigurations- und Ausstattungsvielfalt erlaubt es, die Maschine an die Anforderungen des jeweiligen Geschäftsmodells anzupassen. So kann sie von der Geradeausmaschine bis zur Doppellackkonfiguration mit Offset vor Flexodruck, mit Veredelungsoptionen wie UV-Lacken und Kaltfolienapplikationen mit FoilStar bestellt werden. Die CX 102 ist auch im Verpa-

ckungsdruck gefragt, und etwa jedes dritte Druckwerk ist diesem Segment zuzuordnen. Die individuelle Konfigurierbarkeit der Maschine trifft auf die Kundenbedürfnisse und ist bei namhaften Verpackungsunternehmen aus dem Bereich Luxus-, Zigaretten- oder Spirituosenverpackungen anzutreffen.

»Viele Kunden sind von unserer XL-Technologie begeistert und können diese mit der Speedmaster CX 102 nun auch auf der ihnen bekannten und bewährten Plattform der Speedmaster CD 102 einsetzen«, erklärt Stephan Plenz, Vorstand Equipment bei Heidelberg. »Mit der Speedmaster CX 102 haben wir einen erfolgreichen Technologietransfer vollzogen und bieten eine interessante Alternative zu den Modellen der CD- und XL-Baureihe. Der Erfolg gibt uns Recht, wie die Verkaufszahlen belegen. Mit der Speedmaster CX 102 ist uns ein Volltreffer gelungen«, so Plenz weiter.

► www.heidelberg.com



Die Speedmaster CX 102 setzte Maßstäbe hinsichtlich Produktivität, Qualität, Energieeffizienz und Flexibilität in ihrer Leistungsklasse.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050



Seal auf der Fespa 2012 NEUE FUNKTIONEN FÜR SEAL-LAMINATOREN

Auf der Fespa 2012 in Barcelona vom 21. bis zum 24. Februar zeigt der Kaschier- und Laminierspezialist Seal seine hochwertigen Bildveredelungsprodukte. Im Mittelpunkt der Messepräsentation stehen vor allem die neuen Funktionen für die Rollenlaminatoren Seal 62 Base, Seal 62 Pro und Seal 62 S.

Für das Basismodell Seal 62 Base gibt es ab sofort als Standard eine Wannenvorrichtung zum leichteren



Zur besseren Aufnahme des Abdeckpapiers stattet der Hersteller optional sein Basismodell Seal 62 Base mit Auto-grip-Aufwickelstationen aus. Auch die Roll-to-roll-Funktion ist für diese Maschine auf Wunsch erhältlich. Der Laminiervorgang läuft dann komplett von Rolle zu Rolle ab.

Arbeiten mit großformatigen Kaschiervorlagen. Um Material einfacher zuführen zu können, sind alle drei Modelle (Base, Pro und S) jetzt standardmäßig mit dieser abklappbaren Plott-Abwickelwanne ausgestattet.

Bei den Rollenlaminatoren Seal 62 Pro und Seal 62 S erleichtert nun neuerdings ein zusätzliches Handrad an der Geräterückseite die manuelle Feinjustierung von Druck und Höhe der Walzen. Damit ist das präzise Einstellen des Walzenabstands beim Einspannen der Lamine möglich. Zur einfacheren Materialbeschickung ist außerdem bei der Seal 62 S wie gehabt die Auto-grip-Materialaufnahme auch aus-schwenkbar.

➤ www.sealgraphics.com

HP NEUESTEN LATEX-DRUCKER AUF DER FESPA DIGITAL

HP wird auf der Fespa Digital ein breites Spektrum von Druckern zeigen – einschließlich der ersten Vorführung der neuen Drucker HP Designjet L28500 und HP Designjet L26500, die mit HP Latex-Tinten arbeiten und eine breitere Auswahl von Beschilderungsanwendungen für den Innen- und Außenbereich bieten.

In einer umfassenden Präsentation, die über die Ausstellungshalle hi-



HP Designjet L26500 Printer.

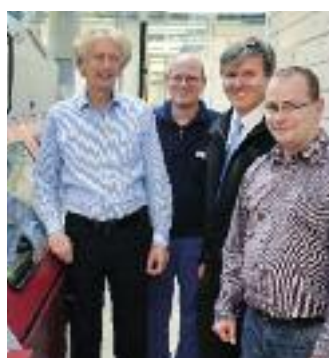
nausgeht, zeigt HP eine Palette seiner Drucker für Anwendungen mit flexiblen und starren Materialien auf seinem Stand und in seinem »GSB Experience Centre« (»HP Graphics Democenter«) im nahe gelegenen San Cugat. Besucher am Stand finden Beispiele neuer Anwendungen, mit denen Druckdienstleister neue Einkommensströme generieren und ihr Geschäft ankurbeln können.

HP demonstriert zudem das komplette Scitex Portfolio für Schilder und Displays (einschließlich der neuen HP Scitex FB7600 Industriedruckmaschine, der HP Scitex TJ8600 Industriedruckmaschine und den Druckern der HP Scitex XP-Serie) in seinem während der Messe in nur 25 Minuten per organisiertem Busservice erreichbaren GSB Experience Centre.

➤ www.hp.com

Johannes-Gutenberg-Schule KLEBEBINDER BOLERO VON MÜLLER MARTINI

Systeme von Müller Martini haben in der Johannes-Gutenberg-Schule in Stuttgart Tradition. Vor Jahrzehnten lernten die Jünger Gutenbergs noch auf einem Rotorbinder, einem Sammelhefter Junior und einer mit Fußpedal angetriebenen Fadenheftmaschine des Schweizer Maschinenherstellers. Seit einigen Wochen bereichert ein Klebebinder Bolero die moderne Ausbildungsstätte, in der seit 2005 ein Sammelhefter



Von links: Fritz Gödan, Technischer Oberlehrer, Servicetechniker Ulrich Grossmann und Peter Stein, Vertriebsbeauftragter (beide Müller Martini Deutschland) und Andreas Hack, Technischer Lehrer, vor dem neuen Klebebinder Bolero in der Johannes-Gutenberg-Schule.

BravoPlus und seit 2008 eine Fadenheftmaschine Ventura von Müller Martini modernste Weiterverarbeitungs-Technologie bieten. »Wir müssen unseren Schülern bezüglich Maschinenpark nicht nur hohe Qualität bieten, sondern ihnen auch die Vielseitigkeit der Produktionsmöglichkeiten aufzeigen können«, betont Werkstattleiter Fritz Gödan. Geplant ist zudem, nach dem Sammelhefter BravoPlus und diversen anderen Maschinen auch den Bolero mittels Connex von Müller Martini an das Workflow-System anzubinden.

➤ www.mullermartini.com

Jeder kann drucken ... oder? DIE INXWELL HERAUSFORDERUNG

In Kooperation mit der Papiergroßhandelsgruppe Igepa group werden Drucker dazu angeregt, ein Druckbild zu erzeugen, das die üblichen Kundenerwartungen übertreffen soll. Um dabei zu helfen, hat Mohawk eine neue Broschüre publiziert – »A Simple Game«. Diese erläutert die Vorteile der von Mohawk patentierten Inxwell Technologie – mit Druckbeispielen und vielen Tipps. Erläutert werden Themen wie: Punktzuwachs, Vollflächendruck in schwarz ... und was man besser nicht versuchen sollte, der Einfluss der Paperoberfläche beziehungsweise von Recyclingpapier auf den Druck und viele weitere Tipps.

Für die Inxwell Herausforderung wurde eine Box, »Inxwell Kit« genannt, produziert. Sie beinhaltet die Broschüre »A Simple Game«, eine Erklärung zur Inxwell Technologie, ein Anmeldeformular und einen bedruckten Testbogen. Die Druckqualität auf diesem Testbogen soll dann von den Druckern, die bei dieser Inxwell Herausforderung teilnehmen möchten, nachgestellt werden.

Maximal 50 Drucker können an dieser Herausforderung teilnehmen. Jeder Teilnehmer bekommt 1.000 Testbogen von Mohawk Options 148 g/m² crystal white für den Testdruck zur Verfügung gestellt. Jeder Teilnehmer wird als Dankeschön ein kleines Präsent erhalten. Der Gewinner wird von einer Jury ausgewählt werden und die Preisverleihung findet dann auf der Drupa 2012 in Düsseldorf statt.

➤ www.mohawkpaper.com



Zur drupa völlig überarbeitet

NEUER PROZESSSTANDARD OFFSETDRUCK PSO 2012

Standardisierungsziel ist eine möglichst industrielle und hochqualitative Produktion. Da die Erzeugung von Druckprodukten heute in einem globalisierten Umfeld geschieht, sind für die Druckproduktion weltweit gültige Standards erforderlich. Zur drupa erscheint die neue Ausgabe des Handbuchs ProzessStandard Offsetdruck des bvdM. Das Werk wurde vollkommen überarbeitet und vereinigt künftig alle Offsetdruckverfahren inklusive Zeitungs- und Schmalbahn-Rollenoffsetdruck. Das an den aktuellen Vorgaben der internationalen Normung orientierte Handbuch gilt als die Referenz für die industrielle Fertigung. Es nennt die entsprechenden Sollwerte und Toleranzen und beschreibt, wie die Prozesse eingerichtet, gesteuert und kontrolliert werden können, um die Vorgaben effizient umzusetzen.

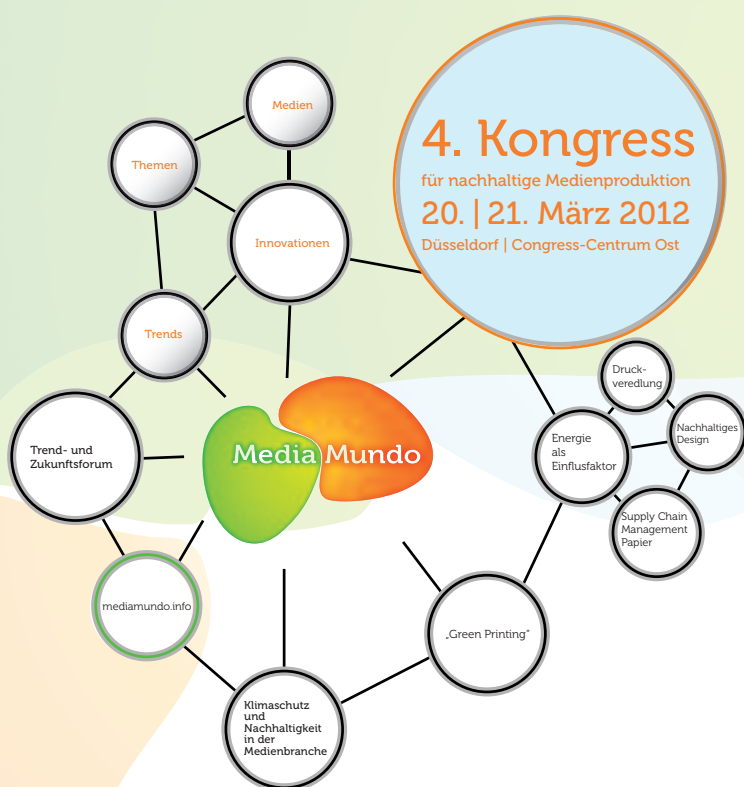
Das circa 900-seitige Handbuch inkl. CD-ROM erscheint im zweiten Quartal 2012 auch in englischer Sprache. Der Verkaufspreis wurde mit 449 € netto sowie 239 € netto für Verbands-Mitglieder angekündigt.

ALTONA TEST SUITE 2.0 Im Frühjahr veröffentlicht der bvdM die neue Ausgabe der Altona Test Suite. Sie gilt als ein entscheidender Beitrag zur internationalen Einführung, Anwendung und Weiterentwicklung der Prozess-Standardisierung gemäß ISO 12647. Das Anwendungspaket besteht aus acht Referenzdruckserien von jeweils sechs Test-Suite-Dateien DIN A3, die innerhalb der Norm-Toleranzen gefertigt wurden. Dazu gehört eine DVD mit den Test-Suite-Dateien, Charakterisierungsdaten und ICC-Profilen gemäß Standard-Druckbedingungen nach ISO 12647 sowie eine umfassende Dokumentation in deutscher und englischer Sprache. Die Altona Test Suite 2.0 dient dazu, die Einhaltung der PDF/X-Spezifikation und die Farbgenauigkeit aller Software- und Hardwarekomponenten in einem PDF-Workflow von der Medienvorstufe bis zum Druck zu überprüfen.

Die Testform ›Technical 2‹ ist wichtiger neuer Bestandteil der Altona Test Suite 2.0 und dient der Überprüfung von Seitenaufbauten einschließlich Transparenzen (ISO 15930-7, PDF/X-4). Damit wird die bestehende ›Technical 1‹ (PDF/X-3, Überdrucken, Fonts) systematisch ergänzt.

Das Altona-Test-Suite-Anwendungspaket ist ein Gemeinschaftsprojekt des bvdM, Wiesbaden, der European Color Initiative (ECI), Berlin, der Forschungsgesellschaft Druck (Fogra), München und der Ugra, St. Gallen.

► www.bvdm-online.de



Re-Evolution NOW!

Revolution der Wirtschaft, Evolution der Gesellschaft – oder anders herum?

Der 4. Media Mundo-Kongress fordert Sie heraus, diskutieren Sie mit Experten die Rolle der Medienbranche hinsichtlich Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Themen

- Wachstum vs. Konsolidierung – wie geht es weiter?
- „Internationaler Branchenvergleich“
- „Green Printing“ – Was ist machbar? Was ist wirklich umgesetzt?
- Energie als wichtiger Einflussfaktor für Nachhaltigkeit
- Supply Chain Management Papier
- Druckveredelung und Nachhaltigkeit – wie passt das zusammen?
- Nachhaltiges Design: Status, Ausblick
- Case Studies aus der Verlags- und Werbeszene

Programm, Anmeldung, Infos

www.mediamundo.biz/kongress



Veranstalter

f:mp.
Fachverband
Medienproduzenten



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
21. 02. - 24. 02. 2012	Fespa Digital 2012	Barcelona	www.fespa.com
15. 03. - 16. 03. 2012	f:mp, 4. Media Mundo Kongress	Düsseldorf	www.mediamundo.biz/kongress
20. 03. - 21. 03. 2012	Siebdruck-Symposium	Frankfurt	www.bvdm-online.de
18. 04. - 19. 04. 2012	Pro Carton Kongress	Düsseldorf	www.procarton.com
24. 04. 2012	bvdm Unternehmerforum	Berlin	www.bvdm-online.de
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



SOS-Grußkarten ...

...mit vielen neuen Motiven sind da!

Nachhaltigkeit für Ihre Post. Die neue SOS-Grußkarten-Kollektion ist da. Gleich online bestellen unter www.sos-kartenshop.de

**Ihre
Firma
hilft!**



**SOS
KINDERDORF**
In Deutschland und der Welt

SOS-Grußkarten versenden und Kindern helfen

Hauchler Studio

INFOVERANSTALTUNG BERUFSSKOLLEG GRAFIK-DESIGN

Vom Grafischen Baukasten über Erleben und Experimentieren zum Realisieren: Im 3-jährigen Berufsskolleg Grafik-Design wird auf den Abschluss ›Staatlich Geprüfter Grafik-Designer/in‹ und die Fachhochschulreife vorbereitet. Beim Grafik-Design steht die grafisch-künstlerische Ausbildung im Vordergrund, eine Grundbegabung im Zeichnen sowie der Realschulabschluss sind Voraussetzung. Das Hauchler Studio in Biberach ist seit 60 Jahren bekannt als die einzige deutsche Berufsfachschule Design – Medien – Druck für die Berufe Mediengestalter und Drucker sowie Medienfachwirt und wurde mit dem Innovationspreis der deutschen Druckindustrie für Ausbildung ausgezeichnet. Praxis- und projektbezogene Ausbildung an betrieblich orientierter technischer Ausstattung, vermittelt durch engagierte Praktiker in kreativer Lernumgebung ermöglichen den Grafik-Designern den Blick über den einzelberuflichen Tellerrand und gewährleisten gute Arbeitsmarktchancen nach der Ausbildung. Die Privatschule informiert auf einer Informationsveranstaltung über das Berufsskolleg Grafik-Design sowie die 2-jährigen IHK-Ausbildungen Mediengestalter/in Digital und Print und Medientechnologen/in Druck. Ebenso werden Projekte der Grafik-Designer gezeigt. Dies findet am 17. Februar im Hauchler Studio statt mit Infos zu Mappenkurs und Aufnahmeprüfung.

➤ www.hauchler.de

Cluster Druck und Printmedien

15. MÄRZ: PUBLISHING DER ZUKUNFT

›Die Zukunft steht in den Sternen‹ – so das landläufige Sprichwort. Doch die Stimmen mehren sich: ›Die wahre Zukunft liegt in der Wolke‹ – nämlich in der sogenannten Cloud! Das Thema Cloud Computing treibt seit längerer Zeit nicht nur IT-Verantwortliche umher. Fakt ist: Es gibt inzwischen sehr gute Cloud-basierte IT-Lösungen für Unternehmen, um selbst größere Datenmengen auszulagern und diese dezentral zugänglich zu machen. Dabei wird der jeweils benötigte Speicherplatz einfach angemietet, es muss keine teure Hard- und Software gekauft werden.

Für die kreative Branche der Druck-, Verlags- und Medienindustrie haben sich bisher noch keine allzu interessanten Anwendungen ergeben. Dies ist jedoch im Moment im Umbruch. Neben den bereits genannten Anwendungen bei der Nutzung der Cloud etablieren sich im Moment Dienste, die dem User zusätzliche Rechenpower für aufwendige Datenverarbeitungsprozesse zur Verfügung stellen. Hier liegt ein erstes großes Potential. Ein weiteres liegt in den neuen Cloud-basierten Services von Adobe. Die neue Adobe Creative Cloud soll den Unternehmen und Anwendern aus der kreativen Branche zahlreiche neue und innovative Dienste zur Verfügung stellen. Sie soll den Zugriff, die Ansicht und die Möglichkeit des Teilens von Dateien von jedem Ort der Welt möglich machen. Um diesen Service herum wird Adobe zudem neue Apps vorstellen, die für mobile Endgeräte optimiert wurden – sogenannte Touch Apps.

➤ www.cluster-print.de



Zürich

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

Können, Wissen, Qualifikation. Der Weg zur Spitze.

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

84. Lehrgang DK84, Beginn Oktober 2012



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

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



Infos & Anmeldung
www.gib.ch



vdmn

EINLADUNG**ZUM CROSSMEDIALEN DIALOG**

Der vdmn lädt Designer, Produzenten und Druckfachleute zum crossmedialen Dialog. Mit Blick auf die drupa 2012 werden am 8. Februar im Haus der Wirtschaft in Berlin Themen wie ›Die Trends im Digitaldruck‹, ›Digitaldruck und Umweltschutz‹ und ›Mit Print ins Guinness- Buch der Rekorde‹ vorgestellt.

Gedruckte Elektronik

›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

4. Media Mundo-Kongress

NACHHALTIGE MEDIENPRODUKTION

Der 4. Media Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion, das vom f:mp. veranstaltete Trend- und Zukunftsforum, wird als Navigationskongress zur drupa am 20. und 21. März 2012 in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und zahlreichen Partnern veranstaltet.

► www.mediamundo.biz/kongress

► www.f-mp.de

ESMA

PARTNERSCHAFT MIT DER ECOPRINT 2012

Die ESMA (European Specialist Printing Manufacturers Association) hat der EcoPrint 2012, der Fachmesse der Druckbranche, die sich der Nachhaltigkeit verschrieben hat, ihre Unterstützung zugesagt. Die ESMA hat zudem beschlossen, ihre Umweltkonferenz 2012 auf der EcoPrint in Berlin abzuhalten.

KBA auf dem Druckforum 2012: AUSBLICK UND EINBLICK IN DIE DRUPA 2012

Beim KBA-Abend des Stuttgarter Druckforums am 3. Februar 2012 stimmt die Koenig & Bauer AG in das Branchenereignis Nr. 1 des Jahres 2012 ein, die drupa in Düsseldorf. Drei Monate vor Messebeginn berichten Repräsentanten des Druckmaschinenherstellers sowie ein Anwender unter dem Titel ›Erster Ausblick auf die drupa 2012 – KBA-Innovationen für den modernen Bogenoffset‹ ausschnittsweise über neue Produkte und Inline-Verfahren mit Schwerpunkt Mittel- und Großformat. Dabei sollen praxisorientierte Antworten zu zentralen Fragen der Branche gegeben werden.

In seinem Fachreferat wird sich KBA-Marketingleiter Bogenoffset Jürgen Veil mit der Reduzierung und Elimination typischer ›Rüstzeitverschwender‹, mit neuen Möglichkeiten für das Closed-Loop-Qualitätsmanagement und den Markenschutz im mittel- und großformatigen Bogenoffset beschäftigen und dabei auch einige geplante drupa-Premieren an den Rapida-Bogenoffsetmaschinen ansprechen.

► www.kba.com

Museum für Druckkunst Leipzig

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 Uhr und wird bis etwa 14 Uhr dauern.

► www.bvdm-online.de



10. Mai 2012

BRANCHENFORUM DRUCK & MEDIEN AUF DER DRUPA

Das Branchenforum Druck & Medien 2012 des bvdv zur drupa in Düsseldorf am 10. Mai 2012 wird sich den Schlüsselthemen Nachhaltigkeit, Energie und Klimaschutz widmen. Moderiert wird der Abend mit prominenten Vertretern aus Druck- und Papierbranche, Wirtschaft und Politik von der ›Rheinischen Post‹. Eine nachhaltige Entwicklung, Klimaschutz- und Energiepolitik gehören zu den besonderen Herausforderungen der Zukunft. Mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex sind Unternehmen künftig aufgefordert, die Werte Soziales und Umwelt in ihre Unternehmensführung zu verankern. Welche Verpflichtungen und Chancen sich für die Industrie daraus ergeben, sind Themen dieses gesellschaftlichen Abends zur drupa im Congress Center Süd, Raum 3.

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 Gäste aus Politik und Wirtschaft erwartet.

➤ www.bvdm-online.de

15. und 16. März 2012

SIEBDRUCK-SYMPOSIUM UND BRANCHENTREFFEN XXL

Am 15. und 16. März 2012 laden die Interessengemeinschaft Digitaldruck (digicom) und die Bundesinnung für das Siebdrucker-Handwerk (BSH) nach Frankfurt zum Siebdruck-Symposium und Branchentreffen XXL ein.

Hauptthemen des ersten Veranstaltungstages sind Komponenten für die Siebdruckvorstufe und Antworten auf die Fragen: Hat der grafische Siebdruck noch Zukunft? In welchen Bereichen ist der Siebdruck erfolgreich? Wo sind neue Wachstumspotenziale? Best-Practice Beispiele wie Teiledruck, Textildruck oder funktioneller Siebdruck, sollen helfen, die technischen Weichen für die Zukunft zu stellen. Am Abend feiert die Bundesinnung für das Siebdrucker-Handwerk ihr 25-jähriges Bestehen.

Der zweite Veranstaltungstag widmet sich dem Thema Großformatdruck. Hierbei stehen die Themen Ökonomie und Ökologie im Fokus. Dazu wird der Blick auf strategische Allianzen gerichtet und Umweltaspekte auch aus Kundensicht beleuchtet.

➤ www.branchentreffenxxl.de

➤ www.bvdm-online.de

WPCF und PrintCity

UMWELTKONFERENZ AUF DER DRUPA 2012

Das World Print & Communication Forum (WPCF) und die PrintCity Alliance werden während der drupa 2012 in Düsseldorf gemeinsam eine Internationale Umweltkonferenz veranstalten. Diese Kooperation unterstreicht, dass effiziente Antworten auf diese Themen eine Zusammenarbeit über die Lieferkette der Branche hinweg erfordern.

Die Lean & Green International Environmental Conference wird sich auf die Dualität der wechselseitigen ökonomischen und ökologischen Vorteile als Branchenstrategie fokussieren. Sachkundige Referenten sowohl aus der Druck- und Papierindustrie als auch von außerhalb der Branche werden den Teilnehmern Informationen bieten und sie motivieren, diesen ganzheitlichen Geschäftsansatz zu übernehmen. Das Konferenzprogramm wird aus drei Modulen bestehen: Ökologischer Fußabdruck, Herausforderung Nachhaltigkeit, Umwelt-Label und -Zertifizierung.

Die Konferenz findet am 10. Mai 2012, von 9.00 Uhr – 15.00 Uhr im drupa Kongresszentrum statt.

➤ http://amiando.com/LEAN_GREEN

➤ www.printcity.de

photokina Business Forum

TREND-KONGRESS FÜR IMAGING-INNOVATIONEN

Am 29. Februar und 1. März 2012 wird die photokina das dritte Business Forum Imaging Cologne im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse präsentieren. Ein halbes Jahr vor der Weltmesse photokina 2012 treffen sich Hersteller, Bilddienstleister und Handel, um die wichtigsten Trends auf dem Imaging-Markt zu diskutieren. Experten und Top-Manager aus der Branche werden ihre Ideen für die Vermarktung digitaler Bildprodukte vorstellen. Das Motto des Business Forums Imaging Cologne 2012 lautet ›Memories are more ... Interactive‹ und spiegelt den Einfluss wider, den soziale Medien, digitale Netzwerke und mobile Kommunikation auf das Konsumentenverhalten haben. Immer mehr Menschen halten nicht nur ihre Erinnerungen in Fotos und Videos fest, sondern kommunizieren mit Bildern und nutzen dafür neben Kameras, Camcordern und PCs immer häufiger Smartphones und Tablet Computer, aber auch internetfähige HD-Fernseher.

➤ www.bfi-photokina.de



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängelbogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlagen, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € (zuzüglich Versandkosten).

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel, Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2012	Veranstaltung	Ort
01. 02. - 03. 02.	vdmnrw , Einstieg in die Produktion mit Adobe InDesign	Lünen
02. 02.	ClimatePartner , Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte	Berlin
02. 02.	ClimatePartner , Footprint Manager	Berlin
02. 02.	ClimatePartner , Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label	Berlin
02. 02. - 03. 02.	vdmnrw , Druckproduktion hautnah	Lünen
02. 02. - 04. 02.	Heidelberg PMA , Veränderungen mutig anpacken	Heidelberg
03. 02.	ClimatePartner , Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte	Hamburg
03. 02.	ClimatePartner , Footprint Manager	Hamburg
03. 02.	ClimatePartner , Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label	Hamburg
06. 02. - 07. 02.	vdmnrw , Effizienteres Produzieren mit Adobe Illustrator	Düsseldorf
08. 02. - 09. 02.	vdmnrw , Basistechnologie in der Produktion – Colormanagement	Lünen
09. 02.	vdmnrw , Akquisie, Reputation und Experten-Status aufbauen	Lünen
10. 02.	ClimatePartner , Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte	München
10. 02.	ClimatePartner , Footprint Manager	München
10. 02.	ClimatePartner , Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label	München
13. 02. - 14. 02.	vdmnrw , Effizienteres Produzieren mit Adobe InDesign	Düsseldorf
14. 02. - 15. 05.	vdmnrw , Medienneutrales Publizieren mit Adobe InDesign CS5 und XML	Lünen
16. 02.	ClimatePartner , Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte	Heidelberg
16. 02.	ClimatePartner , Footprint Manager	Heidelberg
16. 02.	ClimatePartner , Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label	Heidelberg
17. 02.	ClimatePartner , Einsatz und Vertrieb klimaneutraler Produkte	Neuss
17. 02.	ClimatePartner , Footprint Manager	Neuss
17. 02.	ClimatePartner , Die FSC und PEFC Chain of Custody & das FSC Label	Neuss
22. 02.	vdmnrw , Ausschießen für Bogendruck	Düsseldorf
22. 02.	impressed , Korrektur von PDF-Dateien für die Zeitungsproduktion	Hamburg
22. 02. - 23. 02.	vdmnrw , Digitales Publizieren mit dem ePub-Format	Lünen
22. 02. - 24. 02.	vdmnrw , Einstieg in die Produktion mit Adobe InDesign	Düsseldorf
23. 02.	impressed , Preflight und Korrektur von PDF-Dateien im digitalen Großformatdruck	Hamburg
24. 02.	SVI , JIG-Aufbaukurs	Zürich
27. 02.	Heidelberg PMA , ProzessStandard Offsetdruck / ISO 12647	Heidelberg
27. 02. - 28. 02.	Polar , Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
27. 02. - 28. 02.	Fogra , Farbmanagement – Grundlagen	München
28. 02.	vdmnrw , Technische Grundlagen der Kalkulation	Lünen
28. 02.	Heidelberg PMA , Standardisierung im Digitaldruck	Heidelberg
28. 02.	impressed , Enfocus PitStop Starter	Hamburg
28. 02.	Ink Academy , Druck-Erzeugnisse für den Lebensmittel- und Genussmittelbereich	Celle
28. 02. - 29. 02.	vdmnrw , Angewandtes messen und prüfen im Offsetdruck I	Düsseldorf
29. 02.	impressed , Enfocus PitStop Insider	Hamburg
29. 02.	Fogra , Farbmanagement für Experten	München
29. 02. - 01. 03.	Polar , Compucut-Kurs	Hofheim
01. 03.	vdmnrw , Das Telefon als akustische Visitenkarte	Lünen

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

www.cleverprinting.de www.fogra.org www.impressed.de www.svi-verpackung.ch
www.ink-academy.de www.print-media-academy.de www.polar-mohr.com www.vdmnrw.de

Messeabende

**PRINT & MEDIA-TALK
AUF DER DRUPA**

Am Gemeinschaftsstand der Druck- und Medienverbände in Halle 6, Stand A 01 laden die Verbände zum Abschluss eines jeden Messtages um 17 Uhr zum Print & Media-Talk. Geplant ist eine circa 30-minütige Diskussion beziehungsweise ein Vortrag zu einem Zukunftsthema der Branche, wie Funktionales Drucken, Printed Electronics, 3D-Druck, Mobile Publishing, mit hochkarätigen Gästen und unterhaltsamen Performances. Jeweils um 17.30 Uhr beginnt die Abschluss-Party und das Get-together am Messestand.

➤ www.bvdm-online.de

**Seminare und andere
Veranstaltungen**

Lesen Sie hier den vollständigen Veranstaltungskalender für das Jahr 2012. Alle uns bekannten Seminare finden Sie in unserer Übersicht – ständig aktualisiert.

Ihre Druckmarkt-Redaktion

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.™





DESIGN & TYPOGRAFIE



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

Streifen einschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsmaschinen

Bühnen • Leuchten • Perforieren • Stanzen
Auten • Eckentrunden • Register stanzen
Hollen • Zählen • Streifen einschneiden
Wegen • Voreinstufen • Fälschen • Block-
formen • Bandenformen • Nummerieren
Alten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Geack Maschinen und Applikation

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-70566 WILMINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 1 2 - 10 • Fax 0 71 20 30 1 2 - 50

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

DRUCKFARBEN

EPPLER

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

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL

Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Hammstrasse 22
CH-8304 Bollingen
Telefon: 043 552 44 44
Telefax: 043 552 44 45

Letzendrop
Laserprint
Fullcolor

www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

MAILINGPRODUKTION

EZCO

switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

fordern Sie
unser
„know-how“

Wir haben eine neue Generation
von Hochleistungs-Papierbohrern in allen 15 Stufen und
Beschleunigungen für alle Maschinenfertigkeiten
verfügen und liefern die besten Ergebnisse.

Geack Maschinen und Applikation

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-70566 WILMINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 1 2 - 10 • Fax 0 71 20 30 1 2 - 50

FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION



Schär Druckverarbeitung AG
Bernstrasse 261 • 4852 Rothrist
Tel. 062 785 10 30 • Fax 062 785 10 33
info@druckverarbeitung.ch
www.druckverarbeitung.ch

schär

binderhaus

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstrasse 17 • 70764 Filderstadt
Tel. 0711-25855-45 • Fax 0711-25855-44
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische
Maschinen

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

WEITERBILDUNG

gib

Zürich

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

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

- Ausparungen 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)7821-956623
www.strip-plate.com
E-Mail: info@strip-plate.com

DRUCKMARKT

impressions

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

www.druckmarkt.com

Gütesiegel

Publikation

BERAUBT
KAMPFENT
TRANSPARENT

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

VERSCHIEDENES

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



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

Vipasa
Vino Pasta Salsa



**WEIN UND PASTA –
MEHR NICHT!**

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

Stefi Talman
Schuhe, Taschen und Accessoires



Oberdorfstrasse 13, 8001 Zürich 044 252 81 10 www.stefitalman.ch



SOS-Grußkarten ...
...mit vielen neuen Motiven sind da!

Nachhaltigkeit für Ihre Post. Die neue SOS-Grußkarten-Kollektion ist da. Gleich online bestellen unter www.sos-kartenshop.de

Ihre Firma hilft!

SOS KINDERDORF
In Deutschland und der Welt

SOS-Grußkarten versenden und Kindern helfen

**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

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt
oder 12 Blätter im Set für 150,00 €.

arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36,
Telefax: 0 26 71 - 38 50
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de





SAGT MAN EIGENTLICH NOCH Fachwissen?



Investitionskompass
Druckformen
Druckplatten violett oder
thermal, chemiearm oder
prozessfrei – das Heft
informiert detailliert.
Ende 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