

DRUCK MARKT

5. März 2012

impressions 45

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



worldwide published

Wasserfußabdruck, virtuelles Wasser und nachhaltiges Drucken

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Ökologie: Water Footprint und virtuelles Wasser. Seite 10.
Premedia & Prepress: Keine Regel ist die Ausnahme. Seite 18.
Print: Pionier des Digitaldrucks aus der Oberpfalz. Seite 28.
Finishing: Gestaltungsmittel Druckweiterverarbeitung. Seite 36.
Termine, Bildung und Events: Terminkalender 2012. Seite 40.

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.



Ökologisch fit und ökonomisch effektiv

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten

Ökologie

- 10 Water Footprint und virtuelles Wasser
- 14 Grünes, blaues, graues Wasser
- 16 Die Lücke geschlossen

Premedia & Prepress

- 18 Keine Regel ist die Ausnahme
- 22 Der Weg muss das Ziel sein

Print & Finishing

- 24 Nachrichten
- 28 Pionier des Digitaldrucks aus der Oberpfalz
- 30 18.000 Bogen im Wendebetrieb
- 36 Gestaltungsmittel Druckweiterverarbeitung
- 38 Zusammentragen, wie es Druckereien nicht können

Termine, Bildung & Events

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

Wenn viele bei dem Begriff ›Nachhaltigkeit‹ stöhnen ›Ich kann es nicht mehr hören‹, muss das daran liegen, dass dem Wort ›Nachhaltigkeit‹ die Bedeutung abhandengekommen ist. Denn was wird nicht alles als nachhaltig bezeichnet, wenn etwas länger als einen Wimpernschlag in Erinnerung bleiben oder eine Legislaturperiode in der Politik überstehen soll. Genau darum geht es aber nicht! Es geht um die uns nachfolgenden Generationen, die auf Basis unseres Tuns weiterleben müssen.

Doch der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Maß angenommen. Deshalb ist die Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schließlich vermeidet die ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall, ›Druckmüll‹ sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit. Und das bringt weniger finanziellen Aufwand, die Mehrfachnutzung von Ressourcen und Nachhaltigkeit im Sinne von Konstanz und Wiederholbarkeit mit sich. Druckereien, die sich mit diesem Trend seriös beschäftigen, profilieren sich als vorausschauende Lieferanten und bieten dem Drucken und damit den Druckprodukten eine massive Attraktivitätssteigerung.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Dazu gibt es gute Gelegenheit beim Media Mundo Kongress am 20. und 21. März in Düsseldorf oder in unserer Druckmarkt Collection, die Ende März erscheint. In dieser Ausgabe lesen Sie schon einmal einen kleinen Auszug.



Ihr Druckmarkt-Team
Klaus-Peter und Julius Nicolay

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



Die Heidelberger Bogenoffsetdruckmaschine Speedmaster CX 102 hat die Erwartungen übertroffen. Nun ging das 1.000. Druckwerk an die Druckerei Löhnert in Markranstädt bei Leipzig. Die Speedmaster CX 102 wurde von der Heidelberg auf der Fachmesse Ipex 2010 vorgestellt und ist seither erfolgreich im Werbe- und Verpackungsdruck. Löhnert Druck wurde 1990 gegründet und hat seither seine Mitarbeiterzahl verzehnfacht. Heute produzieren 20 Mitarbeiter in der Druckerei, die sich konsequent als Dienstleister im Format 70 x 100 cm positioniert hat.



Der Pantone Fashion Color Report Fall 2012 ist da. Pantone präsentiert im aktuellen Pantone Fashion Color Report, wie Designer Farben in ihren kommenden Herbst-Kollektionen einsetzen. Der Report wurde am ersten Tag der New York Fashion Week herausgebracht und stellt die zehn wichtigsten Farben der Damen- und Herrenmode im Herbst 2012 vor. Designer-Skizzen, Zitate und Porträts runden den Report ab, der zum kostenlosen Download zur Verfügung steht. www.pantone.com/fall2012

Breite Palette an Systemen MÜLLER MARTINI UND SITMA BESIEGELN PARTNERSCHAFT

Wie das Einsteck- ist auch das Einzelfoliergeschäft weltweit wachsend. Folien bieten einen hohen Transportschutz und sorgen dafür, dass ein Printprodukt mitsamt Beilagen, Gadgets und Wertbons kompakt und in einwandfreier Qualität beim Leser ankommt. Zudem haben Folien im Vergleich zu Papierummantelungen erwiesenermaßen einen Umweltbonus. Weil zudem einzelne Länder für den Postver-



Von links: Lamberto Tassi (Präsident Sitma S.p.A.), Aris Ballestrazzi (Präsident Sitma Machinery S.p.A.), Felix Stirnimann (Konzernleitung Müller Martini) und Alois Hochstrasser (Direktor Müller Martini Marketing AG) unterzeichnen die Zusammenarbeitsvereinbarung zwischen Müller Martini und Sitma.

sand eine Folierung adressierter Zeitschriften vorschreiben, investieren immer mehr grafische Betriebe in entsprechende Inline- und Offline-Anlagen hinter ihren Sammelheften und Klebebindern.

Um ihren Kunden eine breite Palette an Einsteck- und Einzelfolier-Systemen sowie einen flächendeckenden Service zur Sicherstellung einer hohen Verfügbarkeit der Maschinen anbieten zu können, haben der Schweizer Weiterverarbeitungsspezialist Müller Martini und das italienische Unternehmen Sitma als Marktführer im Bereich Verpackungs- und Versand-Systeme eine Partnerschaft besiegelt.

➤ www.mullermartini.com

➤ www.sitma.com



MetsäBoard

M-Real soll in Zukunft Metsä Board Corporation heißen: Das hat die Konzernspitze vorgeschlagen. Im März wird die Umstellung offiziell bestätigt. Der neue Name steht für ein Unternehmen, das seinen Schwerpunkt auf die Herstellung hochwertiger, umweltverträglicher Kartonprodukte legt. Die Wörter Metsä Board setzen sich zusammen aus Metsä, dem finnischen Wort für Wald, und aus Board, dem englischen Wort für Karton. Ein Elchkopf aus gefalteten Karton-Elementen symbolisiert als Bewohner des skandinavischen Waldes den Metsä und das Material. Bei genauem Hinsehen ist das Geweih des Elchs der Wald selbst. Das frische Grün des Logos soll die Verbindung zum Wald untermauern und steht zugleich für Erneuerung. ➤ www.metsaboard.com



Am 26. Januar wurde in der Stuttgarter Liederhalle der mit 100.000 € dotierte Kyocera-Umweltpreis verliehen. Der Drucker- und Kopiererhersteller vergab die Auszeichnung gemeinsam mit Partnern bereits zum dritten Mal an Unternehmen, die sich mit Konzepten oder Technologien beim Umweltschutz engagieren. Auf den ersten Platz wählte die Expertenjury um den ehemaligen Bundesumweltminister Prof. Klaus Töpfer die Wülfrather Grenol GmbH mit dem »katalysegesteuerten Hochdruckreaktor«. Die isocal HeizKühlsysteme sowie die österreichische Helioz Research & Development erreichten mit ihren Projekten »Solareis« und »WAD« die weiteren Plätze.

Kürzlich ist das Druckmarkt »Marketing-Glossar« erschienen. Es beschäftigt sich mit den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, PR und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht alleine theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das »Marketing-Glossar« an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt.



low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



:Azura TS

Die chemiefreie Druckplatte von Agfa Graphics für den umweltschonenden Akzidenzdruck – leistungsstark bei niedrigen Betriebskosten.

- Kein Wasserverbrauch
- Kein Gefahrgut im Produktionsprozess
- Einleitung ins Abwassernetz möglich *
- pH-neutrale Substanzen
- minimaler Reinigungsaufwand
- stabile, vereinfachte Prozesse
- Wegfall kritischer Einflussgrößen
- Auflagenstabilität bis 100.000

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

Für mehr Informationen, schauen Sie einfach unter www.agfagraphics.de

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

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

Sprechen sie haptisch?

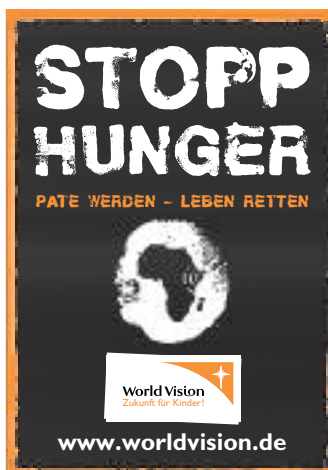
DAS SEMINAR ZUM THEMA HAPTİK

Der Tastsinn ist der erste Sinn des Menschen. Nicht umsonst müssen wir etwas »begreifen«, wenn wir es wirklich verstehen wollen. Darum investieren Automobilhersteller Millionen, um Türgriffe gehirn- und gefühlsgerecht zu designen und Mobiltelefone werden auf Basis haptischer Kriterien konzipiert. Doch die Papier- und Printbranche hinkt noch hinterher. Mit einem Grundlagenseminar zum Thema Haptik sollen Defizite aufgearbeitet werden.

Alfred König und Erich Zeller, beide langjährige Profis der Druckveredelungs- und Papierbranche, zeigen in ihrem Seminar »Sprechen Sie haptisch?« anschaulich, dass durch haptische Gestaltung ein wenig genutzter Weg zum Konsumenten eröffnet wird, der über Ohren und Augen kaum mehr erreichbar ist. Im Seminar wird demonstriert, wie der Aha-Effekt ausgelöst wird und anhand Beispielen wird erläutert, was für die technische Umsetzung zu beachten ist.

Termin ist der 21. Juni 2012 in München.

► www.seminare-koenig-zeller.com



KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur Geschäftslage in der Druckindustrie sind im Februar um weitere 6% schlechter geworden und liegen nun mit -6% der Antwortsalden unter der Nulllinie. Im Februar 2011 lagen sie bei -12%. Die Beurteilung der Nachfrage und des Auftragsbestandes aus dem Vormonat haben sich aber wieder um 8% beziehungsweise 10% verbessert. Der Abstand zur Geschäftslagebeurteilung der Gesamtindustrie hat sich auf 35% erhöht.



Etwa 40% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilung der Auslandsaufträge hat sich um 10% auf -7% verbessert.

Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima hat sich wegen der deutlich verbesserten Erwartungen um 9% auf Null verbessert. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft liegen mit 3% der Antwortsalden weiter über Null.

Im nächsten Halbjahr: Die Erwartungen haben sich gegenüber dem Vormonat um 25% auf +7% der Antwortsalden deutlich verbessert. Im Februar erwarteten 20% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, nur noch 13% eine Verschlechterung, 67% erwarten allerdings keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen im Antwortsaldo um fünf Prozentpunkte besser.

► www.bvdm-online.de

**Stora Enso****UMSATZ STIEG IM JAHR 2011 AUF ÜBER 10 MRD. EURO**

Der finnisch-schwedische Papier- und Verpackungshersteller Stora Enso verbesserte seinen Umsatz im Jahr 2011 auf 10,96 Mrd. € (Vorjahr 10,3 Mrd. €). Das Ergebnis verbesserte sich von 797 Mio. € im Jahr 2010 auf 867 Mio. € im Jahr 2011, was nach Unternehmensangaben auf gestiegene Verkaufspreise zurückzuführen sei.

Patentanmeldungen**XEROX GEHÖRT ZU DEN GRÖSSTEN INNOVATOREN**

Xerox wurden im vergangenen Jahr 1.030 US-Patente erteilt, das Joint Venture Fuji Xerox Co. hat 2011 zudem 588 US-Patente angemeldet. Insgesamt hat die Xerox Gruppe 1.618 Patente und steht somit auf Platz acht der IFI Patent-Liste. Seit 1930 hat Xerox fast 58.000 Patente weltweit angemeldet.

➤ www.xerox.de

Goss International**EIGENTÜMERWECHSEL INNERHALB DER SEG**

Die Shanghai Electric Group (SEG) hat die Eigentumsrechte an Goss International auf die Tochterfirma Shanghai Mechanical and Electrical Industry (SMEI) übertragen. Der Anbieter von Rotationen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck mit einem Umsatz von etwa 400 Mio. \$ wechselte für rund 91 Mio. US-\$ den Eigentümer.

Dotline und ECRM**FERTIGUNGSABKOMMEN FÜR ZEITUNGSBELICHTER**

Die Hersteller von CtP-Belichtern, Dotline und ECRM haben ein Abkommen geschlossen, das es ECRM erlaubt, die Newsmax-Baureihe für den Zeitungsmarkt in seinem Werk in den USA herzustellen. Die Vereinbarung gilt rückwirkend ab dem 1. Januar 2012 und erweitert den Partnervertrag vom Juli letzten Jahres.

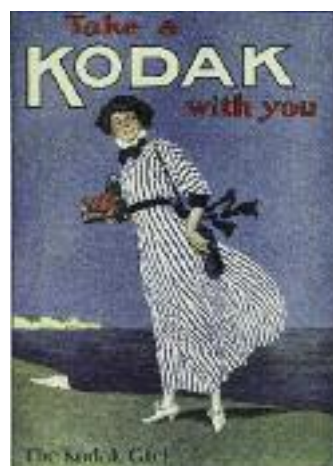
UPM**INVESTITIONEN IN EFFIZIENTE ENERGIEERZEUGUNG**

UPM setzt seine Investitionen im Bereich effizienter Energieerzeugung fort und baut ein neues Kraftwerk mit Kraft-Wärme-Kopplung im Werk UPM Schongau in Deutschland. Ziel ist eine nennenswerte Reduzierung der Energiekosten sowie die Absicherung der Energieversorgung. Die Investition beläuft sich insgesamt auf 85 Mio. Euro. Das neue Kraftwerk erzeugt Prozesswärme sowie Strom für die Papierfabrik. Außerdem liefert es umweltfreundliche und energieeffiziente Fernwärme für rund 750 Haushalte sowie öffentliche Einrichtungen wie Schulen und Krankenhaus in Schongau. Die erneuerte Energieversorgung im Werk basiert auf der hocheffizienten Kraft-Wärme-Kopplungs-Technologie mit Erdgas als Brennstoff. Die Inbetriebnahme der Anlage ist für Ende 2014 geplant. Das Gas-kraftwerk wird das alte Dampfkraftwerk des Werks, welches bereits seit über 40 Jahren betrieben wird, ersetzen.

➤ www.upm.de

Kodak**ABSCHIED VOM EHEMALIGEN KERNGESCHÄFT**

Eastman Kodak baut nach der Insolvenz seine Konzernstruktur kräftig um. Nun wird der Bereich geschlossen, der das Unternehmen einst groß gemacht hat. Kodak gab bekannt, dass er sich bis Mitte des Jahres 2012 aus dem Bau von Digitalkameras, Consumer-Videokameras und digitale Bilderrahmen zurückziehen werde. Der Support für die Übergangszeit soll in Abstimmung mit den Einzelhandelspart-



nern gewährleistet werden. Der Name soll allerdings weiterleben: Kodak plant, Lizenzen für die Nutzung der weltbekannten Marke zu vergeben.

Kodak machte mit günstigen Kameras das Fotografieren zu einem Massenmarkt und verdiente an Filmen, Entwicklung und Papierabzügen, bis der Vormarsch der Digitalbilder das Geschäftsmodell veränderte. Nach jahrelangen hohen Verlusten musste Kodak im Januar schließlich Insolvenz anmelden und versucht nun den Neustart. Die Konsumgüterpartie wird sich künftig auf die Kodak Picture Kioske, das Online-Printing sowie Desktop-Tintenstrahldruckern beschränken. Durch diesen Schritt sollen pro Jahr mehr als 100 Millionen Dollar eingespart werden. Kodak will sich zudem als Drucker-spezialist neu erfinden. Neben den Druckern für Consumer soll auch das professionelle Marktsegment für den digitalen und funktionalen Druck mit Lösungen für die grafische Industrie vorangetrieben werden.

Prozessstandard Digitaldruck LASERLINE**NACH PSD ZERTIFIZIERT**

Das Berliner Unternehmen Laserline ist von der Fogra nach dem neuen Prozess-Standard Digitaldruck zertifiziert worden. Damit ist Laserline nach eigenen Angaben die weltweit erste Druckerei, die dieses Zertifikat erhalten hat.

Während sich der 2003 eingeführte Prozess-Standard Offsetdruck (PSO) in der Druckbranche als Standardisierung durchgesetzt hat, fehlte bis jetzt eine entsprechende Prüfung für den Digitaldruck. Die Anforderungen des PSO sind jedoch nicht einfach auf die Abläufe im Digitaldruck übertragbar. Daher hat die Fogra 2011 den PSD vorgestellt. Dieser berücksichtigt bereits die Entwicklungen der sich im Aufbau befindlichen Normfamilie ISO 15311. Der PSD unterteilt sich in die Bereiche Ausgabe-Prozesskontrolle, Farbtreue und Workflow. Die Farbwiedergabe, Detailschärfe und Homogenität des Drucks wird dabei genauso kontrolliert wie das Finden von Fehlern in den Testdateien.

➤ www.laser-line.de



Neue Tochtergesellschaft KOEHLER BAUT ENERGIEAKTIVITÄTEN AUS

Am 23. Januar 2012 haben die Geschäftsführer der Koehler Holding GmbH & Co. KG und der Vorstand der Papierfabrik August Koehler AG eine neue Tochtergesellschaft der Koehler Holding GmbH & Co. KG gegründet und zur Eintragung ins Handelsregister angemeldet: die Koehler Renewable Energy GmbH. Unternehmensgegenstand ist die Gründung, der Erwerb und die Verwaltung von Beteiligungen an anderen Gesellschaften im Bereich der erneuerbaren Energien. Die Koehler-Gruppe ist ein energieintensives Unternehmen, das bereits seit vielen Jahren in die eigene Energieversorgung investiert. Mittlerweile betreibt Koehler Kraftwerke an allen Standorten, von denen viele in den letzten Jahren ausgebaut worden sind und in die neu investiert wurde.

Mit der Gründung der Koehler Renewable Energy GmbH wird nun der nächste Schritt gegangen. Ziel ist es, in Projektgesellschaften gemeinsam mit Geschäftspartnern vor allem in Kraft-Wärmekopplungsanlagen zu investieren, um so das im Hause vorhandene ausgezeichnete Know-how im Betrieb entsprechender Anlagen als neuen Geschäftszweig nutzen zu können. Darüber hinaus ist geplant, in Windenergie zu investieren.

➤ www.koehlerpapier.com

UPM UMSATZ AUF ÜBER 10 MRD. € GESTEIGERT

Der finnische Papierhersteller UPM hat sein Finanzergebnis für das zurückliegende Geschäftsjahr 2011 bekannt gegeben. UPM steigerte seinen Umsatz von 8,924 Mrd. € auf 10,068 Mrd. €. Nach Aussage



von **Jussi Pesonen**, Präsident und CEO von UPM, stiegen die Preise für alle zur Produktion benötigten Materialien im

Vergleich zu 2010 zwar erheblich an, dies hätte man jedoch mit Preisanhebungen kompensieren können. Das wichtigste strategische Thema im Jahr 2011 war die Akquisition von Myllykoski, so Pesonen. Transaktion, Integration und Restrukturierung seinen planmäßig verlaufen.

Für 2012 erwartet Pesonen, dass die Kosten im Vergleich zum vierten Quartal 2011 sinken. Da die Marktpreise für Rohstoffe im vierten Quartal gefallen seien, führe dies im ersten Quartal 2012 voraussichtlich zu etwas niedrigeren variablen Kosten. Zudem werde erwartet, dass das Betriebsergebnis ohne Sondereffekte für die erste Jahreshälfte 2012 etwa auf dem gleichen Niveau wie in der zweiten Jahreshälfte 2011 liegen wird. Die Investitionen für 2012 sollen sich voraussichtlich auf 350 Mio. € belaufen.

➤ www.upm.com

Gegen den Branchentrend KBA LEGT VORLÄUFIGE ZAHLEN FÜR 2011 VOR

Der Druckmaschinenbauer Koenig & Bauer AG hat nach den vorläufigen Zahlen im Geschäftsjahr 2011 auf Konzernebene entgegen dem Branchentrend im dritten Jahr hintereinander ein positives Vorsteuerergebnis erzielt. Es bewegt sich nach Angaben von KBA im einstelligen Millionenbereich. Der Umsatz liege durch eine etwas schwächere Marktentwicklung in der zweiten Jahreshälfte und durch Lieferverschiebungen im letzten Quartal unter dem Vorjahr (1.179,1 Mio. €). Dagegen habe der Auftragseingang mit über 1,5 Mrd. € durch die insbesondere bei Sondermaschinen lebhaftere Nachfrage den Vorjahreswert um 20% überstiegen. Der Auftragsbestand zum Jahresende 2011 überstieg mit deutlich über 800 Mio. € den Vergleichswert des Vorjahres (440,8 Euro) sogar um über 80%. Damit hat KBA nach eigenen Angaben seine Wachstumsziele bei Umsatz und Ergebnis zwar nicht ganz erreicht, sich im Branchenvergleich aber erneut überdurchschnittlich behauptet. Wesentlichen Anteil daran hätte die moderne und ausgewogene Produktpalette für Volumen- und Nischenmärkte. In das laufende Geschäftsjahr 2012 ist KBA nach eigenen Angaben bei Neubestellungen und Umsatz recht positiv gestartet. Die offiziellen Zahlen für 2011 legt das Unternehmen am 30. März vor.

➤ www.kba.com

onlineprinters.at NEUER ONLINESHOP FÜR DRUCKSACHEN IN ÖSTERREICH

Nachdem vor Kurzem auch eine niederländische Seite eingerichtet wurde, begrüßt die Onlineprinters GmbH ihre Kunden nun auch in Österreich mit einem eigenen Onlineshop. Aus diedruckerei.de wird onlineprinters.at.

Rund 40% des Umsatzes der Onlinedruckerei werden mittlerweile im europäischen Ausland erzielt.

»Da Österreich einen großen Anteil an unserem Auslandsgeschäft bei-



trägt, möchten wir mit einem speziell darauf zugeschnittenen Onlineshop für unsere österreichischen Kunden ein Dankeschön aussprechen. Der Ländershop bietet umfassenden Service und Kundennähe, bedarfsorientierte Angebote und exklusive Aktionen für unsere treuen Kunden aus dem Nachbarland Österreich«, lädt Walter Meyer, Geschäftsführer der deutschen Onlineprinters GmbH, die Kunden in den neuen Onlineshop ein.

➤ www.onlineprinters.at

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Die **Neschen AG** schließt Mitte des Jahres 2012 ihre Produktionsstätte in Basildon. Dort fertigten rund 30 Mitarbeiter selbstklebende Produkte. • **HP** wurde vom unabhängigen Analystenhaus **IDC** als Leader im IDC MarketScape für Managed Print Services positioniert. • **Mitsubishi HiTec Paper Europe** erhöht die Preise für POS-Thermopapiere der Marke ›thermoscript‹ weltweit um 5%. Mit dieser Preisanpassung reagiert der Hersteller auf den anhaltenden Kostenanstieg sowie die starke Nachfragesituation. Die erhöhten Preise gelten für Lieferungen ab dem 15. April 2012. • **Canon** ist vom Branchenanalysten **BERTL** mit sechs ›2011 Best Awards‹ ausgezeichnet worden. • Die **Wolf-Gruppe** in Ingelheim hat sich massiv erweitert und in ein neues Produktions- und Logistikzentrum investiert. Zusätzliche 7.000 m² stehen nun zur Verfügung.



Heidelberg Neunmonatszahlen AUFTRAGSEINGANG LIEGT BEI RUND 2 MRD. EURO

Der Auftragseingang der Heidelberger Druckmaschinen AG lag in den ersten neun Monaten (April bis Dezember 2011) des Geschäftsjahres mit 1,975 Mrd. € um 7% unter dem Vorjahreswert (2,12 Mrd. €). Der Auftragsbestand betrug Ende des dritten Quartals 728 Mio. € und lag damit etwa auf dem Niveau des Vorquartals. Der Umsatz der ersten neun Monate lag mit 1,811 Mrd. € um 4% hinter dem Vorjahreswert (1,883 Mrd. €).

»Die unsichere konjunkturelle Lage und das dadurch gebremste Investitionsverhalten haben sich wie erwartet im Geschäftsverlauf niedergeschlagen«, sagte



Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Dennoch ist das operative Ergebnis positiv ausgefallen und liegt im Rahmen der abgeschwächten Erwartungen.« Das Ergebnis verbesserte sich trotz niedrigerer Umsätze auf –19 Mio. € (–26 Mio. € im Vorjahr).

Nach drei Quartalen beträgt der Fehlbetrag –79 Mio. € (Vorjahr: –78 Mio. €). Zur angestrebten Steigerung der Profitabilität wurden bereits Maßnahmen im Sachkosten- und Personalbereich eingeleitet (wir berichteten bereits). Heidelberg geht davon aus, 2011/12 gegenüber dem Vorjahr ein spürbar verbessertes Ergebnis zu erzielen und hält an seinen Profitabilitätszielen fest, auch wenn sich die geplante Umsatzsteigerung auf über 3 Mrd. Euro aufgrund der Nachfrageschwäche zeitlich verzögern sollte.

➤ www.heidelberg.com

Flexodruck CONTITECH UND HELL ARBEITEN ENGER ZUSAMMEN

ContiTech Elastomer Coatings und Hell Gravure Systems planen eine Zusammenarbeit in den Bereichen Entwicklung und Anwendungstechnik. Ziel ist, die Vorteile der direktgravierbaren Flexodruckformen für die Anwender weiter auszubauen und so im wachsenden Flexodruckmarkt nachhaltig Fuß zu fassen. Mit diesen Druckformen hat ContiTech in den vergangenen Monaten sein Gesamtgeschäft im Bereich der gra-



Gemeinsame Zusammenarbeit im Bereich des Flexodrucks: Dr. Thomas Perkovic, Segmentleiter Drucktuch bei ContiTech Elastomer Coatings (links), und Dr. Jörg Pohé, Geschäftsführer von Hell Gravure Systems.

fischen Industrie erfolgreich ausgebaut.

Die Bündelung des Know-hows beider Unternehmen zielt darauf ab, dem Flexomarkt eine wettbewerbsfähige Alternative zu heutigen Herstellungsverfahren zu bieten. In der Praxis zeigt die Zusammenarbeit schon Erfolge: »Die neu entwickelten Druckformen Conti Laserline CSX/CSC sind in ihrer Zusammensetzung und Härte perfekt auf die Direktgravur in 3D-Technologie abgestimmt«, erklärt Armin Senne, Business Manager Flexodruck bei ContiTech Elastomer Coatings. Die auf die jeweiligen Anforderungen für die Laserdirektgravur optimierten Druckformen werden als Rollenware in Breiten bis maximal 2.100 mm, in Längen bis zu 30 m und in unterschiedlichen Stärken angeboten.

➤ www.contitech.de

Wachstum abgeschwächt VDP: PAPIERPRODUKTION AUF HOHEM NIVEAU

Die Papierindustrie hat 2011 das hohe Niveau des Vorjahres weitgehend gehalten. Der Aufwärtstrend aus dem Jahr 2010 hat sich – wie von der Branche erwartet – jedoch nicht fortgesetzt. Der Absatz von Papier, Karton und Pappe war mit –1,9% auf 22,6 Mio. t leicht rückläufig. Die Produktion verringerte sich um 1,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Wie der Präsident des Verbandes Deutscher Papierfabriken (VDP),



Moritz J. Weig, bei der Jahresbilanz des Verbandes mitteilte, hat die Branche den Umsatz allerdings

um 7% auf 15,3 Mrd. € gesteigert. Hohe Rohstoff- und Energiekosten belasteten weiterhin die Ergebnisse der Unternehmen. Die schwierigen Marktbedingungen im grafischen Bereich hätten im vergangenen Jahr den Restrukturierungsprozess in der Branche beschleunigt. Dennoch blicke die Papierindustrie mit verhaltenem Optimismus ins laufende Jahr.

Die grafischen Papiere verbuchten von Januar bis Dezember 2011 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Produktionsrückgang von 4%. Dagegen blieben Papiere, Karton und Pappe für Verpackungszwecke mit einem Plus von 0,1% nahezu konstant. Die technischen und Spezialpapiere verzeichneten ein geringfügiges Minus von 0,3%. Die Hygienepapiere steigerten ihre Produktion um 2,1%.

Auslands- und Inlandsabsatz waren 2011 mit fast parallelen Entwicklungen an der Papierkonjunktur beteiligt. Der Auslandsabsatz ging mit 2,4% stärker zurück als der Inlandsabsatz mit –1,5 %.

➤ www.vdp-online.de

Körber AG VERKAUF VON PAPER SYSTEMS AN INVESTORENGRUPPE

Die Körber AG hat sich im Zuge ihrer Neuausrichtung mit einer von der Münchner Orlando Management AG beratenen Investorengruppe über die Veräußerung des Bereichs Paper Systems verständigt. Die Investorengruppe wird die drei Gesellschaften E.C.H. Will GmbH, Pemco Inc. und Kugler-Womako GmbH sowie zwei Vertriebsgesellschaften erwerben. Die drei Unternehmen, die als Gruppe eng zusammen arbeiten, unterhalten Produktionsstätten in Hamburg und Nürtingen sowie an einem Standort in den USA und beschäftigten derzeit zusammen 450 Mitarbeiter. Die Gesellschaften bedienen weltweit Kunden aus der Papierindustrie und der papierverarbeitenden Industrie. Wichtige Marktsegmenten sind Maschinen zum Schneiden und Verpacken von Kleinformat- und Kopierpapier sowie Maschinen zur Herstellung von Reisepässen. Die Körber-Gruppe hatte den Verkauf der Paper Systems Unternehmen im vergangenen Jahr im Rahmen ihrer strategischen Neuausrichtung bekannt gegeben. Die Körber-Sparte Körber PaperLink bleibt Teil der Körber-Gruppe und wird weiter ausgebaut.

➤ www.kpl.net



GLOBALISIERUNG HAT EIGENTLICH JETZT ERST RICHTIG **begonnen!**

Cloud Computing ist der Mega-Trend: HP 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. HP 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





Water Footprint und virtuelles Wasser

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Jährlich sterben weltweit fünf Millionen Menschen wegen Wasserknappheit, ein Sechstel der Weltbevölkerung hat keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser und zwei Drittel aller Krankheiten in Entwicklungsländern sind auf verunreinigtes Wasser zurückzuführen. Erschreckende Zahlen, doch was hat das mit uns zu tun?





Wasservorräte weltweit

- Wasserüberschuss
- ausreichende Wasservorräte
- zunehmender Mangel
- Wasserarmut

Quelle: Statistisches Bundesamt



Deutschland verfügt über relativ wenige Rohstoffe, ist aber reich an Wasser. Angeblich lassen sich hierzulande jährlich 184 Billionen Liter Wasser (184 Mrd. m³) nutzen. Das entspräche rund 6.300 Liter pro Kopf und Tag, wenn alle Vorräte genutzt würden. Nach einer Untersuchung der Universität Gießen werden von dieser Menge jedoch nur 24% genutzt. Und vor allem kommt von den verbleibenden 44,2 Mrd. m³ Wasser nur das wenigste in den Haushalten an: Der durchschnittliche Wasserverbrauch liegt bei etwa 130 Litern pro Person täglich mit sinkender Tendenz. In Wirklichkeit aber verbraucht jeder Deutsche täglich gut 30-mal so viel, also rund 4.000 Liter. Dieses Wasser ist gewissermaßen in Produkten gebunden.

Virtuelles Wasser

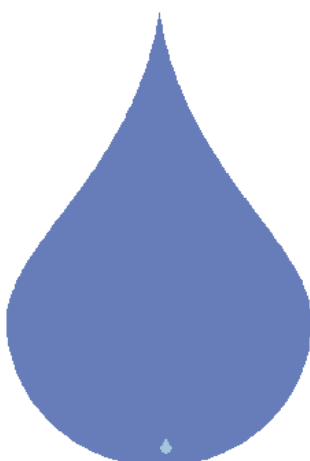
Erkennbar ist dieser Verbrauch nicht. Der britische Wissenschaftler John Anthony Allen sprach vom »virtuellen Wasser«, als er Mitte der 90er-Jahre den Wasserverbrauch am Ort des Konsums mit dem Wasserverbrauch am Produktionsort in einem Modell kombinierte. Allen bezog dabei auch das Wasser mit ein, das bei der Herstellung verschmutzt und dadurch unbrauchbar wurde. Die Idee des virtuellen Wasserverbrauchs steckt auch im »Wasser-Fußabdruck«. Dieser besagt, welche gesamte Wassermenge in Produkte und Dienstleistungen fließt, die ein Einzelner konsumiert. Mit dem Konzept lässt sich aber auch der Wasserverbrauch ganzer Nationen er-

mitteln. Der Niederländer Arjen Hoekstra entwickelte es bereits 2002 am Institute for Water Education der Unesco (Unesco-IHE). Das Institut beschäftigt sich mit der Bilanzierung virtuellen Wassers und veröffentlichte unter anderem die Verbrauchsmengen virtuellen Wassers, die Basis unserer Grafiken auf den nächsten Seiten sind.

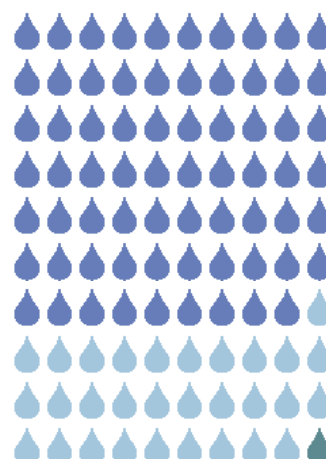
In der Summe gigantisch

Der Wasserverbrauch fällt nach diesem Modell da an, wo Produkte oder Lebensmittel hergestellt werden. Das sind oft Regionen der Welt, wo der Zugang zu Wasser nicht gerade selbstverständlich ist. Bananen, Kaffeebohnen oder Kokosnüsse müssen bewässert werden.

Hinter einem Kilogramm Rindfleisch verbergen sich beispielsweise sage und schreibe 15.500 Liter virtuelles Wasser. Diese Summe kommt wie folgt zustande: In der Regel dauert es drei Jahre, bis ein Rind schlachtreif ist und etwa 200 kg knochenloses Fleisch liefert. In diesem Zeitraum hat jedes Tier fast 1.300 kg Getreide und 7.200 kg Raufutter wie Heu gefressen. Dazu kommen etwa 24 m³ Trinkwasser und weitere 7 m³ Wasser für die Reinigung der Ställe und anderes. Umgerechnet heißt das, dass in jedem Kilogramm Rindfleisch 6,5 kg Getreide, 36 kg Raufutter und 155 Liter Wasser stecken. Alleine für die Produktion der Futtermengen werden bereits 15.300 Liter Wasser benötigt. In dieser Rechnung



Mehr ist es nicht: Von den rund 1,36 Mrd. km³ Menge an Wasser, das uns auf dem Planeten Erde zur Verfügung steht, sind 97% in den Ozeanen vorhandenes Salzwasser. Nur rund 3% (verschiedene Quellen nennen sogar nur 2,5%) sind für uns nutzbares Süßwasser.



Von diesen 2,5% oder 3% ist das Wasser jedoch zu 69% in Gletschern, Polkappen oder Permafrost gebunden. 30% sind Grundwasser und lediglich 1% steht uns in Seen, Flüssen oder Bächen zur Verfügung. Von diesen verbleibenden 1% nutzbarem Wasser hängt fast alles Leben auf diesem Planeten ab.



Erreicht ein Schwein sein Schlachtgewicht nach zehn Monaten Mast, hat es 385 kg Futter und damit 11.000 Liter Wasser benötigt. Für das Schlachten und die Weiterverarbeitung werden noch einmal mindestens 10.000 Liter gebraucht. Die unterschiedliche Verwertung des Fleisches, der Innereien und der Haut sind dabei berücksichtigt.



Das Leben eines Huhns oder Hähnchens in der Fleischproduktion ist kurz: In zehn Wochen verbraucht es 3,3 kg Körnerfutter und benötigt 30 Liter Wasser. Gemessen an den Werten für Schweinefleisch ist dies – ebenso wie der Wert für Hühnereier – ein immer noch erstaunlich hoher Wert.



Bei der Intensivhaltung von Rindern erreichen sie nach drei Jahren ihr Schlachtgewicht. Bis dahin hat ein Tier etwa 1.300 kg Futter aus Getreiden und Soja, 7.200 kg Weidefutter, Heu und 24.000 Liter Wasser zum Tränken gebraucht. 1 kg Rindfleisch ohne Knochen steht für 15.500 Liter virtuelles Wasser, von dem allein 15.300 Liter für das Futter aufgewendet wurden.



Für ein Ei von 60 g werden 200 Liter Wasser benötigt. Für 1 kg Eier errechnen sich 3.300 Liter. Der hohe Wert ist vor allem durch das Futter bedingt. Für 1 kg Weizen werden 1.300 Liter Wasser gebraucht.



Die Wassermenge setzt sich aus dem Wasserbedarf für die Futterpflanzen, für die Kuh, für den landwirtschaftlichen Betrieb und für die Weiterverarbeitung der Milch zusammen. Die gesamte Menge wird geteilt durch die durchschnittliche Milchleistung einer Kuh. Hinter einem Glas Milch mit 200 ml stehen also 200 Liter virtuelles Wasser.



Für 1 kg Käse werden 10 Liter Milch benötigt. Für die Produktion dieser Milchmenge braucht man 10.000 Liter Wasser. Bei der Verarbeitung von 10 Liter Milch zu Käse fallen 7,3 Liter Molke an. Die Wassermenge kann jeweils zur Hälfte auf die beiden Produkte Käse und Molke verteilt werden. Eine Scheibe Käse zu 20 g hinterlässt einen Fußabdruck von 100 Liter Wasser.



790 Mrd. m³ Wasser weltweit benötigt der Weizenanbau weltweit – ein Anteil von 12% des Wasserbedarfs für Feldfrüchte. Mit einem Aufwand von 465 Litern wird er in der Slowakei am effizientesten und in Somalia mit 18.000 Liter pro kg am aufwändigsten produziert. Weizenexporte in trockene Länder könnten dort dringend für andere Zwecke benötigtes Wasser verfügbar machen.



Eine Tüte Kartoffel-Chips (200 g) hat einen Wasserfußabdruck von 185 Litern. Größter Kartoffelproduzent ist China. In Asien und Lateinamerika ist ein deutlicher Anstieg, in Westeuropa eine sinkende Produktion zu beobachten. Das Exportgeschäft wird mit hohem Aufwand für die Bewässerung bezahlt.



Für den kleinen Hunger zwischendurch ist der Wasserfußabdruck doch beträchtlich! Den größten Teil dieser Wasserfracht verursachen die Rindfleischbouletten von 150 g (ca. 2.200 l). Ein reichhaltiges Hotelfrühstück kommt dagegen auf knapp 1.300 l virtuelles Wasser.



Der weltweite Kaffeeconsum erfordert 120 Mrd. m³ Wasser, das sind 2% des Wasserbedarfs für Feldfrüchte. Diese Menge entspricht dem 1,5 fachen jährlichen Rheinabfluss. Kaffee steht mit 6% Anteil mit an der Spitze derjenigen Güter, die den globalen Wasserhandel ausmachen. Die Herstellung von 1 kg Röstkaffee erfordert 21.000 l Wasser. Bei 7 g pro Tasse ergeben sich die 140 l für eine fertige Tasse Kaffee.



Weintrauben brauchen nicht nur Sonne, sondern auch jede Menge Wasser. Auch wenn in unseren Breiten die künstliche Bewässerung – anders als in den Anbauregionen wie den USA oder Südafrika – keine große Rolle spielt, bedeutet der Import dieser Weine eine verstärkte Einfuhr virtuellen Wassers.



Ein Liter Bier schlägt mit 300 Liter Wasseraufwand zu Buche. Vor allem der Anbau von Gerste und Hopfen, für die wie beim Weizen durchschnittlich 1.300 Liter Wassereinsatz pro kg anzusetzen sind, macht sich bemerkbar. Hinzu kommt der Brauvorgang. Und wer aus Einwegflaschen trinkt, sollte die Zahl noch etwas höher ansetzen: Hier wird mehr Wasser gebraucht als beim Mehrwegsystem.



Dossier

Nachhaltigkeit in der Medienproduktion

Ende März erscheint in der »Druckmarkt COLLECTION« die Ausgabe Nachhaltigkeit, ein umfassendes Dossier für die nachhaltige Druckproduktion mit Basisinformationen, Ratgebern und Richtlinienempfehlungen.

Ende März 2012.

40 Seiten, A4.

19,90 € / 24.90 CHF.

Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

ist noch nicht die Wassermenge berücksichtigt, die möglicherweise im Laufe der Aufzucht der Tiere oder während des Anbaus der Futterpflanzen verschmutzt wurde.

Und wer morgens ein Tässchen Kaffee trinkt, verbraucht nicht nur 200 Milliliter in der Tasse, zuvor floss bereits eine vielfache Menge Wasser in den Anbau der Kaffeebohnen und in ihre Verarbeitung – für eine Tasse 140 Liter. Und für 1 kg Kakao werden 27.000 Liter Wasser nötig.

Theoretisch kann jeder die Größe seines Wasser-Fußabdrucks ermitteln, indem er seine typischen Essgewohnheiten und seine Haushaltsführung in Zahlen offenlegt: Wie viel esse oder trinke ich wovon? Wie häufig dusche ich? Welches Auto fahre ich, wie oft kaufe ich neue Kleidung oder welche Gerätschaften setze ich ein?

Tatsächlich verbrauchte Menge

Mit virtuellem Wasser wird also die Wassermenge bezeichnet, die nach einer umfassenden Bilanz als tatsächlich verbrauchte Menge je Produkt anfällt.

Diese Untersuchungen zielen auf einen künftig sparsameren Wasserverbrauch. Dabei soll transparent gemacht werden, dass wasserintensive und exportorientierte Agrarnutzung in Trockenregionen der Erde

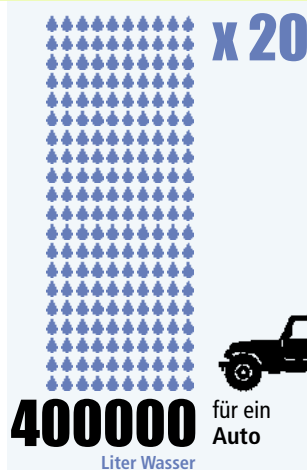
ökologisch unsinnig und wirtschaftlich unrentabel ist. Daraus folgt, dass wasserarme Länder durch den gezielten Import von Gütern, deren Herstellung viel Wasser benötigen, die eigenen Wasserressourcen schonen könnten.

Im- und Export von Wasser

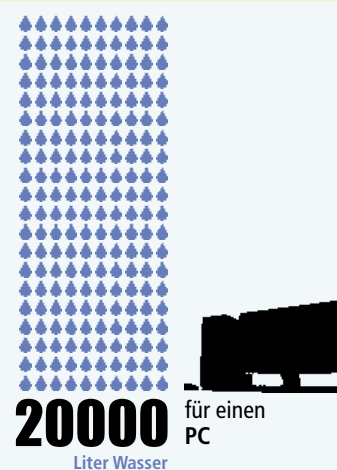
Die Berechnung des virtuellen Wassers ermöglicht auch, den internationalen Transfer von in Produkten gebundenem Wasser zu untersuchen. Deutschland importiert virtuelles Wasser vor allem in Agrarprodukten und zählt in der Bilanz zu den zehn größten Importeuren von virtuellem Wasser weltweit. Damit sind die reichen Industrieländer in hohem Maß daran beteiligt, dass sich in anderen Regionen der Welt die Wasserkrise zuspitzt.

Andererseits wird in erheblichem Maße virtuelles Wasser exportiert, das in der industriellen Produktion anfällt. Denkt man nur daran, dass der virtuelle Wasserverbrauch eines Autos bis zu 400.000 Liter betragen kann, wird deutlich, welche Wassermengen die Industrie benötigt, um ihre Waren zu produzieren.

Quelle: Die Zahlen zu unseren Grafiken hat das Institute for Water Education der Unesco (Unesco-IHE) veröffentlicht.



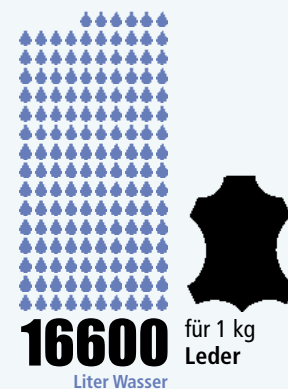
Von der Rohstoffgewinnung bis zur Endmontage werden ungeheure Wassermengen benötigt. Der Einsatz von Aluminium, Kunststoffen, immer umfangreicherer Elektronik – auch zur Kraftstoffeinsparung – ist nur ein Teil der Erklärung. Natürlich gibt es große Schwankungen je nach Fahrzeuggröße und Ausstattung, doch hier eingerechnet ist natürlich noch nicht der Verbrauch beim Betrieb des Autos.



Rohstoffe für Computer bestehen aus wertvollen Rohstoffen, die nur mit erheblichem Wasseraufwand gewonnen und verarbeitet werden. Hinter einem Mikrochip, der kaum noch sichtbar ist, stecken alleine schon 32 l virtuelles Wasser.



Hinter einem DIN-A4-Blatt 80-g/m²-Papier stecken rund 10 l Wasser. Dieser Wert gilt für Papier, das aus Holz als Faserrohstoff hergestellt wurde. Für die Aufbereitung von Altpapier zu Recyclingpapier werden dagegen nur etwa 20 l Wasser pro kg benötigt.



Nach den Werten für Rindfleisch überrascht es nicht, dass die Menge virtuellen Wassers für Leder in einer ähnlichen Größenordnung liegt. Über die beim Fleisch genannten Zahlen hinaus ist für die Weiterverarbeitung des Leders zusätzlich Wasser nötig. Für ein Paar Schuhe fallen so durchschnittlich etwa 8.000 Liter Wasser an.



Die Herstellung von Kleidung aus Baumwolle schlägt mit weltweit durchschnittlich 11.000 Liter/kg an virtuellem Wasser zu Buche. 85% der Wassermenge ist für die Herstellung der Baumwolle erforderlich, davon weit mehr als die Hälfte für die Bewässerung der Felder. Die restlichen 15% sind für alle weiteren Verarbeitungsschritte notwendig.



Selbst ein Allerwelts-Kleidungsstück wie ein Baumwoll-T-Shirt bringt es auf einen virtuellen Wasserverbrauch von 2.700 Liter. Und das sind nur die Mengen an Wasser für die Herstellung des Shirts. Bei jedem Waschvorgang kommen je Hemd noch einmal etliche Liter zusammen.



Grünes, blaues, graues Wasser

Papier, das wissen wir, ist bei Drucksachenproduktion maßgeblich für den CO₂-Ausstoß verantwortlich. Etwa 80% der Emissionen entfallen auf den Bedruckstoff. Aber wie sieht es mit dem Verbrauch von Wasser aus?

Von Alexander Rossner

Der Papierhersteller UPM hat Ende August 2011 auf der ›Stockholm International Water Week‹ sein Projekt ›Water Footprint‹ vorgestellt. Das Projekt bezieht sich auf das Werk Nordland in Dörpen im Emsland. Es wurde gemeinsam mit dem in Enschede ansässigen ›Water Footprint Network‹ von Prof. Dr. Arjen Hoekstra und Kollegen durchgeführt. Das Network hat eine anschauliche Methode zur Berechnung des Wasserverbrauchs entwickelt, die zwischen grünem, blauem und grauem Wasser unterscheidet.

Grün, blau, grau

Als grünes virtuelles Wasser gilt die Menge an Regenwasser, die im Boden gespeichert ist und im Laufe des Wachstumsprozesses von den Pflanzen aufgenommen wird.

Als blaues virtuelles Wasser wird die Menge an Grundwasser oder Wasser aus Flüssen und Seen bezeichnet, die im häuslichen Gebrauch oder zur Herstellung eines Produktes genutzt wird, aber nicht mehr zurückgeleitet werden kann (beispielsweise durch Verdunstung). In der Landwirtschaft sind es die Wassermengen zur Bewässerung der Felder.

Unter grauem virtuellem Wasser versteht man die Menge Wasser, die

während des Herstellungsprozesses eines Produktes direkt verschmutzt wird und nicht mehr nutzbar ist, oder die im Prinzip dazu nötig wäre, um verschmutztes Wasser so weit zu verdünnen, dass allgemeingültige Standardwerte für die Wasserqualität wieder eingehalten würden.

Entwicklungsbedarf beim Papier

Nach der UPM-Studie entfallen bei der Papierherstellung 60% auf grünes Wasser, 1% auf blaues und 39% auf graues Wasser. Interessant ist vor allem die Herkunft des Wasserbedarfs, denn 99% des Wassers werden durch die Lieferkette beim Wachstum der Bäume und bei der Herstellung der Rohstoffe benötigt, während lediglich 1% des Wasserbedarfs bei der Papierproduktion selbst anfällt. UPM ermittelte einen Verbrauch von 13 Litern für die Herstellung eines DIN-A4-Blatts ungestrichenen Papiers.

Ergebnis der zusammen mit dem ›Water Footprint Network‹ durchgeführten Analyse und des berechneten Wasserverbrauchs: Der Wasserfußabdruck des UPM-Werkes Nordland sowie der Zellstofflieferwerke in Finnland und Uruguay wird als nachhaltig eingeschätzt. Mit ein Grund ist, dass das UPM-Werk in Nordland sowie die Lieferwerke in wasserreichen Regionen operieren und der

Rohstoff Holz aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammt.

UPM betrachtet den Wasser-Fußabdruck als ein gutes Instrument, um die Bedeutung des Wasserverbrauchs in der Lieferkette zu recherchieren und besser zu verstehen, sieht aber noch Entwicklungsbedarf bei der Anwendung der Methodik für Papierprodukte.

Pilotprojekt der Druckerei Kastner & Callwey

Zu ähnlichen Erkenntnissen gelangt auch das Pilotprojekt der Druckerei Kastner & Callwey Medien, die ihren Wasser-Fußabdruck von einem Beratungsteam erstellen ließ, dem die Münchner One Sustainability und die GFA Consulting aus Hamburg angehören. Die Tatsache, dass Kastner & Callwey Medien für einen ihrer Schlüsselkunden Papier des UPM-Werkes Nordland verwendet, erwies sich als glückliche Fügung für das Team, das seine Arbeitsergebnisse noch während der Projektbearbeitung mit der Umweltschutzabteilung von UPM in Augsburg diskutieren und vergleichen konnte.

Kastner & Callwey ermittelte für das Kalenderjahr 2010 seinen Wasserbedarf mit insgesamt 5.766 Mio. m³ Wasser. Hiervon entfielen lediglich 1.400 m³ (0,24%) auf den unmittel-

MEDIA MUNDO

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

Jetzt hat die Brancheninitiative mit dem Thema ›Water Footprint‹ von Medienproduktionen sein Informationsangebot im Internet erweitert. Damit wird Interessenten die Möglichkeit gegeben, das Know-how rund um Nachhaltigkeit und nachhaltige Medienproduktion kontinuierlich auf- und auszubauen.

➤ www.mediamundo.biz/wissen

baren Frischwasserbedarf bei Kastner & Callwey Medien und weitere 1.200 m³ (0,20%) auf den Wasser-Fußabdruck der bezogenen Ener-

gien. Diesem unter 0,5%-igem Anteil am Wasserbedarf in der Druckerei steht ein prozentualer Anteil von knapp 99,5% gegenüber, der bei der Papierherstellung anfällt. Angesichts dessen hat die weitere Aufteilung des unmittelbaren Wasser-Fußabdrucks der Druckerei zwar nur begrenzte Aussagekraft, es entfallen jedoch 100% des unmittelbaren Wasser-Fußabdrucks auf blaues Wasser (leitungsgebundene Trinkwasserversorgung).

Kunden informieren

Kastner & Callwey und das beratende Projektteam sehen in weiteren Maßnahmen zur nochmaligen Steigerung der Wassereffizienz in der Druckerei keinen ökonomischen, ökologischen oder sozialen Nutzen. Als Maßnahme zur indirekten Ein-

wirkung auf den Wasserbedarf wird die Geschäftsführung von Kastner & Callwey die Kunden informieren und diese ersuchen, nur Papier zu verwenden, dessen Rohstoffe aus Regionen stammen, in denen der Wasserbedarf für deren Anbau und die Kultivierung nicht mit dem Bedarf der Einwohner an Trinkwasser und Wasser für Sanitärzwecke kollidiert. Eine qualifizierte Aussage hierzu können nur Papierhersteller treffen, die sich mit ihrem Wasser-Fußabdruck auseinandergesetzt haben und diesen offen legen.

»Water Stress Index«

Die Brancheninitiative Media Mundo teilt die Auffassung der Projektpartner, dass die absolute Menge des Wasserverbrauchs bei der Herstellung eines Produkts (wie die von

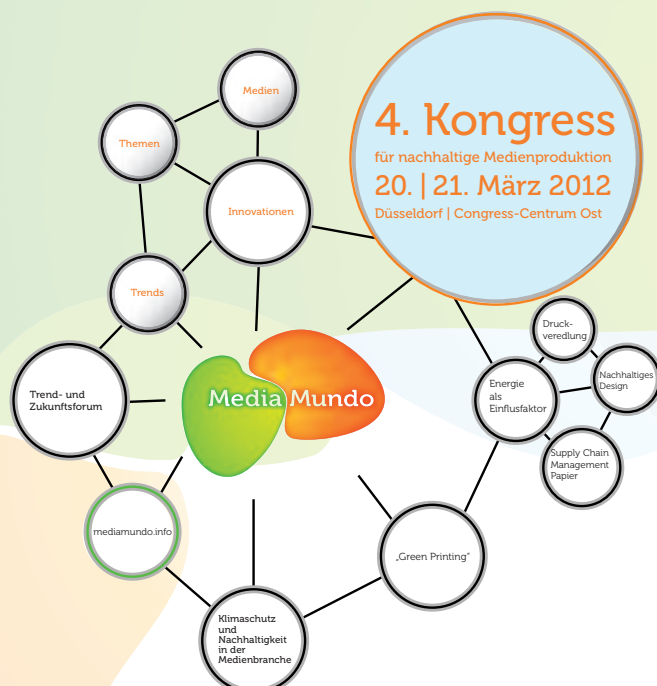
UPM ermittelten 13 Liter für die Herstellung eines DIN-A4-Blatts ungestrichenen Papiers oder der Wasserverbrauch von 5.766 Mio. m³ bei Kastner & Callwey) weder aussagekräftig ist, noch ein Urteil über die Qualität des Produktionsprozesses gestattet. Ein entsprechendes Urteil setzt die Bemessung des Bedarfs an Wasser für einen Produktionsprozess in seinem Konkurrenzverhältnis zu anderen, vorrangigen Zwecken voraus. Dies wird durch den »Water Stress Index« ermöglicht, der für alle Regionen der Welt einen Wert beithält. Je geringer dieser Wert ist, desto unbedenklicher ist die Wassernutzung für Produktionszwecke.

Dieser Wert verändert sich in dem Maße, wie sich die regionale Wasserverfügbarkeit ändert. Der »Water Stress Index« wird daher eine sehr dynamische Entwicklung nehmen.

Nicht nur Emissionen ermitteln

Auch wenn beide Projekte nahelegen, dass der unmittelbare Wasserbedarf einer Agentur oder einer Druckerei im Vergleich zum Wasserbedarf der Papierhersteller nicht nennenswert ins Gewicht fällt, ist die Verfügbarkeit von Wasser für Menschen als derart elementar anzusehen, dass alle Teilnehmer der Industrie hierzu im Interesse einer nachhaltigen Entwicklung Auskunft geben und die richtige Materialwahl treffen sollten.

Dies gilt auch für den Wasserbedarf bei der Herstellung von Druckfarben und -lacken, der im Pilotprojekt von Kastner & Callwey Medien mangels Verfügbarkeit entsprechender Herstellerdaten unberücksichtigt bleiben musste.



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
Medienproduktionen



Die Lücke geschlossen

Druckstudio setzt als weltweit erste Druckerei auf die Verbrauchsmaterialien Heidelberg Saphira Eco

Immer öfter fordern Drucksachein-käufer von ihren Lieferanten Nach-weise über die Umweltverträglich-keit der von ihnen in Auftrag gege-benen Druck-Erzeugnisse. »Wir sind in der Branche in Sachen Nachhalt-



tigkeit ebenso wie bei innovativen Tech-nologien und Verfah-ren Vorreiter«, erklärt **Werner Drechsler**, Geschäftsführer der

Druckstudio Gruppe. »Die Druckpro- zesse und unser Geschäftsmodell haben wir über die Jahre immer wei- ter für das Premium-Segment opti- miert und mit unserer ganzheitli- chen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit sind wir für viele große Marken der geschätzte Partner für die Realis- ierung außergewöhnlicher Print- produkte.«

Mit der Einführung der Saphira Eco- Produkte von Heidelberg schließt Druckstudio nun nach Drechslers Worten die letzte Lücke im Angebot an umweltfreundlich produzierten Druckprodukten für höchste Quali- tätsansprüche. »Die Nutzung von Farben, Lacken und Druckplatten aus dem Saphira Eco-Sortiment be- deutet für uns eine komplette Um- stellung unserer Produktionsprozes- se. Diesen Aufwand haben wir be-

wusst betrieben, um im Sinne unse- rer Nachhaltigkeitsstrategie einen neuen Standard setzen zu können. Zudem gehen wir davon aus, dass von unserer Branche in Zukunft ohnehin Standards für umwelt- freundliche Druckprodukte verlangt werden. Dafür sind wir mit dem Um- stieg auf Saphira Eco nun gerüstet.« Die Erfahrungen im laufenden Be- trieb sind Drechslers Worten zufolge positiv: Die Verbrauchsmaterialien der Saphira Eco-Linie bieten diesel- be hohe Fortdruckleistung wie kon- ventionelle Verbrauchsmaterialien ohne Abstriche bei der Qualität. Druckstudio produziert unter ande- rem auf zwei Heidelberg Speedmas- ter XL 105 Fünf- beziehungsweise Sechsfarbenmaschinen mit Disper- sions-Lackwerk bei bis zu 18.000 Bogen/h im Dreischichtbetrieb.

Standardisierte Nachhaltigkeit in der Druckproduktion

Zwar gibt es bereits von verschiede- nen Herstellern Verbrauchsmateria- lien mit Umweltsiegel, »jedoch kei- ne standardisierten, nach strengsten Umweltkriterien entwickelten Pro- duktreihen, mit denen sich die kom- plette Wertschöpfung in der Druck- produktion abdecken lässt«, erläu- tert Drechsler. »Es war in unserer Branche bisher gar nicht so einfach,

Ganzheitliches Herangehen an das Thema Nachhaltigkeit in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales ist bei Druckstudio seit Jahren gelebte Überzeugung. Die Druckstudio Gruppe in Düssel- dorf ist auch die erste Druckerei weltweit, die diesen Ansatz bei Verbrauchsmaterialien verwirklicht und die Produktion auf Saphira Eco von Heidelberg umstellt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Mit der Verwendung von Saphira Eco Verbrauchsmaterialien hält Druckstudio industrielle Umweltstandards ein.

Die Saphira Eco-Linie erfüllt die strengsten Umweltkriterien für Verbrauchsmaterialien in der Druckindustrie.

wirklich umweltfreundliche Verbrauchsmaterialien zu finden. Das »Greenwashing« ist weit verbreitet und Standards für eine umweltfreundliche Druckproduktion fehlten bisher.«

Heidelberg hat aus Drechsler's Sicht in der Saphira Eco-Produktreihe die für Verbrauchsmaterialien entscheidenden Aspekte übernommen und dabei die jeweils strengsten Maßstäbe angelegt. »So können wir gegenüber unseren Kunden und unserem eigenen Anspruch an Nachhaltigkeit und Qualität gleichermaßen gerecht werden – und die Umweltfreundlichkeit unserer Druckprodukte durch Verwendung standardisierter Produkte dokumentieren.«

Diese vollständige Ausrichtung auf eine nachhaltige Produktion hat unter anderem die Metro AG überzeugt, die bei Druckstudio ihren Geschäftsbericht produzieren lässt, der als erste Publikation weltweit mit dem neuen Heidelberg Saphira Eco-Siegel gekennzeichnet wird.

Wichtige Umweltzertifikate

Die Heidelberg Saphira Eco-Linie garantiert, dass bei Verbrauchsmaterialien wie Farben, Lacken, Chemikalien und Druckplatten die Anforderungen der wichtigsten Umweltzer-

tifikate vollständig eingehalten werden. Dazu zählen unter anderem das Nordic Ecolabel, das EU Eco Label, das österreichische Umweltzeichen und das New Zealand Ecolabelling Trust. »Damit ist Heidelberg Saphira Eco ein wesentlicher Bestandteil unserer geschlossenen und nachhaltigen Produktionskette – und Teil einer Gesamtstrategie, die von der Zertifizierung gemäß ISO 9001, ISO 14001 und EN 16001 über den klimaneutralen Druck und Ökostrom bis hin zu FSC-Papier reicht«, erläutert Drechsler.

Erfolgreich mit Nachhaltigkeit

Die kompromisslose Ausrichtung auf eine nachhaltige Wirtschaftsweise hat die Druckstudio Gruppe komplett verändert – und den Erfolg beflügelt: Ein zweistelliges Umsatzwachstum von Jahr zu Jahr, ein umweltgerechter Betrieb, nachhaltig hergestellte Printprodukte, eine auf Beteiligung und Verantwortung ausgerichtete Unternehmenskultur sowie Sponsoring im regionalen Umfeld sind heute die Markenzeichen der Druckstudio Gruppe.

In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen zum Beispiel mit der Teilnahme am Ökoprotit-Projekt der Stadt Düsseldorf gezielt Maßnahmen umgesetzt wie den Einsatz energieeffizienter Leuchtmittel, die

DRUCKSTUDIO GMBH

»Kommunikation mit allen Sinnen« – vom Perlglanzlack über UV- und Duftlack bis hin zur Heißfolienreliefprägung setzt die Düsseldorfer Druckstudio GmbH diesen Leitsatz im Hochqualitätssegment mit immer neuen Veredelungstechniken um. Als klassische Akzidenzdruckerei bietet Druckstudio die gesamte Palette des Bogenoffsetdruckes an. Die Unternehmensstrategie der Druckerei ist stark auf Nachhaltigkeit ausgerichtet: So ist die Produktion nach den Kriterien des FSC zertifiziert und bietet darüber hinaus die Möglichkeit, klimaneutral zu drucken. Für sein Umweltengagement wurde das Unternehmen mit dem Zertifikat Ökoprotit der Stadt Düsseldorf ausgezeichnet und gehört außerdem zu den zwölf umweltfreundlichsten Druckereien weltweit. Das bestätigte eine unabhängige internationale Jury im Rahmen der Verleihung der Heidelberg ECO Printing Awards.

Das 1977 gegründete Unternehmen beschäftigt derzeit 83 Mitarbeiter. 2010 erhielt Druckstudio zum dritten Mal in Folge die Auszeichnung »Deutschlands beste Arbeitgeber«.

Umstellung auf Ökostrom und die Installation einer Photovoltaikanlage. Durch die Installation einer Wärme-Rückgewinnungsanlage an den Druckmaschinen benötigt das Unternehmen kein Heizöl mehr. Diese Maßnahmen halfen jährlich 485 Tonnen CO₂ zu sparen und zu einem Musterbeispiel für Nachhaltigkeit zu werden. Bezogen auf die größten CO₂-Emittenten Wärme und Strom ist die Druckstudio GmbH sozusagen klimaneutral.

› www.druckstudiogruppe.com

Höhn-Gruppe

KLIMANEUTRAL INS JAHR 2012 GESTARTET

Die Höhn-Gruppe hat die Zertifizierung für den CO₂-kompensierten Druck erfolgreich abgeschlossen. Displays, Faltschachteln, Präsentations-Verpackungen und Druckprodukte aller Art können nun klimaneutral produziert werden. Die Unternehmen der Höhn-Gruppe haben sich der Klimainitiative des Bundesverbands Druck und Medien (bvdmd) angeschlossen. Ziel der Initiative ist es, den Ausstoß von Kohlendioxid zu vermeiden und, falls dies nicht möglich ist, zu ermitteln und zu kompensieren. Grundsätzlich wird die Vermeidung von CO₂-Emissionen angestrebt, der Energie- und Ressourcenverbrauch soll reduziert werden.

Höhn setzt mit der Zertifizierung auf einen »gelebten« Klima- und



Umweltschutz. Geschäftsführer **Sebastian Haug** legt besonderen Wert auf die permanente Umset-

zung aller Zertifizierungs-Grundlagen im Unternehmen. »Wir möchten technisch stets auf dem aktuellsten Stand sein und Kunden das Optimum bieten. Deshalb gehört für uns das verantwortungsvolle Wirtschaften und Produzieren ebenso zur Unternehmensphilosophie wie der schonende Umgang mit Ressourcen. Jetzt können wir unseren Kunden mit einer klimaneutralen Produktion umweltgerecht hergestellte Produkte anbieten«, erläutert Haug die Initiative.

› www.hoehn-gruppe.com



Keine Regel ist die Ausnahme

Bosch-Druck setzt den Kodak Prinergy-Connect-Workflow zur Automatisierung seiner Produktionen

Der klassischen Produktion von mittleren und hohen Auflagen im Bogenoffset hat das Unternehmen schon im Jahr 2001 den Digitaldruck zur Seite gestellt, der heute in einem separaten Produktionszentrum konzentriert ist. Die Herstellung individualisierter Produkte, entweder komplett digital oder in der hybriden Offset- und Digitaldruckproduktion, spielt eine große Rolle. Individualisierte Betriebsanleitungen und Verkaufsliteratur für die Auto- und Großindustrie sowie Bücher mit und ohne Personalisierungskomponenten, aber auch vom Verbraucher persönlich zusammengestellte Fotobücher und Fotokalender werden nach aktuellem Kundenbedarf produziert. Bosch-Druck setzt in sämtlichen Produktionsbereichen auf effiziente Prozesse und größtmögliche Automatisierung. Dies beginnt bei der Übernahme von Kundenaufträgen über verschiedene Webshops und Web-to-Print-Portale und findet im Druckvorstufenbereich seine konsequente Fortsetzung.

Hier bildet ein Kodak Prinergy-Connect-Workflow-System eine tragende Säule der integrierten, vernetzten Produktion. Bevor der PDF-Workflow im Herbst 2009 zusammen mit dem Kodak Insite-Prepress-Portal

eingeführt wurde, existierten im Prepress-Bereich verschiedene Produktionsinseln wie Ausschießstation, Formproofer, RIP und Plattenbelichter. Zwischen diesen Stationen wurden die Dateien für die einzelnen Bearbeitungsschritte manuell über das Netzwerk verschoben.

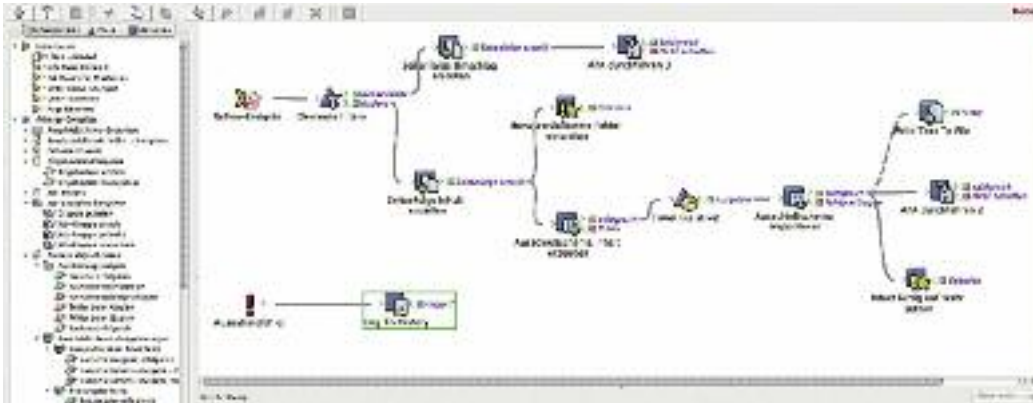
Stringenter Prepress-Workflow

»Mit Einführung des Prinergy-Connect-Workflows hat sich unsere Arbeitsweise grundlegend verändert. Wir bekamen erstmals eine Komplettlösung für die gesamte Vorstufe ins Haus. Damit war die Basis dafür geschaffen, dass jeder Druckvorstufenmitarbeiter seine Aufträge vollständig bearbeiten kann«, erklärt **Roger Diekmann**, als Mitglied der Geschäftsleitung verantwortlich für Produktion und Technik. »Der Prinergy-Workflow hat uns ein hohes Maß an Automatisierung und Schnelligkeit der Abläufe ermöglicht. Außerdem schafft Prinergy zusammen mit dem Insite-Prepress-Portal sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für den Kunden eine hohe Transparenz.«

Über 15 Workshop-Clients haben die Mitarbeiter in der Vorstufenabteilung und im Digitaldruck Zugriff auf den Prinergy-Connect-Workflow.



Ein Dienstleister im Bereich Druck und Medien, der seinen Kunden von Web-to-Print bis hin zu Lagerung und Fulfillment maßgeschneiderte Lösungen bietet – bei Bosch-Druck in Ergolding wird dieser Anspruch erfüllt. Bosch-Druck entwickelte sich zum Anbieter zukunftsorientierter Konzepte und Dienstleistungen, die von Verlagen, Werbeagenturen und renommierten Firmen aus Schlüsselbranchen in Anspruch genommen werden.



In der Vorstufe dient der Prinergy Connect Workflow als zentrale Produktionsdrehzscheibe und mit der RBA wirkt die Workflow-Automatisierung hinter den Kulissen – hier die Visualisierung einer Regel im Rule Builder.

Das Workflow-System kommuniziert auf JDF-Basis mit verschiedenen vor- und nachgelagerten Systemen.

So wickelt die Kodak Link-Software den Datenaustausch mit dem im Unternehmen eingesetzten Management-Informationssystem (MIS) von Hiflex ab. Dabei übernimmt der Prinergy-Connect-Workflow vom MIS automatisch neu angelegte Jobs und meldet seinerseits Status- und Materialverbrauchsdaten zurück. Darüber hinaus versorgt der Prepress-Workflow über das Printlink-Modul die Bogenoffsetmaschinen mit Daten zur automatischen Farbzonenvoreinstellung, was das Einrichten der Druckmaschinen beschleunigt. Die Plattenbelichtung erfolgt auf einem vollautomatisierten Magnus-800-Quantum-Plattenbelichter in Z-Speed-Version. Eine Mehrkassetteneinheit (MCU) mit fünf Vorratskassetten für insgesamt 500 Platten

versorgt das Thermo-CtP-System mit Druckplatten. Sie werden nach der Belichtung in einer Verarbeitungslinie entwickelt, registergestanz und abgestapelt. Mit einem Durchsatz von bis zu 60 vollformatigen Platten in der Stunde bietet der Magnus eine große Kapazität, die noch von einem Thermoplatenbelichter anderer Provenienz mit etwa der halben Produktivität ergänzt wird. Bei Bosch-Druck kommt ausnahmslos die Kodak Electra XD Platte zum Einsatz, eine vorerwärmungsfreie Platte mit Positiv-Belichtercharakteristik und hohem Auflösungsvermögen.

Automatisierung nach allen Regeln der Kunst

Anfang 2010 wurde damit begonnen, Druckvorstufenprozesse mit den Möglichkeiten der regelbasierten Kodak Prinergy-Automatisie-

rungssoftware (RBA) zu automatisieren. Bei der RBA handelt es sich um eine Lösung, die Abläufe ereignisgesteuert automatisiert. Sobald im Prozess ein spezifiziertes Ereignis eintritt, wird unter Berücksichtigung von »Wenn-dann-Bedingungen« eine entsprechend festgelegte Aktion ausgelöst, die das Workflow-System automatisch ausführt. Ob einfache Bearbeitungsfolgen oder komplexe Prozessketten, mit den Instruktionen der RBA lassen sich viele Workflow-Vorgänge, die bei herkömmlicher Arbeitsweise immer wieder Bediener eingriffe erfordern, vollständig automatisieren. Beschleunigte Abläufe, Vermeidung von menschlichen Fehlern und Wartezeiten auf manuelle Eingriffe sowie Effizienzverbesserungen gehören zu den Vorteilen, die die Nutzung der Regelbasierten Automatisierung mit sich bringt. Kodak liefert die RBA-Software mit einer umfangreichen Sammlung von

Standard-Regelsätzen, die sich noch individuell modifizieren lassen. Im Rule-Builder der Software, einem Editor mit grafischer Darstellung der Regelmodellierung, können Anwender auch von Grund auf eigene Regeln für den Workflow erstellen. Zudem bietet Kodak das Erstellen von Regeln als Dienstleistung an.

»Voraussetzung für einen sinnvollen Einsatz der RBA«, sagt Roger Diekmann, »sind Datenstämme und Arbeitsabläufe, die immer wieder in gleicher Form vorkommen und Aufträge, bei denen die vom Kunden oder von Agenturen gelieferten Dateien eine gleichbleibend hohe Qualität haben. Das ist bei uns aufgrund der kontinuierlichen Zusammenarbeit mit einigen Kunden der Fall. Die regelbasierte Automatisierung hilft uns, Vorstufenprozesse so schlank wie möglich zu gestalten und damit



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





BOSCH-DRUCK

Das 1914 gegründete Unternehmen Bosch-Druck entwickelte sich unter der Leitung des heutigen Geschäftsführers Dr. Rüdiger Schmidt zum Anbieter zukunftsorientierter Konzepte und Dienstleistungen, die von Verlagen, Werbeagenturen und renommierten Firmen aus Schlüsselbranchen in Anspruch genommen werden. Der Standort Ergolding liegt 70 km nordöstlich von München, an dem derzeit 165 Mitarbeiter beschäftigt werden.

Das Produktprogramm setzt sich aus Akzidenzen wie Werbedrucksachen, Zeitschriften, Katalogen, Büchern, Betriebsanleitungen, Fotobüchern und personalisierten Mailings zusammen.

Das Unternehmen arbeitet auf einer breiten Basis mit Leistungen in der Premedia- und Druckvorstufenproduktion, Web-to-Print, Bogenoffsetdruck, Digitaldruck, Weiterverarbeitung inklusive Heften und Klebebinden, Veredelung, Lettershop und Fulfillment. Im Offsetdruck sind sechs Bogenoffsetmaschinen (fünf im Formatbereich 3B und eine im Format 53 x 74 cm; drei Achtfarben-, zwei Fünffarben- und eine Zweifarbenmaschine), im Digitaldruck vier Bogen- und zwei Rollen-Farbdruckmaschinen sowie ein Bogen-Schwarz-Weißdrucksystem im Einsatz.

die Abläufe sowohl intern für die Produktion als auch extern für den Kunden schneller zu machen.« Das Unternehmen verwendet im Prinergy-Workflow gegenwärtig rund 40 verschiedene RBA-Regeln.

Roger Diekmann (links) und Christoph Siebeneich an der CtP-Linie mit dem schnellsten Kodak Magnus 800 Quantum Plattenbelichter.



Mittlerweile hat Bosch-Druck die Vorstufenprozesse bei bestimmten Auftragsgruppen nahezu vollständig automatisiert.



Druckvorstufenleiter **Christoph Siebeneich**, der seit Dezember 2007 bei Bosch-Druck tätig ist und bei der Einführung des Workflows Regie führte, beschreibt die Veränderungen am Beispiel einer standardisierten Auftragsgruppe:

»Bevor wir den Prinergy-Connect-Workflow hatten, kamen die Daten vom Kunden, ein Mitarbeiter hat sie geprüft und die Geometrie richtig definiert. Dann gingen die Daten weiter zur Ausschießstation. Jeder Auftrag musste neu ausgeschossen werden, egal welche Seitenzahl er hatte. Dann wurde ein Formproof geplottet und noch Korrektur gelesen. Schließlich wurden die Daten in den CtP-Bereich weitergereicht. Dagegen überprüft der Mitarbeiter heute nur noch eine Namenskonvention der PDF-Datei, passt die Trimbox für den Produktrücken an und zieht die Datei in den richtigen Hotfolder. Alles weitere läuft automatisch, gesteuert von der RBA. Die Daten durchlaufen einen Preflight und den Refine-Prozess, bevor Seitenfolgen erstellt werden. Dabei

werden Inhalts- und Umschlagseiten getrennt und diese Seitenfolgen Ausschießern zugeordnet, die in einem Pool vorliegen.

Ist die Produktionsart Offset vorgesehen, steuert Prinergy direkt die CtP-Linie zur Plattenherstellung an. Für den Digitaldruck generiert Prinergy ein montiertes, druckfertiges PDF und schickt es zu einem Digitaldruck-RIP.«

Interaktion mit dem Insite Prepress Portal System

Die regelbasierte Automatisierung kommt auch beim Einsatz des Insite-Prepress-Portals zum Tragen. Prinzipielle Vorteile dieses Systems sieht Roger Diekmann in dem Service, den man Kunden damit bieten kann: Die Möglichkeit, jederzeit Dateien in die Produktion von Bosch-Druck senden, bearbeitete Seiten einsehen und Freigabeprozesse abwickeln zu können. »Damit geht alles deutlich schneller. Das ist für den Digitaldruck sehr wichtig. Auch die Transparenz, dass der Kunde alles verfolgen kann, ist ein Vorteil«, ergänzt Roger Diekmann.

Christoph Siebeneich schildert ein Beispiel aus dem Verlagsbereich, wobei ein Verlagsmitarbeiter über den Bosch-Webshop ein Produkt in einer bestimmten Auflage ordert: »Der externe Nutzer erhält von dem

Webshop per E-Mail einen Upload-Link für das Prepress-Portal. Der Job wurde in Prinergy schon nach entsprechendem Input vom MIS angelegt. Nach einem Echtzeit-Preflight setzt die RBA Verarbeitungsprozesse in Prinergy in Gang, beispielsweise das Refinen, die Montage von Umschlag und Inhalt oder die Freigabeprozedur. Wenn der Verlagsmitarbeiter den Job ohne Korrekturen freigibt, kann die RBA gleich die Plattenbebilderung veranlassen. Alle diese Prozesse werden vollautomatisch ausgeführt.«

Insgesamt konnte Bosch-Druck mit dem Prinergy Workflow und der RBA in der Druckvorstufe enorme Rationalisierungspotenziale ausschöpfen und die Produktivität deutlich steigern. »Wir sparen viel Zeit ein, was uns hilft, den Auftragszuwachs – gerade im Digitaldruck – zu bewältigen. Außerdem haben meine Mitarbeiter heute mehr Zeit, die Kunden intensiver zu betreuen«, erklärt Christoph Siebeneich, der im Übrigen überzeugt ist, dass in der RBA und dem Insite Prepress Portal noch viele Möglichkeiten für eine weitere Automatisierung und Effizienzsteigerung stecken, die sukzessive wahrgenommen werden.

► www.bosch-druck.de





SAGT MAN EIGENTLICH NOCH Fachwissen?



Investitionskompass
Computer-to-Plate
Marktübersichten und
erläuternde Artikel zu
CtP-Systemen für Akzi-
denzen 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.
Mitte Januar 2012.
32 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Datenblättern 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 Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische sowie technische Aspekte auf und werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet. So hilft jede Ausgabe beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu Trends, Dossiers zu speziellen Themen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt der »Druckmarkt« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Zum Beispiel in den beiden Ausgaben Computer-to-Plate und Druckformen mit allem, was man zum CtP-Prozess wissen muss. Aber wenn es besser klingt, sagen wir eben statt Fachwissen Know-how-Transfer!

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Der Weg muss das Ziel sein

Agfa Graphics zertifiziert die Primus International Printing GmbH nach PSO

Die Kunden können zu jeder Tageszeit über das Online-Portal ihre Produkte bestellen und profitieren somit von kurzen Lieferzeiten bei gleichzeitig hoher Qualität. Im Vordergrund steht dabei die fachkundige, persönliche Beratung. »Unsere Kunden vertrauen uns und erwarten eine professionelle Zusammenarbeit und zu guter Letzt eine hervorragende Druckqualität«, sagt Torsten Zech. Das Thema PSO (ProzessStandard Offsetdruck) gewann somit immer mehr an Bedeutung.

»Schlussendlich ist unser Versprechen – hier lassen Profis drucken – auch unsere Philosophie«, so Zech weiter. Dieses Credo deckt sich genau mit dem Vertriebsansatz der Agfa Graphics Germany. Bereits 2010 wurde Agfa Graphics von der ugra – dem Schweizer Kompetenzzentrum für Medien und Drucktechnologie – qualifiziert, Druckereien auf die PSO-Zertifizierung vorzubereiten und auch die entsprechende Prüfung abzunehmen.

Die Weichen für die PSO-Zertifizierung wurden bei Primus im September 2011 gestellt. Ein Schulungsprogramm für die Mitarbeiter, Workshops zur Prozessstandardisierung und -optimierung sowie die Abstimmung aller relevanten Prozesse und Arbeitsabläufe gemäß der

im PSO beschriebenen Normen wurden veranlasst. Mit großen Engagement und außergewöhnlich hoher Fach- und Prozesskompetenz im Hause gewährleisteten die Mitarbeiter eine reibungslose und erfolgreiche Durchführung des Agfa Graphics PSO-Schulungs- und Zertifizierungsprogramms. Viele interne Arbeitsabläufe wurden im Unternehmen durch das PSO-Projekt effizienter gestaltet und qualitätssichernde Maßnahmen etabliert.

Top-Qualität ist bei Primus Tagesgeschäft. Um dies zu halten, wird im Unternehmen auf die Weiterbildung und Qualifizierung der Mitarbeiter gesetzt. Sie tragen maßgebliche mit ihrem Teamgeist und Verantwortungsbewusstsein zum Unternehmenserfolg bei. Mit 15 Lehrlingen zeigt das Unternehmen zusätzlich ein klares Engagement im Bereich Ausbildung junger Menschen. Das Ergebnis: Die Stärke der Primus International Printing GmbH wächst mit dem Know-how der Mitarbeiter und davon profitieren die Kunden.

Im Fokus steht die Weiterentwicklung

Mit der Investition in eine zusätzliche Roland 708 erweiterte das expandierende Online-Druckunternehmen seinen aktuellen Maschinenpark nochmals. Nach einer mehrwö-

Sein Ziel hat Torsten Zech, Geschäftsführer der Primus International Printing GmbH mit Sitz in Großschirma, fest im Visier. Mit mehr als 120 Mitarbeitern bietet Primus an mehreren Standorten eine große Vielfalt an unterschiedlichen Druck-Erzeugnissen und präsentiert sich als leistungsstarke Online-Druckerei.



Als leistungsstarke Internet-Druckerei bietet Primus International Printing ein breites Angebot an Drucksachen.

Text und Bild: Agfa



Übergabe der PSO-Zertifizierung an Primus. Von links: Alexander Puggioni (Agfa), Robert Schöne (Leiter Druckvorstufe), Torsten Zech (Geschäftsführer Primus International Printing) und Maximilian Zech (Maschinenführer Roland 708).

chigen Aufbauphase im Jahr 2011 wurde die manroland Achtfarben-Maschine im Format 70 x 100 cm erfolgreich in Betrieb genommen. Und damit nicht genug. Für 2012 ist eine weitere Produktionserweiterung mit einer Investition von etwa 2,8 Mio. Euro geplant.

Mit dem bereits bestehenden Avalon N8-50S und dem Einsatz der Energy Elite Druckplatte setzt Primus seit mehreren Jahren auf die Technologien aus dem Hause Agfa Graphics. Auch beim Workflow wollte man keine Kompromisse eingehen und entschied sich für den Agfa

Apogee-Workflow, der speziell für die Anforderungen von Primus mit Arkitek-Elementen angepasst wurde. »Agfa hat ein komplettes Angebot, das insbesondere auf unsere Bedürfnisse abgestimmt ist«, resümiert Torsten Zech. »Mit dem Schritt zur PSO-Zertifizierung setzten wir auf jahrelange gute Erfahrungen aus dieser bestehenden Partnerschaft.«

Seit Dezember PSO-zertifiziert

Im Dezember 2011 konnte Agfa Graphics Germany dem Unternehmen Primus nach einer umfangreichen

und erfolgreichen Zertifizierungsprüfung die Fach- und Prozesskompetenz für die Produktion gemäß PSO/ISO 12647 bescheinigen. Der Weg zu dieser zwei Jahre gültigen Zertifizierung führte bei Primus über strenge Kontrollen der Abläufe. Dies betrifft Dateneingang und Datenerstellung, Proofing, die Druckplattenherstellung und nicht zuletzt das weitgesteckte Feld des Offsetdrucks. »Dieses PSO-Zertifikat sichert unseren Kunden eine gleichbleibend hohe Druckqualität aus unserem Hause. Der exzellent eingestellte Workflow ermöglicht die Lieferung

von Druck-Erzeugnissen innerhalb kürzester Zeit«, erklärt Torsten Zech abschließend. »Das ist Kundenbindung wie wir sie uns vorstellen.« Ein Ziel ist somit wieder erreicht, verleitet aber niemanden zum Ausruhen. Denn auf die Wünsche der Kunden schnell zu reagieren und auf neue Trends rasch entsprechende Produkte anzubieten, sind Motivation und Wachstumsmotor zugleich bei Primus.

- www.primus-onlinedruck.de
- www.agfagraphics.de



RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



**Graphische
Maschinen**

www.mkwgmbh.de

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



Schwergewichtig

NEUE FLÄCHENGEWICHTE FÜR BILDERDRUCKPAPIER

Die Papierfabrik Scheufelen liefert ihr gestrichenes Bilderdruckpapier bvs jetzt auch in Flächengewichten im Kartonbereich von 350 g/m² und 400 g/m² in der Oberfläche ›silke‹ aus. Durch diese Sortimentserweiterung können Printproduktionen mit bvs aus einem Guss hergestellt werden.

➤ www.scheufelen.com

Mondi Syktyvkar

VERPACKUNGSMASCHINEN FÜR HOCHLEISTUNGSPRODUKTION

Das Werk der Mondi-Gruppe im russischen Syktyvkar expandiert in den Hochleistungsbereich des Großformatschneidens durch eine Kombination von Pemco-Maschinen: Mondi koppelt in einer Linie einen SHM 1450 Dual Rotary Großformatschneider mit einer Wrapmatic GRM Großformatverpackungsmaschine.

Perfect wird zum Standard

NEU VON HERMA HAFTMATERIAL

Zwei Mehrschichtprodukte auf Basis der Hermaperfect-Technologie bietet Herma seit März 2012 als Standard: Die Produktlinien HermaperfectCut (mit dem Kleber 62Xpc) und HermaperfectTack (62Gpt) ersetzen die bisherigen Produktlinien mit den Haftklebern 62X und 62G und bieten eine deutliche Produktverbesserung.

Jetzt auch in Europa

PROOFING-BUNDLES VON EPSON UND EFI

Nach dem Erfolg in Nordamerika haben EFI und Epson nun auch für den europäischen Markt neue Designer Edition-Bundles geschnürt: Epson Stylus Pro-Drucker und EFI eXpress für Epson, ein Software-RIP, verbinden sich zu ebenso leistungsfähigen wie anwenderfreundlichen Proofing-Gesamtlösungen.

Agfa Graphics Highlights

GROSSFORMAT-DRUCKSYSTEME AUF DER FESPA DIGITAL

Die große Auswahl des InkJet-Angebots von Agfa Graphics stand auf der diesjährigen Fespa Digital im Mittelpunkt. Zu dem meistverkauften UV-Drucksystem Anapurna M2050 gesellte sich das neue Flachbettdrucksystem, die Anapurna M2540 FB, die erstmals auf einer internationalen Messe live vorgeführt wird. Die Jeti-Familie, vertreten durch den Textildirektdrucker Jeti 3324 Aquajet Pro und dem modularen Hochleistungs-Drucksystem Jeti 3020 Titan, ergänzen das Portfolio von Agfa Graphics. Daneben wurden die Drucksysteme M-Press Leopard von Agfa Graphics mit seiner neuen Autoload-Option für den Highend-Bereich und M-Press Tiger für den industriellen Flachbettdruck präsentiert. Beide Drucksysteme sind eine Alternative zum industriellen Siebdruck bei gleicher Wirtschaftlichkeit nicht nur für Kleinauflagen, sondern auch für die Mehrzahl der im Siebdruck üblichen Auflagenhöhen.

➤ www.agfapress.com

Leyprint mit KBA Rapida 105

MEHR FLEXIBILITÄT UND SCHNELLERE JOBWECHSEL

Der bereits in vierter Generation durch die Inhabergefamilie geführte Verpackungsbetrieb ersetzte mit der Sechsfarbenmaschine, die über einen zusätzlichen Lackturm und Auslageverlängerung verfügt, zwei Mittelformatmaschinen eines japanischen Herstellers. Managing Director Edward Mould: »Es gibt große Verschiebungen am Markt. Wir mussten mit schnellen Jobwechseln auf kleinere Auflagen reagieren. Wir bekamen zudem eine höhere Arbeitsbelastung, weil ein Wettbewerber ausfiel. Wir denken, dass wir für diese Gelegenheit gut aufgestellt sind. Daneben erreichen wir mit der neuen Maschine leichter die Vorgaben für den Druck nach PSO.« Die Rapida 105 wurde Mitte Dezember 2011 geliefert und produziert sowohl mit konventionellen als auch mit UV-



Beim 111 Jahre alten Verpackungshersteller Leyprint ging Anfang dieses Jahres eine neue Rapida 105 in Produktion.

Farben. Das sichert Leyprint einen breiten Produktmix. »Wir brauchen die UV-Trocknung für Telekommunikations-Aufträge und andere Druckjobs. Daneben sind wir in der Lage, migrationsarme Farben einzusetzen«, sagt Mould.

Faktoren, die für die Rapida 105 sprachen, waren ihre hohe Flexibilität und die schnellen Jobwechsel. Edward Mould: »Damit war sie für unsere Produktion am besten geeignet. Sie ist eine sehr vielseitige Maschine.« »Anfangs suchten wir eine Großformatmaschine. KBA (UK) empfahl uns aufgrund ihrer hohen Flexibilität dann doch die mittelformatige Rapida 105, die unseren heutigen Anforderungen voll gerecht wird. Die Zusammenarbeit mit KBA entwickelte sich schnell und wir waren von Bereitschaft und Professionalität der Verantwortlichen extrem beeindruckt. Sie sahen auf das große Ganze und wir waren uns sicher, dass ihr Input uns hilft, das erhoffte Wachstum zu erzielen.«

➤ www.kba.com

Polar

SEIT HERBST 2011 MIT NEUER ZÄHLWAAGE

Die neue Polar Zählwaage dient der exakten Mengenbestimmung von Bogen und ist schnell und einfach zu bedienen. Sie ist in den Rüttelprozess integriert und garantiert durch die doppelte Referenzwägung eine außerordentliche Zählgenauigkeit. Die Bedienung erfolgt über ein 5,7" Farbdisplay. Eine Ethernet-Schnittstelle ermöglicht die Anbindung in ein Netzwerk und damit eine Datenerfassung der Zählergebnisse. Das stabile Aluminiumstativ besteht aus drei Abschnitten und kann variabel für verschiedene Waagenpositionen umgebaut werden. Dank einer beweglichen Halterung lässt sich das Bedienteil sehr flexibel positionieren.

Das neue Modell löst das bisherige Gerät seit Oktober 2011 ab. Erste Rückmeldungen von Kunden belegen eine sehr große Zuverlässigkeit und Genauigkeit.

➤ www.polar-mohr.com



Rodona

MIT HP T300 COLOR INKJET WEB PRESS NEU AUFGESTELLT

Rodona im spanischen Pamplona nutzt digitale Drucktechnik für die Buchproduktion – mit Spaniens erster HP T300 Color Inkjet Web Press, die ausschließlich für den Verlagsdruck eingesetzt wird, und einer HP Indigo press 5500. Rodona gehört zu ONA Industria Gráfica und entstand durch den Kauf der Drucksparte eines juristischen Fachverlags, für den das Unternehmen Buchproduktion sowie Liefer- und



Abholungsservices bereitstellt. Vor dem Erwerb der HP T300 Color Inkjet Web Press druckte das Unternehmen nur Schwarz-Weiß-Bücher auf einer Offset-Rotation und vergab alle anderen Arbeiten. Die HP T300 Color Inkjet Web Press von Rodona ist eines der produktivsten Systeme in Europa, meint Alberto Senosiain, Geschäftsführer von ONA Industria Gráfica. Mit der Fähigkeit, die Produktion an die Nachfrage anzupassen, gehören fehlerhafte Produkte, teure Lagerhaltung und veraltete Druck-Erzeugnisse der Vergangenheit an, was zu einer umweltfreundlicheren Produktion führt.

➤ www.hp.com

Gmund for Food – Bon Appetit! NATURPAPIERE IN APPETITLICHEN FARBEN

Das Auge isst mit – das gilt für den optisch ansprechenden Tellerinhalt in ähnlicher Weise wie für die stimmige Verpackung von Lebensmitteln. »Gmund for Food« sind Naturpapiere in appetitlichen Farben wie Sugar, Caramel, Green Apple, Peppermint, Dark Chocolate oder Taste of Gold, die Assoziationen wecken an aromatischen Kaffee, Tee oder vollmundige Pralines. Die Farben können mit vielen verschiedenen



Oberflächenprägungen und Effekten zwischen 100 und 300 g/m² kombiniert werden, sodass auf Wunsch (ab 200 kg Mindestbestellmenge) eine noch größere Vielfalt entsteht.

Seine Hochwertigkeit unterstreicht es durch die hohen Produktionsstandards, denen durch ein zertifiziertes Labor das Prädikat »lebensmittelecht« verliehen wurde – für den unbedenklichen Genuss. Auch wenn »Gmund for Food« speziell für Lebensmittel hergestellt wurde, kann es darüber hinaus für die Verpackung von Kosmetika oder für Broschüren oder Karten verwendet werden.

➤ www.gmund.com

Weltpremiere bei der Sieber AG in Fehraltorf

EUROBIND PRO MIT EINZIGARTIGEN NEUHEITEN

Fehraltorf im Zürcher Oberland war Ort einer Weltpremiere. Am 16. Januar 2012 ging die Sieber AG mit einem Eurobind Pro von Heidelberg in Produktion. Die hochgradige Automation, durchgängige Qualitätsüberwachung und die Visualisierung des mit Düsenteknik präzise aufgetragenen Klebstoffs sind nur einige der zahlreichen Neue-

trag auf den hundertstel Millimeter genau, während eine CCD-Kamera das Klebstoffbild im Längs- und Querschnitt sowie als 3D-Ansicht in Echtzeit auf einen Monitor überträgt. Für jeden einzelnen Buchblock besteht die Gewissheit, dass Klebstoff auf dem Rücken vorhanden ist. Sicherheit gilt auch für die Seitenbeleimung. Auf dem Eurobind



Der Eurobind Pro bei der Sieber AG ist mit seinen Neuentwicklungen im PUR-Klebebindeprozess die weltweit erste Maschine dieser Art.

rungen des PUR-Klebebindesystems. Erstmals kommt auf dem Eurobind Pro die Überwachung des Gesamtprozesses zum Einsatz. Das Kontrollsystem lässt den Prozess vom schonenden Abziehen der Signaturen am Anleger über den Bindvorgang bis zur fertig geschnittenen Broschüre im neu entwickelten Dreischneider Eurotrim nie aus den Augen. Fehlbogen sind ein Ding der Vergangenheit.

Neue Wege geht die Sieber AG auch bei der Qualitätssicherung. Ein Laser überwacht den Klebstoffauf-

Pro wird sie über ein Düsensystem auf den Umschlag appliziert. Der gleichmäßige Leimauftrag bleibt immer unter Kontrolle.

Durch den neuen Eurobind Pro von Heidelberg sprengt die Sieber AG bisherige Formatgrenzen. Mit einer Falzbogenbreite von 350 mm trägt das System dem Bogenformat von 70 x 100 cm Rechnung. Damit lässt sich das Planobogenformat jetzt restlos ausnutzen.

➤ www.klebebinde.ch

➤ www.heidelberg.com

KURZ & BÜNDIG & KNAPP

Mit jährlich 10 Millionen gedruckten Exemplaren ist **King Fahd Complex – For The Printing Of The Holy Qur'an** der weltgrößte Koran-Produzent. Seit Herbst wird die Heilige Schrift des Islam im saudi-arabischen Medina auf zwei Buchlinien Diamant MC 60 von **Müller Martini** gefertigt. • **EFI** und **Konica Minolta Business Solutions** haben den Controller Fiery IC-414 für die neuen Multifunktionssysteme bizhub C754/C654 von Konica Minolta auf den Markt gebracht. • Zum zweiten Mal in Folge hat **Konica Minolta** den Award »Line of the Year« des **Byers Laboratory Inc.** (BLI) für seine A3-Multifunktionssysteme gewonnen. • Auch **Canon** erhielt vom BLI sechs Auszeichnungen und den begehrten Leistungspreis für Energieeffizienz (Outstanding Achievement Award for Energy Efficiency). • **Kyocera** baut seine Managed Document Services kontinuierlich aus. Hierzu wurde nun eine Partnerschaft mit der **stethos GmbH** geschlossen. Das Softwareunternehmen aus Sindelfingen ist vor allem auf Barcodedruck, Formular- und Outputmanagement-Lösungen sowie Emulationen und sicheres Drucken spezialisiert.



Flint Group nyloflex FAM Digital DRUCKPLATTEN JETZT WELTWEIT VERFÜGBAR

Nach erfolgreicher Markteinführung in Nordamerika bietet Flint Group Flexographic Products die digitale Photopolymerdruckplatte nyloflex FAM Digital nun weltweit an. Die mittelharte Flexodruckplatte ist ideal für das saubere Drucken feiner Bild- und Strichelemente sowie gleichmäßiger Vollflächen. www.flintgrp.com

SCA bestes Unternehmen WWF ENVIRONMENTAL PAPER COMPANY INDEX 2011

SCA, internationaler Konzern für Hygieneprodukte und Hersteller der Marken Tork, Tempo und Zewa, wurde im WWF Environmental Paper Company Index 2011 als bestes Unternehmen in der übergeordneten Kategorie »Tissue« wie auch in der Kategorie »Responsible Fibre Sourcing« (Verantwortungsvolle Fasergewinnung) bewertet.

Erste SigmaLine in Asien SOFTCOVER AUCH IN KLEINEN AUFLAGEN

Als erster grafischer Betrieb auf dem asiatischen Kontinent installierte China Translation & Printing Service Ltd. (CTPS) in Dongguan ein komplettes Buchproduktions-System SigmaLine von Müller Martini. Damit kann CTPS Softcover-Bücher nun auch in kleineren Auflagen wirtschaftlich herstellen. www.mullermartini.com

Bulgarien VERPACKUNGSDRUCKER INVESTIERT IN KBA RAPIDA 106

Kurz nach dem Jahreswechsel unterzeichnete Unipack Fort im bulgarischen Pavlikeni einen Liefervertrag für eine KBA Rapida 106. Die Maschine mit sechs Farbwerken, Doppellack-Ausstattung, Plattenzylinder-Direktantrieb DriveTronic SPC und vielen weiteren Automatisierungsbausteinen soll im April ausgeliefert werden.

M-real

ZWEI DOPPELT GESTRICHENE KEMIART KRAFTLINER

M-real hat zwei neue doppelt gestrichene Produkte auf den Markt gebracht: Kemiart Graph+ und Kemiart Lite+. Der doppelte Strich schafft eine glattere Oberfläche mit höherem Glanz und sorgt durch optimierten Farbauftrag, brillantere Farben und höhere Detailtreue für bessere Druck-Ergebnisse. Die neuen Kraftliner eignen sich ideal für regalgerechte Verpackungen, POS-Lösungen und Werbedisplays sowie andere anspruchsvolle Verpackungsanwendungen.

Kemiart Graph+ wurde für den Flexo-Preprint, den Offset-, Sieb- und wasserbasierten Inkjetdruck, aber auch den HQ Flexo Direkt- und Kemiart Lite+ für den Flexo-Postprint. Sie bilden gemeinsam mit Kemiart Ultra und Kemiart Brite ein Sortiment von Kraftlinern, das allen Anwendungen gerecht wird.

Das Kemiart-Sortiment umfasst folgende Kraftliner: Kemiart Graph+ (115 - 250 g/m²), Kemiart Lite+ (130 - 200 g/m²), Kemiart Ultra (135, 175 g/m²) und Kemiart Brite (110 - 200 g/m²).

www.m-real.com

MB Bäuerle autoSet B4 HighFlex ZUM PRODUKT DES JAHRES 2011 GEKÜRT

Das Kuvertiersystem autoSet B4 HighFlex von MB Bäuerle ist zum Produkt des Jahres 2011 in der Kategorie »Mailroom und Mailing« gewählt worden. Bereits zum dritten Mal wurden bei dem von einer Fachzeitschrift für den Bereich Dokumentenmanagement und Informationslogistik initiierten Wettbewerb Produkte und Systeme im Bereich der Postverarbeitung ausgezeichnet. Die Leser hatten dabei



Feierliche Übergabe des Preises an (v. r.) Joachim Henftling (Vertrieb Kuvertiersysteme) und Matthias Siegel (Leitung Marketing) von MB Bäuerle.

die Möglichkeit, zwischen 22 Lösungen in drei Kategorien abzustimmen. MB Bäuerle beteiligte sich an dem Award in der Kategorie »Mailroom und Mailing« mit dem Kuvertiersystem autoSet B4 HighFlex und konnte sich gegen elf Wettbewerber durchsetzen.

www.mb-baerle.de

Kaleva Oy

INTEGRIERTES FERAG-SYSTEM FÜR FINNISCHE UNTERNEHMEN

Mit einer Großinvestition in Gebäude und Produktionstechnik geht Kaleva Oy in die Offensive. Im September 2012 werden in einem Neubau Produktionsanlagen mit Ferag-Hochleistungstechnologie in Betrieb gehen. Der Systemteil für die Zeitungsweiterverarbeitung umfasst eine Einstecktrommel MSD2-C mit DiscPool- und RollStream-Peripherie für die Verarbeitung eines Vorprodukts und bis zu vier Beilagen sowie einen Vierer-DiscPool für die Offline-Paketproduktion.

Die neuen Anlagen werden für Print-Erzeugnisse über die klassische Zeitungsherstellung hinaus zum Einsatz kommen. Dazu sieht das Ferag-Konzept vorerst die Integration einer Schneidtrommel der neuesten Baureihe SNT-50 sowie einer Dreifalzzlinie StreamFold vor. Der Kunde bezeichnet StreamFold als die perfekte Alternative zu einem in der Druckmaschine fest eingebauten Dreifalzwerk. Bei einer deutlich geringeren Investition wird in der Produktionsplanung erheblich mehr Flexibilität erzielt, indem die Druckmaschine bei Dreifalzverarbeitung für andere Produktionen frei bleibt.

www.ferag.com

Lewis Printer

DIGITALDRUCKLÖSUNG VON HEIDELBERG

Lewis Printers, Werbetrucker mit Sitz im walisischen Carmarthen, hat kürzlich eine von der Heidelberger Druckmaschinen AG gelieferte Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition installiert. Das Digitaldrucksystem ersetzt ein Modell eines Wettbewerbers. Ausgestattet mit Heidelberg Offsetmaschinen (Speedmaster SM 52-4+L, SM 52-2-P, GTO 52-2 und einer TOK) ergänzt das Unternehmen Digital- und Offset-



Die Ricoh Pro C901 Graphic Arts Edition ist ein hochentwickeltes digitales Farb-Produktionssystem, das in professionellen Produktionsdruckumgebungen eine neue Generation in puncto Druckqualität und Zuverlässigkeit darstellt.

drucktechnologie. »Wir haben uns für ein Digitaldrucksystem entschieden, das gleichbleibende und fehlerfreie Farbqualität liefert und gleichzeitig unsere Kapazitäten erhöht«, erklärt Geschäftsführer Jonathan Lewis.

www.heidelberg.com



KBA auf der drupa Digital trifft Offset



Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Koenig & Bauer AG, www.kba.com

Pionier des Digitaldrucks aus der Oberpfalz

SpintlerDigital setzte als erster auf das Flaggschiff von Konica Minolta – den bizhub Press C8000

Für eine optimierte Digitaldruckproduktion führte SpintlerDigital schon bald Konica Minolta-Systeme ein. Letzte Errungenschaft des Unternehmens: das Produktionssystem bizhub Press C8000. Hohes Druckvolumen, offsetnahe Ausgabequalität und vielfältige Finishing-Funktionen – die Eigenschaften des Systems machen sich besonders beim Dokumentationsdruck und Direktmailings bezahlt. »Ich bereue die Investition keine Sekunde«, berichtet Harald Büttner, Geschäftsführer des Unternehmens.

Heute sorgen beim Oberpfälzer Pionier des Digitaldrucks acht Mitarbeiter dafür, dass jeder noch so anspruchsvolle Auftrag innerhalb kürzester Zeit erledigt wird. Dabei übernimmt SpintlerDigital die gesamte Palette der Digitaldruckdienstleistung – von der Datenaufbereitung bis zur Auslieferung des fertigen Produkts. Zu den Kunden des renommierten Betriebs zählen neben vielen regionalen Unternehmen auch große und mittelständische Industrieunternehmen sowie Werbeagenturen aus dem gesamten Bundesgebiet. »Durch die rasante technische Entwicklung des Digitaldrucks hat unser Geschäft sehr schnell die Ebene des klassischen reinen Kleinauflagedrucks verlas-

sen. Heute bilden Dokumentationsdruck und Mailingproduktion die Schwerpunkte. Als führender Digitaldruck-Dienstleister in der Oberpfalz produzieren wir mit modernen Systemen mittlerweile täglich bis zu 60.000 farbige und 80.000 Schwarz-Weiß-Seiten im DIN A4-Format, aber auch in einer Vielzahl von Sonderformaten. Schnelle Durchlaufzeit darf jedoch auf keinen Fall auf Kosten der Qualität gehen, das Ergebnis muss immer stimmen. Deswegen achten wir bei unseren Systemen neben der Produktivität auch immer auf eine optimale Kombination von Medienvielfalt, Zuverlässigkeit und Druckqualität. Hier haben wir in der Vergangenheit stets gezielt investiert und werden auch künftig aktuelle technische Trends im Auge haben«, erläutert Büttner die spezifische Situation des Betriebs.

Der bizhub Press C8000

Die nahezu logische Konsequenz dieser Einstellung ist ein neuer Entwicklungsschritt: Als erstes Unternehmen überhaupt wurde SpintlerDigital im Dezember 2010 mit dem bizhub Press C8000 ausgerüstet. Das Flaggschiff von Konica Minolta im Produktionsdruck wurde speziell für die Anforderungen von Druckereien und Hausdruckereien im mittleren Production-Printing-Segment

Seit 1919 produziert das Druck- und Medienhaus Spintler hochwertige Drucke für jeden Anlass und ist als Traditionsunternehmen im nordost-bayrischen Raum bekannt. Traditionell ist auch die Vorreiterrolle des Mittelständlers aus Weiden als Technologieführer: Bereits 1999 wurde in den Digitaldruck investiert und mit SpintlerDigital eine eigene Tochterfirma gegründet.



Seit 1919 produziert das Druck- und Medienhaus Spintler und ist als Traditionsunternehmen im nordost-bayrischen Raum bekannt.

Text und Bilder: Konica Minolta



Der bizhub Press C8000 verarbeitet Medien bis zu 350 g/m² bei einer Geschwindigkeit von bis zu 80 A4-Bogen pro Minute.

konzipiert. Das bedeutet faktisch ein hohes Druckvolumen und offsetnahe Ausgabequalität. Das System verarbeitet Medien bis zu 350 g/m² bei einer Geschwindigkeit von bis zu 80 A4-Bogen pro Minute in Farbe und Schwarz-Weiß. Vielfältige Finishing-Funktionen wie Inline-Verarbeitung inklusive Heften, Lochen, Falzen, Broschürenerstellung, Großraumstapelablage mit Rollwagen und Heißklebebindung sind für das Drucksystem erhältlich. Print-on-Demand-Druck sowie personalisierte und individualisierte Druckaufträge sind mit dem bizhub Press C8000 leicht zu bewältigen.

Auch als kritischer Druckfachmann ist Harald Büttner von dieser Leistung überzeugt: »Neben Direktmailings stellt der Dokumentationsdruck bei uns den Schwerpunkt dar. Fast die Hälfte unserer digitalen Druckaufträge macht das Erstellen von Bedienungsanleitungen, Handbüchern und Preislisten aus. Dabei legen wir Wert auf ein komplettes Angebot in der Weiterverarbeitung. Ob Rückenheftung, Ringbindung, Laminierung, Registerstanzung oder Klebebindung – mit Ausnahme von Festeinbänden können wir alle Druckprodukte im Haus verarbeiten. Für unsere Direktmailingkunden bieten wir darüber hinaus auch die

komplette Palette von Lettershopleistungen an. Die technischen Merkmale des bizhub Press C8000 ermöglichen uns, unseren Kunden immer eine individuell optimale Lösung vorzuschlagen.«

»0001« kurz vor Weihnachten

Die Anlieferung des bizhub Press C8000 mit der Produktionskennziffer »0001« erfolgte eine Woche vor Weihnachten. »Offiziell sollte die Inbetriebnahme des Systems durch Servicetechniker von Konica Minolta am 10. Januar 2011 erfolgen. Faktisch hatten wir da aber schon über 40.000 Bögen gedruckt. Die vergleichsweise einfache und intuitive Bedienung des Systems und unsere Erfahrung mit den bizhub C6500 hat uns die eigenständige Inbetriebnahme deutlich erleichtert«, erinnert sich der Geschäftsführer. Eine weitere Stärke sieht er in der einzigartigen Bildqualität und -stabilität: »Ein hoher, medienabhängiger Glanz-

grad und die ultrafeine Tonerstruktur ermöglichen faktisch eine Ausgabequalität wie im Offsetverfahren. Dadurch können wir die Synergien zwischen Offset- und Digitaldruck optimal nutzen und unseren Kunden so immer das für sie beste Angebot unterbreiten.« Das Farbmanagement und die neuesten Datenformate für die Erstellung personalisierter Drucke werden durch das leistungsfähige Frontend von CREO unterstützt. Die Flexibilität seiner modularen Systemarchitektur erlaubt zudem die unkomplizierte Aufrüstung des Systems für zusätzliche Anforderungen des Druckgeschäfts. »Der bizhub Press C8000 wird für uns so zur idealen hybriden Offsetergänzung«, so Büttner.

»Noch einmal besser geworden«

SpintlerDigital hat 2003 zum ersten Mal auf ein System von Konica Minolta gesetzt. »Das war damals

mehr oder weniger eine reine Bauchentscheidung«, erläutert Büttner. Doch seitdem ist er Konica Minolta treu geblieben und nennt dafür verschiedene Gründe: »Natürlich haben wir vorher ausgiebig die Angebote des Wettbewerbs sondiert. Doch letztlich sind die ausschlaggebenden Argumente für Konica Minolta über die Jahre gleich geblieben. Die Systeme haben – genau wie der bizhub Press C8000 – ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis. Ebenso bin ich mit dem Service und Support über die Jahre hinweg sehr zufrieden. Es funktioniert einfach.«

Auch deshalb kann SpintlerDigital, trotz der in den letzten Jahren manchmal schwierigen Marktbedingungen im Druckgewerbe, heute auf mehr als zehn Jahre erfolgreicher Entwicklung zurückblicken. Gleichmaßen positiv fällt auch sein vorläufiges Fazit zum Einsatz des bizhub Press C8000 aus: »Qualität, Zuverlässigkeit und Effizienz des Systems sind ausgezeichnet. Keine Frage, mit dem bizhub Press C8000 ist Konica Minolta noch einmal ein gutes Stückchen besser geworden.«

► www.konicaminolta.de/business



Harald Büttner, Geschäftsführer: »Der bizhub Press C8000 wird für uns zur idealen hybriden Offsetergänzung.«



18.000 Bogen im Wendebetrieb

Zur drupa 2012 wird die Heidelberger Druckmaschinen AG erstmals die Speedmaster XL 105 mit einer Geschwindigkeit von 18.000 Bogen in der Stunde im Wendebetrieb einer breiten Öffentlichkeit vorstellen. Die Maschine ist für Drucker geeignet, die eine schlanke Produktion umsetzen wollen.

Die Auslieferung der ersten Serienmaschinen ist für Juli 2012 vorgesehen. Damit erweitert Heidelberg das Angebot in der sogenannten »Peak Performance Class« für hochindustrielle Drucker, die mehr als 40 Millionen Bogen im Jahr produzieren. Bisher wurde diese Maschine mit bis zu 15.000 Bogen in der Stunde angeboten. Durch »One Pass Productivity« – einmal durch die Maschine und fertig – mit hoher Automation wird nach Angaben von Heidelberg eine wirtschaftliche Produktion erreicht. Anwender könnten mit dieser Hoch-

leistungsmaschine mehr Produktionskapazität bei gleichbleibenden Personalkosten erreichen oder ihren Maschinenpark verschlanken und erhielten mit weniger Kosten die gleiche Kapazität.

Gegenüber der bisher produktivsten Wendemaschine, der Speedmaster XL105-P mit 15.000 Bogen in der Stunde steigert die neue Maschine die Produktivität um bis zu 20%. »Die neue Speedmaster XL 105 mit 18.000 Bogen



pro Stunde im Wendebetrieb ist unsere Antwort auf die Marktanforderung einer schlanken Produktion«, erklärt **Stephan Plenz**, Vorstand Equipment bei Heidelberg. »Wir bieten exakt aufeinander abgestimmte Prozesse und Produkte, die ein Maximum an Produktivität ermöglichen und sich in den Workflow integrieren lassen. In zahlreichen Gesprächen haben wir ermittelt, was den Kunden weitere Wettbewerbsvorteile bringt und eine entsprechende Lösung entwickelt.«

NEUES WENDE- UND AUSLEGERKONZEPT Die hohen Produktionsgeschwindigkeiten im Wendebetrieb werden bei der XL 105 durch mehrere technologische Neuheiten erreicht. Heidelberg verweist dabei auf ein neues Wende- und Auslegerkonzept sowie eine angepasste Bogenführung. Eine modifizierte Speichertrommel und die verbesserte Wendetrommel mit einem neuen Zangengreifer-System erhöhen die Haltekraft und garantieren einen exakten Wendepasser. Der Ausleger wurde mit einem Verlängerungsmodul



Das neue Wendekonzept bei der Speedmaster XL 105 umfasst eine verbesserte Wendetrommel mit einem neuen Zangengreifersystem, das die Haltekraft verstärkt und einen exakten Wendepasser garantiert.

ausgestattet, in dem sich zudem der neue CleanStar befindet, der eine effiziente Puderabsaugung vornimmt und die Puderbelastung im Maschinenumfeld auf ein Minimum reduziert. Über drei Parameter – Bedruckstoffstärke, Länge und Breite des Bogens – kann der Drucker die komplette Maschine über den Leitstand Prinect Press Center einstellen.

STABILITÄT BESTÄTIGT Seit November 2011 produziert die englische Druckerei Sterling mit der ersten Speedmaster XL 105 Zehnfarben

mit CutStar und Prinect Inpress Control mit 18.000 Bogen in der Stunde im Wendebetrieb und ist mit der Stabilität und der Qualität sehr zufrieden. Die vollstufige Druckerei mit über 170 Mitarbeitern ist bekannt für ihren schnellen und hochwertigen Druckservice. »Wir wollen unseren Kunden den besten Service bieten und investieren daher in das Personal und in die richtigen Maschinen und Technologien«, bestätigen Steve und John Pizzey, beide Inhaber von Sterling. Das 1990 gegründete Unternehmen ist in den letzten vier Jahren um 80% gewachsen und hat in dieser Zeit über neun Millionen Pfund (zirka 10,5 Mio. €) investiert. »Durch unser Wachstum sind wir sehr schnell an Kapazitätsgrenzen gestoßen und benötigten eine noch höhere Produktivität und schnellere Lieferzeiten«, sagt John Pizzey. Als Erstanwender haben wir die Speedmaster XL 105 mit 18.000 im Wendebetrieb zuerst ausgiebig in Wiesloch-Walldorf mit unseren Jobs getestet und waren von den Resultaten begeistert«, erklärt John Pizzey. »Nach der Installation in unserem Haus haben wir eine Produktivitätssteigerung von über 20 Prozent und damit einen großen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Druckereien, zumal wir die schnellen Lieferzeiten auch mit dem Prinect-Workflow umsetzen«, bestätigt Steve Pizzey. Alle Geräte in der Vorstufe (zwei Supra-setter-CtP-Systeme) und in der Weiterverarbeitung (Stahlfolder TD 94 oder das Polar-Schneidesystem) sind in den Workflow integriert.

➤ www.heidelberg.com



DRUCKMARKT DRUPA COUNTDOWN



AM 11. MÄRZ 2012 GEHT'S LOS! NEIN, NICHT DIE DRUPA, ABER DER DRUCKMARKT-DRUPA-COUNTDOWN.

 Was Ihnen der ›Druckmarkt-drupa-Countdown‹ bietet? Informationen rund um die Messe in Düsseldorf, die wir tagesaktuell und in ständigen Updates bereitstellen. Und das leistet keine andere Fachzeitschrift: Am Tag vor der Messe sind Sie via Update des PDF-Magazins über alle relevanten Details informiert. Über die wichtigen Neuheiten aus Premedia & Prepress, MIS & Web-to-Print, Digitaldruck, Print und Finishing sowie über Termine und einen Mix aus Informationen rund um die Messe. Quasi ein kreuz und quer, was man vor Ort und in der Messestadt wissen, beachten oder auch vernachlässigen sollte.

Achten Sie auf unserer Internet-Seite auf diese markante rote Seite und Sie sind immer auf dem Laufenden: www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Kern GmbH

NEUE HEIDELBERG SPEEDMASTER SX 102-8-P

Der saarländische Mediendienstleister Kern GmbH hat in diesem Monat seinen Maschinenpark mit der neuen Speedmaster SX 102-8-P 4/4 verstärkt. Die Achtfarbmachine mit Bogenwendung löst die alte SM 102-8 ab. Als Feldtestkunde der Heidelberger Druckmaschinen AG war die Kern GmbH 2010 bereits weltweiter Erstanwender dieser Baureihe mit der Speedmaster CX 102-5+L und leistet nun auch bei



der neuen Wendemaschine Pionierarbeit.

Die Speedmaster SX 102 kombiniert die Technologie der Speedmaster XL-Baureihe mit der Plattform der Speedmaster SM 102. Die neue Maschine bietet mehr Effizienz und Wirtschaftlichkeit durch verkürzte Rüst- und Durchlaufzeiten. Zudem kommt die ergonomische Bedienung dem Anwender entgegen. Mit einer Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 14.000 Bogen pro Stunde und der hohen Qualität auf Schön- und Widerdruckseite setzt die Kern GmbH auf Innovation im Wendebogensegment. Das umfangreiche Konfigurationsspektrum bietet individuelle Lösungen für eine profitable Produktion.

Als Vorreiter des ökologischen Drucks entwickelt Heidelberg kontinuierlich umweltfreundliche Lösungen, die auch bei der Speedmaster SX 102 zum Einsatz kommen.

➤ www.kerndruck

MB Bäuerle

ABSTAPELSYSTEM MULTISTACK VORGESTELLT

Für Anwendungen, bei denen eine bestimmte Anzahl an Dokumenten gelesen und abgestapelt werden soll, hat MB Bäuerle das neue System multiStack entwickelt. Diese Lösung ist beispielsweise für Rechenzentren interessant, die für ihre Kunden Aussendungen verarbeiten, welche aufgrund der hohen Dokumentenanzahl nicht mittels herkömmlicher Kuverts versendet werden, sondern als Blattstapel.



Das modular aufgebaute System besteht aus einem Sauganleger mit integriertem Lesesystem, einem Absenktisch sowie dem Ablageband. Die Dokumentenzuführung kann dabei wahlweise von einem Einzelblattvorstapler, von einer Schneidemaschine (endlos) oder auch direkt von einem Drucksystem erfolgen. multiStack ermöglicht, A4-Dokumente zu Sammeln und bis zu einer Stapelhöhe von max. 500 Blatt anschließend auf ein Ablageband abzustapeln. Das Ablageband kann dabei bis zu drei Stapel aufnehmen. Durch den hohen Automatisierungsgrad werden Bedienereingriffe auf ein Minimum reduziert. Ein Lesesystem innerhalb des Hochleistungssauganlegers gewährleistet zudem höchste Sicherheit bei der Verarbeitung. Weitere Endverarbeitungsmöglichkeiten der Blattstapel wie Banderolieren oder Schlauchverpacken sind ebenfalls realisierbar.

➤ www.mb-bauerle.de

KilianDruck Grünstadt Dinges

MIT DEM ROLL-UPLABEL RUNDUM GUT INFORMIERT

Wohin mit dem Text? Je kleiner die Produktverpackung desto größer die Herausforderung, alle erforderlichen Informationen auf dem Etikett unterzubringen. Für dieses Problem hat KilianDruck Grünstadt Dinges GmbH eine passende Lösung. Als Entwickler und Hersteller für Spezialetiketten bietet KilianDruck ein vielseitiges Angebot an Booklet- und Funktionsetiketten für unterschiedlichste Einsatzbereiche.



Eigens für Rundgebinde und runde Verpackungen mit engem Radius haben die Spezialisten das roll-upLabel entwickelt. Dieses neue Wicketikett bietet bis zu 6 Seiten Informationsfläche, lässt sich leicht mehrfach öffnen, ausrollen und wieder verschließen und ist maschinell spendbar.

Viel Information auf kleinem Raum und direkt am Produkt, das ist die Stärke des roll-upLabels von KilianDruck. Das Wicketikett wird mehrfach um das Rundgebinde gewickelt und schafft so genügend Platz für gesetzliche Deklarationsvorschriften, Anwendungshinweise oder mehrsprachige Produktinformationen. Es besteht aus Papier oder Folie und kann direkt auf dem Produkt fixiert werden. Zusätzlich sorgt ein transparentes Laminat vor Zerreißen, Feuchtigkeit und anderen äußeren Einflüssen.

Fujifilm Acuity LED 1600 UV INKJETDRUCKANLAGE AUF DER FESPA VORGESTELLT

Fujifilm hat auf der Fespa Digital 2012 die neue UV-Druckanlage Acuity LED 1600 vorgestellt und diese gleichzeitig zum Verkauf freigegeben.

Die Anlage ist mit einem energiesparenden LED-Härtungssystem für UV-Farben ausgestattet, bietet hohe Bildqualität und eine Leistungsfähigkeit von 20 m²/Stunde. Damit reiht sich die Acuity LED 1600 perfekt in das Fujifilm-Portfolio von



Inkjetanlagen für den Großformatdruck ein. Sie bedruckt sowohl starre als auch flexible Bedruckstoffe (inklusive PET, Acryl und Polycarbonat) und eignet sich für ein extrem breites Anwendungsspektrum einschließlich Posterdruck, Innenraum-POPs und Grafikdisplays.

Der Lieferumfang der Druckanlage beinhaltet sieben Farben inklusive einer Transparentfarbe, alle auf Basis von Fujifilm-Rezepturen, sodass Druckanbieter Hochglanzprodukte mit Mehrwertcharakter produzieren können. Da die Anlage Farben und Transparentfarbe in einem Durchlauf auf Medien aufträgt, erhöht sich die Effizienz und die Durchlaufzeiten reduzieren sich erheblich. Eine Matching-Software für Spot- und Sonderfarben mit automatisch erstellten Farbvergleichstabellen zum Abgleich der gewünschten Buntfarben erleichtert die Abstimmung von Spot- und Sonderfarben und stellt einen weiteren Bonuspunkt dieser Anlage dar.

➤ www.fujifilm.de

Epson SureColor SC-S30600 NEUER EPSON GROSSFORMAT- DRUCKER

Epson erweitert sein Portfolio an Großformatdruckern für die Produktion von Werbebannern, Schildern, Drucken für Hintergrundbeleuchtung, Folien zum Bekleben von Fahrzeugen oder von Drucken für Innenraumgestaltung und Messedekoration. Der Epson SureColor SC-S30600 produziert dabei Drucke, die sowohl für den Außenbereich als auch für den Innenbereich geeignet sind, verarbeitet



Rollenmedien mit bis zu 64 Zoll (162,6 cm) Breite und nutzt vier Farben. Der speziell entwickelte Rollenheber erlaubt den Wechsel auch schwerer Rollen von nur einer Person. Umfangreichere Druckjobs sind durch eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 29,4 m² pro Stunde auf einer Vielzahl von Rollenmedien, darunter PVC, transparente Folien, Fotopapiere und eine Reihe gängiger Trägermaterialien für Banner schnell erledigt. Die neu entwickelte Epson UltraChrome GS2-Tinte ist frei von Nickel sowie von PFOS- und PFOA-Lösemitteln und daher besonders umweltfreundlich. Für Arbeiten mit besonders hohem Anspruch verfügt der Drucker über einen speziellen Modus, der die volle Auflösung von 1.440 x 1.440 dpi nutzt.

Der Epson SureColor SC-S30600 ist seit März 2012 im qualifizierten Fachhandel erhältlich.

➤ www.epson.de

Druckhaus Axel Springer FÜR SCHWANKENDE BEILAGEN- AUFKOMMEN GERÜSTET

Nach neun NewsLinen nahm das Druckhaus Axel Springer in Berlin-Spandau zusätzlich zwei Zeitungseinstecksysteme ProLiner mit Vorraster CoLiner von Müller Martini in Betrieb. Damit werden für den Berliner Raum Wochenblätter mit insgesamt 46 Teilausgaben, einer Totalauflage von 2,9 Millionen Exemplaren und bis zu 15 Beilagen pro Titel produziert. Mit neun NewsLinen verfügte das Druck-



Claus Pengel, Werkleiter Druckhaus Axel Springer in Berlin-Spandau (links) und Rechts Roland Prieske, Niederlassungsleiter Müller Martini Deutschland.

haus Spandau im riesigen Versandraum mit den Dimensionen eines Fußballplatzes bereits über große Einsteckkapazitäten. Doch die allesamt mit einem Hauptprodukt- und zwei Vorproduktenlegern sowie drei Beilagen- und einem Kartenanleger ausgestatteten Einstecksysteme von Müller Martini stießen mit dem zusätzlichen Druck der Anzeigenzeitungen an ihre Grenzen. Axel Springer entschied sich deshalb für zusätzliche Einsteckkapazität in Form zweier je zwölf Stationen aufweisender ProLiner. »Damit sind wir«, betont Claus Pengel, »nicht nur für ein schwankendes Beilagenaufkommen bestens gerüstet. Wir haben von der Rotation über die Puffer, Einstecklinien, Kreuzleger und Rampen bis zum LKW durchgängige Prozesse, die unabhängig von der Zeitungsproduktion ohne Unterbrechung erfolgen.« ➤ www.mullermartini.com

MULTIFUNKTIONELL Kompakt, WLAN-fähig, mit XL-Patronen, papier-sparender doppelseitiger Druck und modernes Design – Canon hat mit dem Pixma MG4150 ein 3-in-1-System für Druck, Kopie und Scan auf den Markt gebracht. Umfangreiche Verbindungsmöglichkeiten machen den Druck vom Smartphone oder Tablet-PC leichter. Die optional erhältlichen XL-Patronen versprechen günstigere Druckkosten von bis zu 600 ISO-Seiten beim Schwarz-Weiß-Druck. Zusätzlich hilft der beidseitige Druck Papier zu sparen und Ressourcen zu schonen. Die einfache Bedienung von der Vorderseite, das sechs Zentimeter große Farbdisplay und ein interessantes Software-Paket runden das Bild ab. Der Pixma MG4150 ist besonders für den Foto-druck konzipiert und ab März im Handel erhältlich. ➤ www.canon.de



ASPHALT ART Das Schweizer Unternehmen Asphalt Art International bietet innovative Asphaltfolien und weiteren Medien für Fußböden und Wände. Merkmal der Folie ist ein Aluminiumkern, der sich dem Untergrund anpasst. Wo Vinylfolien an Grenzen stoßen, sieht Asphalt Art wie ein Direktdruck auf dem Fußboden aus. Mit nur leichter Vorreinigung lassen sich sogar Altstadt-pflaster bekleben. ➤ www.asphaltart.com

TEXTILES GROSSFORMAT EFI hat den Stoffdrucker EFI Vutek TX3250r eingeführt – eine 3,2-m-Produktionslösung, die bei Indy Imaging aus Indianapolis neben zwei Vutek GS3200-Hybriddruckern bereits seit einiger Zeit im Einsatz hat. Der TX3250r arbeitet im Sublimationsverfahren, bei dem das Farbmittel direkt in die Faser eingedampft wird. Vorteile sind eine weiche Haptik, brillante Farben und geruchlose Endprodukte. ➤ www.efi.com



NEUE CUTTERGENERATION Zünd hat die S3 Cutterlinie vorgestellt, mit der Textilien, Folien, Kunststoff, Papier und Karton bearbeitet werden können. Geringer Platzbedarf, schnelle Z- und T-Achsen und Direktantrieb sind die Eigenschaften der S3-Serie. Werkzeuge zum Schneiden und Rillen sowie ein Fräseinsatz erweitern die Einsatzgebiete. Komplettiert wird der S3 durch die Zünd Cut Center Software. Das Schneiden von 3 m breiten Textilrollen, Fräsen von weichem Aluminium und 3D-Fräsen von bis zu 50 mm dicken Materialien ist möglich. ➤ www.zund.com

AUS EINER HAND Deutsche Papier zeigt sich für das Digitaldruckzeitalter gerüstet und zeigt in einem neuen Ordner für Digitaldruckpapiere sein umfangreiches und vielfältiges Sortiment. Der Ordner, der gegen eine Gebühr von 100 € angefordert werden kann, hält alles an Bedruckstoffen bereit, was Digitaldrucker erwarten. Die einfache und übersichtliche Struktur des Ordners navigiert den Benutzer zielsicher durch das Sortiment ➤ www.deutsche-papier.de





Premiere bei Christinger Partner ERSTER HP FB7600 MIT WEISSDRUCK IM BETRIEB

Christinger Partner, der führende Großformatdrucker in der Schweiz, hat Anfang November 2011 den ersten HP FB (Flachbett) 7500 in der Schweiz in Betrieb genommen. Der Flachbettdrucker druckt starre Platten oder flexible Materialien in Formaten bis zu 165 x 320 cm mit UV-härtenden Tinten und produziert bis zu 500 m² pro Stunde. Mit vier Grundfarben plus Cyan- und Magentalight und in einer Auflösung



Inbetriebnahme des HP FB7600 bei Christinger Partner AG.

von bis zu 500 dpi druckt er in einer hervorragenden Bildqualität. Nach der erfolgreichen Einlaufperiode wurde der HP FB7500 im Januar 2012 als erstes Modell auf den Stand des FB7600 aufgerüstet, womit er unter anderem jetzt auch Weiß als Zusatzfarbe drucken kann. Der für die Drupa angekündigte HP FB7600 läuft damit erstmals bei Christinger Partner AG im Beta-Test und ermöglicht damit den Druck neuer Produkte wie 3D-Displays, Verpackungen, doppelseitige Schaufensterkleber, sowie auf Wellkarton, Hart-PVC und einer Vielzahl von anderen flexiblen und starren Materialien.

➤ www.christinger.ch.

Sprintis NACH DER MESSE IST VOR DER MESSE

Knapp 50.000 Besucher aus 71 Ländern kamen Ende Januar auf die paperworld nach Frankfurt. Sicherlich sind nicht alle am Stand des Würzburger Großhandels für Druckerei- und Buchbindereibedarf vorbeigekommen, jedoch ist man bei Sprintis mit dem Messeergebnis sehr zu frieden. So wurden bei der zweiten Messeeteilnahme nach Aussage des Familienunternehmens sowohl viele neue interessante



Kontakte geknüpft, als auch Bestandskunden, die man bis dato nur vom Telefon kannte, erstmalig persönlich begrüßt.

Präsentiert wurden auf der paperworld hauptsächlich Produkte die direkt an Bürofachhändler verkauft werden. So finden sich in vielen Katalogen der Branche beispielsweise Visitenkartenboxen, selbstklebende Dreiecktaschen, oder CD-Taschen aus dem Hause Sprintis. Gleichzeitig wurden, auf Grund des hohen Besucheranteils von Produzenten für Büroartikel, viele Produkte die zur Erstellung von Druckprodukten für die Büroartikelindustrie benötigt werden, ausgestellt.

Die Vorbereitungen für die drupa sind bereits angelaufen. Für das junge Unternehmen wird es die erste Beteiligung als Aussteller bei diesem wegweisendem Branchenevent sein.

➤ www.sprintis.de

Sina Printing investiert SPEEDMASTER CX 102 SECHS- FARBEN MIT LACKWERK

Der kanadische Drucker Sina Printing ist kürzlich in sein neues Werk in Markham, Ontario, umgezogen. Mit knapp 5.600 m² ist die Produktions- und Verwaltungsfläche des Unternehmens um 40% gewachsen. Rechtzeitig zum Umzug investierte Sina Printing in modernste Technologie der Heidelberger Druckmaschinen AG: Ontarios erste Speedmaster CX 102 Sechsfarben mit Lackwerk.



Trotz der schwierigen Marktsituation hat sich Sina Printing zu einem der innovativsten Anbieter von Drucklösungen in der Metropolregion Toronto entwickelt: Firmenchef Mike Meshkati (von rechts) mit Maschinenbedienern Gary Murray, John Bain und Donald Kirk; (Foto: Clive Chan, PrintAction, Kanada).

Die zwischen der Speedmaster XL 105 und der Speedmaster CD 102 positionierten Speedmaster CX 102 profitiert von verschiedenen Technologien der Speedmaster XL 105. Beispiele sind der vollautomatische Preset Plus An- und Ausleger, die dynamische Bogenbremse, neue Zylinderlager oder die Greifersysteme. Die neue Maschine ist mit der Bedienerführung Intellistart ausgestattet. Mit einer Produktionsgeschwindigkeit von 16.500 Bogen in der Stunde ist die Speedmaster CX 102 die schnellste Maschine bei Sina Printing.

➤ www.heidelberg.com

Effizientes MFP NEUER BIZHUB 215 FÜR KLEINE ARBEITSVOLUMEN

Hohe Multifunktionalität in A4 und A3 – mit dem bizhub 215 ergänzt Konica Minolta das Angebot um ein kompaktes Schwarz-Weiß-System, das trotz geringer Grundfläche alle Merkmale eines leistungsfähigen modernen Multifunktionssystems aufweist.

»MFPs sind naturgemäß platzsparend. Mit nur 26,5 Kilogramm Gewicht und Abmessungen von 57 x 57 x 45,8 cm ist der bizhub 215



jedoch besonders für Arbeitsgruppen geeignet, die in engen Räumen auf eine hohe Multifunktionalität zugreifen wollen«, beschreibt Helge Dolgener, Leiter Produktmanagement Office Products bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland, das neue Schwarz-Weiß-System.

Diesem Anspruch wird der bizhub 215 durch eine Reihe von Spezifikationen gerecht, die ihn zu einer flexiblen Lösung für mittlere Durchlaufvolumen machen. Das System druckt im A4- und A3-Format, bei einer Druck- und Kopiergeschwindigkeit von maximal 21 Seiten pro Minute und verarbeitet Grammatiken bis zu 157 g/m². Die optionale Duplexeinheit ermöglicht die automatische Produktion doppelseitiger Ausdrucke aus dem bis zu maximal 1.350 Blatt großen Papiervorrat.

➤ www.konicaminolta.de

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

Gestaltungsmittel Druckweiterverarbeitung

Grafische Betriebe und Werbekunden profitieren von neuen Geschäftsmodellen

Glänzende Lackierung, effektvolle Laminierung, Blindprägungen und haptisches Papier sind etwas Besonderes für die Sinne. Ebenso wie ein farbiger Heftdraht, Umschlagklappen, Konturstanzungen, ein Lesezeichen, Warenmuster oder sonstige Gimmicks. Solche auf Sammelheften oder Buchlinien veredelte Printprodukte ragen aus der Masse heraus. Der Weiterverarbeitung und Veredelung fällt deshalb bei der Gestaltung von Drucksachen eine bedeutende Rolle zu.

»Wir unterstützen unsere Kunden in der Druckweiterverarbeitung aktiv,



sich in einem stark wandelnden Markt erfolgreich behaupten zu können«, betont **Bruno Müller**, CEO Müller Martini.

»Aufgrund ihrer Modularität sind unsere Anlagen erweiterbar und können mit den Aufgaben wachsen. Ausbaufähige Systeme bieten Flexibilität und tragen dazu bei, die Wertschöpfung mit neuen, differenzierten Produkten zu erhöhen.«

Personalisierte Innenseiten

So platziert beispielsweise die Augsburger ADV Schoder auch im Innenteil von Magazinen und Katalo-

gen personalisierte Anzeigen mit einer Speziallösung am Sammelhefter Primera C140. Einer der sechs Anleger wurde so umgerüstet, dass die Signatur mit einem Inkjet-System beschriftet werden kann. Denn was im Direct-Mail-Geschäft längst Standard ist, wird laut Thomas Steigerwald, Leitung Technik und Mitglied der Geschäftsleitung bei ADV Schoder, auch in anderen Bereichen der Weiterverarbeitung an Bedeutung gewinnen: »Auch in der Sammelheftung und Klebebindung geht es Richtung Personalisierung. Die Herausgeber wollen sich wegen des harten Wettbewerbs im Zeitschriftenmarkt mit individuell gestalteten Produkten von der Konkurrenz abheben.«

Eye-Catcher auf der Zeitung

Wie Werbekunden von innovativen Lösungen profitieren können, demonstriert auch das Niederösterreichische Pressehaus (NÖP) in St. Pölten, das mehr als ein Dutzend Zeitungen produziert. Mit der vom Kartenkleber ValueLiner und dem Etikettiersystem von Müller Martini auf den Umschlagseiten aufgespendeten Karten und Etiketten erhöht der Zeitungshersteller zum einen die Wertschöpfung im eigenen Versandraum und erzielt gleichzeitig einen guten Return on Investment bei den

Attraktive Printprodukte, die mehr Aufmerksamkeit generieren, neue Geschäftsmodelle und optimale Maschinenlösungen für jede Auftragsstruktur: Der Kampf um die Leser wird zunehmend über die Weiterverarbeitung entschieden. Welche Lösungen für neue Ideen eingesetzt und wie bestehende Systeme sinnvoll ergänzt werden können, zeigt Müller Martini auf.



Attraktive Werbemöglichkeiten bieten Etiketten oder aufgespendete Karten auf Zeitungstiteln.

Text und Bilder: Müller Martini



Veredelte Printprodukte springen dem Leser sofort ins Auge – so buhlen viele Jugendzeitschriften mit Geschenken auf der Titelseite um die Aufmerksamkeit am Kiosk.



zusätzlich installierten Aggregaten. Zum anderen profitieren die Inserenten wegen der prominenten Platzierung ihrer Anzeige.

»Natürlich sind Etiketten etwas teurer als klassische Werbemittel und brauchen für den Druck auch eine gewisse Vorlaufzeit«, sagt Josef Tischer, Leiter Vertrieb/Logistik beim NÖP. »Aber es gibt wohl kaum eine attraktivere Werbemöglichkeit als auf der Titel- oder Rückseite einer Zeitung, sodass die Mehrkosten schnell wettgemacht sind. Durch diesen Eye-Catcher-Effekt verzeichnen unsere Kunden äußerst hohe Rücklaufquoten.«

Individualisierte Produkte

Sich mit der Erweiterung bestehender Systeme durch die Integration von Zusatzaggregaten vom Mitbewerb zu unterscheiden, ist für Druckereien und Weiterverarbeitungsbetriebe eine Variante. Die andere besteht in der Herstellung völlig neuer Produkte.

Insbesondere der Digitaldruck ermöglicht unzählige neue Geschäftsideen. »Im Digitaldruck ticken die Uhren anders«, sagt Oliver Schimek, Inhaber und Geschäftsführer der Digital Print Group (DPG) in Nürnberg, die innerhalb kürzester Zeit

den Sprung vom Copy-Corner zu einem modernen Industriebetrieb gemacht hat. »Für den Erfolg unserer Firma ist in erster Linie unser Geschäftsmodell mit den kreativen, individuellen Lösungen für die Kunden ausschlaggebend.«

So produzierte DPG auf der neuen Buchlinie Diamant MC 35 Hybrid alleine im ersten Monat nach Inbetriebnahme 800 verschiedene digital gedruckte Buchtitel – für große Industriebetriebe personalisierte Firmenbroschüren ebenso wie für Einzelpersonen Fotobücher.

»Müller Martini erweitert die Möglichkeiten der klassischen Weiterverarbeitung, sodass das Potenzial des Digitaldrucks voll genutzt werden kann«, sagt Bruno Müller. »So kann die grafische Branche ihre Vorteile noch konsequenter ausspielen.«

Optimierter Maschineneinsatz

Das gilt für Nischenbetriebe genauso wie für Großunternehmen. »Wir haben keine Batterie typengleicher Klebebinder«, sagt Martin Wennberg, geschäftsführender Gesellschafter von H. Wennberg in Vaihingen bei Stuttgart, die mit einem jährlichen Output von 150 Millionen Katalogen, Zeitschriften und Telefonbüchern zu den größten Buchbindereien in Europa gehört. »Vielmehr ist es unser klares Konzept, entspre-

chend unseren unterschiedlichen Auftragsstrukturen fertigungstechnisch optimale Maschinen einzusetzen.« Im Sinne einer Optimierung von Rüstkosten, Logistik und Technik installierte H. Wennberg deshalb nach zwei Hochleistungs-Linien Corona auch einen Klebebinder Bolero von Müller Martini. So produziert das Unternehmen weniger rüstungsintensive Produkte heute auf den beiden Corona-Linien, während Produkte mit kleineren und mittleren Auflagen und damit größerem Rüstungsaufwand über den Bolero laufen.

»Grafische Betriebe bleiben«, davon ist Bruno Müller überzeugt, »mit attraktiven Printprodukten, innovativen Geschäftsmodellen und den richtigen Produktionssystemen auch in den sich verändernden Märkten erfolgreich.«

Dies will Müller Martini auch auf der diesjährigen drupa unterstützen und entsprechende Lösungen aufzeigen.

► www.mullermartini.com

HP Designjet 3D-Drucker MODELLE ODER BAUTEILE DRUCKEN

Im eigenen Betrieb erzeugte 3D-Modelle und -Prototypen bieten Entwicklern eine bessere Kontrolle über den Konstruktionsvorgang, senken die Kosten und beschleunigen den Marktzugang. Der HP Designjet 3D-Drucker erzeugt Modelle in elfenbeinfarbigem Kunststoff, während die Farbversion des Druckers Modelle in neun verschiedenen Farben ausgeben kann. Die mit dem HP Designjet 3D-Drucker



aus recyclingfähigem ABS-Kunststoff erzeugten Modelle spiegeln Form und Funktion von 3D-Entwürfen genau wider. Haltbare, präzise und funktionsgetreue Modelle können teure Fehler bei der Konstruktion und bei der Werkzeugherstellung verhindern.

Bei jedem Durchgang des Druckkopfs wird eine Materialschicht von 0,254 mm aufgetragen, was Ergebnisse mit einem maximalen Grad an Dimensionsgenauigkeit und beinahe der Stärke von Kunststoffformteilen bei günstigen Modellerstellungszeiten und Kosten ermöglicht. Der Drucker kann zum Beispiel am Wochenende unbeaufsichtigt laufen, was die Entwicklungszeiten weiter verkürzt.

Die Teile können sofort nach dem Druckvorgang ohne Trocknen oder Härten angefasst werden. Überschüssiges Material bei den Modellen wird im Support Removal System des HP Designjet, der zweiten Komponente der 3D-Druckerlösung, entfernt.

► www.hp.com



Zusammentragen, wie es Druckereien nicht können

Die Renfer AG Druckweiterverarbeitung in Dübendorf nahe Zürich produziert mit einer neuen Zusammentrag- und Heftanlage Rapid Trans UT von MKW Graphische Maschinen.

Die Firmenchronik der heutigen Renfer AG Druckweiterverarbeitung ist von einer lebendigen Entwicklung geprägt. Paul Renfer gründete sein Unternehmen 2002 als Einzelfirma mit Spezialisierung auf die Softcover-Buchproduktion und Wire-O-Bindetechnik. Jahre später erwarb er die Buchbinderei Ammann in Zürich-Oerlikon und baute die Leistungen auf Drahtheftung, Einzelblattverarbeitung und das Stanzen aus. Gleichzeitig wurde der Standort in das Industriegebiet von Dübendorf verlegt.

Mit dem Kauf einer Rapid Trans UT der MKW Graphische Maschinen trieb Renfer im August letzten Jahres die Modernisierung der Kapazitäten voran und festigte zugleich seine Partnerschaft mit der Gramag Grafische Maschinen AG. Auch die räumliche Expansion lässt auf Wachstum schließen: Die Rapid Trans UT wurde ein Stockwerk tiefer in neuen Räumen installiert, wo die Produktionsflächen von 450 m² um 250 m² auf 700 m² vergrößert wurde.

FORMATSPEKTRUM UND STÄRKEN Neben lose zusammengetragenen Blättern produziert Renfer auf der mit 16 Anlegestationen ausgestatteten MKW Rapid Trans UT geheftete Broschüren vom A4-Querformat bis zu 50 x 50 mm messenden Booklets. Der Heftapparat ist mit bis zu sechs Heftköpfen (auch Ringösen) bestückbar und erlaubt die Verarbeitung im Doppelnutzen. Wird doppelt produziert, ist in dem mit drei Messern ausgerüsteten Trimmer in wenigen Minuten ein zusätzliches Messer für den Zwischenschnitt eingebaut. «Mit der neuen Zusammentrag- und Heftanlage decken wir einen sehr weiten Formatbereich ab, wie es Druckereien in der

Regel nicht können», sagt Paul Renfer. Er bezeichnet das Prinzip der Rapid Trans UT gegenüber anderen Systemen nicht nur formatmäßig als überlegen. «Aufgrund des Anlegerprinzips mit Saugersystem und dem ruhigen Pro-

dukttransport über den Umlauftisch sind die Bogen keinerlei mechanischen Reibungen ausgesetzt. Auch anspruchsvolle Papiere mit kratzempfindlichen Sujets und Volltonflächen verarbeiten wir bei einwandfreier Qualität», hält Renfer fest.

Eine Doppel- und Fehlbogenkontrolle an jedem Anleger stellt sicher, dass nur komplette Produkte fertiggestellt werden. Fehlerhafte Sätze schleust das System ohne Produktionsunterbrechung vor dem Einlaufen in den Heftapparat automatisch aus. Die ungefalteten Bogen lassen sich danach einfach in den Kreislauf zurückführen.

DOPPELTE LEISTUNG Dank den schnellen Einrichtungsvorgängen und der Möglichkeit, am einfach bedienbaren Touch-Screen die Aufträge mit allen Parametern abzuspeichern, erweist sich die Rapid Trans UT für Kleinstauflagen ab mindestens 50 Exemplaren als wirtschaftlich. Der bisher größte Auftrag lag bei 30.000 Exemplaren und wurde aufgrund der stabilen Laufeigenschaften bei einer Maximalgeschwindigkeit von 5.000 Takten pro Stunde in Tagesfrist fertiggestellt. Flexibilität beweist die Rapid Trans UT auch dann, wenn es um Leistung geht: Mit der Tandemfunktion kann im 2:1-Modus mit doppelter Geschwindigkeit produziert werden.

➤ www.gramag.ch

Chicago Tribune und QuadTech GRÖSSTE INSTALLATION EINER FARBREGELUNGSTECHNOLOGIE

The Chicago Tribune Company unternimmt eine bedeutende Investition in ihre Druckqualität – eine Investition rund um die Farbregelungs-, Inspektions- und Registerregelungstechnologie von QuadTech. Im Zuge des größten Geschäftsabschlusses in der 33-jährigen Geschichte von QuadTech rüstet eine der angesehensten Zeitungsverlagsgruppen der USA in ihrem Freedom Center-Werk in Chicago 52



Drucktürme an zehn Druckstraßen mit QuadTechs Farbregelungs- und Bahneninspektionssystem mit Accu-Cam und dem Registerregelsystem mit MultiCam aus.

Das Freedom Center der Chicago Tribune ist der größte Rollenoffset-Zeitungsbetrieb unter einem einzigen Dach in Nordamerika. Seine zehn MAN Colorman- und Goss Metrocolor-Druckmaschinen erzeugen 2,85 Mio. Produkte pro Tag und drucken eine breite Vielfalt führender Zeitungen, darunter die Chicago Tribune, das Wall Street Journal, die New York Times, Investor's Business Daily, Publikationen der Chicago Sun-Times Media Group und über 20 regionale und spezialisierte Wirtschaftspublikationen.

➤ www.quadtechworld.com

Hahnemühle

NEUES FINEART-PAPIER FÜR FOTOBÜCHER UND ALBEN

Mit Photo Rag Book & Album erweitert Hahnemühle die Produktpalette ihrer premiumbeschichteten Baumwollpapiere. Interessant dürfte dieses Papier für alle sein, die FineArt-Inkjetdrucke zu Büchern oder Alben binden. Die Art der Konfektionierung gewährleistet einen einheitlichen Faserverlauf in allen Bogen; eine wichtige Voraussetzung zum Binden eines Buches. Die Laufrichtung der Fasern ist auf jeder



Verpackung angegeben. Außerdem ist Photo Rag Book & Album mit einem Flächengewicht von 220 g/m² etwa ein Drittel leichter sowie etwas dünner und flexibler als das klassische Photo Rag. »Mit dieser Weiterentwicklung unseres Bestsellers folgen wir dem Wunsch vieler Anwender nach einem Produkt, das sich zum Binden eignet, ohne Kompromisse hinsichtlich des hohen Qualitätsanspruchs an FineArt-Inkjetdrucke einzugehen«, sagt Norbert Klinke, Leiter Marketing und Vertrieb bei Hahnemühle. Photo Rag Book & Album ist in fünf Formaten von DIN A4 bis zum Großbogen in 66,5 x 92 cm ab sofort erhältlich.

➤ www.hahnemuehle.de

Spitzenproduktivität

BRITISCHER KUNDE ESP COLOUR MIT ZWEI SPEEDMASTER XL 75

Der Werbedrucker ESP Colour mit Sitz im britischen Swindon setzt auf schnelle und zuverlässige Maschinen. ESP-Geschäftsführer Anthony Thirlby hat sich die Mühe gemacht, die Leistungsfähigkeit seiner beiden Heidelberg Speedmaster XL 75-5+L Druckmaschinen zu dokumentieren, indem er die Daten direkt aus den Maschinen als Grundlage nahm. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Innerhalb einer 156-Stunden-



ESP-Geschäftsführer Anthony Thirlby hat sich die Mühe gemacht, die Leistungsfähigkeit seiner beiden Heidelberg Speedmaster XL 75-5+L Druckmaschinen zu dokumentieren.

Produktionswoche bewältigt die Speedmaster XL 75 Fünffarben mit Lackierwerk 278 Auftragswechsel, wobei der durchschnittliche Jobwechsel 4 Minuten 9 Sekunden bei einer Geschwindigkeit von 14.135 Bogen pro Stunde beträgt. In einer Produktionswoche sind das 1,783 Millionen Bogen.

Auch die zweite ESP-Maschine, eine Speedmaster XL 75 Fünffarben mit Lackwerk und Wendeeinrichtung, leistet Beeindruckendes: 202 Auftragswechsel in einer 160-Stunden-Produktionswoche bei einer Jobwechselzeit von 4 Minuten und 33 Sekunden und einer Geschwindigkeit von 14.217 Bogen pro Stunde. Umgerechnet auf die Arbeitswoche sind das 1,902 Millionen Bogen. Werden diese Zahlen in reale Verkaufszahlen umgewandelt, kommen unter dem Strich Beträge von 124.129 beziehungsweise 134.070 Euro in einer Woche zusammen.

➤ www.heidelberg.com

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 Kommunikation, 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



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2012			
20. 03. - 21. 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.wan-ifra.org/ifraexpo2012
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	Luzern	http://innovationdays.hunkeler.ch
07. 10. - 09. 10. 2013	IFRA Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	www.wan-ifra.org/ifraexpo2013
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



f:mp.-Seminar ERFOLGREICHE MEDIENPRODUKTION

Das vom Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.) initiierte Seminar ›Organisation konvergenter Medienproduktion‹, das im letzten Jahr auf reges Interesse stieß, findet im März eine Fortsetzung in Düsseldorf.

Um die Medienkonvergenz zu beherrschen und deren Potenziale für die Kommunikation zu nutzen, benötigen Mediendienstleister, Medienproduktionshersteller, Verlagshersteller und Kommunikationsverantwortliche in den Unternehmen notwendiges Know-how. Die technischen Rahmenbedingungen sowie aktuelle Trends und zukünftige Entwicklungen des Medienmarkts stellt das f:mp.-Seminar ›Organisation konvergenter Medienproduktion‹ vor. Das 2-tägige Seminar findet am 7. und 8. März 2012 in Düsseldorf statt. Die neuen Medienstrukturen und technische Aspekte werden dort ebenso in den Fokus gestellt wie die Notwendigkeit der Kommunikationsautomatisierung. Darüber hinaus werden auch externe Anforderungen wie die Interaktivität und Integration aufseiten der Anwender erklärt.

➤ www.f-m-p.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

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.

**ESMA****STRATEGISCHE PARTNER DER ECOPRINT**

Die ESMA (European Specialist Printing Manufacturers Association) hat der EcoPrint 2012 in Berlin (September 2012) ihre Unterstützung zugesagt. Mit praxis- und technologieorientierten Starthilfen will sie die Konferenzteilnehmer bei der Umstellung auf ein nachhaltigeres Druckgeschäft unterstützen.

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

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

► www.cluster-print.de

Canon Roadshow**CANON PROFESSIONAL SERVICES TEAM AUF TOUR**

Die Canon Profiabteilung geht wieder auf Roadshow. Berufsfotografen aber auch semiprofessionelle Anwender haben die Möglichkeit, das Service-Team an unterschiedlichen Orten in Deutschland zu treffen. Die kostenlosen Veranstaltungen vom 13. bis 29. März 2012, bieten Vorträge, Live-Shootings und Produktdemonstrationen.

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.

► www.branchentreffenxxl.de

► www.bvdm-online.de

4. Media Mundo-Kongress**NACHHALTIGE MEDIENPRODUKTION**

Der 4. Media Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion geht an den Start. Der f:mp. veranstaltet das erfolgreiche Trend- und Zukunftsforum als Navigationskongress zur drupa am 20. und 21. März 2012 in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und zahlreichen Partnern aus der Industrie.

In den verschiedenen Fachvorträgen werden alle relevanten Aspekte der nachhaltigen Medienproduktion vorgestellt und erläutert. So werden im Rahmen des Kongresses ebenso Zukunftstrends aufgezeigt wie die ganzheitliche Betrachtungsweise der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes in den Fokus gerückt.

► www.mediamundo.biz/kongress

► www.f-mp.de

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

Marktforum

AKTUELLE TRENDS IN PRINT UND DEN NEUEN MEDIEN

Das Forum Corporate Publishing und die Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG veranstalten am 29. März 2012 ein Marktforum zum Thema »Corporate Publishing« in Heidelberg. Dieses richtet sich an Marketingentscheider sowie Druckdienstleister und gibt einen Überblick über aktuelle Trends in Print und in den neuen Medien.

Um bei dem aktuellen Überangebot an Informationen trotzdem noch Gehör zu finden, sollten die Botschaften an die Kunden einheitlich über die unterschiedlichsten Medienkanälen kommuniziert werden. Corporate Publishing erfüllt diese Aufgabe durch journalistisch aufbereitete Informationsvermittlung in Print und Online, wie beispielsweise in Kundenmagazinen, Mitarbeiterzeitungen, Webauftritten und in Sozialen Medien.

Im Marktforum geben renommierte Referenten Antworten auf die Fragen, wie Marketingentscheider mit Corporate Publishing eine ganzheitliche Unternehmenskommunikation und Markenführung umsetzen und was Druckdienstleister tun können, um in diesem Wachstumsmarkt erfolgreich zu sein. Weitere Vorträge stellen erfolgreiche Kunden- und Mitarbeiterkommunikation vor, geben einen Überblick über aktuelle Publikationssysteme und zeigen künftige Trends und neue Potentiale durch die Verknüpfung von mobiler, digitaler Kommunikation mit Print, insbesondere des Editorial-Shoppings. Es ist genügend Zeit für den Dialog mit den Experten vorgesehen.

➤ www.print-media-academy.com

➤ www.heidelberg.com

IRD-Jahrestagung 2012

CONTENT MANAGEMENT & CO. ODER PDF-FABRIK?

Klare Antworten dazu gibt es für die Teilnehmer auf der diesjährigen IRD-Jahrestagung am 22. und 23. März in Karlsruhe. Ausgangspunkt sind die Veränderungen der Märkte, die für die Druckindustrie und ihre Kunden in gleicher Weise zutreffen, vor allem, wenn es um Kommunikation geht – um Produkte, Prozesse und Kaufentscheidungen. Im Fokus steht, wann sich welche Leistungen vor dem Druck lohnen beziehungsweise welche Konsequenzen sich aus der Konzentration auf das reine Printprodukt ergeben.

Dazu betont Michael Kleine, Vorstandsvorsitzender des IRD, dass sich natürlich jedes Unternehmen durch Innovationen, Investitionen und vor allem durch Know-how weiter entwickelt hat. Soweit, so gut. Aber reicht das? Sind alle Weichen in Richtung Zukunft richtig gestellt? Was tun andere, um weiterhin erfolgreich zu sein? Wie gehen sie mit den veränderten Forderungen der Medienlandschaft und Einkaufspraktiken um? Und welche Antworten gibt es auf die Fakten, die Internetdruckereien geschaffen haben?

Hier kann es nur ein Gewinn sein, sich im Club der Besten auszutauschen. Gerade weil die Chancen so vielfältig sind: in der Symbiose von Print mit anderen Medienkanälen, in der Unterstützung unserer Kunden, diese schlank und schnell zu bedienen. Aber auch das Drucken ab fertigem PDF kann weiterhin lukrativ sein. Zwischen diesen Extremen liegt der eigene Weg, der immer wieder neu auszuloten ist.

➤ www.ird-online.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



TERMINE & EVENTS

06. 03.	zdm-bayern, Der erfolgreiche Messeauftritt	Leipzig
06. 03.	zdm-bayern, Effektive Präsentationstechniken bei Neukundenterminen	Ismaning
06. 03. - 08. 03.	zdm-bayern, Sicherer Einstieg in die Grafikerstellung mit Illustrator	Ismaning
06. 03.	impressed, Korrektur von PDF-Dateien für die Zeitungsproduktion	Hamburg
06. 03. - 07. 03.	Heidelberg PMA, Kundenbeziehungsmanagement	Heidelberg
06. 03. - 08. 03.	vdmnrw, Gestaltungs- und Typografiegrundlagen	Düsseldorf
06. 03. - 08. 03.	vdmnrw, Einstieg in die Produktion mit Adobe Illustrator	Lünen
07. 03.	impressed, Preflight und Korrektur von PDF-Dateien im digitalen Großformatdruck	Hofheim
07. 03.	zdm-bayern, Professionelle Farbkorrekturen für die Ausgabe im Druck	Ismaning
07. 03.	zdm-bayern, PDF/X4 – Der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Ismaning
07. 03. - 08. 03.	Fogra, Computer-to-Plate: Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
08. 03.	zdm-bayern, Rüstzeitmanagement – Erstellen von optimalen Arbeitsabläufen	Ismaning
09. 03.	OFS Group, PSO – Theorie und Praxis	CH-Pfaffnau
13. 03.	zdm-bayern, Mit Direktmarketing zu neuen Kunden	Ismaning
13. 03. - 14. 03.	zdm-bayern, Sicherer Einstieg in die Erstellung interaktiver Projekte mit Flash	Ismaning
13. 03. - 14. 03.	zdm-bayern, Für Umsteiger von QuarkXPress auf InDesign	Ismaning
13. 03.	vdmnrw, PDF/X-4: Der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Düsseldorf
13. 03. - 14. 03.	Ink Academy, Herausforderung Farbtöne	Celle
13. 03. - 15. 03.	vdmnrw, Verkäufer-intensiv-Training	Düsseldorf
14. 03.	zdm-bayern, Social Media Marketing – Kompaktseminar Facebook, Twitter & Co.	Ismaning
14. 03.	Heidelberg PMA, PDF/X-4 Neuer Standard der Druckvorlagen	Heidelberg
14. 03.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim
15. 03.	zdm-bayern, Mit Direktmarketing zu neuen Kunden	Leipzig
15. 03. - 16. 03.	zdm-bayern, XML-basiertes Crossmedia-Publishing mit InDesign	Ismaning
15. 03.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim
19. 03. - 20. 03.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
19. 03. - 21. 03.	zdm-bayern, Sicherer Einstieg in die Bildbearbeitung mit Photoshop	Ismaning
20. 03.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
20. 03.	cleverprinting, PDF-Druckdaten-Erstellung	Hamburg
20. 03.	vdmnrw, Ausschließen für Bogendruck	Lünen
20. 03.	vdmnrw, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSO/ISO	Düsseldorf
20. 03.	zdm-bayern, Illustrator Special: Kreativfunktionen	Ismaning
20. 03.	zdm-bayern, PSO: Grundlagen für die standardisierte Produktion in der Druckvorstufe	Ismaning
21. 03.	cleverprinting, PDF-Druckdaten-Erstellung	Hamburg
21. 03.	zdm-bayern, Illustrator Special: Diagramme, Infografiken, Karten und Pläne	Ismaning
21. 03.	zdm-bayern, PSO: Grundlagen für die standardisierte Produktion im Druck	Ismaning
22. 03.	zdm-bayern, Photoshop Spezial: Die dritte Dimension in Photoshop	Ismaning
22. 03.	zdm-bayern, Illustrator Special: Die dritte Dimension in Illustrator	Ismaning
22. 03.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg
22. 03. - 23. 03.	Heidelberg PMA, Vorstufen-Know-how einfach erklärt	Heidelberg
23. 03.	vdmnrw, Digitale Bogenmontage mit PREPS	Lünen
23. 03.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Hamburg
26. 03. - 28. 03.	zdm-bayern, Sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Ismaning
26. 03.	Heidelberg PMA, Kundenneugewinnung	Heidelberg

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
 > www.zdm-bayern.de > www.ofsgroup.ch

Print Media Academy

FÜNF TAGE PRINT BUYER UNIVERSITY 2012

Für internationale Auftraggeber von Druckprodukten besteht die Herausforderung darin, ihre Druckproduktionen in bestmöglicher Qualität, im vereinbarten Zeitrahmen und innerhalb des vorgesehenen Budgets umzusetzen. Dazu bedarf es einer speziellen Expertise. Im Intensivseminar Print Buyer University erhalten Druckauftraggeber das entsprechende Profiwissen. So erzielen sie Top-Ergebnisse in der



Die Print Media Academy in Heidelberg.

Zusammenarbeit mit ihren Produktionspartnern und sichern die Qualität ihrer gedruckten Marketing-Kommunikation. Nach Abschluss erhalten die Teilnehmer das Zertifikat »Print Media Advisor«.

Die englischsprachige Print Buyer University findet vom 16. bis 20. Juli 2012 in der Print Media Academy in Heidelberg statt und kostet 2.250 Euro (zzgl. MwSt.).

> www.print-media-academy.com

**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 schneiden
Wagen • Voreinstufen • Fälschen • Block-
formen • Bandenformen • Nummerieren
Alten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Geack Maschinen und Applikation

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-7056 VILMINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 1 2 - 10 Fax 0 71 20 30 1 2

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

EPPL

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 23
CH-8304 Bollingen
Telefon: 043 552 44 44
Telefax: 043 552 44 45

Lettershop
Laserprint
Print meet
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 Bohrern für die Maschinen- und
Büchsenherstellung. Für die Maschinen- und
Büchsenherstellung. Für die Maschinen- und
Büchsenherstellung.

Geack Maschinen und Applikation

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-7056 VILMINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 71 20 30 1 2 - 10 Fax 0 71 20 30 1 2

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

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

binderhaus
Büchsenherstellung

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

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

Gütesiegel

Publikation
BERECHTIGT
ZUSAMMENGEFÜGT

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 Talmann
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 (Aushängerbogen, Schnellschuss, Speiß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, 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



DAS MAGAZIN MIT

4-Gang-Menü

Nicht etwa, dass wir den »Druckmarkt« als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** »Druckmarkt« bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, vierzehntägig das PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die »Druckmarkt COLLECTION«, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.