

DRUCKMARKT DRUPA COUNTDOWN



UPDATE PREMEDIA & PREPRESS

Inhalt

- 04 Portal
- 14 drupa innovation park
- 16 Premedia & MIS
- 18 Prepress



HEI EMOTIONS

HEI ECO

HEI PRODUCTIVITY

HEI FLEXIBILITY

HEI END

HEI INTEGRATION

DISCOVER
HEI



Auf der drupa 2012 präsentieren wir Ihnen Lösungsangebote, die konsequent auf aktuelle Markterfordernisse zugeschnitten sind – hoch wirksam, hoch effizient, ökonomisch vorteilhaft, ökologisch sinnvoll. Entdecken Sie innovative Produkte und Dienstleistungen von Heidelberg, die Ihr Geschäft nachhaltig stärken. In jedem Markt. In jeder Hinsicht. Discover HEI. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

www.drupa.heidelberg.com

HEIDELBERG

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
Kurfürsten-Anlage 52-60 • D-69115 Heidelberg • Telefon 06221 92-2929 • www.heidelberg.com

Mit heißer Nadel gestrickt

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

Inhalt

Portal

- 04 The Show Must Go On!
- 05 Orientierung: Hallen- und Anfahrtsplan
- 06 Portal-News
- 10 Der richtige Zeitpunkt?
- 12 Eine Branche im Wandel
- 14 drupa innovation park
- 15 drupa cube – Treffpunkt für Trendsetter

Premedia

- 16 Plattformstrategien
- 18 Premedia: Aussteller-Vorschau

Prepress

- 22 Die Vorstufe wird zum Automat
- 24 Prepress: Aussteller-Vorschau

Es wäre ja nicht das erste Mal, dass Software-Ingenieure bis wenige Stunden vor Messebeginn an ihren Programmen arbeiten. Und genau diesen Eindruck muss man auch vor dieser drupa gewinnen, denn die Meldungen, die als letzte »eintrudeln«, sind die der Software-Häuser, die sich auch gerne als »Software-Schmieden« bezeichnen. Wenn damit gemeint sein soll, dass mit heißer Nadel gestrickt und nicht etwa schweres Metall verarbeitet wird, mag das wohl hinkommen, ansonsten gehört der Begriff eher ins Reich der Legenden. Doch dass gerade vor einer Messe wie der drupa bis zur letzten Minute an neuen Lösungen gearbeitet, optimiert und gefeilt wird, ist sicherlich keine neue Erkenntnis.

Am kommenden Donnerstag beginnt der Messe-Marathon drupa 2012 in Düsseldorf. Und auch wenn weiter an den Produkten – und sicherlich nicht nur an Software und Programmen – gearbeitet wird, wollen wir Sie mit den aktuellen Meldungen im »Druckmarkt drupa Countdown« auf dem aktuellen Stand halten. Denn unser gedrucktes »drupa-Heft Druck markt 77/78« ist bei den Lesern angekommen und lässt sich nicht mehr aktualisieren.

Das vorliegende Update beschäftigt sich mit Premedia und Prepress, das nächste Update bietet Kommentare, Meinungen und Produktneuheiten zu Print und Finishing. Und obwohl wir wissen, dass wir bis zum Messestart am 3. Mai 2012 längst nicht alles unterbringen können, erscheint der komplette »Druckmarkt-drupa-Countdown« am 1. Mai 2012 als umfassendes PDF-Magazin. Natürlich werden wir nach der Messe ausführlich über die wichtigsten Ereignisse, Produkte und Unternehmensnachrichten informieren. Und wenn nötig auch während der Messe – mit heißer Nadel gestrickt.



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. © by Druckmarkt 2012.

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. Redaktionelle Mitarbeit an dieser Ausgabe: Knud Wassermann. **Kontakt:** arcus design & verlag oHG, 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

The Show Must Go On!

Am 3. Mai öffnet die drupa ihre Tore: Alle 19 Hallen auf dem Düsseldorfer Messegelände sind ausgebucht, es werden über 350.000 Besucher erwartet und trotz der allgemein beklagten wirtschaftlichen Probleme geht die große Show also weiter. Weil sie das Zeichen setzen will, dass gedruckte Kommunikation Zukunft hat.

Die zurückliegenden Jahre, ausgelöst durch die Wirtschaftskrise, haben Teile der Branche schwer getroffen. Die Folgen sind bis heute prägend und werden die Branche durch den anhaltenden Strukturwandel weiter verändern. Web-basierte Technologien, Digitaldruck, neue Kommunikationsformen und die Vernetzung unterschiedlicher Technologien sind nur einige der Schlagworte, die die derzeitigen Diskussionen bestimmen.

In dieser Phase der Veränderung kommt die drupa nach Ansicht des Vorsitzenden der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH, **Werner Matthias Dornscheidt**, zum richtigen Zeitpunkt. Sie stehe für das komplette Angebot der Druck- und Medienindustrie sowie die Trends von heute und morgen und begleite den Wandel in die Zukunft von Print. »Die drupa versteht sich hierbei als Impulsgeber und Wachstumsmotor der Branche, als internationaler Marktplatz der Ideen, Technologien und erfolgreicher Geschäftsmodelle. Auch 2012 wird sie die Trends der kommenden Jahre mitbestimmen«, sagt Dornscheidt.



Mit über 1.850 Ausstellern aus über 50 Ländern und rund 166.000 m² verkaufter Fläche ist die drupa 2012 nicht nur die größte Fachmesse der Branche, sondern auch die internationalste. Rund 68% der Aussteller (1.189) sind internationaler Herkunft. Die Veranstalter erwarten mehr als 350.000 Fachleute aus aller Welt, die auf der Suche nach neuen Impulsen und den Zukunftsmärkten sind. Mit 11.000 m² ist die Beteiligung aus China deutlich gewachsen. Dies entspricht der Bedeutung des chinesischen Print-Marktes, wo die Druckindustrie noch jährlich um etwa 10% wächst, so eine Information der Messe. Während die traditionellen Märkte weitgehend gesättigt seien, entwickle sich der Druckmarkt in den Schwellenländern dynamisch. So habe sich das Marktvolumen beispielsweise in Asien in wenigen Jahren von 133 Mrd. € auf 168 Mrd. € vergrößert.

Messen sind immer auch ein Spiegelbild der jeweiligen Märkte. Ein Teil der Zukunft des Drucks liegt wohl im Digitaldruck. Eine Studie des Forschungsinstituts Pira geht davon aus, dass bis 2015 mit einem Volumen von rund 125 Mrd. € Umsatz etwa 30% der weltweiten Druckprodukte digital hergestellt werden. Auf der drupa dreht sich schon heute in sechs Hallen alles um den Digitaldruck und digitale Anbindungen (2008 waren es vier Hallen). Der Strukturwandel wird auch in den Sonderschauen drupa innovation park (dip) und dem drupa cube begleitet.

ONLINE-TICKETSHOP

Erstmals werden die Karten für die drupa als eTicket angeboten. Besucher können ihr Ticket online kaufen, es selbst ausdrucken und mit Bus und Bahn kostenlos zur Messe fahren. Dabei ist das eTicket deutlich preiswerter als das vor Ort gekaufte. Die Tageskarte kostet online 40,00 €, an den Tageskassen liegt der Preis bei 65,00 €. Ein Viertages-Ticket kostet im Internet 129,00 €, vor Ort 220,00 €. Auch der ermäßigte Eintritt für Studenten und Auszubildende ist über das Internet preiswerter: 15,00 € statt 25,00 €. Alle drupa-Tickets beinhalten die kostenlose Fahrt zur Messe und zurück (2. Klasse, nur zuschlagfreie Züge) mit Bussen und Bahnen innerhalb des Verkehrsverbunds Rhein-Ruhr (VRR) und Rhein-Sieg (VRS). Hinzu kommt ein spezielles Angebot der Messe Düsseldorf und der Deutschen Bahn: Messebesucher können aus allen deutschen Städten kostengünstig nach Düsseldorf und retour reisen.

HIGHLIGHTS TOUREN

Um dem Fachpublikum den Überblick einzelner Themenfelder zu erleichtern, bietet die drupa zehn verschiedene Highlights Touren zu aktuellen Branchenentwicklungen an. Die Palette reicht von Produktionssteuerung und Web-to-Print, über Offset- und Digitaldruck bis zur Verpackungsproduktion und Weiterverarbeitung. Spezialtouren wie »Green Printing« oder »Funktionales Drucken« thematisieren das Innovationspotenzial der Branche. In kleinen Gruppen werden die Teilnehmer zu sechs bis acht ausgewählten Ausstellern geführt. Die Highlights Touren starten zu allen Themen täglich (außer Wochenende) in deutscher Sprache. Die Teilnahmekosten betragen bei Vorausbuchung 45,00 €, bei der Buchung während der Messe 50,00 €.

➤ www.highlightstouren.de

drupa 2012

world market print media, publishing & converting
3. bis 16. Mai 2012
Montag bis Freitag, 10.00 bis 18.00 Uhr,
Samstag und Sonntag, 10.00 bis 17.00 Uhr

➤ www.drupa.com



print media messe
drupa

world market print
media, publishing &
converting

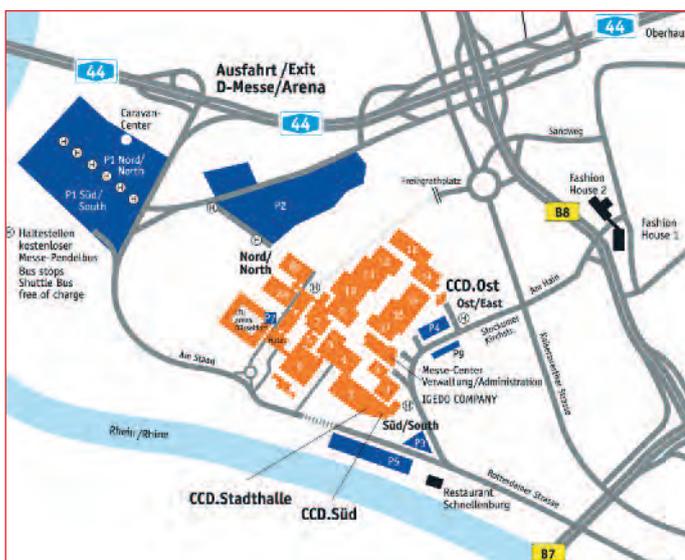
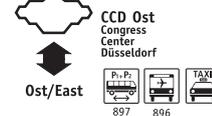
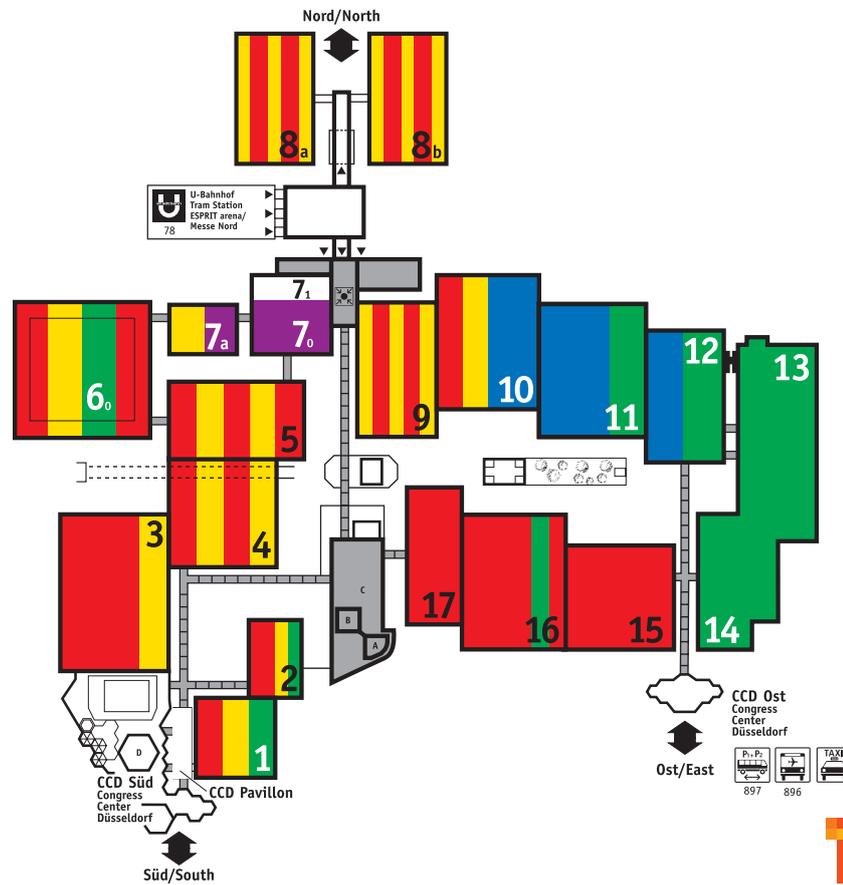
düsseldorf, germany
www.drupa.com

may 3 - 16, 2012

- Druck- und Media-Vorstufe
Digitaldruck/
Prepress and premedia
Digital printing
- Druck/Printing
- Druckweiterverarbeitung/Postpress
- Papierverarbeitung/Paper converting

in allen Hallen /in all halls:

- Papier und Bedruckstoffe/
Paper and printing substrates
- Farben und Verbrauchsmaterialien/
Inks and consumables
- Komponenten und Infrastruktur/
Components and infrastructure
- Dienstleistungen und Software/
Services and software
- Sonstige/Others



drupa 2012
GELÄNDEPLAN MIT MESSE-
SCHWERPUNKTEN

Auch wenn die Hallen nur bis 17 durchnummeriert sind, ist das Angebot der Aussteller in 19 Hallen zu finden. Dabei haben die Hallen wie zu vergangenen Veranstaltungen bestimmte Schwerpunkte wie etwa Premedia und Prepress, Druck, Druckweiterverarbeitung oder Papierverarbeitung.

Der Geländeplan zur drupa 2012 bietet so die Möglichkeit, sich einen Überblick über die Hallenverteilung mit den jeweiligen Schwerpunkten zu verschaffen.

Anreise
ANFAHRT MIT AUTO, BUS
UND BAHNEN

Schon im Großraum Düsseldorf ist die Messe an den Hauptverkehrsknotenpunkten gut ausgeschildert. Am Messegelände stehen ausreichend Parkplätze zur Verfügung. Auch die Verbindungen mit Bus oder Bahnen zum Messegelände sind auf den Besucheransturm ausgelegt.

Detaillierte Pläne finden sich auf der Internetseite der Messe im Bereich Besucher-Service.

➤ www.drupa.de

Für alle, die statt mit öffentlichen Verkehrsmitteln mit dem Auto anreisen: Das Messegelände ist gut erreichbar und bietet ausreichend Parkplätze.



Rot ist in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt eine beliebte Farbe. Der Traditionsfußballverein Fortuna Düsseldorf spielt in der Signalfarbe und beim jährlichen Karneval sind Rot und Weiß ebenso gefragt. Und dann kleidet sich die Rheinmetropole alle vier Jahre in rot – dann ist drupa-Zeit. Zwei Wochen lang, so lang wie keine andere Messe in Düsseldorf, dreht sich in und um die Messehallen alles um Druck und Medien. 350.000 Besucher aus aller Welt werden auch in diesem Jahr wieder erwartet, über 1.850 Unternehmen mit rund 30.000 Mitarbeitern an den Messeständen sowie etwa 3.000 Journalisten. Für sie alle wird Düsseldorf während der ersten beiden Mai-Wochen so etwas wie ein Stück Heimat.

Doch bei allem Freizeitwert, den Düsseldorf zu bieten hat, steht die fachliche Information eindeutig im Vordergrund. Die nämlich wird in allen Messehallen geboten. Neun Themenparks im drupa innovation park ergänzen das Fachprogramm und korrespondieren mit dem Programm im drupa cube, in dem Kongresse und Seminare zu neuen Techniken stattfinden.



Das Angebot der drupa umfasst:

- Druck- und Mediovorstufe (Software & Hardware)
- Druck (Maschinen und Peripheriegeräte)
- Druckweiter- und Papierverarbeitung (Maschinen und Peripheriegeräte)
- Papier und Bedruckstoffe
- Farben und Verbrauchsmaterial
- Komponenten und Infrastruktur
- Dienstleistungen und Software

Einen Querschnitt durch das Angebot lesen Sie ab [Seite 14](#).

Type Directors Club

DER WICHTIGSTE WETTBEWERB ZUM THEMA SCHRIFT

Seit 65 Jahren kümmert sich der Type Directors Club of New York um die Verbesserung der Typografie – und es sieht nicht so aus, als würde er bald in Rente gehen. Im Gegenteil: Der weltweit wichtigste Wettbewerb zur Gestaltung mit Schrift ist nicht nur quicklebendig, sondern sorgt mit neuen Ablegern und mehr Internationalität für neue Rekorde. So wird die TDC-Show dieses Jahr auf der drupa nicht nur vom renommierten Schrift-Design-Wettbewerb TDC2 begleitet, sondern auch vom neuen TDC Title Design, einem Wettbewerb, der sich innovativen Filmvorspannen und der Bewegtbild-Typografie widmet. Trotz einer Fülle immer neuer Awards gilt die



TDC-Show als die Messlatte für Schrift und Typografie. »Die drupa und die TDC-Show sind seit über 20 Jahren treue Partner«, freut sich

Bertram Schmidt-Friderichs, Chairman des Deutschen Komitees des TDC of New York: »Grafikdesign hat seit vielen Jahren einen festen Platz auf der drupa. Was wäre die Präsentation der neuesten Drucktechnologien ohne Trends und



TDC-Show auf der drupa 2008.

Beispiele, was man damit an Kommunikation mit Schrift alles Gutes herstellen kann.«

So wird die Weltpremiere der 58. TDC-Show wieder mit einem eigenen Stand präsent sein. Dort finden sich kreative Anregungen, gestalterische Denkanstöße und neueste Trends der visuellen Kommunikation. Zum zweiten Mal wurde der Stand von Studierenden der FH Würzburg unter der Leitung von TDC-Komitee-Mitglied Prof. Gertrud Nolte gestaltet. Das Engagement der Studenten geht über die Vorbereitung und Standkonzeption hinaus: Sie bauen die Ausstellung mit auf und betreuen die TDC-Show auch während der 14-tägigen drupa vor Ort.

HALLE 6, STAND B06



DRUPA-DIMENSIONEN Der Stromverbrauch während der drupa liegt bei 65 Megawatt. Das entspricht in etwa der Gesamtleistung einer Stadt mit rund 160.000 Einwohnern. Es werden rund 6.500 Stromanschlüsse installiert und 162.500 m Stromkabel verlegt. 30.000 Fahrzeuge, darunter 4.500 Groß-Lkw, sind notwendig, die Maschinen und Messestände nach Düsseldorf zu transportieren.

Print und Internet verschmelzen AUGMENTED REALITY – INTEGRIERTE ZUKUNFT

Trifft Print auf Digitales, werden Visionen wahr und spannende Druckprodukte möglich: Verpackungen leuchten, Plakate entführen in virtuelle Welten, Mailingaktionen werden messbar und Give-aways sorgen für einen nachhaltigen Werbeeffekt. Durch Schnittstellen wie QR-Codes, Augmented Reality oder Touchcodes erwachen Printprodukte zum Leben.

Inzwischen sind die schwarz-weißen Quadrate nahezu überall zu finden: auf Visitenkarten, Plakaten, Verpackungen – sogar auf Dächern, Manschettenknöpfen, Grabsteinen oder Kondomhüllen. QR-Codes weisen Smartphone-Nutzern den einfachen und direkten Weg ins Internet. Auch wenn die Schnittstelle zwischen Printprodukt und digitaler Welt hin und wieder seltsame Blüten treibt, liegen ihre Vorteile auf der Hand: Die schwarz-weiße Matrix lässt sich rasch und kostengünstig erstellen und ist mit jedem QR-Reader zu lesen. Mit dem aufgedruckten Code und dem Smartphone lassen sich Kunden und Interessenten schnell und einfach zu Aktionen, Informationen, Services und zum mobilen Shopping lotsen. »your link to print« lautet das Motto der Kommunikationskampagne zur drupa 2012. Ein zentraler Aspekt hierbei ist Augmented Reality (AR), die clevere Vernetzung von Print, Internet und mobilen Anwendungen. Durch den multimediale Transport von Inhalten werden diese nicht nur bewusster wahrgenommen, sondern die drupa Kampagne selbst zum richtungsweisenden »Event«.

➤ www.drupa.de

RGF und Partner AUFRUF ZUR KULTURELLEN FÖRDERUNG

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants und seine Partner aus Industrie und Handel, rufen zur kulturellen Förderung auf. Die Zielsetzung ist es, Sponsoren zu finden für das in seiner Sammlung und Präsentation deutschlandweit einzigartige »Museum für Druckkunst« in Leipzig (siehe auch den Beitrag rechts). Der Appell richtet sich an alle, insbesondere an Unternehmen und Organisationen, die den Erhalt eines bedeutenden Stücks Kulturgeschichte fördern und unterstützen wollen.

Die schwierige Lage in der Branche hat einige Unternehmen dazu bewogen, ihr Engagement für das Museum zurückzufahren. Auch haben Übernahmen und Insolvenzen dazu geführt, dass Budgets für Förderungen gekürzt oder sogar gestrichen wurden. Dem als private und gemeinnützige agierenden Museum fehlen daher wichtige Partner und Sponsoren, um seine vielfältigen Aktivitäten rund um die Druckkunst fortführen zu können. Der RGF versucht bestmöglich zu helfen – seine Partner aus der Industrie und seine Mitglieder aus dem Handel haben sich bereits zu Aktionen bereit erklärt. Manuel Mataré, Director drupa 2012, begrüßt die RGF-Initiative zur Förderung deutscher Druckkulturgeschichte: »Wir unterstützen das Leipziger Museum für Druckkunst mehr als gerne und ermöglichen die Präsentation der »alten Schätzchen« auf der drupa schon seit vielen Jahren.«

➤ www.rgf.de

➤ www.druckkunst-museum.de

Museum für Druckkunst Leipzig

DRUCK-ERZEUGNISSE MIT DEM »GEWISSEN EXTRA«

Auf Einladung der Messe Düsseldorf präsentiert sich das Museum für Druckkunst Leipzig auf der drupa und zeigt einen Querschnitt aus seiner einzigartigen Sammlung. Printmedien nehmen in einer zunehmend digitalen Welt eine wichtige Stellung ein. Ihr klarer Vorteil gegenüber digitalen Medien: Sie können mit allen Sinnen erlebt wer-

Gedruckt wird auf der drupa täglich live vor den Augen der Besucher. Auf einer eigens von KBA restaurierten Buchdruckschnellpresse mit Handanlage (um 1900) und auf einer Kniehebelpresse von SIGL aus dem Jahr 1872 entstehen moderne Printmedien, die durch den traditionellen Buchdruck veredelt werden und damit das »gewisse Etwas«



Blick in die Werkstatt des Museums in Leipzig.

den. Daran anknüpfend setzt das Museum für Druckkunst in seiner Präsentation auf Sinneseindrücke wie Sehen, Riechen und Anfassen. Damit will das Museum eine Brücke zwischen Historie und Moderne in der Druckindustrie schlagen. Das Museum präsentiert auf rund 300 m² mehrere historische Druckmaschinen, Pressen, Geräte und exklusive Produkte aus seinem Museumsshop.



Auf einer SIGL-Pressen von 1872 entstehen moderne Printmedien.

erhalten. Gedruckt werden Plakate, Karten und Folder auf den exklusiven Papieren der Büttenpapierfabrik Gmund und können am Messestand erworben werden.

Als weiteres Highlight veranschaulicht eine Linotype-Setzmaschine (Baujahr 1965) die Druckvorstufe in der Ära des Bleisatzes. Außerdem können Besucher an verschiedenen Handpressen selbst Postkarten drucken. An einer Faulmann-Sternhebelpresse von 1850 druckt die Leipziger Künstlerin Karin Pietschmann eigene Radierungen und Stiche. Diese und viele weitere Attraktionen erwarten die Besucher in der drupa-Dependence des Museums für Druckkunst. Der Museumsshop am Stand bietet Produkte der Druckkunst und Informationen über die Aktivitäten in Leipzig.

➤ www.druckkunst-museum.de

HALLE 6, STAND C30

**Print Power
INITIATIVE WIRBT FÜR DAS
MEDIUM PRINT**

Die europäische PrintPower-Initiative, die mit Anzeigenmotiven (siehe auch Seite 21), Imagebroschüren, Messe- und Presse-Events bei Marketingentscheidern für das Medium Print wirbt, präsentiert sich zur drupa auf einem 160 m² großen Messestand und täglichen Veranstaltungen der Partner.

Träger von Print Power Deutschland sind der Bundesverband des deutschen Papiergroßhandels (BvddP),



der Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Heidelberger Druckmaschinen, manroland, SAPPI, Papierfabrik Scheufelen, UPM-Kymmene, der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) und der Verband der Briefumschlagfabriken (VDBF). Auf europäischer Ebene wird Print Power für die Feinpapierhersteller durch Cefipine, für die Produzenten von Publikationspapieren Cepiprint, für die Druckindustrie von Intergraf und für den Papiergroßhandel von Europa getragen.

➤ www.printpower.de
HALLE 6, STAND B01

**KBA Report Nr. 40
REPORT – GANZ IM ZEICHEN
DER MESSE**

Ganz im Zeichen des Brancheneignisses steht die neue Ausgabe des KBA Report. Auf mehreren Seiten werden in der Kundenzeitschrift die zahlreichen KBA-Neuheiten im Bogenoffset, Digital-, Kennzeichnungs-, Verpackungs- und Zeitungsdruck vorgestellt. Einige der von KBA in den letzten Wochen angekündigten drupa-Highlights haben als »Erlkönige« ihre Bewährungsprobe in der Praxis bereits



hinter sich. So wird über den erfolgreichen Einsatz der bis 17.000 Bg/h schnellen Rapida 145 bei Leopold Verpackungen in Marbach berichtet. Weitere Berichte aus dem In- und Ausland beschäftigen sich mit der neuen Mittelformatmaschine Rapida 105 und der Hightech-Anlage Rapida 106. Rekordverdächtig ist auch der auf einer KBA Rapida 205 bei Litorama gedruckte 2,5 m² große und 150 kg schwere Weltatlas »Earth Platinum« (lesen Sie dazu auch Druckmarkt Heft 76, Seite 44). Weitere Artikel beschäftigen sich mit neuen Produkten, Bestellungen, Produktionsverfahren und Praxiserfahrungen im Rollen-, Plastik- und Blechdruck.

➤ www.kba.com
HALLE 16, STAND C47

**Messebau
HEIDELBERG BAUT IN KNAPP VIER WOCHEN
FÜNF HIGHTECH-DRUCKEREIEN**

»Normalerweise würde der Aufbau fünf kompletter und integrierter Druckereien länger als ein halbes Jahr dauern«, erklärt Uwe Galm, technischer Leiter für den drupa-Auftritt bei Heidelberg. So viel Zeit hat er nicht, 27 Tage und Nächte müssen reichen. Am 23. April sollen alle aufgebauten Maschinen auf ihre Funktionsfähigkeit getestet werden. Am Nachmittag des 2. Mai muss bis auf kleinere Restarbeiten auf dem rund 6.300 m² großen Messestand alles fix und fertig sein.

200 Servicetechniker, Messebauer, Elektroinstallateure, Licht- und Audio-techniker müssen rund 2.000 Tonnen Material an die richtigen Stellen bringen. Das Gewicht entspricht rund 100 Lkw-Ladungen, die in genau getakteter Folge das Messegelände ansteuern müssen. Beeindruckend auch die Menge an Material für Stromversorgung, Kommunikation und Datennetz-



Der Countdown für die drupa 2012 hat begonnen: Heidelberg hat mit dem Aufbau seines Messestandes in Halle 1 in Düsseldorf an Ostern begonnen.



werk. 3,2 km Lichtwellenleiter, 12 km Stromleitungen, 3,5 km Telefonleitung, 8,5 km Lastkabel, 6 km Datenleitungen und etliches andere mehr steht auf der »Nichtvergessen-Liste«. Um die Maschinen ins rechte Licht zu rücken, werden 1.150 konventionelle und 400 LED-Scheinwerfer installiert und 130 Lautsprecher sorgen für die richtige Akustik.

Auch der Betrieb des Messestands ist eine organisatorische und logistische Meisterleistung. Rund 1.200 Mitarbeiter sind eingebunden. Damit jeder Handgriff sitzt und sich die Besucher wohlfühlen, werden die Mitarbeiter sowie rund 130 Hostessen bereits seit Wochen intensiv geschult.



Der Weg zum Erfolg

Erreichen Sie Ihre Ziele mit unserer innovativen Inkjet-Technologie!

Wenn Sie wissen möchten, wie Sie mit unseren aktuellen Inkjet-Technologien Ihre unternehmerischen Ziele erreichen können, dann besuchen Sie uns zur Drupa 2012.

Dort präsentieren wir Ihnen die unterschiedlichsten Inkjet-Anwendungen, die zusammen mit Ihren gestalterischen Ideen die Basis für die Erschließung neuer Geschäftsfelder sind.

Sie finden uns in Halle 8b, Stand A25.



Weitere Informationen erhalten Sie hier:

www.powertosucceed.eu

E-Mail: grafische_systeme@fujifilm.de

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM

Der richtige Zeitpunkt?

Die Druck- und Papierindustrie hat 2011 ihr selbst gestecktes moderates Wachstumsziel erreicht, sieht sich aber weiterhin in einem durch konjunkturelle und strukturelle Schwankungen verursachten schwierigen Geschäftsumfeld. Dennoch glaubt der VDMA: Die drupa 2012 kommt für die Druckindustrie zum richtigen Zeitpunkt.

Das Umsatzplus lag im vorigen Jahr bei den angestrebten 5%. Im laufenden Jahr rechnet die Branche mit einem Wachstum bis zu 5%. Von der alle vier Jahre stattfindenden Welt-Leitmesse erhoffen sich die deutschen Aussteller die Auflösung des durch die Finanzkrisen der vergangenen Jahre verursachten Investitionsstaus. »Die ganze Branche wartet mit Spannung auf die drupa«, sagte **Dr. Markus Heering**, Geschäftsführer des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik im VDMA. »Die unsichere konjunkturelle Lage hat das Investitionsverhalten der Kunden gebremst. Einen wesentlichen Anteil daran hatte auch die Euro-Krise, die mittelbar dazu geführt hat, dass die Banken mit der Kreditvergabe sehr zurückhaltend waren«, sagte Heering. Von Dezember 2011 bis Februar 2012 verzeichnete die Branche beim Auftragseingang ein Minus von 11% gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Damit bewegt sich die Druck- und Papiertechnik im Einklang mit der Entwicklung des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus. Positiv entwickelt sich die Kapazitätsauslastung, die im Januar bei 83,2% lag. »Seit dem historischen Tiefststand Ende 2009 von 57,6 Prozent ist diese Kennziffer kontinuierlich gestiegen«, sagte Dr. Heering. Mit dem aktuellen Wert bewegt sich die Kapazitätsauslastung im mittleren Bereich aller Maschinenbaubranchen.



DIE ZURÜCKHALTUNG BEI INVESTITIONEN in neue Maschinen ist auch eine Konsequenz der strukturellen Veränderungen in der Druckbranche. Mit dem Einzug elektronischer Medien ist in vielen Industrieländern der Publikationsdruck geschrumpft. Ganz besonders deutlich ist das in den USA der Fall, aber auch in Westeuropa ist dieser Trend erkennbar. In der Folge sind viele Druckereien vom Markt verschwunden, andere haben sich zu größeren Einheiten zusammengeschlossen. Damit ist die Zahl der Kunden für den Druckmaschinenbau insgesamt geschrumpft.

BEDARFSGERECHT: STANDARD ODER HIGH-TECH Die deutschen Druckmaschinenbauer haben sich auf die veränderten Marktanforderungen eingestellt. Für Kunden mit geringem Investitionsspielraum bietet sie preisgünstigere Standardmaschinen an. Die haben zwar einen niedrigeren Automatisierungsgrad, sind qualitativ aber noch immer Spitzenklasse. Für höhere Ansprüche werden komplexe Druckmaschinenprozesse entwickelt, die die Veredelung und Druckmaterialien einschließen.

SCHWELLENLÄNDER SIND DIE MÄRKTE DER ZUKUNFT Die Zahl der Kunden für die Druckindustrie ist zwar zurückgegangen, doch das Druckvolumen ist in den letzten Jahren weltweit gestiegen, hauptsächlich durch das Wachstum in den Schwellenländern Asiens und Südamerikas. China ist inzwischen zum weltgrößten Markt für Druckprodukte geworden. Das spiegelt sich auch in den deutschen Exporten wider: 2011 wurde mit 1,1 Mrd. € (2010: 0,9 Mrd. €) erstmals die Milliarden-Marke überschritten. Nach China rangiert der nächstgrößte Markt USA mit 422 Millionen Euro bereits weit dahinter auf Platz zwei. »Die USA waren bis 2009 der größte Exportmarkt für unsere Branche. Nach dem drastischen Einbruch dort rechnen wir inzwischen aber mit einer leichten Belebung«, sagt Heering.

WELTMARKTFÜHRERSCHAFT VERTEIDIGT Die führende Stellung der deutschen Drucktechnik in der Welt ist durch die Wirtschaftskrisen der jüngeren Vergangenheit nicht gefährdet worden. Nach den neuesten VDMA-Zahlen hatten die Bogenoffsetdruckmaschinen der heimischen Hersteller 2011 einen Anteil am Welthandel von 57,2%. Japan als nächstgrößtes Exportland folgte mit großem Abstand und erreichte 18,6%. Dahinter rangierten die USA, Großbritannien und Österreich. Ähnlich deutlich sieht es bei Rollenoffsetdruckmaschinen aus, die vor allem im Zeitungsdruck eingesetzt werden. Hier betrug der deutsche Weltmarktanteil 38,3%. Auf Platz zwei folgte die USA mit 12,4% Marktanteil. Dahinter lagen Japan, Frankreich und die Niederlande mit Anteilen im einstelligen Prozentbereich. Beim Flexodruck lag der deutsche Exportanteil bei 32,6%. Italien kam den deutschen Herstellern hier mit einem Marktanteil von 14,2% am nächsten.

ANTEIL DES DIGITALDRUCKS NOCH GERING Der Digitaldruck verzeichnet seit einigen Jahren stetige Wachstumsraten. Allerdings ist der Anteil der Drucktechnik am Gesamtvolumen für Druckprodukte weltweit noch immer gering. 2010 lag der Umsatz im klassischen Offsetdruck bei 130 Mrd. \$. Der Digitaldruck kam auf 14,3 Mrd. \$, etwas mehr als 10%. In Stückzahlen: Elf Billionen Druckseiten wurden analog produziert, 68 Milliarden Drucke auf Digitaldruckmaschinen, das entspricht knapp 1%. Prognosen zufolge wird der Digitaldruck weiter wachsen, allerdings weniger auf Kosten des Offsets, sondern vornehmlich durch die Erschließung neuer Märkte und Anwendungen. Dazu zählen beispielsweise individualisierte Druckprodukte, Kleinstauflagen oder auch Print-on-demand.

sprinting ahead



Willkommen zur
Verschmelzung der
digitalen mit der
analogen Welt
Halle 16 - 16C 47

KBA auf der drupa Digital trifft Offset



Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Koenig & Bauer AG, www.kba.com



Eine Branche im Wandel

Die drupa ist nicht ausschließlich eine Präsentation technischer Neuheiten. Sie gibt Antworten auf die sich wandelnden Anforderungen des Marktes und folgt zwei wichtigen Leitthemen. Sie ist die ›drupa der erfolgreichen Geschäftsmodelle‹ und ›der integrierten Technologien‹.

Eine Analyse von Bernhard Schreier



Bernhard Schreier ist Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG und Präsident der drupa 2012.

Die Wirtschaftskrise vor drei Jahren und die derzeit unsichere Situation im Euro-Raum haben eine Marktveränderung bewirkt, die sich weiter fortsetzen wird. Dabei müssen wir zwischen gesättigten und Wachstumsmärkten unterscheiden. In den westlichen Industrieländern

stagniert der Druckmarkt auf hohem Niveau. Das globale Wachstum im Markt prognostiziert Pira mit 1% bis 1,5% jährlich bis 2016. Es konzentriert sich aber im Wesentlichen auf die Schwellenländer in Asien und Lateinamerika. China stellt das prägnanteste Beispiel dar. 2009 wurden dort 42 Mrd. € mit Druckaufträgen erwirtschaftet. Das ist eine Verdoppelung des Marktvolumens innerhalb von nur sechs Jahren. Der wichtigste Grund für die unterschiedliche Entwicklung liegt auf der Hand: In den aufstrebenden Ländern herrscht ein enormer Nachholbedarf – besonders im Verpackungsdruck.

Die zweite Strukturänderung: Das weltweite Druckvolumen nimmt zu, aber nicht alle Bereiche profitieren davon. Der klassische Werbe- und Medien-Druck entwickelt sich in industrialisierten Märkten teilweise rückläufig. Die Betonung liegt dabei auf ›klassisch‹. Der große Wachstumsmarkt sind die Verpackungen. Noch vor Kurzem wanderten in Ländern wie China oder Indien ein Großteil der Waren lose verpackt über die Ladentheke. Inzwischen entstehen überall Supermärkte, die verpackte und bedruckte Waren brauchen. Die Zahl der Konsumenten wächst und sie entscheiden sich ganz bewusst für werbewirksam verpackte Marken. Auch in den westlichen Industrienationen nimmt die Sortenvielfalt zu. Die Bedeutung der Verpackung als Image- und Werbeträger steigt. Alles in allem sprechen wir bei diesem Segment von Wachstumsraten, die bis 2014 bei weltweit rund 7% liegen.

Wir beobachten auch einen dritten Wandel. Wir müssen heute zwischen klassischen und neuen Formen des Druckens unterscheiden. Drucken steht von jeher für die Ausgabe von Inhalten auf Medien. Die digitalen Medien bieten dafür schnellere, vielseitigere Möglichkeiten. Das führt aber nicht automatisch zu einer Verdrängung der Printmedien. Vielmehr stehen wir am Anfang eines umfassenden Integrationsprozesses beider Bereiche. Für die Druckindustrie erschließen sich dadurch neue Perspektiven und Chancen.

DIE DRUPA DER GESCHÄFTSMODELLE Die beschriebenen Verschiebungen strukturieren den Druckmarkt neu. Sie stehen aber auch für ein anspruchsvolleres Umfeld mit neuen Anforderungen in einem globalen Wettbewerb. Für Druckunternehmen bedeutet das mehr denn je, dass sie sich klar positionieren müssen. Denn auch das ist ein Trend, der den genannten Entwicklungen folgt: Allrounder haben kaum mehr eine Chance, am Markt zu bestehen. Dafür sind die Anforderungen heute zu komplex, der Wettbewerbs- und Preisdruck zu hoch, die Margen zu gering. Die ›drupa der erfolgreichen Geschäftsmodelle‹ zeigt, mit welchen Konzepten im heutigen Umfeld nachhaltig erfolgreich gewirtschaftet werden kann.

Die zentrale Aufgabe lautet: Druckereien müssen sich verstärkt als Berater positionieren. Pünktlichkeit, Qualität und gute Preise reichen nicht mehr, um sich dauerhaft vom Wettbewerb zu unterscheiden. Wirklich unentbehrlich machen sich Druckereien, wenn sie Printbuyer im Vorfeld umfassend beraten, wenn sie zeigen, wo sich ohne Qualitätsverlust Geld sparen lässt und wie gesteckte Ziele noch besser erreicht werden können.

OPTIMAL ORGANISIERTE PROZESSE Vor diesem Hintergrund wächst die Bedeutung der Digitalisierung und Automatisierung von Druckprozessen. Bei Web-to-Print-Anbietern ist der komplette Prozessablauf von der Bestellung bis zum Versand vollständig durchorganisiert. Ihr Angebot ist auf Druck- und Material-Standards begrenzt. Dadurch können sie viele Kleinstaufträge in Sammelformen zusammenfassen. Eine Komplettauslastung der Maschine wird so schnell erreicht. Es gibt Schätzungen, die davon ausgehen, dass sich durch die Standardisierung in der Vorstufe bis zu 60%, zusammen mit dem Druck insgesamt 40% Zeit einsparen lässt. Für den Kunden bringt die Automatisierung in der Auftragsannahme und Auftragsabwicklung gar 80% Zeiterparnis. Schon allein deshalb erwarten wir mittelfristig, dass dieses Modell noch stärker nachgefragt und in der Branche etabliert wird. Langfristig wird die Technologie des Cloud-Computings diesem Feld noch weitere Impulse verleihen. Sie wird Kunden ermöglichen, online standardisierte Druckvorlagen selbst zu gestalten, und zwar mit Programmen und Schriften, die von Druckereien im Netz bereitgestellt werden.

Der Markt verändert sich, und die Druckindustrie verfügt nach wie vor über ein enormes Potenzial, diesen Wandel mitzugestalten. Das zeigt sie vor allem beim zweiten Leitthema der Weltleitmesse. Die drupa 2012 ist die ›drupa der integrierten Technologien‹.

Bernhard Schreier, Präsident der drupa 2012, bei einer Präsentation Ende Februar in Düsseldorf. (Fotos: Messe Düsseldorf / Constanze Tillmann.)



INTEGRATION Wir stehen am Anfang eines spannenden Integrationsprozesses klassischer und neuer Druckanwendungen. Immer mehr Verlage und Medienhäuser, Werbeagenturen sowie Designer realisieren crossmediale Kampagnen sowie erfolgreiche Print-to-Web-Projekte. Das ist möglich, weil heute mit Anwendungen wie Augmented Reality oder Smart Tagging Brückentechnologien existieren, mit denen sich die Vorteile von Print mit denen der »mobile« und »social media« nahtlos verbinden lassen. Aktuell zeigt sich das nirgendwo deutlicher als im Verpackungsdruck, genauer gesagt beim sogenannten Extended beziehungsweise Smart Packaging. Gedruckte QR-Codes halten detaillierte Informationen über den Packungsinhalt bereit, beispielsweise über ein Lebensmittel. Das Printmedium Verpackung sorgt in der Verschmelzung mit der Online-Kommunikation für eine Aufwertung des Produktes. Es verlinkt den Verbraucher direkt mit den Informationen: ohne Surfen, Suchen oder Scrollen.

Ein weiterer Anwendungsbereich, der die gesamte Branche revolutionieren könnte, ist das Functional Printing. Das ist der Druck extrem dünner Elektronikbauteile – beispielsweise von Platinen, Solarzellen, RFID-Etiketten oder selbstleuchtenden Tapeten. Das wird durch spezielle Druckverfahren möglich, bei denen statt Farbe oder Lack spezielle Polymer-Kunststoffe verarbeitet werden.

Das Spektrum der Möglichkeiten ist riesig. Das Gleiche gilt aber auch für die Integration zweier Technologien im Produktionsbereich. Die Kombination von Digital- und Offsetdruck, das wird die drupa 2012 zeigen, zählt ebenfalls zu den großen Trends. Das verhilft zum Beispiel Direct Mailings oder Marketingkonzepten wie der Mass-Customization zu neuen Chancen. Der Web-Trend zu online und individuell gestalteten Waren, der sogenannte Customization-Trend, kann so mit personalisierten Verpackungen, Produktfoldern etc. begleitet werden. Die Individualisierung der Printobjekte lässt sich damit auf immer mehr Bereiche erweitern.

WIN-WIN: GREEN PRINTING Unternehmen weltweit orientieren sich an Umweltschutzrichtlinien, die sich über die gesamte Wertschöpfungskette erstrecken. Dienstleister, die die damit verbundenen Anforderungen nicht erfüllen, haben mittelfristig kaum noch Chancen. Denn letztlich geht es um mehr, als um das Einhalten von Richtlinien. Der Einsatz umweltfreundlicher Verbrauchsmaterialien, das Vermeiden von Abfällen, niedriger Energieverbrauch, minimierte CO₂-Emissionen – das alles sind nicht nur ökologische Vorteile. Sie bedeuten unter bestimmten Auftragsbedingungen in letzter Konsequenz einen ökonomischen Gewinn – und zwar sowohl für den Druckdienstleister als auch für seine Kunden.

Auch hier zeigt sich: Druckereien müssen sich als Berater ihrer Auftraggeber positionieren. So können sie sich dauerhaft vom Wettbewerb unterscheiden. »Green Printing« ist ein Bereich, die Vernetzung von klassischen mit neuen Technologien ein weiterer.

Die Branche ist im Wandel. Das bedeutet: Die Branche ist lebendig. Das wird die drupa 2012 eindrucksvoll zeigen.

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

drupa innovation park

Der drupa innovation park 2012 (dip) präsentiert in Halle 7 innovative sowie smarte Lösungen und Anwendungen für die Medienbranche. Das Besondere auf der diesjährigen drupa ist die räumliche Nähe zum drupa cube in Halle 7b – der Event- und Konferenzlocation zum Thema Printkommunikation.

Von der drupa werden Neuheiten und Ideen für die Märkte von morgen erwartet. Dies will der drupa innovation park in neun Themenparks bieten. »Die Themen orientieren sich am Marktgeschehen und den Entwicklungen in der Branche. Für die Medienproduktion bietet der dip elementare Themen und



hat sich als vitaler Marktplatz des Informationsaustausches etabliert«, erläutert **Manuel Mataré**, Direktor der drupa.

Neun Themen-Parks

In Kooperation mit dem Verband CIP4 präsentiert der **Print Automation Park** Lösungen zur Prozessoptimierung mit Planungs- und Steuerungssystemen sowie Management Information Systems im Zusammenspiel mit JDF-Applikationen.

Im Bereich der **Bildautomation** werden Softwarelösungen vorgestellt, die alle eingehenden Bilddaten nach bestimmten Kriterien miteinander vergleichen.

Der **Dynamic-Publishing-Park** stellt Lösungen für Multi-Channel-Publishing, Anwendungen für Print und Web, Web-to-Print, Print on Demand und branchenübergreifende Lösun-



gen für ganzheitliches Informations- und Publikationsmanagement vor. Vertreten ist beispielsweise Vjoo, Entwickler von Workflow-Lösungen auf Basis der Adobe Creative Suite. Mit Vjoo K4 werden Publishing-Kanäle von Print über Mobile bis Tablets bedient. App-Lösungen für die Zeitungs- und Magazinproduktion zeigt die Schweizer Tecnavia in diesem Themenpark. Hier geht es um Cross-Media-Publikationen, die hybride Plattformen für iPad und Android-Tablets anbieten. Als Anbieter eines ganzheitlichen Informations- und Publikationsmanagements führt die censhare AG aus München vorhandene Daten zusammen, sodass sie firmenweit zentral verwaltet, flexibel und unkompliziert für die Produktion zur Verfügung stehen.

Der **Digital Imaging Park** präsentiert in Kooperation mit dem adf Arbeitskreis Digitale Fotografie e. V. Foto-shootings, digitale Bilderwelten und Digitaldrucklösungen mit höchster Druckqualität und Farbtreue. Die

Quatographic Technology GmbH ist Anbieter von Kalibrations- und Farbmanagementlösungen und zeigt im dip hardwarekalibrierte Proof-Monitore und Softproof-Anwendungen. Elpical wird die Produktlinie »Organic Imaging« für automatische Bildverbesserungen präsentieren.

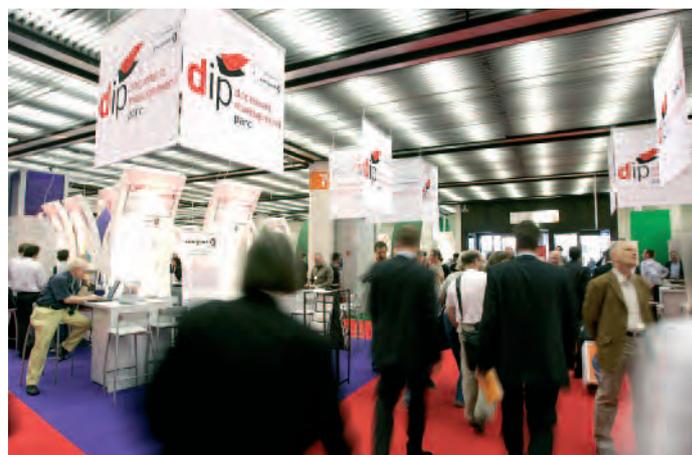
Aktuelle Lösungen und zukünftige Ideen in der modernen Kommunikation bietet der **Print meets Mobile Park**. Anwendungen wie Mobile Tagging, die Einbindung von QR-Codes und Augmented-Reality-Lösungen werden hier vorgestellt. Zu nennen ist unter anderem der Newcomer PAD Publisher aus München, der ein einfaches und schnelles Werkzeug entwickelt hat, mit dem jeder auf dem iPad publizieren kann.

Im **Asset Management Park** werden Lösungen präsentiert, die Inhalte

und Dokumente von der Datenbank auf Papier oder jeden anderen Medienkanal bringen. So wie beispielsweise Aproove, die mit ihrer Online-Freigabe-Lösung Werkzeuge für Online-Proof, Collaboration, Dokumentenzugriff und Freigabe verfügbar machen.

Im **Marketing Solutions Park** werden Tools für eine zielgerichtete Kommunikation und das Kampagnenmanagement in verschiedenen Medien gezeigt. Markus Plaum vom Aussteller Mehrkanal: »Wir bieten ein Marketing-Management-System, das bei Unternehmen wie Ford, Jaguar und Intersport eingesetzt wird. Mit der webbasierten Lösung kann das Marketing geplant, gesteuert und ausgewertet werden«.

Um innovative Printprodukte und -technologien geht es im **Print Pro-**



drupa cube – Treffpunkt für Trendsetter

Ein Highlight der drupa soll der drupa cube werden. Dort dreht sich alles um die Trends in der Druckkommunikation. Eingeladen sind Printbuyer, Marketing-Entscheider, Werbetreibende, Verlage und Kreative.

duct Innovation Park. Die Lösungen reichen von der Veredelung bis zum Sicherheitsdruck. Dazu Dr. Rudolf Weidlich, GRT: »Wir sind Tiefdruckform-Hersteller für den Verpackungs- und den Sicherheitsmarkt und sind in der Lage, kleinste Objekte mit größter Präzision in Druckformen zu übertragen.«

Print ist mehr als Publishing – Druck als Verfahrenstechnik ist Schwerpunkt im **Printed Electronics/Functional Printing Park.** Diese Technologie wird bald in vielen Branchen die Produktion revolutionieren und ist im dip in Zusammenarbeit mit der OE-A (Organic and Printed Electronics Association) vertreten.

Weitere Fixpunkte des dip in Ergänzung zu den Ausstellungsschwerpunkten sind zwei Präsentationsbühnen mit Vorträgen der dip-Aussteller und ihrer Partner. Ferner sind moderierte Diskussionsrunden auf den Bühnen sowie Interviews in der dip energy lounge geplant. Jeden Vormittag von 10:30 Uhr bis 11:00 Uhr erhalten Fachbesucher einen Überblick über die Innovationskraft und das Tagesgeschehen im dip.

➤ www.dip.drupa.com

Einen Marketing- und Verlagsverantwortlichen interessiert es kaum, mit welcher Technologie ein Druckprodukt realisiert werde, ist drupa-Direktor Manuel Mataré überzeugt. Für diese Entscheider sei wichtig, welchen Benefit sie davon hätten. »Genau diese Informationen werden wir mit unseren Partnern im drupa cube bieten.«



Jeder Messetag wird unter einem eigenen Motto stehen, beginnend mit »Print – Web – Mobile« über den »Tag der Corporate Communication« bis zum »Tag der Zeitung«. Ob Zeitschrift, Buch, Out-of-Home-Anwendungen, Dialogmarketing, Verpackung, Electronic Printing oder Medienproduktion – an jedem Tag gibt es ein halbtägiges Symposium. Dabei werden Experten aktuelle Anwendungen und Trends aus der Printkommunikation vorstellen und diskutieren.

KREATIVE HIGHLIGHTS Im drupa cube engagieren sich unter anderen die Akademie des Deutschen Buchhandels, die Typografische Gesellschaft München, der Type Directors Club of New York TDC, die Deutsche Fachpresse, das Forum Corporate Publishing, der Deutsche Dialogmarketing Verband, der Fachverband Medienproduktioner f:mp, die Organic Electronic Association oe-a sowie die European Specialist Printing Manufacturers Association ESMA.

Besondere Highlights bieten die beiden Wochenenden: Mit dem »Creative Weekend« und zwei Tagen zum Thema »Future of Print«. Das »kreative Wochenende« beschäftigt sich am dritten und vierten Tag der drupa mit moderner Typografie im crossmedialen Kontext. Am zweiten Wochenende werfen die Referenten einen Blick auf die Zukunft der Printproduktion. Das Programm wendet sich



neben Marketing-Entscheidern und Werbetreibenden auch an die klassischen drupa-Besucher.

Mit der oe-a als Partner wird es am Samstag ein Symposium zum Thema Printed Electronics geben. Die ESMA wird den Sonntag mit Vorträgen über 3D- und Functional Printing ausrichten.

DIE SYMPOSIEN Der drupa cube 2012 schließt sich auf dem Messegelände unmittelbar an den drupa innovation park an – Technik und Anwendung lassen sich so einfach miteinander verzahnen.

Die Symposien des drupa cube (zweisprachig deutsch und englisch simultan) finden an jedem Messetag von 10:15 Uhr bis 13:30 Uhr statt. Das Ticket für einen Veranstaltungstag kostet 199 €. Darin inbegriffen sind der Eintritt für die drupa 2012 und ein Mittagessen am jeweiligen Tag.

➤ www.drupacube.de



Plattformstrategien

Was Heidelberg seit geraumer Zeit vorantreibt, lässt sich durchaus als ›Plattformstrategie‹ bezeichnen – ähnlich wie es Apple oder Google tun. Darunter versteht man eine Infrastruktur, die möglichst viele und immer mehr Dienstleistungen anbietet und miteinander verzahnt.

Eine Analyse von Klaus-Peter Nicolay

Bei Apple sind es Geräte wie iPod, iPhone oder iPad sowie die gesamte Rechnerfamilie, die ihrerseits Software, Musik und Apps benötigen, die Apple verkauft und damit wiederum Geräte absetzt. Das ist bei Heidelberg zwar anders gelagert, läuft aber auf das gleiche Ziel hinaus. Der Druckmaschinenhersteller, der bekanntermaßen mehr als Offsetmaschinen anbietet, nennt es ganz offen ›alles aus einer Hand‹, wobei (im Gegensatz zu Apple) das Eine das Andere nicht bedingt. Auf den Bogenmaschinen laufen generell alle Druckplatten und -farben, wenngleich die eigenen Saphira-Produkte als die bessere Lösung empfohlen werden. Auch passt hinter eine Speedmaster eine Falzmaschine von MB, MBO und anderen, dennoch kann Heidelberg mit dem eigenen Angebot punkten. Und genauso ist es bei den CtP-Systemen oder mit den Workflows – bislang!

DA TUT SICH WAS Heidelberg baut derzeit einen Workflow vom Management-Information-System (MIS) bis zur Distribution auf. Keine neue Erkenntnis? Doch, denn nicht aus Übermut hat Heidelberg im Frühjahr 2011 den belgischen Hersteller CERM gekauft. Keine große Nummer, aber ein Puzzlestück, das ins große Bild passt. Damit beendet Heidelberg die nicht gerade prunkvolle Inszenierung mit verschiedenen MIS der Vergangenheit und integriert das System in den Prinect-Workflow, der schon Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung abdeckt. Kommt nun das MIS dazu, hat Heidelberg die ›Plattform‹: Kalkulation, Materialwirtschaft, Produktionsplanung und -steuerung sowie Nachkalkulation. Und damit wäre es möglich, die Kunden noch enger an sich zu binden. Denn wer sein betriebliches Rückgrat erst einmal einem MIS anvertraut hat, wird dies so schnell nicht wieder ändern.

»Prinect wird als einzige Workflowlösung der Branche künftig ein vollständig integriertes MIS bieten«, erklärt Christopher Berti, Leiter der Business Area Prinect bei Heidelberg. Und das ist noch nicht einmal übertrieben. Denn MIS-Hersteller wie Hiflex, EFI, PrintPlus oder Rogler verfügen nicht über einen Vorstufen- oder Druckerei-Workflow, und umgekehrt bieten Agfa, Fujifilm, Kodak oder Screen zwar umfassende und leistungsfähige Produktions-Workflows, müssen diese aber mit einem MIS-System eines anderen Herstellers vernetzen.

HP UND HIFLEX Mit der Idee, zusätzliche Bereiche in vorhandene Workflow-Lösungen zu integrieren, scheint Heidelberg allerdings nicht alleine zu sein. HP hat ebenfalls die Initiative ergriffen und Hiflex gekauft. Hiflex dürfte im

Bereich der vernetzten MIS weltweit betrachtet der erfolgreichste Anbieter gewesen sein. Dafür sprechen nicht zuletzt die zahlreichen CIPPI-Awards aufgrund erfolgreicher JDF-Vernetzungen. Jetzt werden das MIS und die Web-to-Print-Lösung in das Angebot an digitalen Druckmaschinen von HP eingebunden und ergänzen damit die bestehenden Produktions-Workflows.

EFI UND ALPHAGRAPH Auch EFI hat in den letzten Monaten wieder zugekauft. Das Unternehmen, das bereits über vier MIS-Systeme (Monarch, Radius, Pace und Print Smith) sowie über das Web-to-Print-System Store Front verfügt, und das in den USA einen Marktanteil von über 70% auf dem MIS-Markt haben soll, hat den größten Anbieter des deutschen MIS-Marktes, Alphagraph mit Prinance, übernommen. Allerdings scheinen hierbei weniger strategische Überlegungen in Sachen Workflow, sondern eher marktpolitische Erwägungen den Kauf beeinflusst zu haben. EFI's Absicht: Die Expansion in Europa fortsetzen und sich mit Alphagraph eine nicht eben kleine Kundenbasis zu kaufen. Dabei will EFI die Alphagraph- und Prinance-Kunden zwar weiterhin unterstützen, das Programm aber nicht weiterentwickeln. Stattdessen sollen die bisherigen Workflows im Markt fester etabliert werden. Denn mit PrintFlow hat EFI einen Workflow für Druckereien, der in vielen Bereichen als High-End zu bezeichnen ist und der für hybride Druckproduktionen einzusetzen ist.

ZERSPLITTERTER MIS-ANBIETERMARKT Zurzeit ist noch zu wenig an konkreten Ansätzen zu sehen, um es bewerten zu können. Das wird sich wohl auf der drupa klären. Doch es wird spannend, wie der zersplitterte deutsch-

sprachige und europäische MIS-Anbietermarkt darauf reagieren wird, wann sich Workflow-Anbieter wie Agfa, Esko, Fujifilm, Kodak oder Screen diesem Trend anschließen und wie sich Druckmaschinenhersteller, egal ob Offset oder digital, dieser Herausforderung stellen.



Lesen Sie zum Thema Workflow auch den Beitrag ›Systemwelten wachsen zusammen‹ in der Druckmarkt-Ausgabe März, Heft 76.



Erneuern Sie Ihr Geschäft bereits heute für die Anforderungen der Zukunft

Unsere Branche ändert sich - und bietet Druckdienstleistern immer wieder neue Möglichkeiten, ihr Geschäft zu erweitern und den sich ebenfalls ändernden Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Das Business Driver Programm von RICOH hilft Ihnen dabei nicht nur effizienter zu werden, sondern es ermöglicht Ihnen auch Chancen zu identifizieren. So ist dafür gesorgt, dass Sie sich voll und ganz auf den Erfolg Ihres Unternehmens konzentrieren können. Das Business Driver Programm ist ein perfektes Beispiel dafür, wie wir gemeinsam mit Ihnen die richtigen Entscheidungen treffen und Ihren Kunden echten Mehrwert bieten können. Lassen Sie sich die Chance nicht entgehen - Ihr Unternehmen wird von den Veränderungen profitieren!

Erleben Sie RICOH an der drupa 2012.
Registrieren Sie sich jetzt: www.ricoh.ch/de/drupa2012

RICOH an der drupa 2012. Stand: Halle 8a
3.-16. Mai, Düsseldorf, Deutschland

Agfa Graphics

APOGEE STOREFRONT: E-COMMERCE-LÖSUNG IN DER CLOUD

Agfa Graphics hat Apogee StoreFront angekündigt, eine Cloud-basierte Web-to-Print-Lösung. Die Software ermöglicht das Einrichten von Online-Shops, so genannten



»Storefronts« für Produkte aller Art. Derartige Shops lassen sich zur Business-to-Business-Kommunikation mit bestimmten Unternehmen oder zur Einrichtung eines öffentlichen Webshops nutzen.

»Wir haben StoreFront als Cloud-Dienst entwickelt, damit Druckereien nicht in zusätzliche Hardware investieren müssen. Sie benötigen auch keine Fachkenntnisse über Web-Entwicklung oder Internet-Sicherheit«, sagt Laurens Leurs, Produkt Manager für Apogee Store-

Front bei Agfa Graphics. »Mit dem Online-Editor in Apogee StoreFront können Druckereikunden ihre eigenen Dokumente bearbeiten und anpassen. Gelegentliche Benutzer werden die benutzerfreundlichen Formulare schätzen, mit denen sie vordefinierte Visitenkarten oder andere Geschäftsdokumente personalisieren können. Erfahrenen Benutzern werden die Bearbeitungsfunktionen zum Erstellen oder Anpassen ansprechender mehrseitiger Dokumente gefallen.«

Die Markteinführung soll auf der drupa erfolgen. Apogee StoreFront bietet eine nahtlose Integration mit Apogee Prepress 8, das ebenfalls auf der drupa vorgestellt wird. Apogee 8 bietet erweiterte Anbindungsmöglichkeiten und steuert eine ständig wachsende Zahl digitaler Druckmaschinen an. Apogee 8 unterstützt 64-bit-Betriebssysteme und bietet optimiertes Ausschießen für großvolumige Rollendruckmaschinen.

➤ www.agfagraphics.de
| HALLE 8, STAND B64

app publishing**PADPUBLISHER UND PADCLOUDMDS**

Die app publishing GmbH zeigt im drupa innovation park wie man mit dem PadPublisher für das Apple iPad, iPhone und den iPod touch publizieren und via PadCloudMDS-Lösung zielgenau einen definierten Personenkreis mit Informationen beliefern kann.

➤ www.padpublisher.com
HALLE 7, STAND F23

Agfa Graphics**ARKITEX EVERISIFY FÜR MOBILE INHALTE**

Agfa wird Arkitek Eversify, die SaaS-Lösung (Software as a Service) für Zeitungen zeigen, die Druckinhalte für die mobile digitale Veröffentlichung umzuwandelt. Durch den Einsatz von HTML5 für die hochwertige Wiedergabe von Bildern, Tönen, Videos und andere Inhalten lassen sich mit Arkitek Eversify und geringen Investitionen Inhalte für Tablets und Mobilgeräte erzeugen.

➤ www.agfagraphics.de
HALLE 8, STAND B64

DirectSmile CROSSMEDIALE MARKETING-LÖSUNG IM DIP

DirectSmile zeigt seine Software, die als Marketing-Hilfsmittel datenbankgestützte Kampagnen realisiert. Mit Direct Smile Cross Media lassen sich Druck-Erzeugnisse und E-Mails personalisieren sowie Websites (PURLs) erstellen, kombinieren, zu automatisierten Kampagnen verknüpfen und die Response-Daten für die Kampagnen-Analyse erfassen.

➤ www.directsmile.de | HALLE 7, STAND E17

EFI LÖSUNGEN FÜR DIE GESAMTE PROZESSKETTE EFI zeigt verschiedene Branchensoftware-Produkte und die Integration in Web-to-Print Lösungen. Mehr als 3.000 Unternehmen aus der Druck- und Verlagsindustrie arbeiten nach Angaben von EFI weltweit mit Digital StoreFront, das als Web-to-Print-System dank JDF und XML mit kompatiblen Produktions-Workflowsystemen wie EFI Printsmith, Pace, Monarch und Radius kommunizieren kann. Colorproof XF bietet mit der Version 4.5.3 neue Funktionen für Farbpräzision, Prozesssicherheit und Ausgabequalität von Digitalproofs und ist für die ISO 15311 und den Fogra Prozessstandard Digitaldruck vorbereitet.

➤ www.efi.com | HALLE 5, STAND C01

Four Pees LÖSUNGEN VON AXAIO UND TWIXL MEDIA Der Software-Businesspartner zeigt Lösungen seiner Partner axaio software und Twixl media. axaio software zeigt MadeToTag, ein Plug-in für Adobe InDesign, Illustrator oder InCopy sowie eine XTension für Quark XPress, die Ausgabeprozesse automatisiert und den Datei-Export standardisiert. MadeToCompare ist eine Lösung für die Änderungskontrolle, MadeForLayers ein Plug-in, das die Herstellung von Dokumenten mit Ebenen vereinfacht. Twixl media entwickelt Lösungen für interaktive Apps auf dem Apple iPad. Atomyx Portal ist eine Lösung für Jobübermittlung und Qualitätskontrolle im Netz, das auf der pdfToolbox von callas software basiert.

➤ www.fourpees.com | HALLE 7A, STAND 13D

Helios SCHLÜSSELTHEMEN AUS DRUCK UND PUBLISHING

Helios wird seine UB2-Server-Solutions Suite zeigen. Schwerpunkt ist die webgestützte Zusammenarbeit mit vorstufenrelevanten Aufgabenstellungen wie Remote Softproof, Spotlight-Suche in Dateiinhalten und Metadaten sowie automatisierte PDF- und Bildverarbeitung. Zusätzlich wird Helios täglich Präsentationen zu den Themen Server-Virtualisierung und iPad DokumentVeröffentlichung anbieten.

➤ www.helios.de | HALLE 9, STAND D04

infuniq systems PIM-SYSTEM Der Softwarehersteller zeigt seine Lösung für flexibles Product Information Management (PIM), eine Software für zielgruppengerechte Kommunikation in verschiedenen Publikationskanälen.

➤ www.infuniq.com | HALLE 7, STAND B03

InterRed GmbH MULTI CHANNEL PUBLISHING Das komplette Paket der Version »13« des Content-Management- und Redaktionssystems mit dem Fokus auf Multi-Channel-Publishing für Print, Online, Mobile und Tablet wird vorgestellt. Eine Livepräsentation gibt einen detaillierten Einblick in die Arbeitsweise und den Funktionsumfang von InterRed.

➤ www.interred.de | HALLE 7, STAND D02

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

Infosystems PUZZLEFLOW UND PRINTMANAGER

Infosystems wird die Systeme PuzzleFlow und PrintManager zur Bearbeitung von Grafikdateien und zur Steuerung der Druckproduktion zeigen. Einer der Schwerpunkte wird die Vorstellung des PrintManagers sein. Diese Lösung dient der Rationalisierung der Geschäftsprozesse und unterstützt dabei Erfassung, Verarbeitung und Präsentation der Daten aller Stufen im Verkaufsprozess.

➤ www.infosystems.info | HALLE 7, STAND B20

Konzept-iX WEB-TO-PRINT- UND PUBLISHING-LÖSUNGEN

Die Unternehmensgruppe Konzept-iX wird verschiedene Produktlinien präsentieren. Neben Eigenentwicklungen der publiXone-Produktreihe stehen Softwarelösungen von PageFlex im Vordergrund: PageFlex Server (NuDoc) und Adobe InDesign Server, das Web-to-Print-Shopsystem PageFlex Storefront, die Print-Management-Software PageFlex iWay sowie PageFlex Campaign Manager. Als schlüsselfertiges System enthält PageFlex Möglichkeiten zur Drucksachen- und Kampagnenproduktion, ein Management für variable Daten sowie die Online-Editierung.

➤ www.konzept-ix.com | HALLE 7, STAND B07

Optimus DOKUMENTE IN DER CLOUD Neu ist ein Bestell-Modul, das die nahtlose Integration in Adobe InDesign bietet. Kunden haben Zugriff auf die Vorlagen und können ihre Produkte bearbeiten und bestellen. Eine Bestellung wird in Optimus Dash in einen Produktionsauftrag umgewandelt. Eine druckfertige PDF-Datei wird an das Vorstufen-System übermittelt und der Kunde erhält eine Rückmeldung, dass die Bestellung eingegangen ist.

➤ www.optimus2020.com | HALLE 4, STAND D04

Printdata WEB-TO-PRINT MIT OPS 5 Printdata und M/S VisuCom zeigen den Online-PrintShop 5 (OPS), eine gemeinsam entwickelte Software für die web-basierte Vermarktung von Druck-Erzeugnissen. Neu sind der HTML-Editor, die App für mobile Endgeräte, die Integration der Publishing-Lösungen von Viva in OPS 5, die durchgängige Prozesssteuerung und das optimierte Backend für die Administration.

➤ www.printdata.biz | HALLE 7, STAND D08

locr INDIVIDUELLE ANFAHRTS- UND LANDKARTEN

locr, Spezialist für Geopersonalisierung, zeigt auf der drupa, wie mit dem aktuellen Datenmaterial von Navteq individuelle Landkarten sowie Stadtpläne effizient in One-to-One-Kommunikation und Cross-Media-Kampagnen integriert werden können. Individualisierte Landkarten bieten bei der Kundenkommunikation mehrere Vorteile: Sie wecken Neugierde, laden dazu ein, sich mit einem Mailing und anderen Werbe-

materialien intensiver auseinanderzusetzen und weisen den Weg zum nächsten Shop, zur nächsten Filiale oder zur nächsten Niederlassung. locr bietet individualisierte Karten, die für 300 dpi Druckqualität optimiert wurden und drei Kartenkategorien: Localmaps für die Darstellung von Standorten, Navimaps mit persönlichen Anfahrtswegen und Multimaps, die Gesamtübersichten mit Detailansichten verbinden.

➤ www.maps.locr.com
HALLE 7, STAND D10

Pageflex GLOBALISIERUNGSFUNKTIONEN Pageflex weitet seine Web-to-Print-Lösungen auf weitere Regionen und Kommunikationsformen aus. Schwerpunkte sind die Globalisierung, kundenspezifische Anpassungen, mobiles Drucken und neue Kommunikationswerkzeuge. Pageflex-Technologien werden auch bei HP, Xerox, Océ, Heidelberg und Konzept iX im drupa innovation park gezeigt.

➤ www.pageflex.com | HALLE 4, STAND A02

Printplus NEUE FUNKTIONEN Mit der CRM-Lösung IVIS bietet Printplus eine Lösung für die Verwaltung, Pflege und Betreuung von Kundenadressen, die als Cloud-Lösung IVISgoMobile vorgestellt wird. Außendienstmitarbeiter können über Smartphone oder andere mobile Geräte jederzeit auf Adressen, Kontaktpersonen, Termine etc. zugreifen. Verknüpft mit dem Druckerei-Portal lassen sich Angebote online berechnen und versenden. Bei der Druckproduktion zeigt Printplus



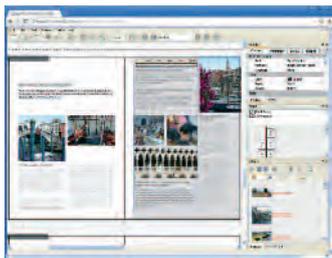
wie Produktionsaufträge mit Ausschießern angelegt und die Daten per JDF an Vorstufen-, Druck- und Weiterverarbeitungssysteme übergeben werden.

➤ www.printplus.ch | HALLE 9, STAND E26

Rogler Software MEHR EFFIZIENZ Mit neuen Modulen zur Steigerung der Kundenbindung sowie zur Optimierung des Informationsflusses und der Materiallogistik besetzt Rogler Software aktuelle Themen im Umfeld der MI- und ERP-Systeme. In den Bereichen Kundenbindung, interner und externer Informationsfluss sowie Materiallogistik zeigt Rogler neue Lösungsansätze. Cloud Computing eröffnet dabei interessante Ansätze, um die Nutzung und den Support eines MI-Systems auf neue Beine zu stellen. Rogler bietet individuelle Lösungen, bei denen der Kunde bestimmen kann, welche Teile seines MIS er in die Cloud auslagert. Demonstriert werden Ready-to-use-Web-Applikationen im Rahmen des technoWeb-Moduls mit Web-Shop und einem Online-Editor für die Gestaltung von Drucksachen. Prozesse wie PDF-Erstellung und der Preflight-Check sind integriert und laufen automatisiert ab.

➤ www.roglersoftware.com | HALLE 7, STAND D06

Viva Software LAYOUTEN IN DER WOLKE Dem Koblenzer Software-Hersteller Viva, Anbieter von Publishing-Lösungen, ist nach eigenen Worten ein entscheidender Durchbruch in der Entwicklung von Satz- und Layout-Programmen gelungen. Auf Basis seiner Publishing-Software »VivaDesigner« hat



das Unternehmen eine Lösung entwickelt, die ein vollständiges Layout-Programm in allen aktuellen Internetbrowsern darstellen kann, wobei weder JAVA noch Flash oder Plugins benötigt werden. Voraussetzung sei lediglich ein HTML5-kompatibler Browser, teilt das Unternehmen mit,

dessen VivaDesigner 7.1 zur drupa verfügbar sein soll und plattformübergreifend auf aktuellen Versionen der Browser Internet Explorer, Firefox, Chrome oder Safari lauffähig sein soll.

➤ www.vivadesigner.de | HALLE 7, STAND D08

Theurer

MIT QR-CODE EINFACHER NACHBESTELLEN

Neu in der Branchen-Software C3 ist die Integration eines QR-Codes auf Etiketten oder Paletten. Das Quick-Response-Tool ermöglicht den Kunden von Druckereien und Verpackungsherstellern eine einfache Nachbestellung. Mit einer App wird der zweidimensionale Code eingescannt, die sofort alle relevanten Artikeldetails inklusive der Bilddaten, Texten und der letzten Bestelldaten zeigt. Der Artikel kann direkt nachbestellt werden. Durch digitale Verschlüsselung ist diese in das C3-Webportal integrierte Zusatzfunktion sicher und funktioniert mit allen gängigen Smartphones.



➤ www.theurer.com | HALLE 9, STAND E77

XMPie

INDIVIDUALIZED COMMUNICATIONS MANAGEMENT

Die Xerox-Tochter XMPie wird bei der Präsentation ihrer Software einen Schwerpunkt darauf legen, wie Kunden durch relevante, individualisierte Kommunikationen effizient angesprochen werden können. Dabei werden Neuheiten bei Individualized Communications Management (ICM), Videopersonalisierung, Web-to-Print und Marketing-on-Demand vorgestellt sowie Lösungen für Variable Data Printing, personalisierte digitale Medien und integrierte 1:1-Multikanal-Kommunikationen.

Das Softwareangebot reicht von der Produktlinie uDirect Print für desktopbasiertes Variable Data Printing bis zu PersonalEffect, der Familie serverbasierter Lösungen für personalisiertes Drucken, Digitalmedien und Cross-Media-Kommunikation. Zudem werden uStore 6.0 für Web-to-Print- und Marketingportale mit neuen Möglichkeiten für die Bearbeitung von Dokumenten, besserer Brandingkontrolle, Berichterstellung und mehr die ICM-Lösung für Planung, Aufbau, Prüfung und Messung von Multikanal-Marketingkampagnen demonstriert.

➤ www.xmpie.com

HALLE 8, STAND A62

Topix

SMARTE LÖSUNGEN IM DRUPA INNOVATION PARK

Topix zeigt neue Lösungen von Adobe, vjoon und Enfocus für das Multi-Channel-Publishing und das plattformunabhängige Publizieren für Tablet-Computer sowie die Integration von Enfocus Switch und vjoon K4. Aus der Kombination der Lösungen ergeben sich neue Möglichkeiten der Prozessoptimierung.

➤ www.topix.ch

HALLE 7, STAND F7

Werk II

PRINT ZU NEUEM LEBEN ERWECKEN

Werk II tritt der These »Print ist tot« entgegen und zeigt Verknüpfungen aller digitalen und analogen Kanäle zu einem homogenen Ganzen. Individualisierung, Personalisierung, Print-on-Demand, Web-to-Print oder Print-to-Web sind nicht neu, doch die Integration in eine cross-mediale Kommunikation ist eine Herausforderung. Werk II will aufzeigen, wie Print in einer online-dominierten Welt optimal verankert werden kann. Werk II verfügt mit der priint:suite über eine modulare Lösung für systemgestütztes Print-Publishing.

➤ www.priint.com

HALLE 7, STAND B01



KEINE HARDWARE, KEINE SOFTWARE – ABER TROTZDEM **vernetzt!**

Befreien Sie sich von Überflüssigem: 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



Hiflex

Die Vorstufe wird zum Automat

Gesetzt wird mit Content-Management-Systemen, Bildverarbeitung findet bei Fotografen und Kunden statt, das Ausschießen der Jobs übernehmen MIS und bei CtP zählt nur noch Automatisierung. Was also bleibt für die Vorstufe? Das Überwachen der Workflows. Mehr nicht, oder?

Von Klaus-Peter Nicolay

Was haben wir Prügel bezogen, als wir Ende 2009 den Artikel ›Stirbt nach Satz und Repro nun die Vorstufe?‹ veröffentlichten. Die haben wir gerne bezogen, weil der Beitrag viele in der Vorstufe aus der Reserve gelockt und animiert hat, über ihr Tun nachzudenken. Deshalb greifen wir das Thema noch einmal auf. Nicht aus Rechthaberei, sondern gerade weil die zurückliegenden Jahre unsere Thesen bestätigten und auch unangenehme Fakten diskutiert werden müssen. Denn wenn sich Fujifilm und Agfa aus dem Bau von CtP-Systemen zurückgezogen haben und Screen bei CtP kein Wachstum mehr erwartet, heißt das noch lange nicht, dass CtP nicht mehr benötigt würde. Doch sind das klare Zeichen dafür, dass beim Bau von CtP-Systemen technologisch das Ende der Stange erreicht ist.

Scannen ist längst Out

Ohnehin lagen viele Hersteller mit ihren Einschätzungen in der Vergangenheit gar nicht so daneben, wie viele Beispiele zeigen. Zuerst zogen sie sich aus bestimmten Segmenten zurück – und kurz später war genau dieser Bereich auch für die Vorstufenbetriebe kein Betätigungsfeld mehr.

Typisches Beispiel: die Bilddigitalisierung via Scanner. Auch wenn sich die Gesellschaft von der textorientierten zu einer bilddominierten Kultur gewandelt hat, bleibt für die grafische Branche, die die Bildreproduktion ehemals dominierte, nicht mehr viel übrig. Die Bildverarbeitung ist abgewandert und findet bei Kunden, Agenturen oder Fotografen statt. Wen wundert es da, wenn Scanner noch nicht einmal mehr ein Randthema in der Branche darstellen?

Fotografen liefern Digitalfotos, Bildagenturen bieten ihre Datenbestände per Internet an und Kunden bringen mit dem Auftrag gleich ein PDF mit – wenn sie es nicht per Web-to-Print uploaden. Die millionenschweren EBV- und Scannersysteme gibt es nicht mehr, weil die Bildverarbeitung wie der Satz popularisiert wurde. Trommelscanner wurden von Flachbettscannern abgelöst und das Know-how ganzer Generationen an Reprofotografen und Lithografen ist in Software eingeflossen und macht das Scannen zum Kinderspiel. Dabei ist das Angebot kleiner geworden und es sind auch andere Namen, die das Angebot beherrschen: Canon, Epson etc. Von ehemals namhaften Scannerherstellern wie Crosfield, Linotype-Hell oder Scitex ist nichts mehr zu sehen und Agfa, Screen oder Fujifilm haben längst andere Betätigungsfelder gefunden.

Die Vorstufe bleibt

Was für Satz und die Repro galt, bahnt sich nun auch in der Vorstufe an. Bildverarbeitung ist Teil des Color Managements. Auch hier ist intelligente Software in Workflows eingebunden und übernimmt die Aufgaben der bisherigen Fachkräfte – dabei werden die Jobs oft nicht schlechter erledigt, wenn man an die automatisierten Bildoptimierungsprogramme denkt.

Doch um nicht missverstanden zu werden: Die Vorstufe wird Teil einer

Druckerei bleiben. Denn beim eingangs erwähnten Szenario geht es um den Bau von CtP-Systemen und nicht etwa um die Druckformenherstellung an sich. Logisch, dass auch die Notwendigkeit besteht, die Platten zu belichten – nur wird alles immer automatisierter.

Denn wenn irgendetwas nicht mehr in die Landschaft einer Druckerei passt, sind das Engpässe in der Vorstufe. Im Vorfeld einer Investition sind neben den Abteilungen Druck und Weiterverarbeitung Analysen in der Vorstufe unabdingbar. Schließlich nehmen mit der Geschwindigkeit der Maschinen oder auch der Größe des Druckformates die Datenmengen überproportional zu. Dazu müssen Serverkapazitäten, Datendurchsatz, RIP- und Workflow-Geschwindigkeit und auch der Raumbedarf der Vorstufe überprüft werden. Ein CtP-System, das Druckplatten bis zu 3 m² Größe verarbeitet, ist nun einmal nicht auf kleinstem Raum unterzubringen. Dass solche Systeme ›mannlos‹ arbeiten, versteht sich fast von selbst und bestätigt die These, dass die Vorstufe durchautomatisiert wird.

Doch Prepress ist mehr als Druckplattenproduktion. Die Vorstufe ist überlebenswichtiger Teil der Wertschöpfungskette! Das haben Druckereien längst erkannt, verarbeiten



Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.

DRUCKMARKT impressions

www.druckmarkt.com



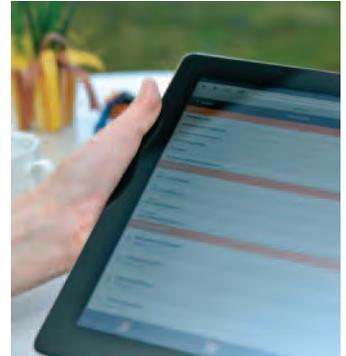
Automatisierung in der Vorstufe: Aufträge werden erfasst und einem Workflow zugewiesen.



Die Prozessschritte sind vorgegeben und verlangen in erster Linie Überwachung.



Der kreative Part der Vorstufe verlagert sich zunehmend auf 3D-Anwendungen und Simulationen.



Cloud Computing und Tablets halten Einzug und lassen völlig neue Arbeitswelten entstehen.

die angelieferten Daten in Workflows und lassen die PDFs in der Mehrzahl durch ihren Preflight laufen, ohne eingreifen zu müssen. Im Idealfall gilt: Einmal eingestellt, läuft alles automatisch.

Was bleibt?

Was also bleibt noch für Prepress oder Premedia? Ein zeitgemäßer Vorstufen-Workflow hat rein gar nichts mit der Allchemisten-Mentalität früherer Reprografien-Generationen zu tun. Die Vorstufe kann als komplexer Produktionsprozess der Drucksachenherstellung minutiös geplant und disponiert werden. Das setzt jedoch einen transparenten Workflow und ein MIS-System voraus, das die Prozesse der Vorstufe beherrscht. Schon lange können Kalkulationsprogramme auch ausschließen und den Produktionsablauf einer Druckerei bis hin zur Logistik vorausplanen.

Doch steht die Vorstufe hier vor einer neuen Herausforderung: Kunden müssen in das Netzwerk und den Workflow eingebunden werden. Das heißt auch, dass den Kunden mehr Verantwortung bei der Drucksachenherstellung übertragen wird. So wie Kreditinstitute das Online-Banking eingeführt haben – ein für

beide Seiten effektiver Schritt, der sich via Web-to-Print auch in der Druckindustrie durchsetzt.

Heizer auf der E-Lok?

Betrachtet man den Produktionsablauf einer Drucksache unter diesen Aspekten, sind Vorstufen-Fachleute mit dem Heizer auf der E-Lok vergleichbar. Denn was werden diese Leute funktionell betrachtet in Zukunft tun? Sie werden für den Nachschub an Verbrauchsmaterial wie Druckplatten sorgen und den Workflow überwachen. Es gibt zig Automatisierungsbeispiele, die auch Tätigkeiten wie den Umbruch betreffen. Längst gibt es Software, die ausrechnet, wie viele Seiten x-Tausend Buchstaben aus der Schrift Soundso in Größe y ergeben. Genauso gibt es eine Vielzahl an Programmen, die Katalogseiten, Bücher, PDFs oder Druckseiten ›on the fly‹ aus einer Datenbank erzeugen können.

Allerdings sollte wenigstens ein Mitarbeiter in der Vorstufe einen Blick



auf Bilder oder andere grafische Elemente werfen, stellt **Erwin Widmer**, Geschäftsführer der Ugra in St. Gallen fest. »Es gibt

Dinge, die sieht kein Workflow und kein Color-Management-System, die sieht nur der Mensch.« Und er be-

gründet dies: »Auch wenn zunehmend mehr Kunden die Daten anliefern, sollte ein Stück Fleisch auch im Druck noch immer aussehen wie ein Stück Fleisch. Das lässt sich bewerkstelligen. Schließlich gibt es noch genügend Fachleute, die dies nicht nur aufgrund ihres Farbempfindens bewerten, sondern auch entsprechend reproduzieren und anwenden können. An der Druckmaschine ist es nämlich zu spät!«

Cloud Computing und mehr

Wenn es eine logische Erklärung für die sich auflösende Welt der Druckvorstufe gibt, ist es das rasante Fortschreiten der Computer-, Speicher- und Netzwerktechnologien. So wäre vor zehn Jahren niemand auf die Idee gekommen, Druckplatten mit 80 Seiten und mehr in einem CtP-System belichten zu wollen. Es wäre von der Rechnerpower und Speicherkapazität schlicht und einfach unmöglich gewesen. Auch andere Entwicklungen wie beim Personalisieren im Digitaldruck und beim Large Format Printing wären ohne entsprechende Rechnerleistungen nicht so rasant vorangeschritten.

Bleibt festzustellen: Die Druckvorstufe ist Teil des Publishing-Prozesses geworden. Und damit ist auch das Drucken in eine neue Phase ge-

treten. Es spielen sich Revolutionen ab, die im Gegensatz zum Desktop Publishing der 1980er Jahren jedoch eher leise sind. ›Remote Control‹ wird die Berufswelt weiter verändern. Computersysteme kommunizieren miteinander, reparieren und aktualisieren sich gegenseitig und lernen voneinander.

Die Tätigkeiten der Fachleute verlagern sich zunehmend auf den Geist, die Klick-Hand und die Maus – auf die Bedienung immer leistungsfähiger werdender Computer. Dabei ist es inzwischen völlig gleich, wo der Computer steht. Schlagwort hier: Cloud Computing. Auch dies wird erheblichen Einfluss auf die Tätigkeiten der Vorstufe haben und neue Arbeitswelten entstehen lassen. Schon zur drupa 2012 häufen sich die Ankündigungen von Online-Plattformen und cloud-basierten Anwendungen. Es geht um die Automatisierung des gesamten Druckprozesses in bislang noch nicht gekannten Dimensionen.

Lesen Sie auf den nächsten Seiten, was die drupa-Aussteller an Neuheiten für den Bereich Pre-media und Prepress zu bieten haben.



Agfa Graphics**NEUE AZURA-DRUCKPLATTE UND BELICHTER**

Agfa will das Druckplattensystem auf ThermoFuse-Basis für Anwendungen mit hohen Druckauflagen auszudehnen. Mit dem Azura TS-System können Akzidenzdruckereien effizienter und stabiler arbeiten und ihren ökologischen Fußabdruck verkleinern. Die Azura CX125 COU verringert den Verbrauch an Gummierung, verlängert die Lebensdauer und sei auf Platten volumens bis 40.000 m² pro Jahr ausgelegt.

Daneben führt Agfa zwei neue Hochgeschwindigkeits-CtP-Systeme für den hochvolumigen Markt ein. Advantage N PL HS (Palettenbeladung) und Advantage N TR HS (Trolley-Beladung) produzieren bis zu 350 Druckplatten pro Stunde. Der Advantage N PL HS wird im Echtbetrieb vorgeführt und die chemiefreie violette Platten N94 VCF belichten. Durch das neue Design können vollautomatisch zwei Paletten à 3.000 Druckplatten abgearbeitet werden. Eine zusätzliche Panoramaplatten-Kassette ist integriert.

➤ www.agfagraphics.de

HALLE 8, STAND B64

Chromos**RUNDGANG UND APP**

Chromos lädt zu einem Rundgang auf die Stände der Partner ein und



bietet eine informative drupa-App.

➤ www.chromos.ch

Basysprint**NEUE BELICHTER FEIERN DRUPA-PREMIERE**

Basysprint stellt neue UV-Plattenbelichter für das Großformat und eine neue Generation der UV-Setter für das 4- und 8-Seiten-Format. Die VLF-Serie für das Großformat ist in den Automatisierungsstufen manuell, halbautomatisch und automatisch erhältlich. Die maximale Plattengröße beträgt 1.485 x 2.100 mm. Erzielt wird eine Auflösung von bis zu 2.400 dpi. Die Flachbett-Belichter können bis zu 320 Einzelplatten aufnehmen. Ebenfalls neu ist die nächste Generation der Plattenbelichter für das 4- und 8-Seiten-Format. Verarbeitet werden UV-empfindliche Offsetdruckplatten. Die neuen UV-Setter 460x und 860x erreichen ebenfalls eine maximale Auflösung von 2.400 dpi. Die Plattengröße kann beim Modell 460x maximal 680 x 830 mm betragen, beim 860x sind es 940 x 1.150 mm. Belichtet werden bis zu 145 Platten in der Stunde. Die modular aufgebauten Flachbett-Systeme lassen sich später weiter automatisieren.

➤ www.xeikon.com | **HALLE 8A, STAND B44**

**Barbieri****MIT DEM NEUEN SPECTROPAD AUF DRUPA**

Barbieri electronic zeigt seine Produktpalette an Spektralfotometern für den digitalen Großformatdruck und den industriellen Druck. Die



Messgeräte sind in der Lage, verschiedene Materialien in Auf- und Durchlicht (darunter auch Textilien, Glas, Backlit Film etc.) auszumessen. Neben dem Spectro Swing zum Messen flexibler, dünner Materialien und dem Spectro LFP, das auch für starre und dicke Materialien geeignet ist, wird das brandneue SpectroPad gezeigt.

Das Barbieri SpektoPad ist das neue tragbare Messgerät für alle Digitaldruckprofis. Dank seiner großen Messblende ist es in der Lage, die verschiedenen Aufsicht-Materialien (Banner, Canvas, Karton, Textilien, Fine Art Papier, Vinyl und PVC) wiederholgenau zu messen. Dank Akku und WiFi-Datenübertragung kann es ohne Computer betrieben werden; auch direkt am Drucker, ohne den Ausdruck zerschneiden zu müssen.

Es ist das erste Messgerät mit eingebauter Barbieri »qb-technology«, die auf einer D50-Beleuchtung basiert und die präzise Spektraloptik enthält. Die neu zum Einsatz kommende D50-Beleuchtung basiert auf der LED-Technologie von Just Normlicht.

➤ www.barbierielectronic.com

HALLE 7, STAND A23

CGS**»READY FOR TAKE OFF WITH ORIS«**

CGS Publishing Technologies International wird unter dem Motto »Ready for take off with ORIS« seine Werkzeuge zur vollen Farbkontrolle präsentieren.

Auf dem 130 m² Stand legt CGS bei der Präsentation seiner Produkte dabei besonderes Augenmerk auf die einfache Darstellung für Besucher. Dies geschieht unter dem Slogan »Lassen Sie Ihre Farben nicht unbeaufsichtigt«. Der Besucher kann an verschiedenen ORIS Software-Countern auf dem CGS Stand einchecken und sich mit Hilfe modernster Kommunikationswerkzeuge darstellen lassen, wie einfach es heutzutage ist, alle digitalen farbigen Drucksysteme standardisiert, stabil und vorhersehbar drucken zu lassen und dabei noch Geld zu sparen.

Im »Duty Free Shop« können sich Kunden auch gleich noch überzeugen lassen, wie leicht es ist, von der Kreation bis zum Prototypen Prüfmuster von allen Arten von Verpackungen zu erstellen und das speziell auch unter Einsatz von metallischen und weißen Druckfarben. Im Produktionsbereich gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Digitaldrucksysteme zu sehen, die im praktischen Einsatz zeigen, wie druckflottenübergreifendes Farbmanagement funktioniert.

➤ www.ready-for-truecolors.com

HALLE 8B, STAND A66

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

DuPont NEUE GERÄTE UND PLATTEN FÜR DEN FLEXODRUCK

DuPont wird einen kompletten DuPont Cyrel Fast Round-Workflow am Stand präsentieren, um höchste Qualität und schnelle Zugriffszeiten bei der Verarbeitung von fotopolymeren Sleeves zu demonstrieren. Die Hauptkomponente ist hierbei der DuPont Cyrel Fast Round 1450 FR, ein thermischer Prozessor zur lösemittelfreien Herstellung hochwertiger Drucksleeves. Außerdem wird der Digital Imager Esko CDI



Die durchgehenden Flexo-Sleeves des DuPont Cyrel Fast Round 1450 FR ermöglichen einen schnellen Wechsel zur Druckpresse, hohe Druckpressengeschwindigkeiten und die Möglichkeit, qualitativ hochwertige Designs nachhaltiger zu drucken. Foto: DuPont.

1450 Cantilever mit Inline UV2 gezeigt. Der Fast-Round-Workflow wird durch ein Cyrel Microflex-Montagesystem ergänzt, das es ermöglicht, mehrere Cyrel Round-Sleeves registergenau auf einem einzelnen Druckadapter zu fixieren und somit die Flexibilität des hochproduktiven Sleeve-Workflows weiter zu erhöhen. Neue kompressible Adapter, die von Inometa für den DuPont Cyrel Round-Workflow optimiert wurden, werden ebenfalls vorgestellt. Die Adapter sind in allen Standardgrößen für Hochleistungs- und Hochgeschwindigkeitsdruckmaschinen erhältlich. DuPont Packaging Graphics stellt eine Auswahl neuer Flexo-Druckplatten vor, die eine verbesserte

Druckqualität bei hoher Geschwindigkeit ermöglichen sollen. Mit neuer Oberflächenstruktur sind die DuPont Cyrel DSP und Cyrel Fast DFP ausgestattet. Beide Platten sind für den digitalen Workflow konzipiert und für den Druck von flexiblen Verpackungen optimiert. Eine weitere Druckplatte ist die Cyrel DFR, die thermisch mit Cyrel Fast verarbeitet werden kann. Außerdem stellt DuPont eine Serie neuer fotopolymerer Druckplatten für Veredelungs- und Lackanwendungen vor. Die Druckplatten kommen in Offsetmaschinen zum Einsatz, die über entsprechende Lackwerke beziehungsweise Beschichtungseinrichtungen verfügen.

➤ www.dupont.com
HALLE 8B, STAND C24

DotLine CtP SCHNELLSTE BELICHTUNGSTECHNOLOGIE

Auf der drupa wird DotLine Technologie insgesamt in drei Hallen anzutreffen sein, um die unterschiedlichen Zielgruppen besser zu erreichen. Auf dem eigenen Stand wird die schnellste Belichtungstechnologie für die standardisierte Zeitungsproduktion und ein vollautomatisches Belichtungssystem für den Akzidenzdruck ausgestellt. DotLine wird seine effektivste CtP Linie zur Verarbeitung von umwelt-



freundlichen, chemiefreien Photopolymerplatten zeigen. Mit dem präsentierten VMAX Belichter trägt das Unternehmen bereits in vielen Druckvorstufen zur Effizienzsteigerung bei.

➤ www.dot-line.de
HALLE 6, STAND C75

Enfocus DYNAMISCHE PREFLIGHT- PROFILE

Enfocus bringt seine neuen Versionen PitStop Pro 11 und PitStop Server 11 auf den Markt. Die neuen Versionen schöpfen das Potenzial der Prüf- und Korrekturoptionen des PitStop-Systems mit vom Anwender über Variable festgelegten oder automatischen, aus dem Auftrag übernommenen, Werten aus. Diese variablen Werte werden von den dynamischen Preflight-Profilen in Version 11 genutzt, um den Auftrag



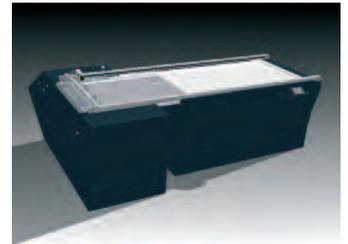
mit den korrekten, jobspezifischen Werten prüfen und korrigieren zu können. Durch die schnelle und korrekte Verknüpfung des PDFs mit den spezifischen Kundenanforderungen läuft der Prozess zügiger und exakter ab.

PitStop Server 11 bietet eine neue Automatisierung. Hier können die Preflight-Einstellungen und -Werte über auftragsspezifische Daten, wie JDF- oder XML-Jobtickets, die häufig von einem MIS- oder Ad-Booking-System generiert werden, festgelegt werden. Durch die Nutzung von Meta-Daten wie JDF- und XML während des PDF-Preflights und der -Korrektur, werden Produktionsprozesse bereits deutlich gestrafft. Zudem bietet PitStop 11 eine intelligenter Textbearbeitung.

➤ www.enfocus.com
HALLE 8B, STAND A23

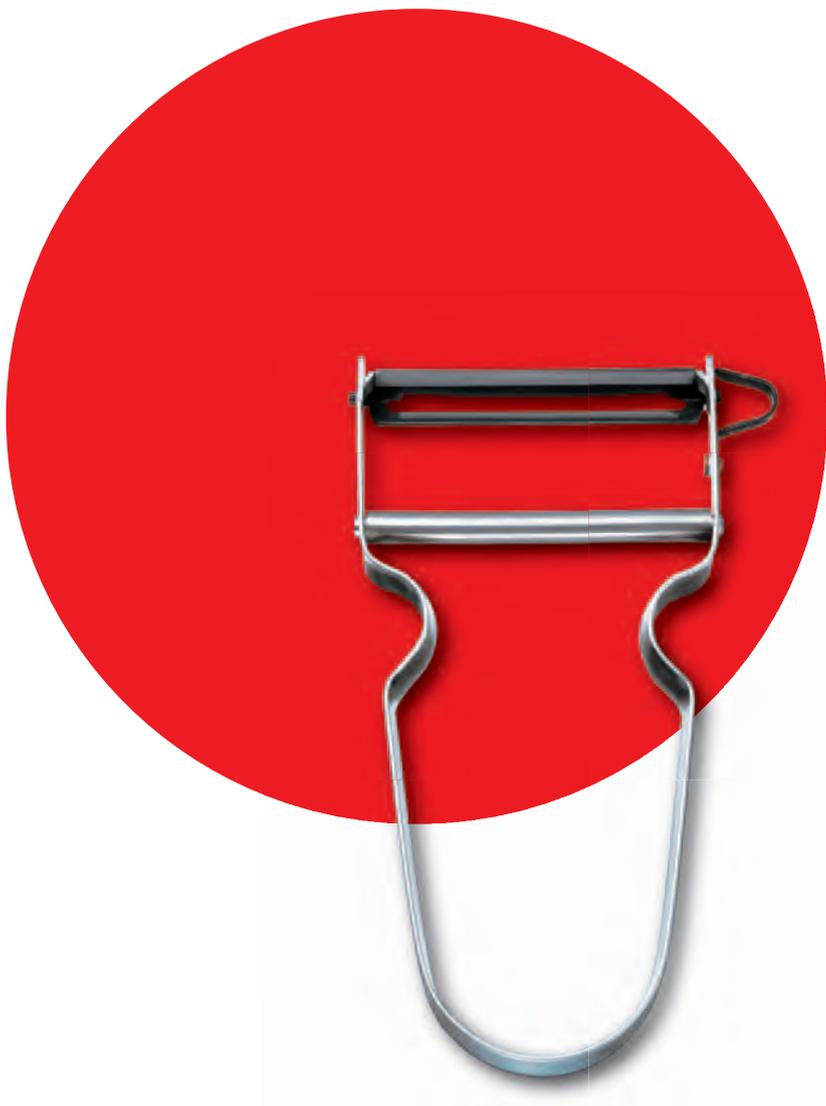
Esko CDI Spark EINE FABRIK FÜR FLEXOPLATTEN

Der CDI Spark 4835 Auto verfügt über eine kombinierte Haupt- und Rückseitenbelichtungseinheit in einem Gerät. Die Funktionen für das vollautomatische Laden und Entladen der Platten machen den CDI zu einer echten »Plattenfabrik« mit unbeaufsichtigtem Betrieb und weniger manuellen Bedieneingriffen, was zu einer Erhöhung der Produktivität und Verringerung der Produktionsrisiken führt. Die digita-



le UV-Rückseitenbelichtung komplettiert das Konzept von Esko für eine volldigitale UV-Härtungs- und Trocknungsumgebung. Die Aushärtung erfolgt durch digitale UV-Laserdioden ähnlich wie bei der bisherigen Inline UV-Technologie. Es ist bekannt, dass die »Bodenhöhe« einen erheblichen Einfluss auf die Flexodruckqualität hat. Die heute üblichen, herkömmlichen UV-Belichtungseinheiten haben UV-Leistungsschwankungen. Durch die Digitalisierung der Rückseitenbelichtung bietet Esko einen voll gesteuerten Belichtungsprozess. Diese Technologie sorgt für eine einheitliche und vorhersehbare Bodenhöhe, wodurch die Druckqualität und Stabilität enorm erhöht wird.

➤ www.esko.com
HALLE 8B, STAND A23



chromos

starke Marken, starke Lösungen



Laden Sie unser neues und informatives **Drupa-App** herunter:
www.chromos.ch

Die beste Lösung. Chromos hat sie.

Chromos bietet die führenden Weltmarken in den Bereichen Offset, Digital Printing, Packaging und Label Printing, Post Press, Coding und Packing.

Und somit immer die beste Lösung für die Erfolgsgeschichte Ihres Kunden.



Gesamtlösungen für Druck und Verpackung: Chromos AG, Niederhaslistrasse 12, CH-8157 Dielsdorf, Tel. +41 44 855 50 00, www.chromos.ch

Mit **Imsag AG** hat Chromos einen starken, kompetenten Servicepartner für Installationen, Umzüge, Revisionen, Projektplanungen, Ersatzteile.

Esko Suite 12 3D-FUNKTIONEN FÜR MODERNE MARKEN

Die Suite 12 von Esko feiert Premiere, ein Update für Anwender in der die Verpackungs-, Etiketten- und Displaybranche. Durch bessere 3D-Funktionen hat das sogenannte FMOT-Konzept (first moment of truth) eine größere Bedeutung in der Lieferkette. Die in WebCenter 12 integrierten Tools für das Verpackungsmanagement bieten einen Überblick über das gesamte Verpackungsprojekt und bessere Steue-



rungsmechanismen für die einzelnen Prozessschritte. Dabei sorgt die Color Engine 12 für Konsistenz und Präzision bei der Farbwiedergabe. Beeindruckend sind die umfangreichen 3D-Funktionen. Durch die Visualisierung eines verpackten Objekts in einer realistischen Einzelhandelsumgebung trägt Store Visualizer 12 zu einer Implementierung bei. In Store Visualizer 12 lässt sich die gesamte Ladenumgebung mit vorkonfigurierten Einrichtungskomponenten ganz nach Belieben gestalten.

➤ www.esko.com

HALLE 8B, STAND A23

ECRM NEUES CTP-SYSTEM NAUTILUS 8

ECRM will zur Messe sein neues 8-Seiten-CTP-System vorstellen. Das System belichtet Offsetplatten von 2 bis 8 Seiten mit bis zu 2.400 dpi in einer Geschwindigkeit von bis zu 180 Platten/h. Bei Einsatz eines Violett-Lasers können entsprechende ›Low-chem‹- oder chemiefreie Platten verarbeitet werden.

➤ www.ecrm.com | **HALLE 7, STAND C09**

Fujifilm Brillia HD LH-PXE ›LO-CHEM‹-DRUCKPLATTE FÜR HOHE AUFLAGEN

Fujifilm stellt die Brillia HD LH-PXE vor – eine positiv arbeitende thermale CtP-Druckplatte für hohe Auflagen im Bogen- und Rollenoffset. Der neueste Zuwachs zur ›lo-chem‹-Produktfamilie ermöglicht schon uneingebrannt sehr hohe Auflagen bis zu 500.000 Umrollungen und im eingebrannten Zustand sogar Auflagen von über 1.000.000.

Die Platteneigenschaften der Brillia HD LH-PXE sind auf eine neue Doppelschicht-Emulsion zurückzuführen, was sowohl eine bessere Standfestigkeit als auch die Reduzierung der Herstellung von Ersatz- und Austauschplatten zur Folge hat. Die hochempfindliche Emulsion benötigt nur ein Minimum an Laserleistung und ermöglicht so schnellere Druckplattenbelichtungen (belichterabhängig).

Brillia HD LH-PXE ist kompatibel zur Fujifilm ›FLH-Z (ZAC)‹-Entwicklungsmaschine, die es ermöglicht, den Chemieverbrauch zu reduzieren, Entwicklerstandzeiten zu maximieren und Reinigungszeiten zu verkürzen.

Zudem zeigt Fujifilm zudem neue Software-Programme und Funktionen rund um den XMF-Workflow und ein erweitertes Programm an Inkjet-Digitaldruckmaschinen.

➤ www.fujifilm.eu

HALLE 8B, STAND A25

Fujifilm XMF ColorPath CLOUDBASIERTES FARBMANAGEMENT

XMF ColorPath ist ein neues, cloudbasiertes Farbmanagement-System von Fujifilm, das die Kalibrierung und Einhaltung von Druckstandards wie ISO 12647-2 unterstützt. Das System arbeitet über verschiedene Druckverfahren wie Offset-, Digital- und Siebdruck hinweg und erzielt innerhalb dieser Prozessketten hohe Farbkonsistenz. XMF ColorPath Sync erzeugt Device-link ICC-Profile und ISO-



Druckkennlinien, damit Drucker schnell und über eine Vielzahl von Drucksystemen hinweg ISO 12647-2-Konformität erreichen können. Die Lösung wird über einen Webbrowser gesteuert, wobei die Spektralphotometer aus den Browsern angesteuert werden, sodass keine Client-Software installiert werden muss. XMF ColorPath Sync erstellt Device-link Profile zur Übereinstimmung mit ISO 12647-2. Verlieren Drucksysteme durch veränderte Arbeitsparameter oder modifizierte Bedingungen die Konformität, erstellt XMF ColorPath Sync automatisch Farbkorrekturen, um die Farbausgabe wieder auf den Standard anzugleichen. XMF ColorPath-System ist als Teil der XMF Workflow-Suite erhältlich, aber auch als Einzellösung.

➤ www.fujifilm.eu

HALLE 8B, STAND A25

GMC Software Technology GEMEINSAM MIT PARTNERN AUF DER DRUPA

GMC Software Technology wird gemeinsam mit Hardware-Partnern auf der drupa in Düsseldorf vertreten sein. An den Ständen von HP (Halle 13, Stand A75), Océ (Halle 8A, Stand B08) und Xerox (Halle 8B, Stand, A62) werden Experten von GMC aufzeigen, wie die Lösung Inspire von GMC bei der gedruckten Kundenkommunikation zur Wertsteigerung und zur Erhöhung der operativen Effizienz beiträgt. »Natürlich erhalten die digitalen Kommunikationskanäle als neue Marketingplattform inzwischen einen großen Teil der Branchenaufmerksamkeit. Dennoch ist der Beitrag gedruckter Kundenkommunikation bei der Kundengewinnung und -bindung nicht zu ersetzen«, sagt Bill Parker, Marketingleiter von GMC Software Technology. »Gemeinsam mit unseren Partnern zeigen wir den Messebesuchern Möglichkeiten auf, den Nutzen aus ihren Print-Kampagnen gezielt zu steigern.«

➤ www.gmc.net

GMG
›REVOLUTIONÄRE‹
SONDERFARBENTECHNOLOGIE
Mit dem neuen Sonderfarben-Tool für den Verpackungsdruck, einer universellen Cloud-Lösung, der GMG ProductionSuite, und der Weiterentwicklung der Proof- und Colormanagementlösungen hat GMG sein Messepaket geschnürt. GMG zeigt die Berechnung von Profilen, die den Zusammendruck von Sonder- und Prozessfarben simulieren.

➤ www.gmgcolor.com

HALLE 4, STAND B25

Heidelberg SupraSetter-Baureihe

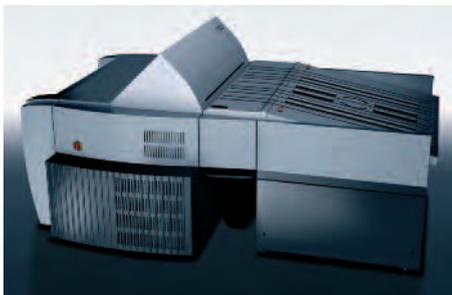
NEUE FUNKTIONEN FÜR CTP-BELICHTER

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



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

Für die SupraSetter 105 und A105 steht mit der vollautomatischen Platteneinlegeeinheit Auto/Dual-Cassette-Loader (ACL/DCL) ein neues Automationskonzept zur Verfügung. Kassettenfächer und ein Transportband sind in das System integriert und ermöglichen eine verringerte Stellfläche um bis zu 45%.



Der SupraSetter 105 mit Auto/Dual-Cassette-Loader benötigt weniger Platz und eine kleinere Entwicklungsmaschine.

Zudem kann zwischen einer Variante mit einem oder mit zwei Kassettenfächern gewählt werden. Daneben können weitere Plattenformate manuell geladen werden. Optional ist für das Format 70 x 100 cm jetzt ein Drehtisch erhältlich, der die bebilderten Platten auf dem Transportband um 90 Grad vom Querformat ins Hochformat dreht. Dadurch kann eine Entwicklungsmaschine mit einer Einlaufbreite von 85 cm verwendet werden. Der Einsatz der kleineren Entwicklungsmaschine reduziert die Kosten und verringert den Einsatz von Chemie und Energie.

➤ www.heidelberg.com | HALLE 1

Impressed LÖSUNGEN FÜR PREPRESS- UND REDAKTIONS-WORKFLOWS

Die Impressed GmbH ist zusammen mit ihren Partnern Enfocus, ColorLogic und Lithotechnics im dip vertreten und bietet Lösungen für Prepress- sowie Redaktions-Workflows an. Schwerpunkte bilden die Prüfung und Übertragung von Daten sowie die Automatisierung von Prozessen in der Vorstufe. Enfocus Switch ist eine Lösung für die Automatisierung von Arbeitsschritten. Neben dem Datenempfang und -versand bietet Switch Funktionen zum Filtern, Sortieren und Routen von Daten inklusive der Unterstützung von Metadaten (JDF, XML, XMP, IPTC, EXIF etc.). Switch bildet das Bindeglied zwischen MIS- und Job-Planungs-Systemen, Web-Portalen, Datenbanken sowie Vorstufen-Workflows oder Ausgabe-RIPs.

➤ www.impressed.de

HALLE 7A, STAND C20/C22

Jorg WORKFLOW, W2P UND DIGITALDRUCK

Jorg Graphische Produkte GmbH will getreu dem Motto »We think digital« neben dem Workflow Jorg Production. Suite eine eigene Web-to-Print-Lösung sowie eine HP Indigo Press 5500 mit UV-Lackierer von Tec Lighting im Einsatz zeigen.

➤ www.jorg.de

HALLE 5, STAND A23

K-Zone bei Kodak SCHAUPLATZ VON LIVE-DISKUSSSIONEN

Besucher der drupa werden auf dem Messestand von Kodak in der K-Zone Live-Präsentationen erleben können. Hier finden Diskussionen mit Branchenexperten, Produktverantwortlichen, Kunden und strategischen Partnern statt. Zu den mehr als 60 während der Messe geplanten Veranstaltungen in der K-Zone zählen Interviews mit Lighthouse-Kunden von Kodak, die von ihren erfolgreichen Geschäftsstrategien beim Übergang zum Digitaldruck berichten werden. Zudem stehen Podiumsgespräche über Akzidenz-, Verlags- und Verpackungsdruckanwendungen sowie Produktpräsentationen und Referate von Gastrednern von einigen der mehr als 40 Kodak-Partnern auf dem Programm.

Die Themen der Veranstaltungen reichen von der Kodak Prosper Druckmaschinenplattform und Nexpress Druckmaschine bis zur Sonora XP Platte und dem Prinergy-Workflow. Dabei werden Fragen wie »Die Zukunft des Workflows«, »Das ganze Potenzial des Druckvorstufensystems« oder »Flexodruck wirkungsvoll und effizient« erörtert.

➤ www.kodak.com/go/drupa

HALLE 5, STAND F09



Schlaumacher Computer-to-Plate hat sich etabliert. Dabei geht es heute jedoch immer weniger um die Maschinen-Hardware der Belichter, als vielmehr um die Druckplatten, die verarbeitet werden sollen. Um die Plattentechnologien ist ein Kampf entbrannt, der die Diskussionen bei Computer-to-Plate bestimmt. Die beiden Ausgaben schaffen Klarheit mit Grundsatzartikeln und Marktübersichten.

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

Kodak Prepress-Highlight ›Sonora‹

STEIGENDE NACHFRAGE NACH PROZESSFREIEN PLATTEN

Im Vorfeld der drupa hatte Kodak mitgeteilt, dass die Kapazität der Plattenfertigung im englischen Leeds durch eine umfangreiche Aufrüstung gesteigert wurde. Dies sei aufgrund der um etwa 35% gewachsenen Nachfrage nach der prozesslosen Thermal Direkt Platte in den letzten beiden Jahren



notwendig geworden und die Voraussetzungen für eine neue Platte, die Kodak Anfang März ankündigte. Mit der neuen prozesslosen Sonora XP bietet Kodak als Nachfolger für die Thermal Direct eine Platte ohne

Verarbeitung und Chemie mit Qualitäts- und Druckeigenschaften einer hochwertigen Thermoplatte. Nach der Bebilderung wird die Sonora XP während der Anlaufprozedur in der Druckmaschine fertiggestellt. Dies spart Zeit und reduziert den ökologischen Fußabdruck der Druckerei.

WORKFLOW Ebenfalls zur drupa gibt es wie erwartet eine neue Kollektion von Workflow-Tools. Dazu gehören die Software Kodak Prinergy 6, die Insite-Prepress-Portal-Software sowie entsprechende Apps für iPads, neue Versionen der Colorflow-Software und der Preps-Ausschießsoftware. Diese Tools leisten sollen durch die Automatisierung manueller Produktionsprozesse in digitalen und hybriden Produktionsumgebungen einen Beitrag zur Steigerung der Rentabilität leisten. Der neue Kodak Intelligent Prepress Manager 2.0 (IPM 2.0) repräsentiert vernetzte und proaktive Funktionen und Services, durch die Druckereien die Produktivität ihrer Vorstufensysteme steigern können, wobei eine mobile App die Flexibilität bietet, Prepress-Systeme vom Smartphone oder anderen mobilen Geräten aus zu verwalten.

FLEXCEL DIRECT ist ein Laser-Direktgravurverfahren für die Produktion von Flexo-Sleeves. Die Lösung aus Laserdirektgravur und Verbrauchsmaterialien soll eine kostengünstigere Produktion von In-the-Round-Sleeves für den Verpackungsdruck ermöglichen und zur Steigerung bei Druckqualität und Produktionskonstanz beitragen sowie gleichzeitig die Rüstzeiten verkürzen.

➤ <http://graphics.kodak.com> | HALLE 5, STAND F09

Krause

BOGENMONTAGE, WORKFLOW UND CTP

Krause stellt auf der drupa die neueste Version der KIM-Ausschießsoftware vor. Ergänzt durch den Produktion Manager Workflow, der die Konfiguration von Workflows für unterschiedliche Aufträge ermöglicht, entsteht so eine leistungsfähige Workflow-Umgebung für den Akzidenzbereich. Für die Zeitungsproduktion wird

das aktuelle JetNet Workflowsystem gezeigt, und für die automatisierte CTP Produktion wird der Smart'n'Easy Jet Belichter mit Fin Entwicklungsmaschine für das Einstiegssegment sowie der LS Jet Multiformat mit PowerLoader und BlueFin Entwicklungsmaschine im Highend-Bereich zu sehen sein.

➤ www.krause.de

HALLE 8B, STAND A22

Lüscher

CTP-BELICHTER UND LACKPLATTE ACCENT

Im Rampenlicht steht der 8-Seiten-Belichter mit UV-Technologie. Der XDrum UV mit dem leistungsstarken UV-Lasersystem wurde speziell für den Einsatz im Akzidenz- und Verpackungsdruck entwickelt. Mit dem Außentrommelbelichter lassen sich Formate bis 930 x 1.050 mm und 25 Platten/h verarbeiten. Weiteres Highlight ist der großformatige Flachbettbelichter MultiDX 240. Die Weiterentwicklung des MultiDX



220 belichtet Druckformen bis zum Format 1.300 x 1.100 mm und eignet sich für starre und flexible Siebdruckformen. Durch die Hybridtechnologie kann der MultiDX 240 Flexo-, Offset- und Buchdruckplatten sowie Platten für Heißfolien-, Präge- und Stanzanwendungen belichten. Die Auflösung bis 5.080 dpi garantiert exzellente Druckqualität. Die Lackplatte Accent ist ein Produkt aus gemeinsamer Forschung und Entwicklung mit dem Plattenhersteller Mac-Dermid. Die Accent wurde für Offsetdruckereien im Bereich Verpackungs- und Werbedruck entwickelt. Die Bebilderung von Lackplatten für Spot- und Flächenlackierungen kann mit der Accent auf dem XPose UV-CtP-System erfolgen.

Lüscher informiert zudem über die XPose-Maschinen bis zum XXL-Format von 96-Seiten.

➤ www.luescher.com

HALLE 5, STAND B38

Mitsubishi Paper Mills

CHEMIEFREIE CTP-LÖSUNG AUF DER DRUPA

Mitsubishi Paper Mills Ltd zeigt auf einem 250 m² großen Messestand unter dem Motto ›Print... Profit... Preserve...‹ Innovationen für den Druckbereich. Highlight ist die Vorstellung eines neuen CtP-Belichtungssystems mit der Violet Digiplate (VDP), der neuesten Generation von chemiefreien Offset-Druckplatten.

Diese violett-empfindliche Platte ist eine chemiefreie Polymerplatte und arbeitet mit einer Polymer-Vernetzungstechnologie. Die Platten auf Polyester- oder Papierbasis sind in Stärken bis zu 0,28 mm verfügbar und werden in einem CtP-Innentrommel-Vollautomaten mit violetttem Laser erstellt. Der CtP-Belichter Violet Digiplate VDP-CF 3070 ist für ein maximales Plattenformat von 780 x 680 mm ausgelegt. Die Druckeigenschaften der Violet Digiplate werden live auf einer Heidelberger Speedmaster SM74 gezeigt. Im Bereich Funktionales Drucken zeigt Mitsubishi Paper in einer Live-Vorführung die Neuentwicklung Silver Nano Tinte und Medien. Mit dem System drucken Anwender elektrische Schaltungen mittels Ink-Jet Verfahren auf spezielle Medien. Zusätzlich werden auf dem Messestand aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich der gestrichenen Kommunikationspapiere sowie Produktions-InkJet Papiere der Mitsubishi Paper Mills Gruppe gezeigt.

➤ www.mitsubishi-paper.com

HALLE 9, STAND C22

Quark Publishing System 9

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

Selbst konfigurierbare iPad Kiosk-App mit integriertem In-App-Purchase

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

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.™**



NELA

PRODUKTIVITÄT, LOGISTIK, SPEED, VISION UND QUALITÄT

Die Brüder Neumeister GmbH, Anbieter von Plattenautomation und Präzisionsstanz- und Biegesystemen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck, präsentiert auf der drupa zahlreiche Neuheiten zu den fünf »Print-Top-Themen« Produktivität, Logistik, Speed, Vision, und Qualität.

Im Bogenoffsetdruck sorgen die schnelle Geschäftsabwicklung über das Internet und kleine Auflagen zu steigendem Plattenverbrauch und häufigen Plattenwechseln. Produktivitätssteigerungen werden durch Automation der Plattenbiegung, Stanzung und Vorsortierung der

NELALogistack werden auf der drupa präsentiert.

Im Zeitungsdruck dominiert neben Plattenlogistik und Automatisierungsprojekten weiterhin die Geschwindigkeit das Geschehen.

NELA präsentiert auf der drupa das VCPevolution HS 800 Registerstanz- und Biegesystem, das mehr als 420 Platten je Stunde bearbeiten und damit mit den schnellsten heute verfügbaren Belichtern inline kombiniert werden kann.

NELA spezialisiert sich bereits seit Jahren auf die Anwendung optischer Prüfsysteme in der Druckindustrie. Eine logische Erweiterung

Nela VCP HS 800.



Druckplatten erreicht. Der auf dem Messestand präsentierte NELA SF Bender 1100 biegt bis zu 120 Platten/Stunde im 3B-Format und kann inline an jede Plattenbelichtungsstraße angeschlossen werden. Ein Spezialstapler übernimmt die job-bezogene Vorsortierung der Druckplatten.

Auch im großformatigen Rollenoffsetdruck müssen Druckplatten just-in-time zur Verfügung gestellt werden, und zwar möglichst schon in der richtigen Reihenfolge der Druckaufträge für Zylinder und Rotation. Die dafür notwendige Plattenlogistik, das heißt Lager-, Sortier- und Transportsysteme mit der dazu gehörenden Software, fertigt NELA nach Kundenanforderung. Installationsbeispiele mit dem

der vollumfänglichen Kontrolle des »Passers« auf Platte und Papier ist das NELA OPRC System zur vollautomatischen optischen Überwachung von Schnitt- und Farbregister auf der Papierbahn. Das System ist zudem ideal geeignet zum nachträglichen Einbau in bereits installierte Rotationen und wird auf dem Messestand im live-Betrieb präsentiert.

➤ www.nela.de
Halle 8A, Stand B61

Pantone

DIE FARB-DNA FÜR MARKENAERTIKLER

X-Rite wird auf der drupa seinen Cloud-basierten Farb-Service PantoneLive vorstellen, der den Zugriff auf wichtige Markenfarbstandards gewährleistet. Die wesentliche Komponente von PantoneLive sind die Markenfarbstandards, die aus originalen Druckfarben auf Substraten unter Verwendung der jeweiligen Druckverfahren abgeleitet wurden. Damit können beispielsweise Markenartikler vorhersagen, wie die Sonderfarben des Unternehmens auf welchen Substraten einschließlich auf brauner Wellpappe, durchsichtiger Folie oder weißem Kunststoff wiedergegeben werden. Die Farbpalette einer Marke ist mit einer Farb-DNA vergleichbar und wird in einer sicheren Cloud-basierten Datenbank verwaltet, um mit jedem Zulieferer weltweit eine präzise Farbkommunikation zu ermöglichen. Diese zentrale Farbkommunikation fördert die Konsistenz und trägt dazu bei, die Zeit vom Erstentwurf bis zur Endproduktion und zum Marktauftritt zu verkürzen. Dabei werden auch die



Einricht- und Farbabstimmprozesse im Druck vereinfacht und vermindern den Makulaturanfall. Darüber hinaus bietet das Portal allen Zulieferern Hilfe bei den von der Marke an die Farbqualität gestellten Anforderungen.

➤ www.pantone.com | HALLE 5, STAND D 23

Sibress

NEUE AKZENTE BEI DER MESSTECHNIK

Der deutsche Hersteller Sibress präsentiert neue und weiterentwickelte Mess- und Qualitätssicherungs-lösungen für Aniloxwalzen sowie Flexo- und Tiefdruckformen. Das Anilox- und Tiefdruckzylinder-Messsystem MD-3DQC bildet die Ergebnisse in grafischer 3D-Darstellung und als numerisches Ergebnis ab. Eine neuartige Optik ermöglicht das Messen von grob gerasterten Bereichen mit weniger als 10 L/cm (< 25 lpi). In der höchsten Optikaufauflösung können Raster von über 800 L/cm (> 2.032 lpi) analysiert werden. Die Ergebnisse liegen dann in weniger als 35 Sekunden vor.

Sibress präsentiert erstmals ein Flexo-Messsystem für schwarze Elastomere sowie für fotopolymere Druckformen mit Stahlblechträger. Dafür wurde eine spezielle Software entwickelt, die die Besonderheiten dieser Materialien berücksichtigt. Ebenso lassen sich mit dem System Buchdruckplatten mit Metallträger, wie sie zum Beispiel für den Becher- und Tubendruck im Trockenoffsetverfahren verwendet werden, analysieren. Außerdem führt Sibress ein neu entwickeltes System zur Messung von fotopolymeren In-the-Round (ITR)-Sleeves vor. Das System wird anfänglich für eine Sleevebreite bis 140 cm auf den Markt kommen.

➤ www.sibress.com

HALLE 10, STAND E30

Techkon

NEUE GENERATION DES SPEKTRALDENSITOMETERS

Das komplett überarbeitete Messgerät ist kleiner, ergonomischer und mit einem hochauflösenden Farbdisplay ausgestattet. Die Farbe wird also nicht nur gemessen, sondern der Farbton auch im Display angezeigt. Dadurch wird



das Verstehen von CIE L*a*b* Farbwerten einfacher als je zuvor. Ausgestattet mit LED-Technologie liefert das Gerät auch eine D50-Beleuchtung und erfüllt damit die Anforderungen der Messbedingung M1 gemäß ISO 13655. Die neue Konstruktion des Messkopfes ermöglicht außerdem zuverlässige Messungen

auf strukturierten Bedruckstoffen. Das neue SpectroDens kann mit einem WLAN Netzwerk verbunden werden, um Messwerte kabellos zum Computer zu übertragen. Eine USB-Kabelverbindung ist weiterhin möglich. Neben Einzelmessungen können jetzt auch Scannmessungen vorgenommen werden. Mit der iPhone App iRegister ist es möglich, Abweichungen des Registers von Druckmaschinen zu messen. Techkon bietet diese Lösung als Nachfolger des Registermessgeräts RMS 910 an.

ExPresso 3 zeigt alle relevanten Daten für die Qualitätskontrolle von Druckmaschinen an. Das Programm liefert farbzonenspezifische Dichteinformation und Empfehlungen, um die Maschine »in Farbe« zu bringen. Zusammen mit den spannenden Geräten SpectroDrive und SpectroJet ist dies eine Lösung, die Effizienz zu erhöhen und Kosten, Zeit und Abfall zu reduzieren.

➤ www.techkon.com | HALLE 9, STAND D62

Toray

LÖSUNGEN FÜR DEN WASSERLOSEN OFFSET

Toray wird auf der drupa 2012 wertsteigernde Technologien für den On-demand-Offsetdruck mit schneller Weiterverarbeitung auf unterschiedlichen Materialien zeigen. Der japanische Hersteller hat die Lösungen im Hinblick auf eine gesteigerte Flexibilität und Leistungsfähigkeit entwickelt, um für die wachsenden Herausforderungen auf dem sich ändernden Druckmarkt gerüstet zu sein. In einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld, das zurückgehende und kleinere Druckaufträge kennzeichnen, ist es das Ziel von Toray, Druckunternehmen bei der Ausweitung ihrer Produktpalette zu helfen.

Die wasserlose Technologie steht vor allem für eine stabile Wiedergabe von hochauflösenden Bildern sowie eine außergewöhnliche Druckqualität auf einer Vielzahl von Bedruckstoffen wie etwa Papier, Karton, Kunststoff, Film oder Metallfolie. Durch den Wegfall des

Wassers im Druckprozess und dem Abbau von chemischen Abwässern und VOC-Emissionen trägt die Technik gleichzeitig dazu bei, die Umwelt zu schützen. Da keine Farb-Wasserbalance kontrolliert werden muss, sinken die Einrichtezeiten sowie der Abfall.

Live-Demonstrationen, die Toray mehrmals täglich an seinem drupa-Stand durchführt, zeigen den Besuchern dabei die Vorteile der wasserlosen UV-Drucktechnologie im Format B1 und B3, einschließlich der hochautomatisierten Inline-Weiterverarbeitung.

➤ www.toray.com

➤ www.waterless-print.com

HALLE 16, STAND D32

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

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

60-jähriges Jubiläum**UGRA PRÄSENTIERT SICH AUF DER DRUPA UND FEIERT**

An dem in Düsseldorf stattfindenden Branchenevent begrüßt die Ugra ihre Mitglieder, Kunden und Partner am eigenen Messestand. 1952 als ›Verein zur Förderung wissenschaftlicher Untersuchungen in der Grafischen Industrie‹ gegründet, feiert die Ugra dieses Jahr ihr 60-jähriges Jubiläum und ist stolz, zu diesem Anlass ihre Schweizer und internationalen Kunden und Partner zu empfangen.

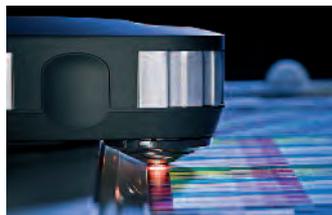
Zur drupa lanciert die Ugra neue Versionen ihrer Produkte für die Qualitäts- und Prozesskontrolle. UDACT, das ›Ugra Display Analysis and Certification Tool‹, wird in der Version 2.0 vorgestellt. Die Software analysiert und zertifiziert unter anderem die Monitorkalibration gemäß den Anforderungen der ISO-Norm. Der ›Ugra PSO Analyzer‹ (UPPCT) wird in der Version 1.5 gezeigt. Die Software misst Farbproofs und Drucke und dokumentiert die Qualität gemäß ISO-Normenanforderungen. Zusätzlich wird eine Qualitätsbewertung mit dem Ugra Score durchgeführt. Beide Produkte sind optimale Hilfsmittel für die standardisierte Produktion nach Prozess Standard Offset (PSO), nach dem die Ugra seit Jahren Unternehmen erfolgreich zertifiziert. Druckereien, die eine Zertifizierung ihrer Produktionskette nach PSO anstreben, werden hierzu am Ugra Messestand ausführlich informiert.

➤ www.ugra.ch

HALLE 6, STAND A71

X-Rite und Pantone INTEGRIERTE LÖSUNGEN FÜR DAS FARBMANAGEMENT

X-Rite und Pantone werden ihre Lösungen zum Messen und Kommunizieren von Farben vorstellen. Dazu gehört die Farbmanagementlösung i1Pro 2 einschließlich des neuen Spektralfotometers i1Pro 2, das eine höhere Genauigkeit, Vielseitigkeit, Ergonomie, Funktionalität und Werthaltigkeit als das i1 Pro bietet, das mehr als zehn Jahre lang eine Spitzenstellung inne hatte. In Verbindung mit dem jüngsten Re-



lease der i1Profiler Software v1.3 erfüllt das neue i1Pro 2 Portfolio die Anforderungen der Druckvorstufe, des Digitaldrucks und der Fotoprofis.

Neu ist auch eine Spektralfotometer-Plattform, die die Touch-and-Swipe Navigation und intuitive Software beinhaltet, um die Farbmessung im Drucksaal zu beschleunigen und vereinfachen. Ebenfalls neu sind weitere Funktionen zur Überwachung und Kontrolle der Farbe nach den neuen ISO-Normen. Pantone bietet Produkte, die die Farbbibliotheken erweitern.

X-Rite und Pantone bringen mit PantoneLIVE ein Ökosystem auf den Markt, das über den gesamten Verpackungsworkflow vom Entwurf bis zu den Regalen im Einzelhandel konsistente Farben gewährleistet.

➤ www.xrite.com

➤ www.pantone.com

HALLE 7, STAND D12

Zur drupa völlig überarbeitet

NEUER PROZESSSTANDARD OFFSETDRUCK PSO 2012

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



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

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

Die Testform ›Technical 2‹ ist ein wichtiger neuer Bestandteil der Altona Test Suite 2.0. ›Technical 2‹ dient der Überprüfung von komplexen Seitenaufbauten einschließlich Transparenzen, die Gestalter heute immer häufiger einsetzen (ISO 15930-7, PDF/X-4). Damit wird die bestehende ›Technical 1‹ (PDF/X-3, Überdrucken, Fonts) systematisch ergänzt. Die sehr umfassende und aufwändige Testform beinhaltet ausgewählte Bilder und Bildausschnitte sowie speziell programmierte Farbfelder, die ein korrektes Rendering von Transparenzen und Ebenen bei der Ausgabe in Prüfdrucksystemen oder auf CtP-RIPs kontrollierbar machen.

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

➤ www.bvdm-online.de



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« bündelt »Druckmarkt« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

www.druckmarkt.com



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkts für einen einheitlichen Betrag von 19,90 € zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

DAS MAGAZIN MIT DEN RICHTIGEN Zutaten

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 Zutaten und 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.