

DRUCK MARKT impressions 53

31. Juli 2012

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



worldwide published



Die drupa: Erfolg mit Konsequenzen?

Foto: Messe Düsseldorf

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Bernhard Schreier: Alles andere als Schönwetterkapitän. Seite 12.

Branche: Druckindustrie dreht ins Plus. Seite 16.

drupa: Messesplitter. Seite 22.

premedia: Layouten in der Wolke. Seite 34.

Termine, Bildung und Events: Kalender 2012. Seite 48.

www.druckmarkt.com 

www.druckmarkt.ch 



DIE Schlaumacher

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

Die »Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« 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 Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 19,90 Euro (24.90 CHF) zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



Es gibt sehr wohl ein ›drupa-Loch‹

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 11 Menschen & Karrieren
- 12 Alles andere als Schönwetterkapitän
- 16 Druckindustrie dreht ins Plus
- 21 Wieder mehr Ausbildungsplätze

drupa-Rückblick

- 22 Messesplitter
- 24 Drehkreuz Agfa Graphics
- 30 Fujifilm: Was für eine Messe!
- 34 Layouten in der Wolke

Print & Finishing

- 36 Portal
- 38 Nachrichten
- 44 Allrounder für das Finishing

Termine, Bildung & Events

- 48 Terminkalender
- 49 Nachrichten
- 52 Seminare & sonstige Veranstaltungen

53 Business to Business

Das alles erinnert doch sehr an die Wochen nach der drupa 2008. Auf der Messe gab es noch Jubel und Aufbruchstimmung, danach kam das böse Erwachen. Scheufelen ging in die Insolvenz und kurz danach brach plötzlich das ganze Kartenhaus zusammen – mit einer Finanzkrise, die uns bis heute beschäftigt.

Wir wollen an dieser Stelle nicht schwarzmalen. Doch die Tatsache, dass Heidelberg-Chef Bernhard Schreier seinen Job vorzeitig an seinen Nachfolger Dr. Gerold Linzbach übergibt, wird allgemein als Signal gewertet, dass der Kurs, den Heidelberg steuert, korrigiert werden muss. Der Druckmaschinenhersteller schreibt seit Jahren rote Zahlen. Das Quartal vor der drupa war gar das schlechteste seit Mitte 2009 und macht deutlich, dass es sehr wohl ein drupa-Loch gibt.

Dieses ist offensichtlich auch dem Falzmaschinenhersteller Mathias Bäuerle zum Verhängnis geworden. Vor der drupa hätten sich die Kunden mit Neu-aufträgen zurückgehalten, meldet das insolvente Unternehmen. Während und nach der Messe habe sich der Auftragseingang jedoch stabilisiert. Das gilt zwar auch für Heidelberg, aber neben dem höheren Auftragseingang stehen auch hohe Messekosten auf dem Block. Und Auftragseingang ist nicht gleich Umsatz.

Da stellt sich schon die Frage, ob Messen wie drupa oder Ipex ihr Geld noch wert sind, wenn sie zwar für Aufträge auf der Veranstaltung selbst sorgen, vorher aber als Vakuum wirken und die Bilanzen in den Keller ziehen. Damit verspielen Messen zunehmend ihren Ruf.



Ihr Druckmarkt-Team
Klaus-Peter und Julius Nicolay

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

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50.

Redaktionsbüro Schweiz: Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77.

www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt.ch

© by Druckmarkt 2012



Dem Druckhaus Cramer im westfälischen Greven wurde als erstem Unternehmen in dieser Größenkategorie das neue Qualitätssiegel »Familienfreundlicher Arbeitgeber im Mittelstand« von der Bertelsmann Stiftung und der WeSt (Wirtschaftsförderungsgesellschaft Kreis Steinfurt) überreicht.

Der VDMA baut sein Online-Angebot aus: Unter www.machinery.tv ist das neue Videoportal des Verbandes zu finden. machinery.tv richtet sich an alle, die über Technik, Forschung, Innovationen, Kampagnen, Events und Unternehmen rund um den Maschinen- und Anlagenbau informiert werden wollen.



Schüler der Johannes Gutenberg-Schule in Stuttgart bedruckten für die Nachwuchswerbeaktion »Ich mach Medien« des bvdm T-Shirts im Siebdruck. Diese praktische Übung hatte auch einen positiven Begleiteffekt. Mit der Aktion wollen die Auszubildenden im Ausbildungsberuf Medientechnologie Siebdruck dazu beitragen, ihren Beruf bekannter zu machen. Der bvdm hat einen Fotowettbewerb für Auszubildende auf Facebook gestartet. Wer mitmachen möchte, kann sich ein kostenloses T-Shirt bestellen, sich darin fotografieren lassen und das Bild bei Facebook einstellen. Die Auszubildenden haben die Chance, einen von drei iPods zu gewinnen.



Der Bundesverband Druck und Medien hat im Juli die Branchenzahlen des zurückliegenden Jahres vorgelegt. bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel informierte zudem über den Umzug des Verbandes nach Berlin Ende dieses Jahres. Lesen Sie den Beitrag auf [Seite 16](#).



Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG, verlässt nach insgesamt 37 Jahren und 13 Jahren als CEO das Unternehmen. Wir blicken in dem Beitrag auf [Seite 12](#) auf seine lange Tätigkeit zurück und analysieren den Weg, den er mit Heidelberg gegangen ist.



Canon Schweiz veranstaltet mit der Tauchausbildungsorganisation PADI einen Fotowettbewerb. Hierbei können Teilnehmer ihre schönsten Aufnahmen aus den Bereichen »Fun«, »Over/Under Water« und »Macro« einreichen. Der Sieger erhält eine Canon PowerShot G1X Kamera mit Unterwassergehäuse.

Der portugiesische Müller Martini-Kunde Publiçor produzierte eine Ausgabe seiner Wochenzeitung »Terra Nostra« im Kleinstformat von 25 x 18 mm und hat sich damit einen Eintrag im »Guinness-Buch der Rekorde« gesichert. Üblicherweise erscheint »Terra Nostra« auf der Azoreninsel São Miguel im Tabloid-Format. Anlässlich des Welttages der Sozialen Gerechtigkeit (20. Februar) ließ sich der Herausgeber etwas Besonderes einfallen. Die Sonderausgabe mit Geschichten über Einwanderer auf den Azoren wurde gleichzeitig auch im Mini-Format gedruckt. Der Erlös aus dem Verkauf der Kleinstzeitung ermöglicht die Veröffentlichung eines literarischen Werkes des sehbehinderten Autors Francisco Quarta.

► www.mullermartini.com



Mit ihrem chinesischen Amtskollegen Song Dahan und einer Delegation aus hochrangigen Fachleuten machte Justizministerin Leutheusser-Schnarrenberger sich ein Bild über das Vorzeigeunternehmen der Büttenpapierfabrik Gmund, die seit 1829 existiert und gut aufgestellt in die Zukunft blickt.

Europe is beautiful II CEWE STARTET ERNEUT FOTOWETTBEWERB

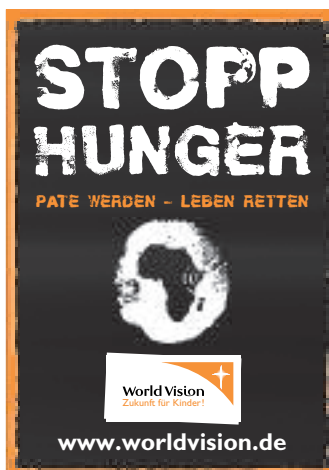
Der Foto-Dienstleister CEWE führt zum zweiten Mal den Fotowettbewerb »Europe is beautiful« durch. Alle, die Spaß an Fotografie haben und sich für die Vielfalt Europas begeistern, können teilnehmen und bis zum 31. Dezember maximal zehn Aufnahmen auf www.cewe-fotobuch.de hochladen. Hauptgewinn ist eine Luxus-Kreuzfahrt für zwei Personen im Wert von 7.500 Euro. Der Zweit- und der



Das Foto aus Großbritannien sandte Emil Niewiarowski zum Thema »Geschichte und Kultur« beim letzten Wettbewerb ein.

Drittplatzierte können sich über eine mehrtägige Reise für zwei Personen in eine europäische Hauptstadt ihrer Wahl freuen. Insgesamt werden 500 Plätze ausgezeichnet und Preise im Wert von über 30.000 Euro vergeben.

► www.cewe-fotobuch.de

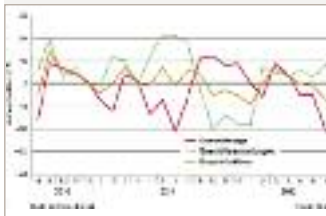


KONJUNKTUR-TELEGRAMM

Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie haben sich im Juli auf –21% der Antwortsalden verschlechtert. Im Juli 2011 waren sie genauso schlecht.

Dabei sind die Lageeinschätzungen zur Beurteilung der Nachfrage aus dem Vormonat um 8% besser geworden, die des Auftragsbestandes haben sich aber um 10% verschlechtert.

In der Gesamtindustrie beträgt die Geschäftslagebeurteilung dage-



gen +17%: das heißt, dass die Geschäftslage viel besser beurteilt wird.

Ungefähr 35% der befragten Druckereien sind nach den Ergebnissen des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig. Ihre Beurteilungen der Auslandsaufträge sind mit –13% der Antwortsalden um 6% schlechter geworden.

Im nächsten Quartal: Das Geschäftsklima hat sich auf –7% abgekühlt. Im gleichen Vorjahresmonat war es mit –1% besser. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind mit 8% der Antwortsalden leicht verbessert.

Im nächsten Halbjahr: Die Geschäftserwartungen haben sich mit +8% der Antwortsalden wieder um 5% verbessert. Im Juli erwarten 25% der Druckunternehmen eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, 17% eine Verschlechterung, 58% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen mit +21% wesentlich höher.

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



:Azura TS

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

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

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

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

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

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



Kyocera Mita

NEUER NAME: KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS

Seit April 2012 firmiert Kyocera Mita weltweit als Kyocera Document Solutions Inc. und rückt mit der Namensänderung das Hauptgeschäftsfeld Managed Document Services (MDS) sowie Dokumentenmanagement-Lösungen für die Kunden transparenter in den Fokus.

➤ www.kyocera.de

RGF

MESSGERÄTE-HERSTELLER BARBIERI WIRD PARTNER

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern und Fachhändlern, und Barbieri Electronic, Hersteller für Messtechnik, arbeiten künftig zusammen. Damit soll Barbieris Position im digitalen Großformatdruck gefestigt und der Support durch zertifizierte RGF-Spezialisten gesichert werden.

➤ www.rgf.de

MGI Digitaldruckmaschinen

IGEPA GROUP ÜBERNIMMT EXKLUSIVVERTRIEB

Ab sofort werden die Digitaldruck- und Veredelungsmaschinen von MGI Digital Graphic Technology von den Unternehmen der Igepa group vertrieben. Mit der Übernahme des exklusiven Vertriebs der MGI-Aggregate erweitert die Igepa group ihr Angebotsspektrum.

➤ www.mgi-fr.com

➤ www.igepagroup.com

Domino Printing Sciences

MARKTPRÄSENZ DURCH ÜBERNAHME VERSTÄRKT

Domino Printing Sciences plc hat die Vertriebsrechte der MikroJet Systems GmbH übernommen. MikroJet mit Sitz in Hamburg entwickelt, fertigt und liefert Adressier- und Personalisierungssysteme sowie Postversandlösungen, vorwiegend für den deutschsprachigen Raum.

➤ www.domino-printing.com

Viscom übernimmt JPT AG

VERBAND BAUT BILDUNGSENGAGEMENT AUS

Viscom, Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation, übernimmt von Jean Paul Thalmann die JPT AG und erwirbt damit die Rechte an der «gib»Zürich Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation in Zürich.

Mit dem berufsbegleitenden Studiengang zum Druckkaufmann/frau EFA und dem Studiengang zum Publikationsmanager/in ED verfügt die «gib»Zürich Kaderschule über etablierte Angebote im Weiterbildungsmarkt. Der Verband baut mit dem Kauf der «gib»Zürich-Rechte sein Weiterbildungsengagement gezielt aus und bietet der grafischen Industrie ein umfassendes und attraktives Weiterbildungsangebot.

Jean Paul Thalmann wird als Schulleiter auch in den nächsten Jahren für den «gib»Zürich-Schulbetrieb verantwortlich zeichnen. Thalmann ist zudem Mit-Herausgeber des »Druckmarkt Schweiz«, des Fachmagazins für das Management in der Druck- und Medienindustrie.

➤ www.gib.ch

➤ www.viscom.ch

Antalis Deutschland

GESCHÄFTSSTRATEGIE NEU AUSGERICHTET

Antalis Deutschland richtet seine Geschäftsstrategie neu aus und erhöht die Investitionen, um Kundennähe und Marktpresenz zu optimieren. Die neue Strategie, die ab dem 1. August 2012 im Unternehmen verankert sein wird, beruht auf drei Säulen: Stärkung der regionalen Teams, erhöhte Investitionen in Marketingaktivitäten und Mitarbeiterschulungen und Ausweitung der Lagerkapazitäten. Das ganze wird unterfüttert durch eine weitere Optimierung und Vereinfachung der internen Prozesse und Abläufe. Im Einzelnen sieht die geplante Neustrukturierung des Geschäftsmodells von Antalis Deutschland zum Beispiel vor, Kräfte zu bündeln, Niederlassungen in besonders starken Regionen zu vergrößern und am Markt präsenter zu machen. So ziehen die Innendienst-Mitarbeiter des Print-Teams Feldkirchen nach Augsburg in das 2011 nach neuesten Umweltschutzgesichtspunkten errichtete Bürogebäude. Das Print-Team Saarbrücken verstärkt die Niederlassung Darmstadt, das Print-Team Bünde zieht nach Hamburg und das Office-Team Feldkirchen nach Stuttgart.

➤ www.antalis.de

Beeindruckend

IMPRESSED FEIERT 20-JÄHRIGES FIRMENJUBILÄUM

Im April feierte die Hamburger Impressed GmbH ihr 20-jähriges Bestehen. Seit 1992 bietet das Unternehmen Lösungen für Vorstufe und das Publishing. Im deutschsprachigen Raum vertritt Impressed diverse Hersteller hochwertiger Software und kümmert sich um den Verkauf, die Vermarktung, die Beratung, die Schulung und den Support der Produkte.



Die beiden Geschäftsführer und Firmengründer Bernd Remus und Martin Werder sehen ihren Erfolg in einem einfachen Konzept: »Wir bieten stets Lösungen an, die wir selber kennen, einsetzen und damit auch supporten können. Aus unserer Sicht kann nur so eine optimale Beratung erfolgen. Das stärkt Kundenbeziehungen und bildet die Grundlage für das Vertrauen, dass uns von unseren Kunden entgegengebracht wird.«

➤ www.impressed.de

FSC

ZERTIFIZIERUNGSGRUPPE FÜR KLEINE DRUCKEREIEN ETABLIERT

Beim diesjährigen Überwachungsaudit der 2011 gegründeten Zertifizierungsgruppe Deutschland (ZGD) wurde die standardkonforme Umsetzung der FSC-Zertifizierungsanforderungen bestätigt. Somit ist die Gruppenzertifizierung als komfortabler Weg zur FSC-Zertifizierung kleiner Druckereien und anderer papier- und kartonverarbeitender Betriebe etabliert. Ab sofort können weitere Teilnehmer aufgenommen werden. Als Teilnehmer der ZGD ist die FSC-Zertifizierung nicht nur kostengünstiger, sondern auch einfacher als eine Einzelzertifizierung. Vorbereitend erhält der Teilnehmer die erforderlichen Dokumente von der Gruppenleitung und wird anschließend vor Ort beraten und auf die Zertifizierung vorbereitet. Dabei werden auch die verantwortlichen Mitarbeiter geschult. Nach Aufnahme in das FSC-Gruppenzertifikat erhalten die Teilnehmer die gleichen Möglichkeiten zu Produktion, Handel und Kennzeichnung FSC-zertifizierter Ware wie bei einer Einzelzertifizierung.

➤ www.zert-gruppe.de



Mathias Bäuerle GmbH INVESTORENSUCHE IN DER INSOLVENZ

Die Mathias Bäuerle GmbH ist insolvent. Grund für den Insolvenz-antrag war nach Aussage des Unternehmens der schleppende Auftragseingang. Vor der drupa hätten sich die Kunden mit der Platzierung von Neuaufträgen zurückgehalten. Während und nach der Messe habe sich der Auftragseingang jedoch stabilisiert. Dementsprechend stünden die Vorzeichen für eine Fortführung und Sanierung des Unternehmens gut.

Der Geschäftsbetrieb des fast 150 Jahre alten Traditionsunternehmens Mathias Bäuerle GmbH wird nach Angaben des Unternehmens unter Aufsicht des Insolvenzverwalters in vollem Umfang fortgeführt. Die Suche nach einem geeigneten Investor sei bereits aufgenommen worden und erste Gespräche würden mit Interessenten geführt. Die Kernkompetenzen von MB sind automatisierte Kuvertier- und Falzmaschinen sowie Mailanganlagen. Durch verschiedene richtungsweisende Erfindungen und Patente hat das Unternehmen die Automatisierung im Bereich der Druckweiterverarbeitung entscheidend mitgestaltet und gilt als Pionier auf diesem Gebiet.

► www.mb-bauerle.de

Printarena NEUARTIGER MARKENVERBUND IN DER BRANCHE

Die vier Hamburger Druck-Spezialisten Ahrweiler, Eurodruck, Peter Gut-sche und Kompagne haben ihre Kompetenzen gebündelt und firmieren seit Kurzem unter einem gemeinsamen Markendach – der Printarena. Dazu haben die Betriebe mit ihren rund 50 Mitarbeitern die Leistungen von der Druckvorstufe über den Offsetdruck bis hin zur Packungsentwicklung aufeinander abgestimmt. Die Unternehmen vermark-



ten sich gemeinsam, bleiben jedoch wirtschaftlich eigenständig.

Für die Markenstrategie ließ man sich von der Hamburger Branding- und Designagentur JUNO beraten, die auch das Logo und die Website entwickelt hat. Das gemeinsame Logo ist ein Kubus, der die bisherigen Firmenfarben der beteiligten Partner aufnimmt. Bei der Präsentation eines einzelnen Unternehmens wird der Würfel auf die ursprüngliche gedreht.

► www.printarena.com

Preiserhöhungen

KOSTENSPIRALE BEI PAPIER UND FARBE DREHT SICH WEITER

Die Europäischen Papierhersteller beklagen erneut die schlechte Ertragslage und nennen als Grund die steigenden Kosten. Seit Jahren kämpfen die Produzenten mit dieser Entwicklung. Der Preis für Zellstoff, dem wichtigsten Rohstoff für die Papierproduktion, hat sich erneut verteuert, während die Preise für Füllstoffe, Stärke und für die Papierherstellung wesentlicher Chemikalien auf hohem Niveau verharren. Die derzeitigen Papierpreise könnten diesem Kostendruck nicht länger standhalten und müssten angepasst werden teilte Metsä Board mit und wird die Preise für holzfreie ungestrichene Papiere im September 2012 europaweit um 6% bis 8% anheben. In gleicher Höhe hat auch die Papierfabrik Scheufelen die Preise für die Sorte BVS in Format und Rolle (BRO) zum 1. Juni erhöht.

Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf den Papierhandel. Aufgrund der steigenden Produktionskosten auf Herstellerseite führte Papyrus zum 1. Juli eine Preisanpassung für holzfreie Bilderdruckpapiere in Format und Rolle sowie für holzhaltig gestrichene Formatpapiere durch. Auch Antalis hat zum 1. Juli 2012 die Preise für gestrichene Papiere um bis zu 8% erhöht. Mitsubishi HiTec Paper hatte die Preise für Gi-roform Selbstdurchschreibepapiere

bereits im Juni um 7% erhöht. Zudem beklagt die Papier Union, dass aufgrund der gewachsenen Papiernachfrage außerhalb Europas Niedrigpreisangebote von holzfrei ungestrichenen und gestrichenen Papieren verschwunden seien und nicht mehr angeboten werden könnten. Die Kostenentwicklung mache zudem eine Erhöhung der Abgabepreise für ungestrichene grafische Papiere erforderlich. Die Erhöhungen bewegen sich zwischen 6% und 8%.

Doch nicht nur höhere Preise bei der Papierherstellung belasten den Papierhandel. Steigende Kosten für Transport und Logistik beeinflussen das Preisgefüge im Großhandel ebenso. Aus diesem Grund erhöht Antalis zum 30. Juli 2012 den Mindestwarenwert pro Auftrag auf 200 € für Lieferungen ›frei Haus‹. Bei Aufträgen unter 200 € wird die Mindermengenspauschale auf 30 € netto angehoben.

Als Folge weiter steigender Rohstoffkosten seien auch einige Produkte des Farbenherstellers Siegwark unrentabel geworden. Daher sieht sich Siegwark gezwungen, die Preise deutlich zu erhöhen oder bestimmte Artikel nicht mehr anzubieten.

Knapp, kurz und bündig

Die **Druckerei Humburg** in Berlin setzt auf CO₂-freien Strom von meistro und reduziert dadurch den CO₂-Ausstoß pro Jahr um etwa 87 Tonnen. • Am 1. April hat mit der Firma **Graphic Evolution** in Melun/Frankreich ein neuer Vertriebs- und Servicepartner für den **KBA**-Bogenoffset in den Maghreb-Staaten Algerien, Marokko, Libyen, Tunesien sowie im Senegal die Arbeit aufgenommen. • **Quark** übernimmt das Unternehmen **Mobile IQ**, Hersteller von PressRun, einer Cloud-basierten Publishing-Lösung für interaktive Lösungen auf Tablets und anderen mobilen Geräten. • **UPM** hat in der **Karl Unternehmensgruppe**, Innernzell, einen Käufer der Anteile an der **Papierfabrik Albbrock GmbH** verständigt. Die Anteilsübertragung und der Verkauf des Werksgeländes ist bis Anfang August 2012 geplant.



flyeralarm

ZUSAMMENARBEIT BEIM MERCHANDISING

flyeralarm, nach eigenen Angaben Europas größte Online-Druckerei, wurde zum Champion-Partner des Fußballbundesligisten Borussia Dortmund. Der Druckspezialist und der amtierende Deutsche Meister arbeiten künftig bei Drucksachen unter anderem im Merchandising-Bereich zusammen.

➤ www.flyeralarm.de

Baumann-Gruppe

VERTRETUNG FÜR EFI MIS-SYSTEME IN DEUTSCHLAND

EFI hat mit der Baumann-Gruppe einen Vertrag über den Vertrieb der MIS-Systeme in Deutschland unterzeichnet. Baumann bietet nun MIS-Produkte wie EFI PrintSmith, Pace, Monarch und Radius sowie die Digital StoreFront Web-to-Print-Lösung für ihre aktiven 1.500 Kunden in Medienstufen, Druck und Weiterverarbeitung an.

Steinbeis Papier beauftragt TÜV EINHALTUNG SÄMTLICHER KRITERIEN

Steinbeis Papier beauftragte im April 2012 einen externen TÜV-Auditor, der die Einhaltung aller Blauer-Engel-Kriterien bei laufender Produktion überprüfen und verifizieren sollte. Das Audit bescheinigt nun, dass alle Recyclingpapiere aus Altpapier hergestellt werden und zu 100% konform sind mit dem Blauen Engel. ➤ www.stp.de

OKI data und Toshiba tec ZUSAMMENARBEIT BEI MULTIFUNKTIONSSYSTEMEN

OKI Data Corporation und Toshiba TEC Corporation haben die gemeinsame Entwicklung von Multifunktionssystemen vereinbart. Geplant ist die Verschmelzung von Produkten und Technologien wie etwa die Verwendung von LED-Druckköpfen in Output-Produkten von Toshiba TEC für den globalen Markt.

Agfa Graphics und Igepa group VERTRIEBSVEREINBARUNG FÜR WIDE FORMAT INKJET LÖSUNGEN

Agfa Graphics und Igepa group haben zur drupa bekannt gegeben, dass die Igepa group zukünftig auch die Wide Format Drucksysteme der Anapurna Familie von Agfa Graphics vertreiben wird. »Mit der Igepa group konnten wir einen der stärksten Vertriebspartner gewinnen«, freut sich Moritz Rogger, Regional Manager Central Europe bei Agfa Graphics. »Wir bauen damit die bestehende erfolgreiche Partnerschaft aus, welche 2010 mit dem Vertrieb von CtP-Lösungen und digitalen Druckplatten begann.« Uwe Becker, Geschäftsbereichsleiter Siebdruck & Werbetechnik bei der Igepa group, erklärt: »Die Anapurna UV-Drucksysteme ergänzen unser InkJet-Portfolio perfekt. Die hochqualitativen Drucksysteme erschließen unseren Kunden in Kombination mit unserem Know-how für Bedruckstoffe interessante neue Anwendungsgebiete.«

➤ www.agfagraphics.de

Carl Berberich GmbH STANDORT IN LEHRTE VERSTÄRKT

Die Carl Berberich GmbH konzentriert sich künftig verstärkt auf seine Niederlassung in Lehrte bei Hannover. Ab 1. Juli betreut der Papiergroßhändler seine Kunden aus der Region Hamburg von Niedersachsen aus und schließt Ende Juni sein Verkaufsbüro in Seevetal. Seevetal ist der kleinste Standort von Berberich. »Lehrte hat den Vorteil, über ein Lager und einen größeren Innendienstpool zu verfügen. Mit dieser Maßnahme bündeln wir unsere Energien«, begründete Geschäftsführer Karl-Heinz Schweizer die Entscheidung. Das Unternehmen sichert mit der strategischen notwendigen Verlagerung seine langfristige wirtschaftliche Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit, bekräftigte der Geschäftsführer.

Das Unternehmen informierte alle betroffenen Mitarbeiter von Seevetal und streicht keine Arbeitsplätze. Beide Innendienstmitarbeiterinnen wechseln nach Lehrte und betreuen von dort aus ihre Kunden. Die Außendienstmitarbeiter von Seevetal sind auch in Zukunft für ihre Kunden vor Ort da.

➤ www.berberich.de

Mayr-Melnhof Packaging MIT PROCARTON/ECMA AWARD AUSGEZEICHNET

MMP Schausberger ist Preisträger des ProCarton/ECMA Award – »Carton of the Year 2011«.

Die ABT Sportsline GmbH, bekannt für hochwertige technische Lösungen im Auto-Tuning, hatte MMP Schausberger die Aufgabe gestellt, das bisherige Design neu zu interpretieren und umzusetzen. MMP Schausberger hat sich dem Credo von ABT Sportsline »Für fühlbar



mehr Fahrspaß« gestellt und ein Produkt entwickelt, das in seiner Umsetzung beeindruckt. Die Faltschachtel in Form eines Sport-Auspuffs, das gestanzte Gitter an der Frontseite sowie die Heißfolienprägung auf dem tiefschwarzen Karton illustrieren den Charakter des Produktes. Die Hohlrahmenschachtel ist ein Beispiel für kreative Lösungen aus Karton, der durch Wiederverwertbarkeit, Nachhaltigkeit und hohes Umweltbewusstsein besticht. ➤ www.mm-packaging.com

Polytype SA und Lüscher AG VERTRIEBSPARTNERSCHAFT VEREINBART

Die beiden Schweizer Unternehmen Polytype SA als weltweiter Marktführer für Tuben-, Becher- und Dosenherstellungsanlagen und die Lüscher AG Maschinenbau als Anbieter von Druckvorstufensystemen haben eine globale Partnerschaft im Vertrieb von Lüscher-Maschinen beschlossen und erweitern damit die strategischen Betätigungsfelder beider Unternehmen.

Durch die Vertriebspartnerschaft mit Lüscher komplettiert Polytype das Produktportfolio und wird zum Gesamtanbieter. Kunden können nun sowohl für Standardanforderungen als auch für spezielle und komplexe Aufgabenstellungen in der Klischee- und Druckformenherstellung bedient werden.

Lüscher erweitert durch die Partnerschaft den Markt für ihre Plattenbelichter erheblich. Die Kunden profitieren von dem hybriden Belichtungssystem das es erlaubt, Druckformen wie Trockenoffset-, Offset- und Flexplatten sowie Rotations- und Flachsiebe aller Art in einem einzigen Gerät zu belichten.

➤ www.luescher.com



Konica Minolta FUSIONSPLÄNE MIT DER DEVELOP GMBH

Konica Minolta plant, die Marktposition der Unternehmensgruppe durch eine Fusion zu stärken. Im Rahmen einer Zwei-Marken-Wachstumsstrategie sollen die beiden Marken Konica Minolta und Develop fusionieren. Eine Zusammenführung der Marken in der Europazentrale von Konica Minolta in Hannover und eine koordinierte Marktstrategie sollen dazu beitragen, noch umfassendere Lösungen für Kunden im B2B-Markt für unternehmensweiten Druck- und Dokumenten-Workflow anbieten zu können. Zielsetzung des Zusammenschlusses ist es, mit einer abgestimmten Strategie Wachstumspotentiale zu erschließen. Das Bündeln von Ressourcen sowie die Bildung eines gemeinsamen Vertriebsteams für Deutschland sollen zu einer Verbesserung des Lösungsangebots beitragen. Die Fusion soll nach Klärung aller rechtlichen Schritte im September 2012 abgeschlossen sein.

► www.konicaminolta.eu

Bundesverbandes Druck und Medien

52. AUSGABE DER KOSTEN- UND LEISTUNGSGRUNDLAGEN

Praxisgerechte Kosten- und Leistungswerte sind die Basis für eine verursachungsgerechte Kalkulation von Druckaufträgen. Seit mehreren Jahrzehnten unterstützen die Verbände der Druck- und Medienindustrie die Betriebe bei dieser Aufgabe mit der regelmäßigen Aktualisierung der Kosten- und Leistungsgrundlagen. Zur drupa erschien jetzt die 52. Ausgabe der Kosten- und Leistungsgrundlagen (K+LG) mit zahlreichen aktuellen Kostenwerten.

»Für eine erfolgreiche und rentable Produktion ist eine fundierte und optimierte Kostenrechnung unabdingbar«, sagt Ulrich Smets, beim bvdm verantwortlicher Referent für die Ausarbeitung der Broschüre.

»Denn nur diejenigen, die ihre tatsächlichen Kosten bei der komplexen und variantenreichen Produktion von Drucksachen kennen, können wirtschaftlich erfolgreich agieren«, erläutert Smets.

Es stehen Werte von der Datenübernahme, der Druckplattenproduktion über den Offset- und Digitaldruck bis zur Weiterverarbeitung zur Verfügung. Änderungen gegenüber der vorherigen Ausgabe finden sich vor allem in den Kostensätzen wieder. Wesentliche Rolle spielen die Kostensteigerungen durch den Tarifabschluss 2011 mit einer Laufzeit bis Ende Dezember und die Anpassung der Rechengrößen der Sozialversicherung. Zudem mussten weitere Gemeinkosten wie Energie, Sachgemeinkosten, Miete und Raumkosten an das allgemeine Niveau des Jahres 2012 angepasst werden. Somit enthält die Publikation, so Smets, »unverzichtbare Vergleichswerte für Klein- und Mittelbetriebe zur Optimierung der eigenen Kosten- und Leistungsrechnung«.

► www.point-online.de

► www.bvdm-online.de

Steinbeis Papier

DEUTSCHEM NACHHALTIGKEITSKODEX BEIGETRETEN

Steinbeis Papier hat eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex vorgelegt. Der »Rat für Nachhaltige Entwicklung« hat den Kodex initiiert, um Nachhaltigkeitsleistungen transparent und vergleichbar zu machen. Seine Anwendung ist freiwillig und umfasst Kriterien wie Strategie, Prozessmanagement, Umwelt und Gesellschaft. Eine umfassende Berichterstattung nach den Berichtsstandards der Global Reporting Initiative (A+) und EFFAS (Level III) entspricht der Kodexerfüllung.

Michael Söffge, Geschäftsführer der Steinbeis Papier GmbH. »Unseren Kunden und Partnern geben wir damit detaillierten Einblick in unsere nachhaltige Unternehmensstrategie und die damit verbundenen Handlungsfelder. Ein objektives Instrument für eine adäquate Bewertung unserer Maßnahmen- und Produktgestaltung.«

► www.stp.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**



GÜNSTIGE BROSCHÜREN xposeprint.de, das Online-Druckportal der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH, ist Deutschlands günstigste Online-Druckerei, wenn es um Broschüren geht. Das hat das unabhängige Marktforschungsunternehmens macrom, Bergisch Gladbach, herausgefunden, als es bei 38 deutschen Online-Druckereien die Preise für eine rückendrahtgeheftete Broschüre DIN A4, 16 Seiten, gedruckt auf 135 g/m² Bilderdruck glänzend in einer Auflage von 1.000 Stück verglich. Nach dieser Preisanalyse ist xposeprint.de etwa 33% günstiger als der Durchschnittspreis und sogar 75% günstiger als der teuerste Anbieter der Broschüre. ➤ www.xposeprint.de

DEUTSCHSPRACHIGE HOMEPAGE Nachdem Pixart in Italien, Spanien, Frankreich, Portugal und England mit Websites in der jeweiligen Landessprache und speziellem Kundendienst vertreten ist, nimmt sich Pixart-printing mit einer eigenen Website auch Deutschland vor. Außer der Internetseite in deutscher Sprache wird der Service des Unternehmens mit Sitz in Venedig durch einen Kundendienst mit Inlands-Telefonnummer und muttersprachlichem Personal unterstützt. ➤ www.pixartprinting.de

FOTOCOMMUNITY Die WEKA Firmengruppe aus Kissing hat die Kölner fotocommunity GmbH übernommen. Das Unternehmen ist mit 1,3 Mio. Mitgliedern und rund 140 Mio. Seitenaufrufen im Monat die größte Community für Fotografie Europas. Werner Mützel, Eigentümer der WEKA: »Die fotocommunity ist für uns ein wichtiger Schritt beim Umbau unserer Geschäfte. Mit der Fachzeitschrift ColorFoto haben wir bereits eine sehr gute Position im Printmarkt. Mit der fotocommunity können wir auch das attraktive und schnell wachsende Segment des Online-Foto-sharings erschließen.« Im Jahr 2001 gegründet, ist fotocommunity Deutschlands marktführende Plattform für die Präsentation von und den Austausch über Fotografie. Monatlich werden rund 200.000 Fotos, hauptsächlich von ambitionierten Hobby- und Profifotografen, hochgeladen und kommentiert. ➤ www.weka-holding.com

ADA ÜBERNOMMEN Die Ricoh Deutschland GmbH und der Insolvenzverwalter der ADA – Das SystemHaus GmbH haben im Juni 2012 den Kaufvertrag für die Übernahme der operativen Bestandteile unterzeichnet. Ricoh Deutschland führt seit dem 1. Juli 2012 das Geschäft unter der Marke Ricoh in einer eigenständigen Business Unit mit dem Namen »Rico IT Services & Solutions (powered by ADA)« weiter, übernahm rund 620 Mitarbeiter und die Standorte in Hamburg, Münster, Hünxe, Mönchengladbach, Willich, Heilbronn und München. ➤ www.ricoh.de

EHRUNG flyeralarm und die Onlineprinters GmbH wurden mit der Auszeichnung »Bayerns Best 50«, dem Preis für herausragende bayerische Unternehmen, ausgezeichnet. Damit gehören flyeralarm und Onlineprinters zu den fünfzig wachstumsstärksten Unternehmen im Freistaat. Die Auszeichnung vergibt das Bayerische Wirtschaftsministerium an Unternehmen, die in den vergangenen Jahren die Zahl ihrer Mitarbeiter und ihren Umsatz überdurchschnittlich gesteigert haben. ➤ www.flyeralarm.de ➤ www.diedruckerei.de

red dot design award

MUSTERBOX DER WOLF-MANUFAKTUR GEWINNT

Als man sich mit der Mainzer Designagentur Wehr&Weissweiler vor knapp 18 Monaten das erste Mal zusammen gesetzt hat, ahnte man nicht, dass das Projekt »Musterbox« einen solch durchschlagenden Erfolg haben würde. Die Aufgabe war es, die hochwertigen Veredelungs- und Produktionsverfahren wie Blindprägungen, Heißfolienprägungen, Farbschnitte oder Letterpress auf verschiedensten Feinstpapieren



dem sehr anspruchsvollen Kundenkreis mittels einer Musterkollektion zu präsentieren.

Die Musterbox ist unter den besten von 6.000 internationalen Bewerbungen. Dies zeigt die konzeptionelle und kreative Stärke wie auch die drucktechnische Perfektion der Musterbox. Es wurden viele Versuche und Testreihen gefahren um das optimale Ergebnis zu erzielen. Markus Laux, bei Wolf verantwortlich für die Manufaktur, berichtet: »Gerade bei der großen Anzahl eingesetzter Materialien war es eine große Herausforderung ein gleichbleibendes Ergebnis zu erzielen. Doch unsere große Erfahrung und Liebe zum Detail haben ein perfektes Produkt entstehen lassen.«

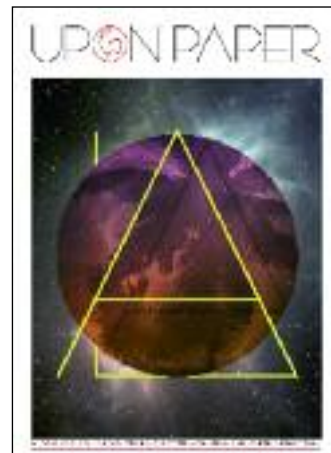
➤ www.wolf-ingelheim.de

Upon Paper magazine

»RED DOT BEST OF THE BEST« AUSGEZEICHNET

Für die erste Ausgabe des Upon Paper magazines erhielten das Design-Team von Creative Director Helder Suffenplan bei einem der international größten Designwettbewerbe, dem red dot award, die begehrte Auszeichnung »best of the best« – die Anerkennung höchster Designqualität.

Helder Suffenplan: »Es ist eine tolle Bestätigung für ein im Grunde sehr sperriges Konzept, denn Upon Pa-



per magazine ist nicht leicht zu konsumieren und fordert die volle Aufmerksamkeit und Teilnahme des Lesers. Die Jury hat diesen Anspruch honoriert und das macht das gesamte Team sehr stolz.«

15 Experten aus aller Welt bildeten die red dot-Jury, die jede einzelne der insgesamt 6.823 Einreichungen aus 43 Ländern vor Ort beurteilte. Upon Paper – redaktionell und gestalterisch vollkommen unabhängig – ist initiiert vom traditionsreichen Papierhersteller Hahnemühle Fine-Art. Jede Ausgabe des Magazins hat ein eigenes Leitthema, das in eine spannungsreiche Beziehung zum übergreifenden Thema »Papier« gesetzt wird.

➤ www.uponpaper.com

Menschen & Karrieren



HUBERT BURDA bleibt VDZ-Präsident. Die Delegierten des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger wählten den Verleger, der dieses Amt bereits seit 1997 bekleidet, auf ihrer Versammlung in München einstimmig. Hubert Burda blickte anlässlich der Versammlung in die Zukunft: »Das Tempo, mit der sich unsere Welt verändert, wird noch zunehmen. Zeitschriftenverlage haben aber gute Voraussetzungen, zu den Gewinnern der Digitalisierung zu gehören.« • **MARCEL BIGLER** wurde mit Wirkung zum 1. Juni Chief Executive Officer (CEO) der Inapa in der Schweiz.

• Heidelberg hat im April 2012 den Bereich Forschung & Entwicklung neu ausgerichtet und unter eine neue Leitung gestellt: im Rahmen der Neustrukturierung folgt **FRANK KROPP** auf **MANFRED JURKEWITZ**.



• Am 1. Juli 2012 fand ein Wechsel in der Institutsleitung des IRD statt. Als neue Leiterin übernahm **RITA SOMMERFELD** die Aufgaben von **ECKHARD BÖLKE**, der in die Geschäftsleitung der Bonifatius GmbH wechselt. Bölke wird nach seinem Ausscheiden als Institutsleiter als kooptiertes Mitglied in den von **MICHAEL KLEINE** geleiteten IRD-Vorstand bestellt.



• Zum 1. Mai 2012 hat **MANFRED MINICH** die Position des CEO bei der Atlantic Zeiser GmbH übernommen. Er wird in dieser Funktion zudem Mitglied der Geschäftsleitung der Konzernmutter Orell Füssli Holding AG in Zürich.



• **DR. CHRISTINA CRAMER** ergänzt die Geschäftsleitung des Druckhaus Cramer in Greven. Durch den Eintritt der Betriebswirtin in die Geschäftsleitung setzt das Unternehmen auf die Verstärkung von Marke und Vertrieb.



• Der Sozialpolitische Ausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdv) hat den Schatzmeister des bvdv und Vorsitzenden des Verbands Druck und Medien Nord, **SÖNKE BOYENS**, geschäftsführender Gesellschafter der Boyens Medien GmbH & Co. KG in Heide, zum neuen Vorsitzenden gewählt.

Er übernimmt das Amt von **DR. WOLFGANG PÜTZ**, der sich nach 20 Jahren an der Spitze des Ausschusses nicht mehr zur Wiederwahl stellte. • Ab sofort ist Dipl.-Ökonom **ULF HEBER** Mitglied der Geschäftsleitung beim Verpackungshändler Ratioform und verantwortet die Bereiche Vertrieb, Produkt und Einkauf.

• **BORIS BORENSZTEIN** übernahm am 1. Juni die Position als Gesamtvertriebs-Direktor für Grafische Papiere bei Deutsche Papier. Die Vertriebsabteilungen Commercial Print, Kundenservice, Rollenoffset sowie die Business Unit Karton werden direkt an ihn berichten.



• Im April hat **MUHAMMED YASAR** das Produktmanagement für den Sortimentsbereich Digitaldruck bei Deutsche Papier übernommen.

IFRA Expo & Conference
29 - 31 Oct, Frankfurt, Germany

World Publishing Expo 2012

Die führende Technologie-Messe für Lösungen rund um das Publizieren:

- auf Tablet-Computern
- Mobiltelefonen
- in gedruckter Form
- und online.



Alles andere als Schönwetterkapitän

Bernhard Schreier verlässt die Heidelberger Druckmaschinen AG. Eine Analyse seiner Ära als Vorstandsvorsitzender

»Viel, weil wir intensiv daran arbeiten müssen, dass der Offsetdruck seinen Ruf und seine Bedeutung behält, die ihm zusteht. Denn wir beobachten, dass die Attraktivität der neuen Medien das Gedruckte in ein falsches Licht rückt.«

Daran hat sich bis heute nicht viel geändert. Und dennoch! Zwei Krisen und gefühlte Jahrzehnte dramatischen Strukturwandels in der Druckindustrie später, verlässt Bernhard Schreier den Heidelberger Druckmaschinenbauer. Sein Rücktritt als Vorstandsvorsitzender kommt überraschend, zumal das Unternehmen nach den letzten Krisenjahren, tiefroten Zahlen und einer gerade noch abgewendeten Insolvenz allmählich wieder Luft schnappen kann und zumindest im nächsten Geschäftsjahr wieder mit einem positiven Ergebnis rechnet.

»Nachdem in den vergangenen Monaten wichtige strategische Weichenstellungen eingeleitet und zum Teil bereits umgesetzt wurden, um Heidelberg wieder auf einen profitablen Wachstumskurs zu bringen, und die drupa im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012/13 zum höchsten Quartalsauftragseingang seit vier Jahren geführt hat, haben Aufsichtsrat und Schreier jetzt den rich-

tigen Zeitpunkt gesehen, um auch an der Unternehmensspitze neue Impulse zu setzen«. So liest sich die offizielle Pressemitteilung vom 19.



Juli 2012. Der Vertrag von **Bernhard Schreier** sollte zwar noch bis Mitte 2013 laufen, doch nun gibt er den Stab

nach 13 Jahren als Heidelberg-CEO schon Anfang September ab. Er werde seinen Nachfolger Dr. Gerold Linzbach noch bis Ende des Jahres begleiten und das Unternehmen danach verlassen.

Noch immer rote Zahlen

Solche Verlautbarungen blenden erfahrungsgemäß Teile der Ist-Situation aus. Und so kolportiert die Wirtschaftspresse sofort, dass mit dem Abtreten des langjährigen Heidelberg-Aufsichtsratsvorsitzenden Mark Wössner vor einem Jahr die Position Schreiers bereits als geschwächt galt und der neue Aufsichtsratsvorsitzende Robert J. Koehler nicht bis zum Auslaufen des Vertrags von Schreier habe warten wollen. Koehler habe ein entschlosseneres Handeln in der Krise verlangt.

Zwar hatte Schreier noch zu Anfang des Jahres mit dem Effizienzprogramm »Fokus 2012« den Abbau weiterer 2.000 Arbeitsplätze ange-

Bei den weltweit zigtausenden kommerziellen Druckereien hat der Name Heidelberg die gleiche Bedeutung wie Coca-Cola im sonstigen Leben. Jeder kennt die Marke – egal wohin man kommt. Was kann da schon passieren? »Viel«, sagte Bernhard Schreier im »Druckmarkt«-Interview Anfang des Jahres 2000, kurz nach seiner Berufung zum Vorstandsvorsitzenden des Druckmaschinenbauers.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





kündigt, doch offensichtlich hat das Programm den Aufsichtsrat nicht überzeugt. Noch steckt der Konzern in den roten Zahlen. Im abgelaufenen Quartal stiegen die Verluste noch einmal auf rund 58 Mio. €; vor einem Jahr stand nur ein Minus von 25 Mio. € in der Quartalsbilanz.

Von Schreiers Nachfolger Dr. Linzbach wird nun wohl erwartet, dass er das Blatt schneller wenden und das Unternehmen nach vier Jahren mit Verlusten wieder in die schwarzen Zahlen bringen kann.

Weitere Anpassung nach unten?

Die Dauerkrise im Druckmaschinenbau ist jedoch kein hausgemachtes Problem von Heidelberg. Alle Druckmaschinenbauer leiden seit vier Jahren unter der Flaute. Seit Beginn der Finanzkrise 2008 hat sich der Branchenumsatz auf rund 4,5 Mrd. € halbiert. Und dauerhaft – so die Annahme des KBA-Chefs Claus Bolza-Schünemann – wird sich der Umsatz

auf diesem Niveau einpendeln. KBA, die Nummer zwei im Druckmaschinenbau, erreicht bei einem Umsatz von knapp 1,2 Mrd. € und etwas mehr als 6.000 Mitarbeitern gerade die Gewinnzone.

Angesichts der anhaltenden Strukturkrise der Branche spricht derzeit nicht viel dafür, dass sich der Umsatz von Heidelberg auf über 3,0 Mrd. € steigern lässt. Daran ändert auch der hohe Auftragseingang während der drupa 2012 nicht viel. Und die Hoffnung auf eine Marktberingung erübrigt sich, nachdem die britische Langley-Gruppe und der Lübecker Mischkonzern Possehl den Konkurrenten manroland nach dessen Insolvenz und Zerschlagung übernommen haben.

Schreiers Nachfolger Dr. Gerold Linzbach wird um weitere Anpassungen wohl nicht herumkommen. Damit kommt keine leichte Aufgabe auf ihn zu, wenngleich Bernhard Schreier den größten Teil der Arbeit schon geleistet hat.

Kein Schönwetterkapitän

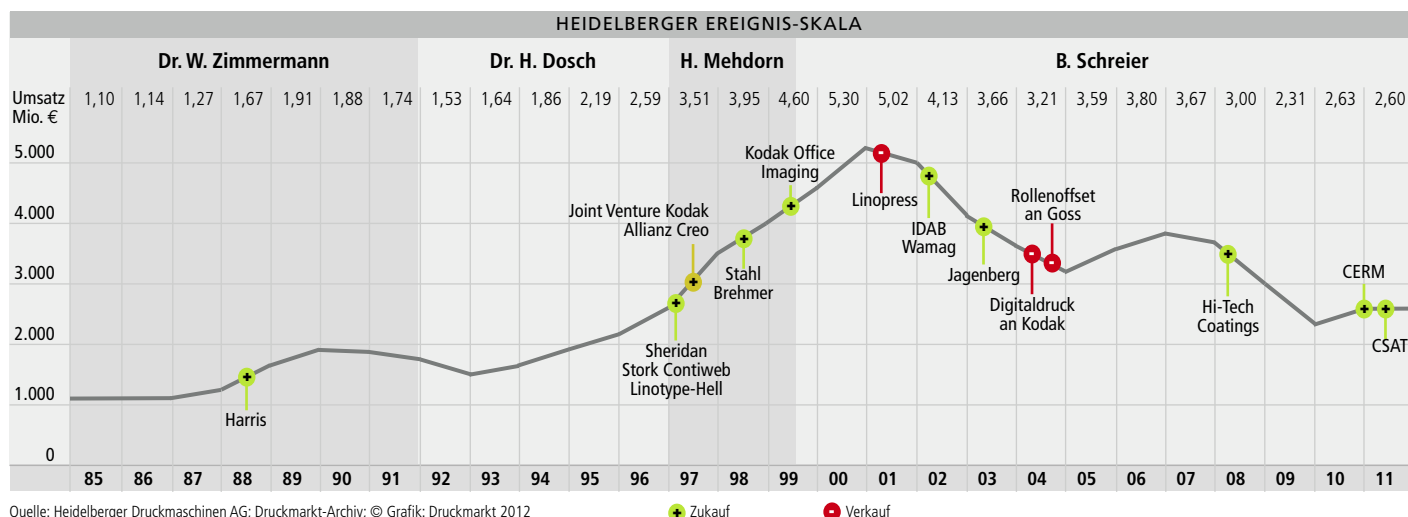
Denn Bernhard Schreier war in seiner Zeit als Vorstandsvorsitzender alles andere als ein Schönwetterkapitän. Schon kurz nach der Übernahme des Zepters von Hartmut Mehndorn im Oktober 1999, der an die Spitze der Deutschen Bahn wechselte, hob er den Umsatz des Druckmaschinenbauers zwar noch auf das Allzeithoch von 5,3 Mrd. €, doch nach dem Platzen der Dotcom-Blase im März 2000 brach die erste schwere Krise über die Medienbranche herein. Während der nun folgenden Ära als Vorstandsvorsitzender hatte Schreier wirklich gute Zeiten nicht mehr erlebt.

Zu den ersten Aufgaben Schreiers gehörte es, den von Hartmut Mehndorn durch üppige Zukäufe aufgeblähten Konzern wieder zurückzustutzen. Neben dem Zeitungs- und Rollendruckgeschäft musste sich Heidelberg 2004 unter finanziellem

DR. GEROLD LINZBACH

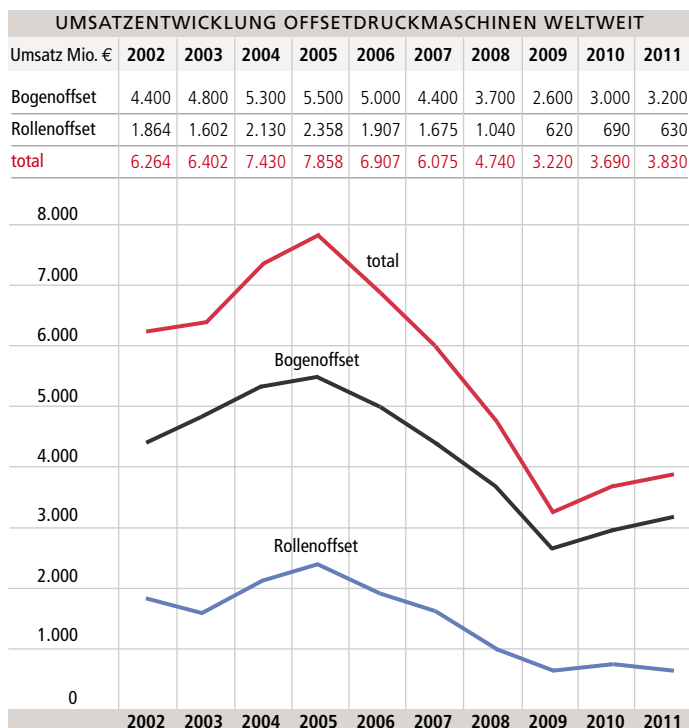


Dr. Gerold Linzbach (56) promovierte Chemieingenieurwesen, war von 1988 bis 1991 bei McKinsey und verantwortete Projekte im Bereich der Prozesstechnik. Ab 1991 war er in verschiedenen Positionen bei der Hoechst AG, unter anderem als CEO der Trevira GmbH. 1999 begleitete er die Gründung von Aventis und war bis 2003 CEO der Celanese Acetate Gruppe in den USA. Im März 2005 wurde Dr. Linzbach Vorstandsvorsitzender der Holzmindeiner Symrise AG und führte das Unternehmen 2006 an die Börse. Ab 2009 leitete Dr. Linzbach als Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer die D+S Europe beziehungsweise deren Folgegesellschaften in Hamburg. Im September 2012 wird er Heidelberg-CEO.



Die starken Umsatzzuwächse, die Heidelberg ab 1997 verzeichnete, stehen unmittelbar im Zusammenhang mit den Zukäufen aus der Zeit von Hartmut Mehndorn, der Heidelberg zu einem Komplettanbieter in der Branche formen wollte. Zu keiner Zeit vorher hatten die Vorstände des Unternehmens derart in Technologien investiert, die nicht zum Kerngeschäft gehörten. Auch nachdem Bernhard Schreier 1999 das Ruder bei Heidelberg übernahm, waren Zukäufe nicht mehr an der Tagesordnung. Ein Abweichen von Mehndorns Strategie wurde bereits 2001 spürbar, als Heidelberg den Bereich Linopress, der Redaktionssysteme herstellte, an alfa verkaufte, und den Bau von Scannern der ehemaligen Linotype-Hell AG einstellte.

2004 drehte Schreier das Rad komplett zurück: Der gesamte Bereich Rollenoffset, zu dem auch das 1988 akquirierte Rollengeschäft von Harris gehörte, wurde an Goss verkauft, der Digitaldruck in Farbe und Schwarz-Weiß ging an Kodak. Damit brachen Heidelberg neben dem ohnehin rückläufigen Geschäft weitere Umsätze weg, die Verlustbringer waren jedoch ausgeschaltet. In den folgenden Jahren konzentrierte sich Heidelberg auf den Bogenoffset und startete mit dem Zukauf des Lack-Herstellers Hi-Tech-Coatings seine Offensive im Markt der Verbrauchsmaterialien. CERM (MIS) und CSAT waren kleinere Zukäufe im Bereich der Software und des Digitaldrucks, von dem sich Heidelberg Erfolge im Verpackungsmarkt verspricht.



Quelle: Heidelberg, KBA; © Druckmarkt-Grafik 2012

Druck auch von den Digitaldruckaktivitäten trennen. Damit beraubte sich Heidelberg jedoch seiner Digitaldruck-Perspektiven. Aufgrund der wachsenden Bedeutung des Digitaldrucks sah sich Schreier 2011 gezwungen, den Ausstieg aus dem digitalen Druck durch die Allianz mit Ricoh wieder halbwegs rückgängig zu machen.

Natürlich belegen die Zahlen, dass der Konzernumsatz (5,3 Milliarden € im Geschäftsjahr 2000/01) unter Schreiers Führung auf etwa die Hälfte geschrumpft ist. Und ausgerechnet Bernhard Schreier, der als Heidelberger ›Urgestein‹ viel Verständnis für die Mitarbeiter hatte und eine gute Portion Solidarität mitbrachte, musste während seiner Amtszeit den Abbau von über 10.000 Arbeitsplätzen einleiten und durchziehen. Im ersten Jahr seiner Amtszeit als Heidelberg-CEO beschäftigte der Druckmaschinenbauer 25.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2011/12

waren es noch 15.414, weitere 2.000 Stellen stehen zur Disposition. Trotz dieser äußerst unpopulären Maßnahmen und der auch menschlich nicht eben leichten Aufgabe galt Schreier unter Analysten und Anlegern als Zauderer. Ja, vielleicht hat er die Dimension und Dauer der Krise unterschätzt, vielleicht hatte er zu lange auf ein sich Erholen des Marktes gehofft. Vielleicht hätte auch anders reagieren müssen. Doch ›hätte, wäre, wenn‹ zählt nicht. Immerhin hat er das Unternehmen durch zwei globale Wirtschaftskrisen geführt und dazu beigetragen, Heidelberg vom Druckmaschinenhersteller zu einem Lösungsanbieter zu entwickeln.

37 Jahre Branchenkenntnis

Der 58-jährige Bernhard Schreier hat praktisch sein gesamtes Berufsleben bei Heidelberg verbracht. Schon sein Studium absolvierte er als Angestellter der Heidelberger Druckmaschinen AG. Als Diplom-Ingenieur wurde

Diese Grafik spricht Bände und zeigt den Absturz der Verkäufe bei den Offsetdruckmaschinen in den letzten Jahren (Flexo-, Tief- und Hochdruck bringen es außerdem noch auf einen Umsatz von etwa 700 Mio. €). Dies lässt sich sicher nicht als hausgemachtes Problem von Heidelberg definieren. Doch auch wenn die Kurve bei den Verkäufen im Bogenoffset wieder nach oben zeigt, wird es für Heidelberg schwer werden, wieder auf einen Umsatz von 3 Mrd. € zu kommen. Das ist (wenn überhaupt) nur mit Geschäften in Prepress, Verbrauchsmaterialien, Weiterverarbeitung und Services möglich.

er 1978 Assistent der Montageleitung am Standort Wiesloch, zwei Jahre später Abteilungsleiter. Ab 1982 war er Betriebsleiter Speedmaster und S-Offset, ab 1985 Projektleiter des Neubaus der Montage in Wiesloch, deren Leiter er 1988 wurde. 1990 ging Bernhard Schreier nach Frankreich und leitete als Directeur Général den Rollenoffset-Standort Heidelberg Harris in Montataire. 1995 wurde er stellvertretendes Mitglied des Heidelberg-Vorstands mit der Zuständigkeit für die Produktionstechnik. 1996 übertrug man ihm den Vorstandsvorsitz der Linotype-Hell AG. Nach deren Verschmelzung mit der Heidelberger Druckmaschinen AG wurde Schreier Mitglied des Konzernvorstandes und Leiter der Business Unit Prepress. Im Oktober 1999 übernahm er schließlich den Vorstandsvorsitz des Unternehmens.

Dr. Gerold Linzbach bringt keine ausgeprägte Erfahrung im Maschinenbau mit und ist kein ausgewiesener Kenner der Druckindustrie. Dafür verfüge er über Führungs- und Kapitalmarktexpertise, wird Robert J. Koehler zitiert. Deshalb wird er wohl auch clever genug sein, sich so viel Branchenwissen wie möglich anzueignen, bevor Bernhard Schreier das Unternehmen nach 37 Jahren verlässt.

RESPEKT!

Und eine persönliche Anmerkung sei an dieser Stelle auch erlaubt. Ich kenne Bernhard Schreier seit 1996. Ich habe ihn in diesen Jahren als gut gelaunten, jovialen, aber auch als nachdenklichen, angestregten und von den in der Krise notwendigen Entscheidungen (und wohl auch schlaflosen Nächten) ausgelaugten Menschen kennengelernt. Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie schwer es ist, einige Dutzend Mitarbeiter zu entlassen. Aber 10.000 sind eine ganz andere Nummer. Dabei habe ich Bernhard Schreier als alles andere als kaltschnäuzig erlebt (was ihm andere gerne zum Vorwurf machen). Und auch wenn sich jetzt alle an den Zahlen festhalten und zurückliegende Entscheidungen kritisieren: Er hat in den 13 Jahren als Vorstandsvorsitzender mit dem Ausstieg aus dem Rollenoffset, dafür aber mit dem Einstieg ins Bogen-Großformat (um nur zwei Entscheidungen herauszugreifen) dazu beigetragen, dass es Heidelberg überhaupt noch gibt. Auch dafür meinen allerhöchsten Respekt!

Unser Know-how und die Technologie liefern kundenorientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

Unser Mix aus innovativen Technologien und Beratung motiviert Druckunternehmen, ihr bestehendes Angebot durch neue Anwendungen und Services schrittweise in Richtung heutige Multimedia-Welt zu erweitern, und dies genau in dem Tempo das ihr Geschäft verlangt.

Druckereibetriebe nutzen unsere umfassende Unterstützung und den vorzüglichen Service, um ihr Geschäft aufzubauen. Wir besitzen ein umfassendes Portfolio an integrierten Hardware- und Software-lösungen für Druckanforderungen in Unternehmen aus allen Bereichen.

Pro C

Pro C™-Serie

BDP

Business
Driver
Programm

Web-to-Print

Variable
Data Printing

RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
Tel.: +41 (0)844 360 360
Web: www.ricoh.ch
E-Mail: info@ricoh.ch

Druckindustrie dreht ins Plus

Der Bundesverband Druck und Medien (bvd) erwartet für 2012 Verbesserungen beim Branchenumsatz

Die Werbebranche, die die Drucksachenherstellung direkt oder indirekt zu etwa zwei Drittel finanziert, hat seit dem Jahr 2000 mit teils dramatischen Einbrüchen der Budgets ihrer Kunden zu kämpfen. In der Folge verliert auch Printwerbung bei den sogenannten Media-Spendings. Dies betrifft aber nicht nur Zeitungen und Zeitschriften, generell sinken die Auflagen und zugleich vollzieht sich eine Umschichtung der Kommunikations- und Werbebudgets, da die Geldmittel vieler Kunden in CR-Projekte (Customer Relations), E-Mail- und Online-Werbung statt in Drucksachen fließen.

Doch gegenüber den beiden Jahren 2009 und 2010 hat die deutsche Druckindustrie 2011 leicht ins Plus gedreht und legte bei der Produktion und beim Umsatz wieder zu. »Die Produktions- und Umsatzrückgänge der Jahre 2009 und 2010 konnten in Wachstumsraten gedreht werden«, erläuterte



Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverband Druck und Medien, bei Vorlage der aktuellen Zahlen Anfang Juli bei der Jahrespressekonferenz des Verbandes. »Wirtschaftlich deutet sich, wenn auch auf niedri-

gem Niveau, eine Erholung an«, sagte Schwarz.

Doch während andere wichtige Industriebranchen längst wieder zweistellige Wachstumsraten beim Umsatz aufweisen, hinkte die Druckindustrie 2011 noch mit +2,8% beim Umsatz und +1,3% in der Produktion hinterher. Die Gesamtindustrie legte zur gleichen Zeit 11,4% beim Umsatz und 9,1% beim Produktionsindex zu.

Als Grund nennt bvd-Präsident Rolf Schwarz, dass die Printmedien vom Bruttowerbewachstum der Gesamtwirtschaft von (+3,5%) mit 0,6% nur unterproportional profitieren konnten. Elektronische Medien hätten dagegen mit +5,4% überproportional zugelegt.

Höhere Energiekosten belasten

Zwar stiegen erstmals seit 2003 die Erzeugerpreise für Druckleistungen 2011 wieder, aber die Kostensteigerungen bei Energie und Rohstoffen konnten bei Weitem nicht kompensiert werden. Die Preise für Druckereileistungen sind 2011 um 1,3% gestiegen, der Indexwert beträgt jedoch 95,2. Das heißt, dass die Preise seit 2005 um 4,8% verloren haben. Der Preisindex für das gesamte verarbeitende Gewerbe ist 2011 dagegen um 4,4% auf 111,6 gestiegen. Anderen Industriebranchen gelingt

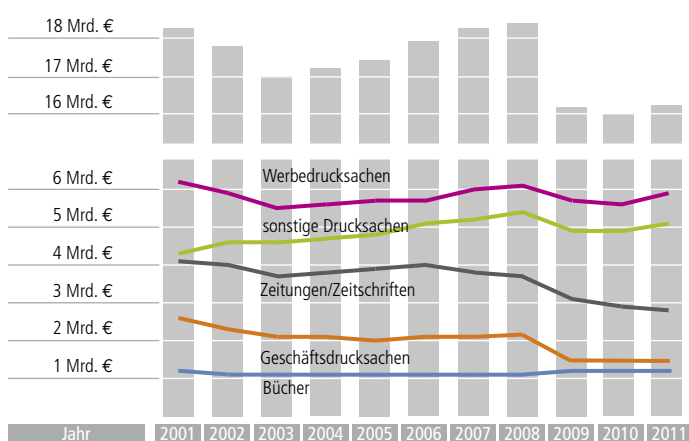
2011 erwirtschafteten die rund 9.750 Unternehmen der Branche nach Angaben des bvd einen Umsatz von 20,729 Mrd. Euro. Profitiert haben vor allem Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten, die rund 13,1 Mrd. Euro erwirtschaftet und erstmals nach zwei Jahren mit negativen Jahresbilanzen 2,6% beim Umsatz zugelegt haben.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



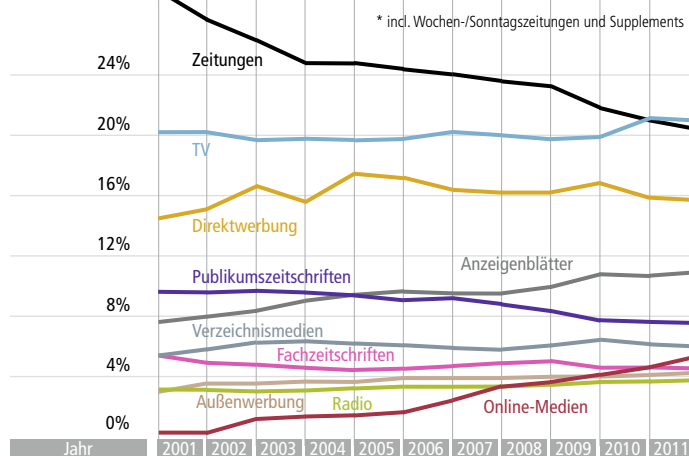


PRODUKTIONSWERTE IN MRD. EURO											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Werbedruck	6,17	5,88	5,55	5,57	5,68	5,74	5,98	6,12	5,73	5,64	5,87
Geschäftsdrucks.	2,57	2,31	2,10	2,07	2,05	2,02	2,10	2,15	1,30	1,30	1,34
Zeitschriften	2,10	2,07	1,97	1,99	2,02	2,02	1,94	1,82	1,67	1,56	1,45
Zeitungen	2,00	1,92	1,76	1,80	1,84	1,94	1,91	1,84	1,39	1,29	1,33
Bücher	1,16	1,10	1,05	1,05	1,06	1,08	1,09	1,07	1,17	1,16	1,15
Etiketten	0,86	0,95	1,00	1,01	0,99	1,05	1,08	1,12	1,07	1,14	1,19
Kalender, Karten	0,42	0,46	0,20	0,17	0,16	0,14	0,14	0,16	0,13	0,13	0,13
sonst. Drucksachen	1,38	1,35	1,58	1,69	1,71	1,82	1,86	1,88	1,57	1,72	1,78
sonst. Leistungen	1,63	1,80	1,80	1,82	1,93	2,07	2,12	2,21	2,08	1,95	2,04
Summe ¹	18,29	17,83	17,02	17,16	17,47	17,88	18,22	18,34	16,17	15,90	16,29



¹ Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Quelle: Statistisches Bundesamt, bvdm. © Druckmarkt-Grafik 7/2012.

VERTEILUNG DER WERBEGELDER IN % (D)											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Zeitungen*	27,6	26,3	24,8	24,8	24,3	24,0	23,7	23,2	21,8	21,0	20,4
TV	20,1	19,7	19,8	19,7	19,8	20,2	20,0	19,8	19,9	21,1	21,0
Direktwerbung	15,0	16,7	15,7	17,4	17,1	16,3	16,1	16,1	16,8	15,9	15,8
Anzeigenblätter	8,0	8,3	9,0	9,4	9,6	9,5	9,5	9,9	10,8	10,7	10,9
Publikumszeit.	9,6	9,7	9,6	9,4	9,0	9,1	8,8	8,3	7,8	7,7	7,6
Verzeichnismedien	5,8	6,2	6,3	6,1	6,0	5,9	5,8	6,0	6,4	6,1	6,0
Fachzeitschriften	4,9	4,8	4,6	4,4	4,5	4,7	4,9	5,0	4,6	4,6	4,5
Außenwerbung	3,5	3,5	3,7	3,7	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0	4,1	4,2
Online-Medien	0,1	1,1	1,3	1,4	1,7	2,4	3,3	3,7	4,1	4,6	5,2
Radio	3,1	3,0	3,0	3,2	3,3	3,3	3,3	3,5	3,7	3,7	3,8



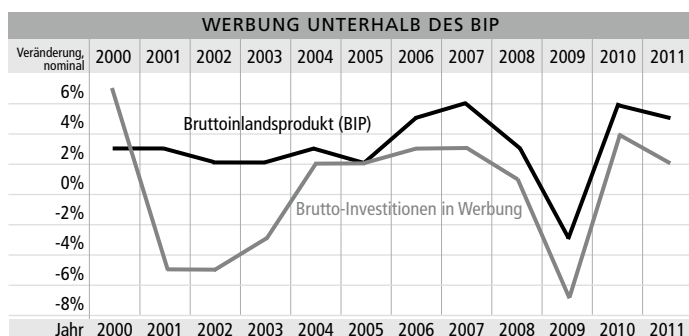
Quelle: ZAW, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 7/2012.

es demnach im Durchschnitt besser, moderat steigende Preise durchzusetzen.

Hoffnungen auf Investitionen

Nach den rückläufigen Investitionsvolumen in den zurückliegenden Jahren hofft die Branche auf einen Investitionsschub. »Die drupa hat die Stärke und das Potenzial der

Branche und des Mediums Print deutlich gemacht«, zeigt sich Rolf Schwarz überzeugt. Automatisierung, Verpackungsdruck, Digitaldruck, hybride Technologien, Web-to-Print und umweltgerechtes Drucken werden nach Ansicht des Verbandes die Zukunftsthemen und Wachstumsmärkte der Branche sein. Erste Zahlen von der Messe im Mai zeigen positive Impulse.



Quelle: ZAW, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 7/2012

Diese spiegelt sich natürlich noch nicht in den Zahlen des Jahres 2011 wider. Nach dem Ergebnis der aktuell veröffentlichten Investitionstatistik des Statistischen Bundesamtes für Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten ist das Investitionsvolumen in der Branche 2010 um weitere 4,3% gegenüber 2009 gesunken, nachdem es bereits um 17,8% gegenüber 2008 rückgängig war. Damit ist das Investitionsvolumen seit dem Jahr 2000 um 47,5% zurückgegangen.

Nachlaufende Branche

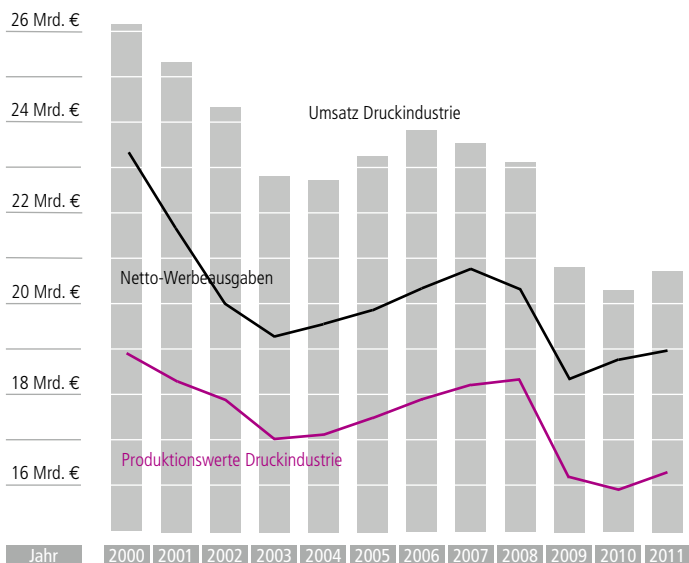
»Mit den verbesserten Produktions- und Umsatzergebnissen könnte es für die deutsche Druckindustrie 2012 weiter aufwärtsgehen«, glaubt Rolf Schwarz. Die ersten Einschätzungen

Die Produktionswerte der deutschen Druckindustrie haben ein Niveau erreicht, das in etwa dem von 1995 gleicht. Vor allem die rückläufigen Leistungen bei Presse-Erzeugnissen sind seit einigen Jahren wesentlich für das Sinken der Produktionswerte verantwortlich. So sinkt bei Zeitungen und Zeitschriften auch der Anteil an der Werbung seit Jahren (Grafik rechts) kontinuierlich. Prozentual (und auch in absoluten Zahlen) haben in den letzten Jahren nur Fernsehen und die Online-Medien zulegen können. Doch auch das Wachstum der Internet-Werbung hat an Dynamik eingebüßt. Das Verhältnis zwischen Print und elektronischen Medien wie Internet, TV und Radio ist noch immer mit 70:30 imposant.

Die Volkswirtschaft wird 2012 nicht so stark wie 2011 wachsen. Es wird ein Wachstum des BIP von unter 1% erwartet, nachdem es 2011 noch um 3% gewachsen war. Das wird sich auch auf die Werbeausgaben auswirken.



WERBEAUSGABEN, PRODUKTIONSWERTE UND UMSÄTZE											
in Mrd. €	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Werbeausgaben	21,69	20,07	19,28	19,58	19,83	20,35	20,76	20,36	18,37	18,75	18,93
Produktionswert ¹	18,29	17,83	17,02	17,16	17,47	17,88	18,22	18,34	16,17	15,90	16,29
Umsatz gesamt ²	25,32	24,35	22,81	22,75	23,23	23,77	23,57	23,12	20,83	20,30	20,73



¹ Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten.

² Umsatz Druckindustrie gesamt auf Basis der Umsatzsteuerstatistik.

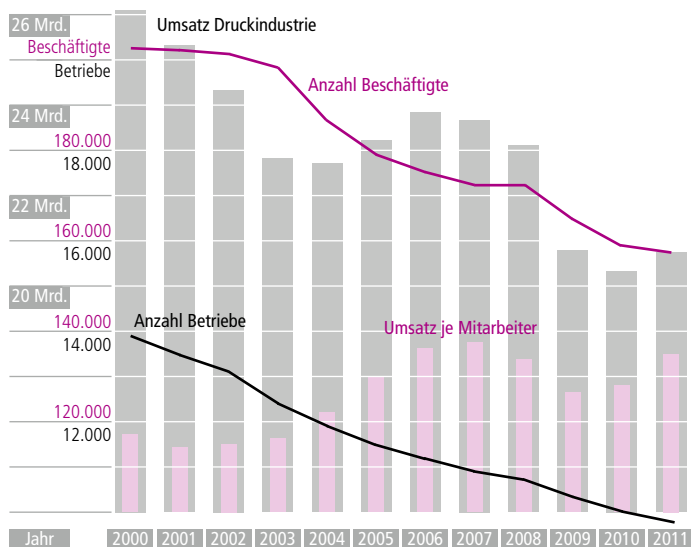
Quellen: ZAW; Statistisches Bundesamt; bvd/m. © Druckmarkt-Grafik 7/2012.

Die Abhängigkeit der Druckindustrie von der Werbekonjunktur ist, wie in der Grafik links dargestellt, unübersehbar. Nahezu parallel entwickeln sich die Umsätze und Produktionswerte der Branche mit den Netto-Werbeausgaben. Dabei hat die Druckindustrie seit dem Jahr 2000, das als Rekordjahr in die Annalen eingegangen ist, etwa 20% ihres Umsatzes eingebüßt. Allerdings bezieht sich dies nur auf die vom Bundesverband Druck und Medien erfassten Betriebe und Produktionswerte. So bleiben die Umsätze beispielsweise der Faltschachtelindustrie mit rund 2 Mrd. € unberücksichtigt.

Interessant auch die Entwicklung bei den Betrieben und deren Beschäftigten in der Branche (Grafik rechts). Immer weniger Mitarbeiter arbeiten in den Druckereien immer produktiver.

für das erste Halbjahr 2012 deuten zwar auf eine Stagnation hin, dennoch erwartet der Verband eine leichte Belebung für das Gesamtjahr. »Wir gehen für 2012 von einem Umsatzplus von 1,5 Prozent aus«, sagte bvd/m-Präsident Schwarz. Dafür spreche, dass die Druckindustrie eine sogenannte »nachlaufende Branche« ist, die üblicherweise erst mit Zeitverzögerungen von Wirtschaftsaufschwüngen profitiert. Zudem hofft der Verband 2012 auf Großereignisse wie die Olympischen Sommerspiele und die zurückliegenden Fußball-Europameisterschaft, die bei stabiler Wirtschaftslage den Werbemarkt beflügeln könnten. Dies sieht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) bei der Einschätzung der Lage etwas differenzierter und weist darauf hin, dass sich Sport-Großereignisse in

UMSATZ, BETRIEBE, BESCHÄFTIGTE, PRO-KOPF-UMSATZ											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Umsatz (Mrd. €) ¹	25,3	24,3	22,8	22,7	23,2	23,8	23,6	23,1	20,8	20,3	20,7
Betriebe (Tsd.) ²	13,5	13,1	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0	9,7
Beschäftigte (Tsd.) ²	221	212	197	186	179	175	172	172	165	159	154
Umsatz/Kopf (Tsd. €)	114	115	116	122	130	136	137	134	126	128	135



¹ Umsatz Druckindustrie gesamt auf Basis der Umsatzsteuerstatistik. ² Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Quellen: Bundesagentur für Arbeit; bvd/m, Druckmarkt-Archiv. © Druckmarkt-Grafik 7/2012.

der Vergangenheit zwar inhaltlich in Anzeigen, Spots und auf Plakaten widerspiegelt hätten, aber nur punktuell zu tatsächlich höheren Werbebudgets geführt hätten. Doch profitiere die Druckindustrie erfahrungsgemäß durch Sonderseiten oder Sonderpublikationen von solchen Mega-Events, zeigt sich Rolf Schwarz überzeugt.

Werbung schwächelt

Dennoch beklagt Schwarz, dass die Druckindustrie nicht wie früher vom Werbewachstum profitieren konnte, da Werbeausgaben abwanderten. Der Bruttowerbeaufwand ist laut Nielsen Media Research im Jahr 2011 um 3,5% gestiegen (nach 11% im Jahr 2010), wobei elektronische Medien mit +5,4% (letztes Jahr +17,6%) überproportional profitieren konnten. Printmedien haben zwar im Medienmix des Bruttower-

bemerkts noch immer einen Anteil von 40%, konnten aber vom Werbewachstum auch 2011 mit Plus 0,6% (2010 +2,7%) nur unterproportional profitieren. Zeitungen verloren mit -2,1% wieder an Werbevolumen, was sich letztes Jahr mit +0,9% zu stabilisieren schien, und Publikumszeitschriften legten um 1,4% zu (letztes Jahr +4,3%). Plakate konnten wegen des starken Wahljahres 11,5% zulegen und Fachzeitschriften erholten sich um 2,9%.

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft prognostiziert für die Nettowerbeausgaben im Jahr 2012 jedoch einen Rückgang um 0,4% auf 29,83 Mrd. €, was um 930 Mio. € beziehungsweise 3% unter dem Wert des Jahres 2008 liegt. 2011 legten die Nettowerbeausgaben nach den ZAW-Ergebnissen um 1,4% zu.



Die neue KBA Rapida 145 Leistungsexplosion in der Jumbo-Klasse

Mit der neuen KBA Rapida 145 dokumentiert KBA seine technologische Spitzenstellung als Marktführer im Großformat. Bis zu 17.000 Bogen/h und unschlagbar schnelle Jobwechsel sorgen für einzigartige Produktivität und Wirtschaftlichkeit. Wie? Durch simultanen Druckplattenwechsel, parallele Waschfunktionen, ziehmarkenfreie Anlage, automatisierten Lackformwechsel, schnell tauschbare Rasterwalzen-Sleeves und Preset aller wichtigen Funktionen. Dazu kommen umfassende Inline-Pakete für Veredelung, Qualitätssicherung und vieles mehr. Noch Fragen? Anruf genügt.



Branche schrumpft weiter

Die Werbeeinnahmen bei Printmedien spielen für die Druckindustrie nach wie vor eine besondere Rolle, da der Produktionswert zu über 60% von werbeabhängigen Produkten getragen wird. Mögliche Veränderungen im Werbe- und Konsumverhalten wirken sich entsprechend auf die Branche aus.

Zudem befindet sich die Druckindustrie insgesamt nach wie vor in einem Strukturwandel, »der die Branche industrieller und technologieintensiver werden lässt, was mit Betriebs-schließungen und Arbeitsplatzabbau einhergeht«, stellt Rolf Schwarz fest.

So fiel die Zahl der Betriebe in der deutschen Druckindustrie erstmals unter die Marke von 10.000. Nach 10.043 Unternehmen im Jahr 2010 weist die Statistik für 2011 nur noch 9.746 Betriebe aus. Von den 297 Schließungen gehen 202 auf das Konto von Insolvenzen.

Damit ist die Anzahl der eröffneten Insolvenzen im Jahr 2011 um 5,3% gegenüber dem Vorjahr (190 Insolvenzen) gestiegen. Zwar ist dieser Wert zwar noch weit entfernt vom bisherigen Rekordwert des Jahres 2003 mit 336 Insolvenzen, allerdings waren wegen der Großinsolvenz von Schlott im April 2011 in der Summe 4.332 Beschäftigte von Insolvenzen betroffen. Das sind 37,9% mehr als im Vorjahr und 30% mehr als noch 2003, als 3.328 Beschäftigte betroffen waren.

Folglich ist die Beschäftigtenzahlen der deutschen Druckindustrie 2011 weiter gesunken. Im Jahr 2000 hatte die Branche noch 222.891 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Bis zum Jahr 2011 ist diese Zahl auf 154.524, also um 30,7% beziehungsweise um 68.367 Beschäftigte gesunken. Gegenüber dem zurückliegenden Jahr 2010 werden nunmehr 2,7% beziehungsweise 4.227 Menschen weniger beschäftigt.

Trotz rückläufiger Beschäftigtenzahlen wertet der bvdM die Ausbildungsbereitschaft in der Druckindustrie sehr positiv. Die Zahl der neu abgeschlossenen Auszubildendenverhältnisse ist im Jahr 2011 gegenüber 2010 mit 5.951 Neuverträgen um 3,4% gestiegen. Insgesamt lernten im Jahr 2011 in den drei Ausbildungsjahren 15.057 Auszubildende einen Beruf in der Druck- und Medienwirtschaft. »Dies macht deutlich, dass sich die Betriebe zukunftsorientiert aufstellen und neue Kompetenzen aufbauen«, stellte bvdM-Präsident Rolf Schwarz fest (siehe auch Seite 21).

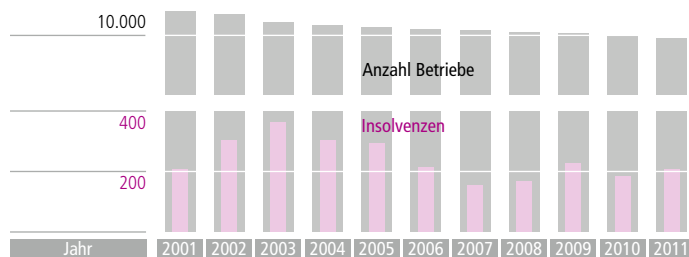
Demografische Entwicklung berücksichtigen

In diesem Zusammenhang richtete der Hauptgeschäftsführer des bvdM,



Dr. Paul Albert Deimel, einen eindringlichen Appell an die Tarifpartner, sich des Themas Demografie anzunehmen. Gerade

BETRIEBSSTRUKTUR IN DER DRUCKINDUSTRIE											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Betriebe (Tsd.)	13,5	13,1	12,4	11,9	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0	9,7
Insolvenzen	208	306	366	306	293	216	156	163	228	190	202
Differenz z. Vorjahr	455	357	700	498	391	357	228	226	409	258	297



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen: bvdM, Druckmarkt. © Druckmarkt-Grafik 7/2012.

Nach 10.043 Unternehmen im Jahr 2010 weist die Statistik für 2011 nur noch 9.746 Betriebe in der deutschen Druckindustrie aus. Von den insgesamt 297 Schließungen gehen alleine 202 auf das Konto von Insolvenzen.

in einer alternden Gesellschaft sei eine Technologiebranche wie die Druckindustrie auch in Zukunft auf qualifizierte Mitarbeiter und guten Nachwuchs angewiesen.

Besorgt äußerte er sich allerdings zu den Bestrebungen in der Politik, die Gestaltungsmöglichkeiten von Zeitarbeit und Werkverträgen zu beschneiden. Verlierer wären dabei die auf zunehmend mehr Flexibilität angewiesenen mittelständischen Unternehmen und die Arbeitnehmer. Gerade als Wirtschaftsverband sehe sich der bvdM in der Pflicht, die Interessen seiner Mitglieder gegenüber der Politik zu vertreten. Der Beschluss des Verbandes, Ende des Jahres nach Berlin umzuziehen, unterstreicht dieses Ansinnen.

»Gute Dienstleistungen für unsere Mitgliedsbetriebe, schlankere Ver-

bandsstrukturen und eine bessere Interessenvertretung für unsere Betriebe sind Antriebsmotoren für unsere Entscheidung«, sagte Dr. Deimel. »Es geht um die Zukunft und die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Druckindustrie. Europa und die Globalisierung machen einen stärkeren Einsatz für die Unternehmen der Branche und einen weiteren Schulterschluss mit anderen Branchen- und Arbeitgeberverbänden notwendig. In der Wirtschafts-, Sozial- und Energiepolitik sowie in der Mittelstandsförderung brauchen die Druck- und Medienunternehmen eine starke Stimme in Berlin und in Brüssel.«

➤ www.bvdM-online.de

➤ www.zaw.de

DRUCKMARKT
impressions

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

Das PDF-Magazin im Internet.
Alle 14 Tage mit Bildstrecken, Hintergrundartikeln und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Wieder mehr Ausbildungsplätze

Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse der Druckbranche ist 2011 gegenüber 2010 um 3,4% gestiegen. Sie liegt jetzt bei 5.951 neuen Ausbildungsverhältnissen. »Eine erfreuliche Entwicklung nach den schwierigen Ausbildungsjahren 2009 und 2010«, meint der Bildungsexperte Theo Zintel vom Bundesverband Druck und Medien.

Viele Ausbildungsbetriebe der Branche meldeten trotz der neuen Ausbildungsordnungen allerdings auch unbesetzte Ausbildungsstellen. Die Ausbildungsbetriebe monieren nach wie vor die unterdurchschnittliche Vorbildung vieler Bewerber, denen man die Ausbildung in den Berufen der Druckbranche nicht zutraut. 2011 wurden in der Druckindustrie 5.951 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen (2010: 5.755, +3,4%). Insgesamt lernten 2011 in den drei Ausbildungsjahren 15.057 Auszubildende einen Beruf in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Gesamtausbildungsverhältnisse sanken damit um 5,5% (2010: 15.934 Azubis). Dies verwundert nicht, wenn man

die sinkenden Ausbildungszahlen der letzten beiden Jahre berücksichtigt.

Die Mediengestalter verzeichneten bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnissen ein Plus von 2,23%. Erfreulich ist der Anstieg der Ausbildungszahlen der neuen Ausbildungsberufe Medientechnologie Druck um 6,46%, Medientechnologie Siebdruck um 7,86%, Medientechnologie Druckverarbeitung um 4,20% und Packmitteltechnologie um 3,70%. Offensichtlich hat damit die Neuordnung der Berufe einen positiven Effekt auf die Ausbildungsbereitschaft ausgelöst.

63,8% aller Ausbildungsverträge wurden für den Beruf Mediengestalter

abgeschlossen, gefolgt vom Medientechnologen Druck mit einem Anteil von 18,6%, Packmitteltechnologien (8,0%), dem Medientechnologen Druckverarbeitung (7,1%) und dem Medientechnologen Siebdruck mit 2,5%.

Frauenanteil nimmt zu

Der Frauenanteil liegt gesamt bei 40,3%, beim Mediengestalter ist der Anteil 57,2%. In den Berufen der Drucktechnik liegt der Anteil bei 10,8% und in der Druckverarbeitung bei 20,0%. Der Frauenanteil nimmt damit in den letzten Jahren stetig zu, was der Verband begrüßt, denn einen Hinderungsgrund für die Aus-

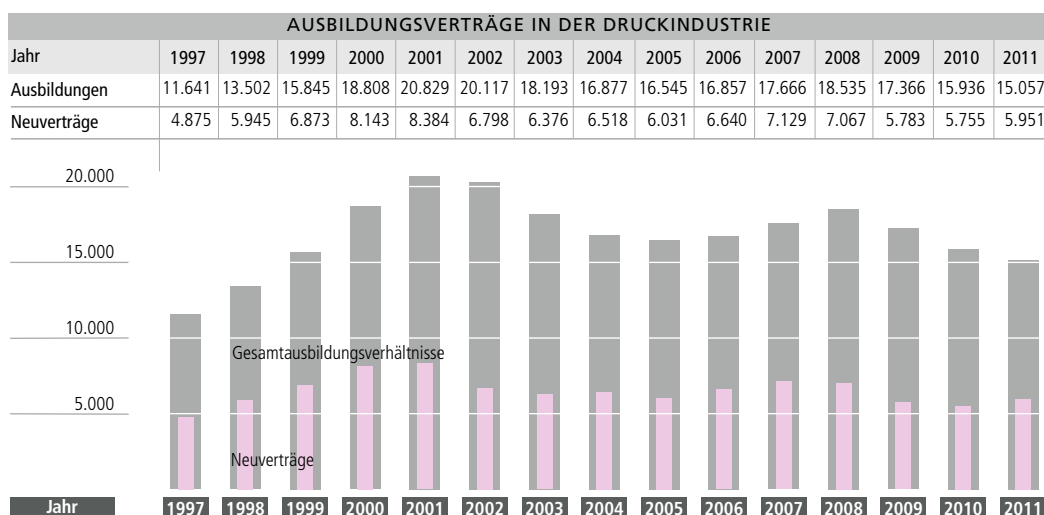
bildung von Frauen in den Berufen der Druckbranche gibt es schon lange nicht mehr.

Die Ausbildungszahlen beim Mediengestalter verteilen sich auf folgende Fachrichtungen: Beratung und Planung 2%, Konzeption und Visualisierung 9% und Gestaltung und Technik 86%, wobei zu berücksichtigen ist, dass 3% keine Fachrichtung angegeben haben.

Dazu Theo Zintel, Bildungsexperte beim Bundesverband Druck und Medien: »Es erstaunt doch seit Jahren, dass in den beiden Fachrichtungen »Beratung und Planung« sowie »Konzeption und Visualisierung« so wenig ausgebildet wird, denn gerade diese Fachrichtungen bieten mit Blick auf neue Geschäftsfelder ein großes Qualifikationspotential.« Deshalb appelliert er an die Unternehmen, verstärkt in diesen Fachrichtungen auszubilden.

Die nebenstehende Grafik zeigt einen Ausschnitt aus der Statistik des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), Kassel, die gerade erschienen ist. Sie kann beim zuständigen Druck- und Medienverband bezogen werden (Art.-Nr. 84506).

► www.bvdm-online.de



Quelle: ZFA/BPA Mai 2012. Druckmarkt-Grafik 7/2012.

Messesplitter

Eine gewaltige Schau war die drupa auch dieses Jahr wieder. Nicht nur die Zahl der Aussteller, der Messestände und Informationsmittel war imposant, auch die intelligenten Arten der Präsentation beeindruckten.

Da passen gleich zu Beginn unserer Messesplitter zwei Meldungen, die uns im Juli erreichten: Das Messemagazin drupa report Nr. 3 wurde ebenso ausgezeichnet wie der Messestand von Heidelberg.

RED DOT DESIGN AWARD Der Messestand der Heidelberger Druckmaschinen AG wurde mit dem renommierten Preis »red dot award: communication design 2012« ausgezeichnet. Der Award wird vom Design Zentrum Nordrhein-Westfalen verliehen. In diesem Jahr bewertete die Jury 21 Kategorien mit 6.823 eingereichten Arbeiten aus 43 Ländern. Heidelberg und die ausführende Agentur KMS Blackbox aus München erhielten den Preis für die Kategorie »Event Design – Messen«.

»Wir freuen uns, mit der Agentur KMS Blackbox einen kreativen Partner zu haben, der mit dem Messedesign unsere Zielgruppen begeistert hat«, erklärt



Adriana Nuneva, Leiterin Global Marketing & Communications. »Die Auszeichnung ist für uns eine hohe Ehre und Ansporn, auch weiterhin einen Schwerpunkt auf hervorragende Kundenkommunikation zu legen.«

Auf der drupa hatte Heidelberg unter dem Motto »Discover HEI« auf rund 6.300 m² integrierte Lösungen für den Werbe- und Verpackungsdruck ausgestellt. Als Standkonzept wurden dabei mit Druckplatten und Schrift zwei Grundelemente der Printmedien aufgegriffen und als Navigationshilfe eingesetzt. Die Besucher fanden sich in einer eigenen Erlebniswelt wieder. Insgesamt wurden über 3.000 bereits belichtete Druckplatten eingesetzt – mit ein Beitrag für die konsequent nachhaltige Ausrichtung von Heidelberg.



SILBER FÜR DRUPA REPORT NR. 3

Der schon vielfach prämierte drupa report hat bereits zum zweiten Mal in Folge den »Best Of Corporate Publishing Award« in Silber als Sonderpreis in der Kategorie »Druck & Innovation« gewonnen. Der Preis des Forums Corporate Publishing wird jährlich vergeben. Über 700 Publikationen in 36 Kategorien wurden eingereicht. Der drupa report wird damit erneut als herausragendes Beispiel für Druckveredelung, Materialmix und Druckweiterverarbeitung geholt.

»Der drupa report ist der beste Beweis, dass Print auch im digitalen Zeitalter immer noch voller Innovationskraft und Kreativität steckt«, erklärt **Manuel Mataré**, Director der drupa bei der Messe Düsseldorf GmbH. »Mit dem Fokus auf das Thema »Papier« wollten wir außerdem unterstreichen, dass dieser Wertstoff im Wettbewerb der Medien nach wie vor eine zentrale und inspirierende Rolle spielt.«

In einer Auflage von 13.000 Stück richtet sich der drupa report als offizielles Medium der drupa an Entscheidungsträger, Multiplikatoren, Aussteller und Fachjournalisten der Branche. Schwerpunktthema des drupa report Nr. 3 war



KOMMENTAR

Kalter Kaffee

Von Verdrängung bei den Medien ist immer die Rede. Print sei tot und würde durch andere Medien, vor allem Online-Medien und das Internet, ersetzt. Nein, wir wissen längst, dass das kalte Kaffee ist. Mit jedem neuen Medium hat sich zwar das Medienverhalten geändert, auch die Mediengewohnheiten verändern sich, aber das Bedürfnis, Informationen über Medien aufnehmen zu wollen, hat sich nicht geändert. Wie beim Kaffee – jetzt aber bei der heißen Sorte.

Früher gab es nur eins: geröstete Kaffeebohnen, die man mittels Kaffeemühle zerkleinerte und aufbrühte. Danach gab es gemahlene und abgepackten Kaffee. Schon vorher (wer hat's erfunden?) gab es den Instant-Kaffee und in jüngster Zeit auch Kaffee-Pads und Kapseln samt einer Vielzahl unterschiedlicher Kaffeesorten.

Und was hat sich geändert? Haben die Lifestyle vermittelnden Kaffee-Kapseln den klassischen Filterkaffee verdrängt? Nichts von dem! Der Kaffeeconsum steigt insgesamt – die vielfältigen Zubereitungs- und Darreichungsformen existieren in allen Formen fröhlich nebeneinander.

Insgesamt wurden 2011 in Deutschland 402.000 Tonnen Röstkaffee und 12.650 Tonnen (+1,2%) löslicher Kaffee konsumiert. Auch der Absatz von Espresso sei 2011 erneut um rund 10% auf 59.000 Tonnen gestiegen. Und der in Einzelportionen abgepackte Kaffee ist weiter auf dem Vormarsch. Der Verkauf von Kaffee in Pads und Kapseln habe sich im vergangenen Jahr um etwa 30% auf 37.650 Tonnen erhöht, teilte der Kaffee-Verband in Hamburg mit. Seit 2005 habe sich der Verbrauch für Portions-Kaffeemaschinen damit vervielfacht.

Nun ist es ja nicht so, dass diese Art von Kaffee deutlich besser schmeckt als andere Sorten, doch liegt die komfortable Zubereitung absolut im Trend. Klassischer Filterkaffee dagegen ist leicht rückläufig, was sich mit einem leichten Minus von 1,1% im gesamten Kaffeemarkt bemerkbar macht. Angesichts der Tatsache, dass der Pro-Kopf-Verbrauch bei 149 Litern pro Jahr liegt, ist dies aus Branchensicht ein stabiler Markt auf hohem Niveau.

Das alles erinnert doch sehr an die Medien und deren Umsatzverteilung (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 16 dieser Ausgabe). Ähnlich wie der Kapsel-Kaffee bei rund 10% des gesamten Kaffeemarktes liegt, erreichen die Online-Medien umsatzmäßig noch nur rund 10% des gesamten Netto-Werbemarktes. Dabei scheinen sich die Schwindel erregenden Zuwachszahlen bei der Online-Werbung nach den aktuellsten Zahlen abzuflachen. Möglicherweise hat sich mit den vorliegenden Werten der Markt gefunden und wird nur noch unwesentlich weiter wachsen. Denn gemessen am Gesamtvolumen zählen die absoluten Zahlen und nicht die Zuwachsraten. Eben wie beim Kaffee.



Klaus-Peter Nicolay

Papier – sowohl inhaltlich als auch in der produktionstechnischen Umsetzung. So kamen im drupa report Nr. 3 sieben unterschiedliche Papiersorten der Papier Union zum Einsatz. Auch das Format wechselte auf den 62 Seiten mehrfach: von DIN A4 über Ausklapper bis hin zum Altarfalz in der Mitte des Magazins. Dadurch kommt Papier in all seinen Facetten, seiner Haptik und seinen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten in der Printkommunikation eindrucksvoll zur Wirkung. Hochwertige Veredelungen wie Laserstanzungen auf der Titelseite, Heißfolienkaschierungen und Duftdruck machen das Magazin zu einem besonders werthaltigen Exemplar Print. Für das Design zeichnet Holger Giffhorn, Giffhorn Design, Wuppertal verantwortlich. Gedruckt wurde der drupa report im Druckstudio Düsseldorf.

Bereits seit der ersten drupa 1951 berichtet der drupa report als Messezeitung über das Geschehen rund um die Weltleitmesse – damals noch unter dem Namen »DRUPA-Presse«. Seine über sechzigjährige Geschichte ist dabei eng mit den Entwicklungen und technischen Möglichkeiten der Druckindustrie verbunden – und immer State of the Art. Auch deshalb konnte er neben dem BCP Award in Silber 2011 und 2012 viele weitere Preise einstreichen. So wurden die drupa report Nr. 3 und 4 (drupa 2008) für ihr herausragendes Design mit dem »red dot award 2008« ausgezeichnet. Eine Goldmedaille konnte der drupa report Nr. 4 (2008) beim »Sappi European Printers of the Year Award 2008« in der Kategorie Magazine gewinnen. Außerdem glänzen im Medaillenschrank der »icma Award« (drupa report Nr. 3, 2012) sowie eine Nominierung für den Designpreis Deutschland 2010 (drupa report Nr. 3 und 4, 2008). Der nächste drupa report erscheint im Herbst 2013 etwa zweieinhalb Jahre vor der nächsten drupa, die vom 2. bis 15. Juni 2016 stattfindet.

MESSESPPLITTER Auf den nächsten Seiten haben wir (wie in Ausgabe »Druckmarkt impressions 52«) weiter zusammengetragen, was uns auf der drupa 2012 wesentlich erschien, was erwähnenswert ist und was einige Hersteller zur drupa sagten.

Und sollten Sie den einen oder anderen Hersteller oder Aussteller vermissen: Die »Messesplitter« und die drupa-Nachberichterstattung werden in der nächsten Ausgabe fortgesetzt. In der Ausgabe 54 wird der Schwerpunkt auf der Druckweiterverarbeitung liegen.



Drehkreuz Agfa Graphics

Wer auf der drupa den Messestand von Agfa Graphics besuchte, dürfte nicht schlecht gestaunt haben. Auf den ersten Blick Inkjet-Jumbos im Super-Großformat, auf den zweiten Blick Inkjet-Drucker im Großformat und erst dann das bekannte Bild: Vorstufen-Equipment.

Agfa Graphics hat die drupa dazu genutzt, in neue und zukunftssträngige Märkte durchzustarten. Moritz Rogger, Regional Manager Europe Central, sagt es unumwunden: »Wir wollen im Inkjet-Markt noch mehr Fuß fassen. Denn die Druckindustrie ist eine nach wie vor spannende Branche, in der sich nach und nach die Schwerpunkte verschieben.«

Doch völlig fremde Destinationen sind es ja nicht, zu denen Agfa Graphics auf seinem Stand mit Flughafen-Atmosphäre startete.

Bestes Beispiel ist die Agfa M-Press Leopard für den Einsatz in der industriellen Produktion von Haushaltswaren, Möbel und Dekoration. Dies ist der Markt, der bisher dem Siebdruck vorbehalten war und der sich seit einiger Zeit dem digitalen Druck zuwendet. »Neben diesem Markt-

segment konzentrieren wir uns mit den Druckern Anapurna und Jeti auch auf den Bereich Schilder und Displays. All diese Systeme haben sich zu hochmodernen Lösungen einschließlich der zugehörigen UV-härtenden Tinten und Workflows entwickelt«, erläutert Rogger.

Kerngeschäft Print

Mit dem Schritt in dieses noch relativ junge Marktsegment hat Agfa Graphics sein Kerngeschäft jedoch nicht verlassen. »Der Offsetdruck wird nach wie vor das dominante Druckverfahren sein, auch wenn zunehmend mehr digital gedruckt wird. Print hat aber unbestritten seinen festen Platz in der Medienwelt«, ist Moritz Rogger überzeugt. Die dominierenden Themen seien

zurzeit weitere Automatisierung, Verpackung, hybride Technologien, Digitaldruck, Web-to-Print-Anwendungen und umweltgerechtes Drucken. Aber noch nie sei so deutlich erkennbar gewesen, wie fulminant die Digitaltechnologie den Strukturwandel der Branche vorantreibe. Und mittendrin, quasi als Drehkreuz dieser digitalen Luftstraßen: Agfa Graphics. »Die vielen Unternehmen, die uns als vertrauten Partner aus den Bereichen Vorstufe und Druck kennen, werden wir auch weiterhin mit Workflow- und Produktionslösungen unterstützen. Ergänzend zum Offsetdruck bieten wir jedoch Digitaldrucklösungen, die es unseren Kunden ermöglichen, in neue Marktsegmente einzusteigen«, sagt Moritz Rogger.

CtP und Platten

Typisches Beispiel für die sich verschiebenden Schwerpunkte in der Branche ist Computer-to-Plate. »CtP ist in jeder Druckerei notwendig, man spricht jedoch kaum mehr darüber«, stellt Thomas Häuptli, Marketing-Manager bei Agfa Graphics, fest. Daraus schließen zu wollen, es würde nicht mehr weiterentwickelt, gehe jedoch an der Realität vorbei. Das Gegenteil sei der Fall, sagt er: »Die Partnerschaft mit Screen wird weitergeführt und es wird zurzeit an

neuen und exklusiven Belichtern mit speziellen Laserköpfen für Agfa entwickelt.«

Gleichzeitig räumt Häuptli ein: »CtP lässt sich heute nur noch im Zusammenhang mit der Plattentechnologie beurteilen.« Bei Agfa-Kunden arbeiten 2/3 der installierten Belichterbasis mit thermischen Platten. Davon wiederum 2/3 chemielos mit der Azura-Plattentechnologie, das heißt ohne Entwicklungsprozess. »Ganz gleich, ob man es nun chemielos oder prozesslos nennt – diese Technologie ist längst keine Nische mehr«, ergänzt Moritz Rogger. »Der Offsetdruck ist für Agfa Graphics nach wie vor ein großer und wichtiger Markt. Wir engagieren uns für chemiefreie Plattenlösungen für Offsetdruckereien und Zeitungsverlage und tragen damit zur Nachhaltigkeit bei – auch weil die Platten einen äußerst stabilen Prozess bieten und die Makulatur drastisch verringern«, erläutert Moritz Rogger.

Doch sind die Lösungen, die zu einer nachhaltigen Druckproduktion beitragen, nicht nur auf chemiefreie Platten beschränkt. Mittlerweile bietet Agfa viele weitere Produkte und Dienstleistungen an, mit denen Druckereien die Umweltbelastung verringern können. »Wir bieten Produkte für den Drucksaal, bei denen sich



Moritz Rogger, Regional Manager Europe Central, Marketing-Manager Thomas Häuptli und Klaus-Peter Nicolay im Gespräch während der drupa.

Fliegen ist zwar eine ziemlich analoge Angelegenheit, allerdings käme heute kein Flieger mehr von A nach B ohne digitale Rechnerpower. Genauso wie beim Drucken. So gesehen hat Agfa mit seinem Terminal auf der drupa eine Punktlandung gemacht.

die Verwendung von Alkohol erübrigt. Und wir haben Softwarelösungen zur Verringerung des Farbverbrauchs. All dies trägt zu einer stabileren und letztendlich auch nachhaltigeren Lösung bei«, sagt Rogger.

Software als Bindeglied

Ohnehin gewinnen Software- und Workflow-Lösungen immer mehr an Bedeutung. Dazu zählt Thomas Häuptli vor allem Software-Produkte wie Apogee 8 oder cloud-basierte Web-to-Print-Lösungen, die das Abarbeiten der Aufträge erleichtern: »Da drückt bei den Kunden der Schuh.«

Dabei fungiert die Software zunehmend als Bindeglied zwischen verschiedenen Lösungen. So zum Beispiel zwischen einem herkömmlichen Offset-Workflow und digitalen Lösungen unter Nutzung vorhandener Druckvorstufensysteme. Dass dabei Faktoren wie Integration und Konnektivität eine vorrangige Rolle spielen, versteht sich von selbst. Und das gilt ebenso für die neuesten Softwareentwicklungen von Agfa Graphics wie Arkitek Eversify, der SaaS-Lösung für Zeitungsverlage auf E-Readern.

➤ www.agfagraphics.de



Software- und Workflow-Lösungen, Computer-to-Plate, Druckplatten und weitere Lösungen für den Offset- und Digitaldruck: Agfa Graphics lud zur drupa zum Check-In ein.



Die amerikanische Verpackungs- und Etikettendruckerei DWS Printing Associates hat auf der drupa 2012 eine Speedmaster XL 106-Achtfarben mit Lackwerk von Heidelberg bestellt. Ausgestattet ist die Maschine mit CutStar, UV-Hybrid-Technologie, Prinect Inpress Control und Prinect Axis Control.



Leykam Let's Print ist die größte österreichische Druckereigruppe im Heatset. Mit manroland verbindet Leykam eine jahrzehntelange enge Partnerschaft. Immer der neuesten Technologie auf der Spur, bestätigte das Unternehmen auf der drupa den Auftrag für eine 48-Seiten-Lithoman-Anlage im liegenden Format.



Maggie und Jeff Williams von dem britischen Werbedrucker Alpha Colour vor der auf der drupa gekauften klimaneutralen Speedmaster XL 75 Vierfarben mit Lackwerk von Heidelberg. Die Maschine visualisiert mittels eines Messgeräts die Energieeffizienz der Maschine je 1.000 Bogen während der Produktion.

Medienhaus Reuffurth SPEEDMASTER XL 75 MIT ANICOLOR-FARBWERKEN

Direkt nach der drupa 2012 erhielt das Medienhaus Reuffurth aus Mühlheim am Main die Messemaschine Speedmaster XL 75 Anicolor. Diese Maschine stellte Heidelberg als Weltpremiere vor und stieß auf großes Interesse bei den Kunden. Die XL 75 Anicolor für kürzeste Rüstzeiten im Format 50 x 70 cm punktet durch eine weitgehende Standardisierung und Automatisierung des Druckprozesses. Kleinauf-



Das Medienhaus Reuffurth erhält die erste XL 75 Anicolor. Im Bild Hans Reuffurth und Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz.

lagen lassen sich so wirtschaftlich produzieren. Bezogen auf eine Druckmaschine mit konventionellem Farbwerk lassen sich die Vorteile von Anicolor mit der Formel ›90–50–50‹ zusammenfassen: Durch die Farbwerktechnologie Anicolor fallen 90% weniger Makulatur an – damit sorgt sie für hohe Umweltfreundlichkeit im Druckprozess – die Rüstzeiten verkürzen sich um 50%, und die Produktivität wird um 50% gesteigert. Durch schnellste und konstante Einfärbung können Druckaufträge häufig ab dem zehnten Bogen verkauft werden.

➤ www.heidelberg.com



Das Management des polnischen Unternehmens van Genechten Packaging investierte erneut in eine KBA Rapida 145. Die neue Maschine, eine um 630 mm höher gesetzte Siebenfarbenanlage mit Lack und High-Speed-Paket für Druckleistungen bis 17.000 Bg/h, geht zu VG Polska in Chelmek.



Auf der drupa 2012 hat die französische Druckerei Frazier aus Paris bei der Heidelberger Druckmaschinen AG gleich zwei Speedmaster XL 106 bestellt. Dabei handelt es sich um eine Vier- und eine Fünffarbenmaschine mit jeweils einem Lackwerk und einer Druckgeschwindigkeit von 18.000 Bg/h.



Der Kauf einer Maschine stand schon fest, bevor Simon Moore (Mitte), Geschäftsführer der britischen Eclipse Colour, mit seinem Team den Stand von Heidelberg betrat. Die Entscheidung fiel dann recht zügig auf eine Speedmaster XL 106-10-P der Peak-Performance-Klasse von Heidelberg.

KBA C16 für Magazindrucker B&K OFFSETDRUCK BESTELLT EINE KBA-ROLLE

Nachdem die B&K Offsetdruck GmbH bereits 2004 eine 16-Seiten-Rotation Compacta 217 bestellte, war es zur drupa 2012 die Nachfolgemaschine KBA C16. B&K produziert keine Massenware, sondern maßgeschneidert für die Bedürfnisse seiner Kunden.

Auf der C16 sollen Magazine und Zeitschriften samt den dazu gehörigen Umschlägen produziert werden. Die fünf Druckeinheiten ver-



Bei der Vertragsunterzeichnung auf dem drupa-Stand der Koenig & Bauer AG (v. l.): Jörn Kalbhenn, Geschäftsführer B&K, Kai Trapp, KBA-Vertriebsdirektor, und Christoph Müller, KBA-Vertriebsvorstand für Rollenmaschinen. Die Maschine soll in etwa einem Jahr bei B&K anlaufen.

fügen über Plattenwechselautomaten und sind auf Geschwindigkeiten bis 65.000 U/h ausgelegt. Die KBA-Imprimerentechnik der ersten beiden Druckeinheiten ermöglicht den fliegenden Eindruckwechsel auch bei sehr kleinen Teilaufgaben. Die für weniger Wartung und Makulatur ausgelegte und hoch automatisierte neue C16 soll im Juni 2013 in Ottersweier in Produktion gehen.

➤ www.kba.com

Spezialist für Food-Verpackungen

NEUE KBA RAPIDA 145

FÜR WS QUACK + FISCHER

Der Verpackungsdrucker WS Quack + Fischer (WSQF) aus Viersen bestellte eine Rapida 145 mit sechs Farbwerken, Lackturm und dreifacher Auslageverlängerung mit Vari-DryBlue-Trocknersystemen. Die bis zu 17.000 Bg/h schnelle Maschine mit Plattenwechsel-Vollautomaten wird für die Verpackungsproduktion um 630 mm höher gesetzt und in eine automatische Stapellogistik integriert.



Vor der Messemaschine (v. l.): Thomas Groß, KBA-Deutschland GmbH, Stephan Steuber, Heinrich Steuber GmbH, Ramona Weiß-Weber, Geschäftsführerin KBA-Deutschland, Hermann-Josef Schmitz und Heinz Eicker, geschäftsführende Gesellschafter von WS Quack + Fischer, sowie Thomas Eicker, Vertriebsleiter.

WSQF ist für seine funktionellen und formschönen Faltschachteln bekannt. Das Unternehmen ist vollstufig ausgestattet und bietet auch die Entwicklung, Lagerung und Auslieferung von Verpackungen an. Heute werden täglich bis zu 300.000 Bogen bedruckt. Mit der Rapida 145 steigt diese Zahl noch einmal deutlich. WSQF ist zudem als Lieferant von primären Lebensmittelverpackungen BRC-zertifiziert. Hinzu kommen Zertifikate nach DIN 9001, FSC und PEFC. Im Druck kommen lebensmittelunbedenkliche GA-, MAG- sowie MU-Farben zum Einsatz.

➤ www.kba.com



Auf der drupa haben sich Aldo und Mauro Adario (2. und 3. v. l.), Inhaber der italienischen Druckerei Vari-grafica Alto Lazio nördlich von Rom, für den Kauf einer vollautomatisierten Kombifalzmaschine Stahlfolder KH 82 und eines Klebebinders Euro-bind 1300 PUR Line der Heidelberger Druckmaschinen entschieden.



Größer geht es nicht: Der türkische Verpackungsdrucker Doganpak Ambalaj orderte auf der drupa die formatgrößte Bogenoffsetmaschine der Welt, eine KBA Rapida 205 im Bogenformat 152 x 205 cm. Das Unternehmen hat fünf Großformatmaschinen im Einsatz, wovon eine nun durch die Rapida 205 ersetzt wird.



Weiterer Erfolg für Gallus im Mittleren Osten: Auf der drupa hat das Akzidenz- und Verpackungsdruckunternehmen Al Mawrid Printing & Advertising bei der Gallus Stanz- und Druckmaschinen GmbH ein individuell konfiguriertes Inline-Maschinensystem Gallus ICS 670 in Auftrag gegeben.



DS Graphics mit Sitz in Lowell, USA, hat sich auf der drupa 2012 gleich für zwei Speedmaster XL 106 Wendemaschinen der Heidelberger Druckmaschinen AG entschieden, die beide mit einer Geschwindigkeit von bis zu 18.000 Bogen pro Stunde im Wendemodus produzieren.



Entgegen dem aktuellen Trend in der nordamerikanischen Zeitungsindustrie bestellte die zur US-Medien-gruppe Hearst Corporation gehörende Zeitung Times Union in Albany eine Anlage der neuen Zeitungsbaureihe KBA Commander CL mit vier Rollenwechslern, vier Achtertürmen und zwei Klappenfalzwerken.



Das Team der englischen Druckerei Oriel Printing aus Kingston upon Hill überzeugte sich auf der drupa 2012 von der Flexibilität und Produktivität der Heidelberg Speedmaster CX 102 Siebenfarben mit Lackwerk und UV-Ausstattung. V. l.: Simon Raine-Ellerker, David Hamm und Chris Holmes.

Schweizer Großauftrag

RLC PACKAGING GROUP PLANT WEITERE INVESTITIONEN

Die rlc packaging group investiert in die zur drupa neu vorgestellte Heidelberg Speedmaster XL 106. Eine SM XL 106-8+LYLYLYLX3 – eine Achtfarben-Maschine mit drei Lackwerken nach den Druckwerken und DryStar-Trocknern zwischen jeweils zwei Lackwerken sowie in der dreifach verlängerten Auslage – wird im 4. Quartal 2012 im Werk Spreitenbach bei Zürich in Produktion gehen.



Feierten die weitere Zusammenarbeit (v. r.): Heidelberg-Vorstand Marcel Kiessling, Phillipe Andrey, Heidelberg Schweiz, Ulrich Nydegger, Geschäftsführer rlc und Christian Suter, Produktionsplanung rlc, sowie Carsten Heitkamp, Leiter Heidelberg CH und Reginald Rettig (hinten), Vorsitzender im Leitmarkt Heidelberg.

Das neue Flaggschiff wird mit einer Spitzenleistung von 18.000 Bogen pro Stunde vor allem Süßwarenverpackungen produzieren. Die Anlage wird die erste mehrerer Maschinen unterschiedlicher Konfigurationen aus der Speedmaster-Reihe XL 106 sein.

➤ www.heidelberg.com

Gallus zieht drupa-Fazit AUFTRIFF ÜBERZEUGT FALTSCHACHTELDRUCKER

Gallus Stanz- und Druckmaschinen blickt hoch zufrieden auf die drupa 2012 zurück. Alleine über 8.000 Messe Teilnehmer besuchten während der 14 Messetage die Live-Demonstrationen des ausgestellten Maschinensystems Gallus ICS 670, mit dem eindrucksvoll die Effizienz der Inline-Produktion von hochwertigen Faltschachteln präsentiert wurde. Darüber zeigte das Fachpublikum großes Interesse an dem ge-



samten, ausgestellten Gallus Lösungsangebot für die Faltschachtelindustrie.

Auf 720 m² Ausstellungsfläche präsentierte die Faltschachteldivision der Gallus Gruppe ihr Leistungsprogramm für die effiziente Herstellung von Faltschachteln und Kartonprodukten. Neben der ausgestellten Gallus ICS 670 galt das Interesse der Besucher vor allem auch den leistungsstarken Gallus Maschinensystemen für Volumen-anwendungen, wie für Liquid Packaging-Anwendungen. Zudem zeigte Gallus neue Differenzierungs- und Applikationsmöglichkeiten mit rotativem Siebdruck von Gallus Screeny sowie das Service-Leistungsangebot, von dem das Unternehmen neben weltweit verfügbaren technischen Dienstleistungen auch Performance-Programme und Trainingsmodule präsentierte. Mit diesem umfassenden Leistungsprogramm, der Gallus Carton Solution, konnte sich Gallus nachhaltig als zuverlässiger Partner für den Faltschachteldrucker präsentieren.

➤ www.gallus-group.com

Focus Label Machinery

DFLEX: ETIKETTEN IM DIGITALDRUCK

Der Digitaldruck ist im Produktionsalltag der Druckindustrie angekommen – zuletzt ganz deutlich auf der drupa zu merken. Auch Hersteller, die bisher nur Maschinen für konventionelle Druckverfahren gebaut haben, schließen sich dem Trend der Zeit an. Hier tauchen vor allem Hybrid-Konfigurationen auf, die unterschiedliche Drucktechnologien vereinen.

Eine davon ist die neue dFlex von Focus Label Machinery, die zur drupa ihre Premiere hatte. Mit dem Konzept der Maschine, die für die Produktion von farbigen Selbstklebeetiketten entwickelt wurde, setzt Focus auf eine All-in-One-Lösung. Herausgekommen ist eine kompakte Maschine, die von Blanko-Rollen fix und fertig Etiketten druckt, veredelt und konfektioniert – wie man es von den Flexodruckmaschinen aus dem Hause Focus kennt.

Die auf der drupa vorgestellte Maschine basiert auf der Einfarben-Flexodruck- und Konvertiermaschine Reflex, die in zwei Bahnbreiten, 250 mm und 330 mm, hergestellt wird. Je nach Kundenwunsch und Anwendung können 2 bis 4 beziehungsweise 2 bis 5 Reihen Ink Jet-Druckköpfe für die Druckbreiten 142 mm, 212 mm, 250 mm beziehungsweise 142 mm, 212 mm, 282 mm und 330 mm integriert werden. Verwendet werden die Druckköpfe KM1024 von Konica Minolta mit einer Auflösung von 360 x 1.440 dpi bei einer Geschwindigkeit von 27 m/Min. Optional wird das Druckkopfmodell KM1024i angeboten, das mit der gleichen Auflösung eine Geschwindigkeit von 60 m/Min. erreicht.

➤ www.grafische-systeme.com

KBA

ERNEUTER GEWINN EINES CIPPI-AWARDS

Die International Cooperation for the Integration of Processes in Prepress, Press and Postpress (CIP4) gab am 6. Mai die Gewinner der CIP4 International Print Production Innovation (CIPPI) Awards bekannt. Wie schon in den vergangenen Jahren erhielt KBA einen der begehrten Preise – diesmal für die »Beste Kosten/Nutzen-Realisierung und die

Die Ergebnisse der Vernetzung können sich sehen lassen: Umsatz und Nettomarge stiegen bei der Druckerei deutlich an, die Kosten gingen dagegen beträchtlich zurück – das alles ohne zusätzliches Personal. Einsparungen bei der Produktionszeit und eine deutliche Makulaturreduzierung kommen noch hinzu. Der ROI (auf Basis einer Fünfjahres-Peri-



Seit 2009 produziert bei der Imprimerie Rochelaise eine Achtfarben-Rapida 106 für die 4 über 4-Produktion. Auch sie wurde über KBA LogoTronic in den CIP4-Workflow integriert.

Effizienzerhöhung im Ergebnis der Prozessautomatisierung bei der Imprimerie Rochelaise im französischen La Rochelle.

Das mehr als 50 Jahre alte eigentümergeführte Druckunternehmen mit 50 Beschäftigten produziert typische Akzidenzen wie Broschüren, Kataloge, Poster, Flyer und vieles mehr. 2006 begann die Imprimerie Rochelaise mit der Implementierung eines JDF/JMF-Workflows zwischen der Vorstufe und den beiden vorhandenen Druckmaschinen. 2009 installierte die Druckerei eine Achtfarben-Rapida 106 mit ziehmarkenfreier Anlage DriveTronic SIS und Einzelantriebstechnik DriveTronic SPC für den simultanen Druckplattenwechsel beim 4 über 4-Druck. Über das Graphisoft Print2B Web-Portal und den Agfa-Prepress-Workflow Apogee wurde die Rapida 106 via KBA LogoTronic in das Druckereinetzwerk integriert.



CIPPI-Award für die beste Kosten/Nutzen-Realisierung bei der Integration einer KBA Rapida 106 in den Workflow der Imprimerie Rochelaise in Frankreich.

ode) liegt bei 666%. Die Amortisation des Projektes war nach nur neun Monaten erreicht.

➤ www.kba.com

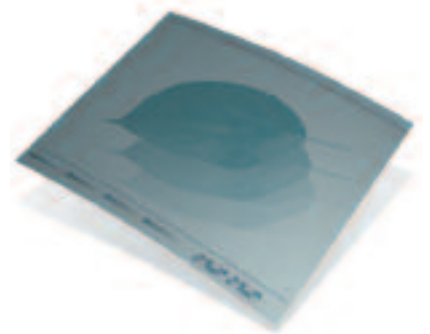


Der Weg zum Erfolg

Nutzen Sie die Vorteile unserer umweltfreundlichen Lösungen!

Dank hochmoderner Druckplatten, Chemie und Software in den Entwicklungsmaschinen definieren lo-chem Lösungen von Fujifilm neue Standards bei der Fertigung von Druckformen für den Akzidenzdruck.

Durch die Optimierung aller Prozessschritte erreichen Sie mit den leistungsfähigen lo-chem Systemen die geringsten Chemieverbräuche der Branche sowie zusätzlich eine Reduzierung des Wasserbedarfs und der notwendigen Servicezeiten.



Weitere Informationen zu unseren chemiesparenden Druckplatten-Systemen schicken wir Ihnen auf Wunsch gerne zu.
grafische_systeme@fujifilm.de

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM

Was für eine Messe!

Fujifilm zieht für die drupa 2012 eine positive Bilanz. Der größte drupa-Stand aller Zeiten und ein wahres Innovationsfeuerwerk für den Verpackungs-, Akzidenz-, Großformat- und den Zeitungsdruck.



Inmitten des Messe-Geschehens überraschte die Fujifilm City die Besucher mit einem Marktplatz, umgeben von der Kaffee-Bar »Impressor«, der Kunstgalerie »Infinity« und dem Kosmetikladen »Astalift«. Überall zeigte Fujifilm Anwendungen seiner Inkjet-Druckmaschinen von der Broschüre über Banner und Displays.

»Neben unseren Lösungen für das Wide-Format-Printing, der XMF-Workflow-Suite und unseren modernen Druckplattenlösungen sind wir vor allem von der Zahl konkreter Projekte für unsere Digitaldrucklösungen begeistert. Keine Frage: Sie werden zunehmend die Basis unseres Geschäfts bilden«, prognostizierte Ryuta Masui, Senior Vice President Graphic Systems bei Fujifilm Europe. Tatsächlich haben digitale Drucktechnologien auf einem Messestand von Fujifilm noch nie so viel Raum eingenommen, wie in diesem Jahr in Düsseldorf. Und noch nie war das Interesse der Besucher so konkret. Die Kunden honorierten das Engagement mit Rekordumsätzen und konkreten Projekten für das Nachmessegeschäft. Zum Abschluss der Messe hieß es in allen Produktbereichen bei Fujifilm: »Was für eine drupa!«

MESSE-HIGHLIGHT JET PRESS 720 Davon profitierte auch die Jet Press 720, mit der Fujifilm Maßstäbe gesetzt hat. Sie war wohl die einzige tatsächlich lieferbare digitale Vierfarb-Druckmaschine für das B2-Format, die auf der drupa produzierte: 2.700 Bogen im B2-Format pro Stunde. Neben Glanzpapier und Selbstklebetiketten kamen verschiedene Standard-Offsetpapiere mit unterschiedlichen Grammaturen zum Einsatz. Eigens für die drupa-Demos hatte Fujifilm eine Reihe anspruchsvoller Jobs ausgewählt. Ein im Offsetdruck gedruckter Flyer wurde mit der Jet Press 720 personalisiert, wobei sich die variablen Daten passgenau in das Layout einfügten. Ein vierseitiger Auszug aus der Jet Press-Broschüre wartete mit einer schwarzen Fläche auf, in der eine 0,01 Punkt feine negative Haarlinie und eine 2-Punkt-Negativschrift ausgespart waren. Für die Astalift-Kosmetika von Fujifilm wiederum lief ein Werbeposter aus der Digitaldruckmaschine.

»Die Zahl der Messebesucher mag rückläufig gewesen sein. Die Qualität der Leads, die wir in den zwei drupa-Wochen gesammelt haben, macht aber deutlich: Vor allem die Entscheider sind nach Düsseldorf gekommen. Auch deshalb haben wir die Erwartungen mehr als übertroffen, die wir mit unserer Präsenz auf dieser Messe im Vorfeld verknüpft hatten. Wir sind vom Erfolg begeistert.«



Ryuta Masui, Senior Vice President Graphic Systems bei Fujifilm Europe

Die Botschaft dieser Beispiele war unübersehbar: Mit den Samba-Druckköpfen, der Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi, der variablen Tröpfchengröße und der Highend-Tinte könnte die Jet Press 720 überall dort das ideale System sein, wo von qualitativ hochwertigen Druck-Erzeugnissen kleinere bis mittelgroße Auflagen kostengünstig hergestellt werden sollen. Das gilt erst recht, wenn diese mit variablen Daten zu personalisieren sind.

ROLLEN- UND VERPACKUNGSDRUCK Zur drupa überraschte Fujifilm zudem mit Prototypen digitaler Druckmaschinen für den Rollen- und den Verpackungsdruck. Beide Maschinen basieren auf Kerntechnologien der Jet Press 720, wurden aber speziell für ihre jeweiligen Einsatzgebiete ausgelegt. Während die kompakt gebaute Rollendruckmaschine Jet Press W Schön- und Widerdruck in hoher Qualität erlaubt, produziert die Bogendruckmaschine Jet Press F kleinere und mittlere Auflagen von Faltschachteln aus Bedruckstoffen mit Grammaturen zwischen 300 g/m² und 600 g/m².

Wie bei der Jet Press 720 spielt die Tintentechnologie von Fujifilm auch bei diesen beiden Systemen eine Schlüsselrolle. Dank spezieller Fertigungsverfahren bieten Tinten des Unternehmens eine besondere Brillanz und Leben-

digkeit. Zudem decken sie einen extrem breiten Farbraum ab. Ihr Finish zeichnet sich durch derart glatte Oberflächen mit einer Haptik aus, bei der man keinen Unterschied zum Offsetdruck spürt. Die Jet Press F wird mit wasserbasierten, die Jet Press W sowohl mit Pigment- als auch mit wasserbasierten Vivida-Tinten arbeiten. Die Vertriebsfreigabe für beide Systeme ist für Anfang 2013 geplant.

SCHLÜSSELTECHNOLOGIEN Doch neben einzelnen Maschinen bot Fujifilm über das gesamte Spektrum seiner Lösungen Schlüsseltechnologien an. Digitale Drucklösungen und Tinten für den Inkjet-Druck sowie Lösungen für die Märkte Verpackungen und Displays, die auf dem Erfolg von Fujifilms Portfolio im Akzidenzdruckbereich aufbauen. Die Workflow- und Software-Lösungen mit aufkommenden cloud-basierten Technologien erlauben es, Produktionen effizienter zu managen. So ist zum Beispiel XMF ColorPath ein neues,

cloud-basiertes Farbmanagement-System, 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-System ist als Teil der zur drupa nochmals überarbeiteten und erweiterten XMF Workflow-Suite erhältlich, aber auch als Einzellösung.

Schließlich bilden die Lösungen für Plattenproduktion und Drucksaal die Plattform für Offsetdrucker ihre Effizienz sowie Produktivität zu steigern. Dazu stellte Fujifilm weitere Druckplatten seiner »lo-chem«-Reihe vor. Auch das Angebot an Drucksaal-Chemikalien fehlte nicht. Hier wurden Themen behandelt, bei denen der Schuh am meisten drückt: reduzierte Produktionskosten, optimierte Produktivität, ausgezeichnete Druckqualität und reduzierte Umweltbelastungen.

➤ www.fujifilm.de



Zu Publikumsmagneten entwickelten sich die Digitaldrucksysteme von Fujifilm. Neben der Jet Press 720 kam Fujifilm zudem mit dem Prototypen einer digitaler Druckmaschine für den Verpackungsdruck auf Basis der Akzidenzmaschine Jet Press 720 zur drupa. Die Jet Press F (unteres Bild) ist für die Produktion von Faltschachteln konzipiert.

Fujifilm hat zudem die digitale Inkjet-Rollendruckmaschine Jet Press W präsentiert. Die Anlage bietet den beidseitigen Druck in einem einzigen Druckturm mit einer Geschwindigkeit von 127 m/Min. Auch diese Maschine nutzt die neue Tinte Vividia ein. Die Auswahl umfasst Pigment- und wasserbasierende Tinten, die in der Druckmaschine genutzt werden können. Zusammen mit den kompakten Abmessungen maximieren sie die Flexibilität und Vielseitigkeit der Maschine.

Wahrlich breiten Raum nahmen auch die Innovationen für das Wide Format Printing ein, in dem ebenfalls digitale Drucktechnologien dominieren. Die Moskauer Druckerei Glav Print orderte den weltweit ersten Großformatdrucker Uvistar Pro8 von Fujifilm (Abbildung oben). Ebenfalls vom Stand weg verkauft wurde die neue Onset 40i.

Martin Swift, General Manager Fujifilm Sericol Deutschland, mit Dr. Peter Tietze, Geschäftsführer der Alprinta GmbH, Jürgen Schäfer, Alprinta-Produktionsleiter, Verkaufsleiter Frank Heimann, Alprinta, und Kersten Caspar, Sales Manager bei Fujifilm Sericol Deutschland.

H.O. Persiehl investiert GROSSFORMATMASCHINE SPEEDMASTER XL 162

Der Faltschachtelhersteller H.O. Persiehl hat bereits im Vorfeld der drupa die Weichen gestellt: Das Norderstedter Traditionsunternehmen produziert künftig mit einer Großformatmaschine Heidelberg Speedmaster XL 162 Siebenfarben mit Lackwerk. Die Maschine ist mit dem spektralfotometrischen Inline-Messsystem Prinect Inpress Control ausgestattet. Zudem verfügt sie über Non-Stop-Systeme im An- und



John-Moritz Persiehl und Philipp Persiehl (3. und 4. von links), Inhaber und Geschäftsführer H.O. Persiehl, sowie der kaufmännische Leiter bei H.O. Persiehl, Roger Mengeler, trafen auf der drupa Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz und Vertriebsmitarbeiter von Heidelberg.

Ausleger und automatische Palettenlogistik.

Die Entscheidung für die Investition im Großformat hat H.O. Persiehl nach intensiven Tests bei Heidelberg und Wettbewerbsfirmen getroffen. »Letztlich war das Konzept der Speedmaster XL 162 ausschlaggebend. Mit der neuen Maschine können wir schnell von einem Auftrag zum nächsten umrüsten«, unterstreichen H.O. Persiehl-Geschäftsführer John-Moritz und Philipp Persiehl, die das 1849 gegründete Familienunternehmen bereits in der sechsten Generation führen.

➤ www.heidelberg.com

Lange KBA Rapida 106 DESCHAMPS ENTSCIED SICH FÜR DRUPA-KONFIGURATION

Die zwölf Werke der Rapida 106, die auf der drupa ausgestellt waren, wurden in die Schweiz verkauft. KBA wird in Kürze eine weitere Maschine in dieser Konfiguration bauen. Denn auch Deschamps Arts Graphiques in Neuville en Ferrain, Frankreich, bestellte auf der drupa eine Maschine mit vier Farbwerken, Lackturm, zwei Trockenwerke, Bogenwendung, vier weiteren Farbwerken, Lack und Auslageverlänge-



Vor der Rapida 106 (v. l.): Guillaume de la Bretech, Leiter Vorstufe/Digitaldruck, Laurent Debeurne, Leiter Offsetdruck Deschamps, Michel Faust, Geschäftsführer KBA-France, Gilles Forest, Vertrieb KBA-France, Philippe Deschamps, Präsident und Inhaber des Unternehmens, Sylvain Baquaert, Vertrieb KBA-France.

rung. Inklusive der Neuen, die im September ausgeliefert werden soll, hat KBA seit Beginn der Zusammenarbeit 51 Druck- und Veredelungswerke an Deschamps in Nordfrankreich geliefert.

Deschamps druckt Broschüren und Geschäftsberichte in hoher Qualität. Neben Vierfarbendruck mit Lack auf beiden Bogenseiten erhält die Rapida viele der auf der Messe gezeigten Automatisierungslösungen: CX-Paket zum Beispiel für den Umschlagdruck, FAPC-Plattenwechselautomaten, CleanTronic Synchro mit zwei Waschbalken, QualiTronic Professional für die Inline-Farbregelung mit Druckbildinspektion sowie Inline-Register QualiTronic ICR.

➤ www.kba.com

Die größte Illustrationsdruckmaschine der Welt

WKS DRUCKHOLDING SETZT WEITER AUF MANROLAND WEB SYSTEMS

Großer Erfolg für manroland web systems auf der drupa: Das Projekt einer zweibahnigen 80-Seiten-Lithoman mit insgesamt 4,5 m Papierbahnbreite entspricht einer 160-Seiten-Maschine und ist für etwas Außergewöhnliches. Das entsprechende Commitment gab WKS der manroland web systems in Düsseldorf. Die Lithoman soll die Pro-

Geschäftsleitung bei manroland web systems: »Das Vertrauen von WKS in die neue manroland web systems bestätigt und motiviert uns in unserer Arbeit. Für die Anforderungen der WKS an den Produktionsprozess und die Produktvielfalt konnten wir die passenden High-End-Lösungen anbieten.« Mit dem Zusammenschluss der



Starteten auf der drupa 2012 das Projekt »Größte Illustrationsdruckmaschine der Welt« (v. l.): Veit Müller, Executive Sales Manager manroland web systems, Michael und Klaus Viehof, Geschäftsführende Gesellschafter Vibro-Gruppe, Peter Kuisle, Mitglied der Geschäftsleitung manroland web systems, Joachim Lusch, Geschäftsführer Vibro-Gruppe, Dr. Ralph Dittmann, Geschäftsführer WKS.

duktion von Magazinen, Katalogen und Beilagen übernehmen. Künftig werden an den beiden WKS-Standorten in Wassenberg und Essen acht manroland-Rotationen von 48 bis 80 Seiten im Einsatz sein. WKS-Geschäftsführer Dr. Ralph Dittmann verfolgt mit dem Investment den Weg der Technologieführerschaft und setzt zum wiederholten Mal auf Augsburger Druckmaschinenteknologie. »Die Zusammenarbeit mit manroland web systems hat sich für uns ausgezahlt, die produzierenden Lithoman-Anlagen haben sich im Bezug auf Druckstabilität, Qualität und vor allem Produktivität absolut bewährt.« Peter Kuisle, Mitglied der

Westend Druckereibetriebe GmbH in Essen und der Kraft-Schlötels GmbH in Wassenberg, entstand 2009 mit der WKS ein führendes Rollenoffsetdruckhaus in Mitteleuropa. Der hinter den Beteiligungsgesellschaften der WKS stehende Finanzinvestor Vibro setzt mit der Großinvestition ein Zeichen und baut damit, wie in der Vergangenheit angekündigt, sein Engagement im Druckmarkt aus.

➤ www.manroland-web.com



UND AUF EINMAL SIND IHRE IT-KOSTEN SO **klein!**

Finger weg von teuren IT-Lösungen: 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

Layouten in der Wolke

Mit der web-basierten Layout-Software auf der Basis von VivaDesigner will Viva neue Maßstäbe im Online- und Cloud-Publishing setzen. Dabei soll eine echte Publishing-Cloud inklusive Daten und Anwendungen bereitgestellt werden.

Dem Koblenzer Software-Hersteller Viva, Anbieter von Publishing-Lösungen, ist nach eigenen Worten ein entscheidender Durchbruch bei 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 ist lediglich ein HTML5-kompatibler Browser. Der VivaDesigner 7.1 ist seit der drupa verfügbar und plattformübergreifend auf aktuellen Versionen der Browser Internet Explorer, Firefox, Chrome oder Safari lauffähig.

CLOUD-PUBLISHING Damit stellt Viva die Publishing-Konzepte der Wettbewerber Adobe und Quark, aber auch Online-Dienste wie GoogleDocs, in Frage. Denn mit dem neuen Geschäftsmodell hat die Lösung der Software-Schmiede aus Koblenz das Potenzial, den Publishing-Markt zu verändern. Cloud-Publishing wird greifbare Realität. Das Installieren von Layout-Software oder von Fotobuchprogrammen wird künftig überflüssig. Web-To-Print- und Printshop-Anbieter können ihren Kunden maßgeschneiderte Lösungen bieten, die gestalterisch und typografisch weit über den bisher bekannten Funktionsumfang von HTML-, Flash- und JAVA-Anwendungen hinausgehen. Das heißt, dass beim Arbeiten mit hochwertigen Layout-Programmen keine funktionale Einschränkungen mehr hingenommen werden müssen. Gleichzeitig hat Viva mit seiner neuen Lösung eine Vielzahl von Problemen gelöst. Das gilt zum Beispiel für das häufig schmerzvolle Schriftenproblem. Denn im Gegensatz zu konventionellen Lösungen müssen beim VivaDesigner 7.1 auch die benötigten Schriften nicht mehr lokal installiert werden.

Über die Web-Fähigkeit hinaus lassen sich für das Programm oder individuell für einzelne Dokumente Zugriffsrechte definieren, um den Zugriff auf ausgewählte Programmfunktionen zu beschränken (›Distributed Publishing‹). So kann die gleiche Programmversion sowohl von Satz- und Layoutprofis als auch von Word-

Anwendern oder vollkommen ungeübten Laien genutzt werden. Weitere Funktionen erlauben sogar das gleichzeitige Arbeiten mehrerer Benutzer an einem Dokument.



»Die neue Viva-Technologie ist ein Meilenstein in der Publishing-Industrie – wenn nicht sogar ein Wendepunkt«, erklärt Geschäftsführer **Andreas Krings**. »Wir sind stolz darauf, dass wir unseren Kunden als weltweit erster Hersteller eine Lösung anbieten können, wovon andere nur sprechen: Die erste echte Publishing-Cloud, bei der nicht nur die Daten, sondern auch die Anwendung im Netz verfügbar ist. Darin sehen wir und viele Kunden die Zukunft des Publishings.«

NEUE KOMMUNIKATIONSPROZESSE Das besondere an der Lösung ist nicht so sehr die VIVA-Software, die ohnehin schon einen exzellenten Ruf als Publishing-Software genießt, sondern das Gesamtkonzept aus kostenlosen sowie kostenpflichtigen Desktop-, Server- und Web-Anwendungen. Die Möglichkeit, die Funktionen des Programms auf Dokumentenebene mit Zugriffsrechten einzuschränken oder mit mehreren Anwendern zu teilen und auszutauschen, stellt eine eigene Qualität dar und ermöglicht dabei neue Prozesse in der Kommunikation zwischen Druckereien, Agenturen, Redakteuren und Kunden. Diese Möglichkeiten wurden bereits im Rahmen von Projekten mit Medien-Dienstleistern und Lösungsanbietern ausgiebig getestet. Für die Zukunft plant VIVA einen eigenen, Google Docs vergleichbaren Online-Dienst, bei dem die Software über das Internet genutzt werden kann.

Der VivaDesigner 7.1 wird über die Printdata GmbH mit Sitz in Eggenstein bei Karlsruhe vertrieben und wurde auf der drupa 2012 im drupa innovation parc gezeigt. Printdata hatte im Frühjahr 2011 exklusiv den Vertrieb für die Publishing-Lösungen von Viva im deutschsprachigen Raum übernommen.

Der VivaDesigner 7.1 wird über die Printdata GmbH mit Sitz in Eggenstein bei Karlsruhe vertrieben und wurde auf der drupa 2012 im drupa innovation parc gezeigt. Printdata hatte im Frühjahr 2011 exklusiv den Vertrieb für die Publishing-Lösungen von Viva im deutschsprachigen Raum übernommen.

➤ www.vivadesigner.de



Mit dem web-fähigen VivaDesigner 7.1 (hier am Beispiel des Google Chrome Browsers) ist Viva ein entscheidender Durchbruch in der Entwicklung von Satz- und Layout-Programmen der nächsten Generation gelungen, womit das Koblenzer Unternehmen im Online- und Cloud-Publishing neue Maßstäbe setzen möchte.

Quark Publishing System 9

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



NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen

Revolutionizing Publishing. **Again.™**





Uchida AeroCut

VERTRIEB IN DEUTSCHLAND BEI KRUG & PRIESTER

Krug & Priester, Hersteller von kleinformatigen Stapelschneidern bis 72 cm Schnittlänge, hat Ende 2011 die Vertriebsrechte für den Uchida AeroCut für Deutschland übernommen. Uchida nutzt damit das etablierte Vertriebsnetz von Krug & Priester in der Weiterverarbeitung mit guten Verbindungen zu Digitaldruckern und zum grafischen Fachhandel. Über ausgewählte Fachhandelspartner von Krug & Priester werden Vertrieb und Service dieses für eine effiziente Weiterverarbeitung von Digitaldrucken unverzichtbaren Automaten Uchida AeroCut organisiert. Der kompakte Vollautomat erlaubt Arbeiten wie Schneiden, Rillen oder Perforieren. Verarbeitet werden die im Digitaldruck gängigen Formate DIN A4 bis zu einer maximalen Bogengröße von 350 x 500 mm (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 44).

► www.aerocut.de



Ehre, wem Ehre gebührt: Urkunden, Diplome und Zertifikate für Ehrungen und Preisverleihungen in Sport und Verein, in Firma und Schule oder in der Freizeit erweitern jetzt das Angebot der Onlinedruckerei diedruckerei.de. Die neuen Vorlagen können im Onlineshop in der Rubrik »Urkunden« kostenlos heruntergeladen werden. In einem Text- oder Layoutprogramm können die Urkunden anschließend mit individuellen Texten, Logos oder Wappen gestaltet werden. Zur Bestellung wird im Shop das gewünschte Produkt ausgesucht, Format und Papier ausgewählt und die druckfähige Datei hochgeladen.



Mit Digitaldruck-Folien werden Fahrzeuge zu rollenden Gesamtkunstwerken. Die Möglichkeiten des Foliendesigns zeigte die Preisverleihung des »CARmáleon-Award« bei 3M in Neuss am 15. Mai 2012. Bei dem Wettbewerb ging es um das kreativste Foliendesign für einen VW Up!.



Die Mimaki-nbn GmbH, Herrsching, eröffnete eine neue Niederlassung in Hagen. Auf über 800 m² präsentiert das Unternehmen einen Querschnitt durch die Produktreihen. Handelspartnern und deren Kunden soll die Gelegenheit gegeben werden, Demos und Medientests durchzuführen.



Gerade von den Filmfestspielen in Cannes zurück gekehrt überreicht Bénédicte Helbaoui, Gmund France, ihre original Festival Dinner Einladungskarte an Florian Kohler, Inhaber der Büttenpapierfabrik Gmund. Gedruckt wurde die Karte auf Gmund 925, der Silber Kollektion.



Eller repro+druck

MIT POP-UP BEIHEFTER INSERTS OPTIMAL IN SZENE SETZEN

Eller repro+druck präsentiert den Pop-up-Beihefter. Damit wird erstmals eine »kleberlose« Präsentation von Inserts ermöglicht. Das Insert wird einfach in den Tunnelzug eingesteckt. Beim Öffnen der Zeitschrift schiebt sich das Insert dem Leser entgegen. Der Überraschungseffekt wird dabei zum Werbeerstärker. Eine auffällige Platzierung, frei von Klebstoff, gewährleistet das leichte Herausnehmen der Warenprobe. Gestalterisch steht die volle Werbefläche eines 4-seitigen Beihefters zur Verfügung. Das Inserts steht dabei im Mittelpunkt und wird dreidimensional in das Anzeigenmotiv integriert. Eller repro+druck hat bereits Varianten für Klebebindung sowie für geheftete Zeitschriften entwickelt. Realisiert wurde das Produkt erstmals für Weleda in der Freundin-Ausgabe 09/2012.

► www.eller.de



Stora Enso erweitert das grafische Kartonsortiment um MediaCard, einen einlagigen Karton mit doppelt seidenmatt gestrichener Oberfläche. Anwendungsgebiete für MediaCard sind alle grafischen Erzeugnisse sowie Verpackungen, die einen besonders hohen Anspruch an das Erscheinungsbild stellen.



Die Video Business Card der auf Werbemittel spezialisierten i look innovations GmbH ist ein Präsentations-Medium im Visitenkarten-Format. Die Kunststoffkarte ist mit TFT-Display und Lautsprecher ausgestattet, ermöglicht die Wiedergabe von Videos und Fotos und die Datenspeicherung auf einem 2-GB-Speicher.



Vor wenigen Wochen konnte die weltweit 3000ste Océ Arizona ausgeliefert werden. Gleichzeitig wurde im Arizona-Werk im kanadischen Vancouver eine neue Produktionshalle eingeweiht. Diese beiden Tatsachen zeigen, dass die Océ Arizona UV Flachbett-Drucker weiter auf Erfolgskurs sind.



Umgeben vom Flair internationaler Top-Marken hat Fedrigoni in Hamburg den vierten deutschen Showroom eröffnet. Auf 130 m² wird die Welt der Feinpapiere präsentiert. Papierliebhaber können sich über das Feinpapiersortiment beraten und sich von Druck- und Veredelungsmustern inspirieren lassen.

Mit einem Spiel aus Rot, Schwarz, matt und glänzend hat die Edelmann-Gruppe den Flair Pariser Nachtclubs der 1930er Jahre an den POS gebracht. Der Anlass: Das erste Parfüm der Burlesque-Tänzerin Dita Von Teese. Geheimnisvolles, elegant mattes Schwarz, durchzogen von filigranen, geprägten Linien machen die Faltschachtel des Heidenheimer Verpackungsexperten zu einem optischen wie haptischen Erlebnis. Die PET-Silberfolienkaschierung sorgt mit einem reliefgeprägten Rahmen für den Hingucker auf dem Facing der Verpackung: das Emblem der Namensgeberin des Duftes, verziert mit zwei Troddeln. Typisch Burlesque. Das Innere der Verpackung umgibt den ebenfalls matt-schwarzen Flakon mit dunklem Rot als Sonderfarbe. Der Effekt rundet die Faltschachtel ab – als eine hochwertige Verpackung, die mit vielen sinnlichen Effekten den Glamour einer vergangenen Epoche gekonnt in die Gegenwart transportiert.



Fedrigoni präsentiert Materica: ein auf den ersten Blick einfaches, jedoch hochtechnisches Papier. Haptisch rau aber materiell verführerisch weich, mit 15% Baumwollanteil und 1,8-fachem Volumen. Natürlich umweltfreundlich und FSC-zertifiziert. Es ist in acht durch die Natur inspirierten Farben, jeweils in den Grammaturen 120, 180, und 360 g/m² im Format 72 x 102 cm erhältlich. Passende Kuverts gibt es im Format 22 x 11 cm und 17 x 17 cm. Materica ist aufgrund von langen widerstandsfähigen Fasern, der dadurch guten Stabilität und dem erhöhten Volumen optimal geeignet für Verpackungen, Mappen, Schachteln, uvm.



Gleich drei Highlights warteten auf die Besucher des Antalis Events am 15. Juni 2012 in Frechen: Das Jubiläum eines Papiers, die Erweiterung des Zentrallagers und die Eröffnung des neuen Showrooms für visuelle Kommunikation. Mehr als 200 Gäste erlebten einen interessanten Tag auf dem Antalis-Gelände in Frechen.



Am 21. Juni 2012 hat das Multi-Technologieunternehmen 3M unter dem Motto ›Beyond Limits‹ gemeinsam mit der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen einen neuen Guinness-Weltrekord im Kleben aufgestellt. Eine Klebeverbindung mit einem Durchmesser von nur 7 cm hielt einen 10 Tonnen schweren Lkw eine Stunde lang einen Meter über dem Boden. Der bisherige Weltrekord, der bei 8,1 Tonnen lag, wurde damit deutlich überboten.

Planatol Adhesive NEUEN PRODUKTIONSANLAGE FÜR KLEBSTOFFE

Planatol Adhesive, Hersteller von Klebstoffen für die grafische und papierverarbeitende Industrie mit Sitz in Rohrdorf bei Rosenheim, hat den ersten Bauabschnitt der neuen Produktionsanlage für Dispersionsklebstoffe eingeweiht. Durch die Investition wurde die Fertigungsfläche für Klebstoffe in Rohrdorf auf knapp 2.000 m² verdreifacht und die Fertigungskapazität verdoppelt. Zukünftig können an den beiden



Kesseltaufe bei der Einweihung.

Standorten Rohrdorf und Herford bis zu 25.000 Jahrestonnen Klebstoff hergestellt werden.

► www.planatol.de



Jetrion 4900 von EFI

ERSTE INSTALLATION DES DIGITALEN DRUCKSYSTEMS

Als europaweit erste Druckerei hat die WTO WerbeTechnik Rothstein in Wiehl in der digitalen Etikettenproduktion neue Wege beschritten. Mit der Installation der integrierten Drucklösung Jetrion 4900 von EFI verfügt das Unternehmen über ein UV-Inkjet-Digitaldrucksystem für eine schlanke Etikettenherstellung. www.wto-werbung.de

HP Indigo WS6600

STEIGERUNG DER FLEXIBILITÄT DURCH WORKFLOW

Die deutschlandweit erste HP Indigo WS6600 Digital Press zur Falt-schachtelverarbeitung wurde bei Leupold in Schwabach installiert, zusammen mit einem Inline-Primer und kompletter Weiterverarbeitung mit Lackeinheit, Kaltfolienprägung, Folienlaminierung, Blindprägung und Stanzung. www.schnellerleupold.de

Canon Business Imaging

MIT 5 SUMMER PICK AWARDS VON BLI AUSGEZEICHNET

Canon ist von der Forschungsorganisation Buyers Laboratory LLC (BLI) anlässlich der Summer 2012 Pick Awards mit fünf Preisen ausgezeichnet worden. Nach den umfangreichen Labortests für Energieeffizienz und Leistung wurden Produkte aus dem Business-Imaging-Angebot prämiert. www.canon.ch

Nachhaltigkeit

DRUCKHAUS CRAMER ERHÄLT NACHHALTIGKEITS-PRÜFSIEGEL

Das Grevener Druckhaus Cramer erhielt Anfang März erstmalig und auch als erstes Unternehmen seiner Branche aus den Händen des Direktors Stefan Dissel vom Deutschen Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie in Münster die Urkunde für zertifizierte und gesicherte Nachhaltigkeit. www.cramer.de

diedruckerei.de

ONLINEDRUCKEREI VERKÜRZT DIE LIEFERZEIT

Kaum bestellt, schon gedruckt und am nächsten Tag geliefert: Die Onlinedruckerei »diedruckerei.de« hat mit der Blitzdruck-Option die Produktionszeiten für eilige Drucksachen noch einmal verkürzt. Wenn der komplette Bestellvorgang werktags bis 8 Uhr, bis 12 Uhr oder bis 16 Uhr im Onlineshop abgewickelt ist, können ausgewählte Standard-Drucksachen in bestimmten Formaten und Druckauflagen über die



neue Kategorie »Blitzdruck« noch am gleichen Werktag produziert werden. Möglich wird die weitere Verkürzung der Produktionszeiten durch Investitionen in zusätzliche Druckmaschinen. Das breite Drucksachensortiment wird in der haus-eigenen Produktion nach Prozess Standard Offset im Offset- oder Digitaldruck produziert.

www.onlineprinters.com

Innovation im UV-Offsetdruck

HUBERGROUP BRINGT NEWV PACK MGA AUF DEN MARKT

Der Druckfarbenhersteller hubergroup bringt mit NewV pack MGA eine neue migrationsarme UV-Bogenoffsetdruckfarbe auf den Markt. Sie ist bereits im ungehärteten Zustand migrationsarm und garantiert die sichere Herstellung von Lebensmittelverpackungen selbst dann, wenn die UV-Strahler nicht mehr die volle Strahlerleistung abgeben, teilt der Hersteller mit. Die neue Farbserie eigne sich im UV-Druck



(UV-Bogen- und Endlosdruck) sowohl für den Einsatz auf Papier und Karton als auch für den UV-Buchdruck mit Corona-Vorbehandlung. Es sei ebenso möglich, Heißfolienprägungen mit den Farben durchzuführen. Zur Verfügung stehen Skalenfarben, Sonderfarben, CRS-Farben für Mischsysteme sowie Pantone-Grundfarben. UV-Lacke und Metallfarben sollen in Kürze folgen.

www.hubergroup.com

Leissing Druckveredelung

INVESTITION IN EINE GROSSFORMAT-PRÄGEFOLIENDRUCKMASCHINE

Die Leissing Druckveredelung mit Sitz in Landau in der Pfalz hat in die weltweit erste Großformat-Prägefoliendruckmaschine ExpertFoil 142 von Bobst investiert. Die Prägefoliendruckmaschine im 6er-Format wurde in enger Zusammenarbeit zwischen Leissing und Bobst entwickelt. Die Maschine soll im Spätsommer installiert werden, der Pro-

ten. Mit der ExpertFoil 142 können wir unseren Kunden jetzt diese Durchgängigkeit anbieten und entsprechend auch ihre großen Auflagen bei hoher Produktivität wirtschaftlich veredeln«, beschreibt Norbert Schulz, Geschäftsführer des zur Gräfe-Gruppe gehörenden Druckveredlers, den Hintergrund der Investitionsentscheidung. »Wir



Mit der ExpertFoil 142 verfügt Leissing Druckveredelung im europäischen Markt über ein Alleinstellungsmerkmal. Verpackungsdruckereien können ihre Druck-Erzeugnisse künftig nicht nur im 6er-Format drucken und stanzen, sondern auch in diesem Format veredeln lassen.

duktionsbeginn ist für den Herbst geplant.

»Es ist für Druckereien wenig sinnvoll, im 6er-Format zu drucken und zu stanzen, wenn sie in der Veredelung auf das 3B-Format hinuntergehen müssen. Aus wirtschaftlicher Sicht ist es erheblich attraktiver, im gesamten Produktionsprozess durchgängig im 6er-Format zu arbei-

denken in Prozessen«, so die Philosophie des Unternehmens, die es mit der Installation der Maschine einmal mehr unterstreicht.

www.bobst.com



Konica Minolta BIZHUB C654 UND C754 IM NEUEN DESIGN

Die neuen multifunktionalen A3-Farbsysteme bizhub C654 und C754 bieten neue Funktionen und steigern nach Angaben von Konica Minolta die Effizienz, Produktivität und Qualität. 60 Farb- und 75 Schwarz-Weiß-Seiten pro Minute beim bizhub C754 (65 beim bizhub C654) ermöglichen Farbergebnisse für die In-House und On-Demand-Produktion. Schnelle Resultate liefert auch der neue Dualscanner, der



standardmäßig in der neuen bizhub-Serie integriert ist. Es werden gleichzeitig Vorder- und Rückseite des Dokuments eingescannt, wodurch eine Scangeschwindigkeit von bis zu 180 Images pro Minute möglich ist.

Zusätzlich zum bizhub C654/C754 wird es auch den bizhub Pro C754 geben. Das System ist speziell für die Zielgruppe der Hausdruckereien konzipiert. Diese benötigen nicht immer ein Production Printing-System, haben jedoch den Bedarf an Ausstattungsmerkmalen und der Geschwindigkeit, die der bizhub Pro C754 bietet.

➤ www.konicaminolta.de

Für große Aufgaben gerüstet IN MSD-H-EINSTECKTROMMEL DER FERAG INSTALLIERT

Die Herold Druck und Verlag AG, Wien, druckt die Tageszeitungen »Die Presse«, die »Wiener Zeitung« und seit einigen Jahren auch die Gratiszeitung »Heute«, die ein rasantes Wachstum verzeichnet. Die steigenden Auflagenzahlen von »Heute« und die Expansionschancen im Segment der Regionalzeitungen haben Herold Druck dazu bewogen, die Kapazitäten auszubauen und 15 Mio. € in den Standort zu



Die MSD-H-Einstecktrommel bewältigt selbst große Auflagen in engen Zeitfenstern.

investieren. Dazu wurde eine Colorman XXL mit Autoprint-Technologie installiert. Für das Einstecken bei großen Auflagen hat sich Herold Druck für eine MSD-H-Einstecktrommel entschieden, die in Kombination mit einem Vorsammelsystem RollStream für die Regionalisierung kleiner Auflagen genutzt werden kann. Im 2:1-Modus verarbeitet Herold Druck über eine Einstecktrommel 75.000 Ex./h und kann selbst große Auflagen in engen Zeitfenstern bewältigen sowie Beilagen einstecken.

➤ www.ferag.com

Papier als multifunktionaler Werkstoff

UNIVERSELLES ARCHIVIERUNGSSYSTEM FÜR FESTPLATTEN

Schon lange ist Papier nicht mehr nur zum Schreiben da – Einsatzmöglichkeiten bestehen in den verschiedensten Industrien und in den unterschiedlichsten Formen. Alleine schon der Umwelt zuliebe bildet dabei das effiziente Recycling ein wichtiges Element in der Wertschöpfungskette so mancher Unternehmen.

Auf den ersten Blick mag die IT-Branche weniger geeignet sein für eine nachhaltige Verwendung von Papier, doch gibt es auch hier imposante Möglichkeiten einer Nutzung, und zwar für den privaten PC und gewerbliche EDV-Systeme gleichermaßen. Ein solcher Ansatz steckt hinter dem neu am Markt eingeführten BytePAC der Convar Deutschland GmbH aus Pirmasens. Dabei handelt es sich um ein modulares Anschluss- und Archivierungssystem für interne Festplatten, dessen Gehäuse komplett aus nachwachsenden Ressourcen besteht: aus Kartonnage statt Plastik. Binnen Sekunden kann mithilfe von BytePAC und dem mitgelieferten Anschluss-Passepartout aus jeder internen oder

ausgemusterten auch eine externe Festplatte werden.

BytePAC enthält drei Festplatten-Träger, die sich mit wenigen Handgriffen vom sicheren Verpackungs- und beschreibbaren Archivkarton zum ansehnlichen Aufsteller für die Inbetriebnahme umfunktionieren lassen. Im Lieferumfang enthalten ist ein Etiketten-Set, um die Box und



die jeweilige Festplatte entsprechend zu kennzeichnen. Ein über den Concar-Webshop kostenlos erhältliches Template ermöglicht die individuelle Gestaltung des Schubers und somit auch der Festplatten. Erhältlich sind die BytePAC-Kits neben dem Standardmodell auch als Exclusive-Line, deren Leerboxen-Schuber mit Edelpapieren wie »Bockbier«, »Hanf« und »Green Crocodile« verarbeitet sind.

➤ www.convar.de

➤ www.bytepac.com



Knapp, kurz und bündig

Der **Herma**-Geschäftsbereich Haftmaterial ist jetzt nach den strengen **FSC**-Richtlinien zertifiziert. Das Siegel des Forest Stewardship Council steht weltweit für eine umweltfreundliche, sozialförderliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung von Wäldern. • Mit dem Einbau von zwei **Kodak** Prosper S10 Ein-drucksystemen in ihre **Heidelberg** Sunday 2000-Rollenoffsetmaschine hat **Intelligencer Printing** in Lancaster, US-Bundesstaat Pennsylvania, ihre Personalisierungsmöglichkeiten erweitert. • **Mayer-Kuvert-network**, weltweit agierender Briefhüllen-Hersteller, hat in Kooperation mit **ClimatePartner** in seinen Druckzentren klimaneutrales Drucken eingeführt. • In Nordeuropa wird die neue Marke **Mohr**, die Schneidemaschinen für den Bereich des Digitaldrucks bietet, künftig über den neuen Vertriebspartner **Visutech** aus Schweden vertrieben. • Das Cover-Projekt des Tobacco Journal #5, Oktober/November 2011 hat den Golden Print Quality Award 2012 gewonnen. **Siegwerk** war dabei Partner für Druckfarben und -lacke.



Achilles films

INDIVIDUELL GESTALTETE STRUKTURFOLIEN

Die Achilles Gruppe bietet ihren Kunden unter dem Namen »Achilles films« neue Strukturfolien im exklusiven Design an. Dabei kann sowohl auf Standardvarianten als auch auf individuell gestaltbare Folien zurückgegriffen werden. Kunden können bei den individuellen Folien das Folienmotiv, das Folienmaterial sowie die Folienbreite und -stärke auswählen. Achilles realisiert deren Herstellung in-



Edle Optik bei gleichzeitig kratzfesten Eigenschaften: hier die Achilles Spezial Matt Folie.

nerhalb von sechs Wochen. Die nach den Kundenwünschen einzigartig gestalteten Strukturfolien mit optischen und haptischen Effekten werden dann für den Kunden geschützt und können zusätzlich mit Sicherheitsmerkmalen versehen werden. Achilles films erlaubt so einen unverwechselbaren Auftritt bei zum Beispiel Faltschachteln bei gleichzeitigem Wiedererkennungswert.

Als Folien stehen »Achilles Spezial Matt« (ASM), »Achilles Struktur Leinen« (ASL) und »Achilles Spezial Glanz« (ASG) zur Verfügung; als Materialvarianten der Substrate unter anderem OPP, PET, met. PET, PE und PVC. Alle drei Folien sind kratzfest, Heißfolien prägbar, verklebbar und ASM sowie ASL als Thermovariante erhältlich. Weitere Wunschmaterialien kann Achilles zudem testen.

➤ www.achilles.de

Heidelberger Druckmaschinen

PRINTMASTER GTO 52 FEIERT 40-JÄHRIGES JUBILÄUM

Die Printmaster GTO 52 feiert dieses Jahr ihr 40-jähriges Jubiläum. Heidelberg präsentierte die GTO – den Großen Tiegel Offset – erstmals auf der drupa 1972. Mit ihrer Flexibilität, Druckqualität und Robustheit wurde sie zum Maßstab für das kleine Format und begründete mit dem GTO-Format 36 x 52 eine neue Formatklasse im professionellen

Aufgrund einer kontinuierlichen Weiterentwicklung wie dem Prinect Classic Center oder dem alkohol-freien Direktfilmfeuchtwerk für den umweltschonenden Druck ist die Printmaster GTO 52 auch nach 40 Jahren noch erfolgreich.

Am übersichtlichen, zentralen Bedienpult werden Farb- und Registereinstellungen vorgenommen, die



Offsetdruck. Mit mehr als 106.000 verkauften Druckwerken ist die GTO 52 die meistverkaufte Maschine im Format 35 x 50 weltweit. Als Einstiegsmaschine ist die GTO manuell bedienbar und vielseitig einsetzbar für Anwendungen wie Nummerieren, Perforieren, Eindringen auf vorgestanzten Produkten, Briefhül-lendruck, Prospekte, Formulare, Karten und Etiketten. Mit dem präzisen Einzelbogenanleger verarbeitet sie unterschiedlichste Formate und Bedruckstoffe vom Dünndruckpapier bis zum Karton.

Im Jubiläumsjahr bietet Heidelberg vier exklusive GTO-Jubiläumsmo-delle an. Bis 31. Oktober 2012 erhalten Kunden die GTO von der Ein-bis Vierfarben mit ausgewähltem Zubehör und einem speziellen Druckwerkschutz.

Die Printmaster GTO 52 feiert dieses Jahr ihr 40-jähriges Jubiläum. Durch ständige Weiterentwicklungen ist die Maschine nach wie vor im Markt beliebt. Weltweit wurden bisher über 106.000 Druckwerke verkauft.

für Wiederholaufträge gespeichert werden können. Die Druckqualität wird durch ein Farbwerk mit einer Speicherkapazität von 1:6,5 für hochwertiges Verarbeiten von Voll-tonfarben erreicht. Vier traversierende Farbauftragswalzen wirken dem Schablonieren entgegen, was besonders bei Flächenformen mit Negativaussparungen überzeugt. Das alkoholfreie Direktfilmfeuchtwerk liefert einen dünnen und gleichmäßigen Feuchtmittelfilm für eine schnelle und stabile Farb-Wasser-Balance. Weiterhin können Farb- und Feuchtwerk in einem Arbeitsgang gemeinsam gewaschen werden.

➤ www.heidelberg.com

musterform

BEI MUSTERFORMULAREN MIT MUSTERBEISPIEL VORAN

Formulare für Formulare. Was wie der Gipfel der Bürokratie klingt, ist in Wahrheit das genaue Gegenteil: Endlich erhalten Formular-Designer, Druckdienstleister und Formular-kunden 100% neutral gehaltene Formular- und Vordruckmuster aller Art. Ideal zum Aufreißen, Abtrennen, Freirubbeln, Durchschreiben, Probeausfüllen etc.

Die Möglichkeiten ein Formular klug zu gestalten sind enorm, die



Auswahl an Funktionen, die sich kombinieren lassen, riesig. Eine nach und nach wachsende Palette aus Formularmustern soll Profis im Printbereich in ihrer Arbeit unterstützen und mit den neuesten Innovationen versorgen. Erhältlich sind Standardformulare, OCR-Belege und Anträge. Dazu gibt es Beispiele mit Individualisierungsleistungen wie Barcodes oder Nummerierungen, sowie mit Web-Finishing Elementen, wie Karten oder Etiketten. Hinter der ganzen Idee steckt eine der führenden Formulardruckereien Deutschlands: systemform Daten-belege GmbH. Um alle Formulare neutral zu halten, gründeten die Priener sogar eigens eine neue Firma: musterform – die neue Anlauf-stelle für Formular- und Vordruck-muster.

Interessierte können sich ab sofort die Starterbox und auch einzelne Musterformulare kostenlos auf der Homepage des Unternehmens bestellen.

➤ www.musterform.net



Chesapeake SPEEDMASTER XL 105 VIERFARBEN MIT LACKWERK

Chesapeake im belgischen Bornem hat eine neue Speedmaster XL 105 Vierfarben mit Wendung und Lackwerk in Betrieb genommen. Das Lackwerk wird bei Chesapeake als Inline-Stanze verwendet. Eingesetzt wird die Maschine für die Produktion von Begleitbroschüren von Verpackungen und Schachteln für die pharmazeutische Industrie. Neben der neuen Heidelberger XL 105 ist ein umfangreicher Maschi-



Die neue Speedmaster XL 105 bei Chesapeake im belgischen Bornem im Einsatz.

nenpark, bestehend aus Digitaldruck- und Schmalbahnmaschinen für die Produktion von Etiketten, bei Chesapeake im Einsatz. Die durchschnittliche Auflagenhöhe im Bogenoffsetdruck beläuft sich auf rund 10.000 Stück.

Chesapeake setzt drei leichtgewichtige Grammaturen ein, wobei schnell von einer Grammatatur auf die nächste gewechselt werden kann. Der Bedruckstoff wird von der Rolle abgewickelt und im Breitbahn-Rollenquerschneider CutStar auf exakt das gewünschte Format geschnitten.

➤ www.heidelberg.com

Salzburger Nachrichten EIN NEUER VERSANDRAUM FÜR DIE MOZART-STADT

Die »Salzburger Nachrichten« haben bereits 2010 ein Investitionsprogramm eingeleitet, in dessen Rahmen die gesamte Technik in der Vorstufe sowie im Druck und im Versandraum erneuert wurde. Seit Anfang 2012 übernimmt eine dreifach breite Commander-CT-Rotation von KBA den Druck aller Titel. Im Versandraum konnte sich die Ferag gegenüber dem Wettbewerb aufgrund der hohen Nettoleistung



Mit einer Einstecktrommel MSD2-C konnte die Regionalisierung der »Salzburger Nachrichten« vorangetrieben werden.

und des XtraWin-Konzepts durchsetzen, das dem Unternehmen Funktionen wie das Schneiden und Kartenkleben erschließt. »Mit dem Versandraum der Ferag verfügen wir jetzt über die notwendigen Ressourcen, um Produktionsspitzen effizient zu bewältigen, und zudem halten wir uns alle Optionen offen, um den Versandraum in Zukunft zu erweitern«, sagt Roman Minimayr, Geschäftsführer der Salzburger Nachrichten. Das Einstecken der Vorprodukte und Beilagen erfolgt mit einer Einstecktrommel MSD2-C in Kombination mit dem Roll-Stream-Vorsammelsystem mit insgesamt sechs Anlegern. Die »Salzburger Nachrichten« profitieren auch hier von der hohen Nettoleistung der Einstecktrommel, die 45.000 Exemplare in der Stunde erreicht. Zusätzlich konnte die Regionalisierung weiter vorangetrieben werden.

➤ www.ferag.com

TEXTILDRUCK Mimaki Engineering hat die Einführung des Mimaki TX500-1800DS für den Textil-Direktdruck mit bis zu 150 m²/h auf vorbehandelten Polyesterstoffen bekannt gegeben. Die Maschine ist mit den neuen Sublimationstinten Sb300 bestückt und erweitert die Anwendungsmöglichkeiten auf den Märkten für Soft-Signage und Bekleidung. Die Produktivität steigt, weil auf den Druck auf Transferpapier verzichtet werden kann. Das Modell Mimaki TX500-1800DS ist seit Juni 2012 verfügbar. ➤ www.mimakieurope.com



PRODUKTPROGRAMM AKTUALISIERT hubergroup bietet ab sofort das neue Dispersionslack-Sortiment Acrylac an. Mit der Überarbeitung der Angebotspalette ist durch verbesserte Rezepturen ein Programm mit mehr migrations- und geruchsarmen Lacken verfügbar. Neu sind einige Acrylac Dispersionslacke und Primer in der strengen MGA-Qualität. Dieser Qualitätsstandard, 2004 von der hubergroup eingeführt, wird durch Rohstoffspezifikationen, Qualitätsanalysen und den systematischen Ausschluss von Kontaminationsrisiken erreicht. ➤ www.hubergroup.com

EINSTIEGSMODELLE Xerox erweiterte sein Angebot an Einstiegsmodellen für den Produktionsdruck um neue Schwarz-Weiß-Systeme: Die Xerox D95, D110, D125 Kopier- und Drucksysteme und die Drucker D110 und D125 drucken in gestochen scharfer Bildqualität. Die kombinierten Druck- und Kopiersysteme sind mit Druckgeschwindigkeiten von 95, 110 und 125 Seiten pro Minute erhältlich. Die reinen Drucksysteme D110 und D125 bieten eine Geschwindigkeit von 110 beziehungsweise 125 Seiten pro Minute bei 2.400 x 2.400 dpi. ➤ www.xerox.com



MULTIFUNKTIONSSYSTEME Die neue Produktserie von Develop umfasst die ineo+ 224, 284 und ineo+ 364. Technisch gesehen sind die Systeme nahezu identisch – der Unterschied liegt in der Druckgeschwindigkeit mit 22, 28 oder 36 A4-Seiten pro Minute. Der 9-inch große Touchscreen greift auf, womit Smartphone-Nutzer längst vertraut sind: Er unterstützt Funktionen wie flick & drag (wischen und ziehen) und ermöglicht das »Tasten« durch das Menü. Umschläge, recyceltes oder bedrucktes Papier, OHP-Folien und Karton der Stärke 300 g/m² lassen sich bedrucken. Das Multifunktionssystem bewältigt Formate von A6 bis SRA3 oder auch benutzerdefinierte Formate und Bannerpapier bis zu 1,2 m. Die Druckqualität überzeugt aufgrund der Auflösung von 1.200 dpi und des innovativen HD Toners von Develop. Funktionen wie das Erstellen von bis zu 80-seitigen Broschüren, das Falzen von Briefen, das Heften von Handouts oder das Lochen von Rechnungen eröffnen jedem Büro ein hohes Maß an Unabhängigkeit. ➤ www.develop.de





EFI & Tecco

FOGRA-ZERTIFIZIERTES LASERPAPIER

Tecco und EFI haben mit »EFI Laser Cert Paper 120 matt« ein Laserpapier mit Fogra-Substrat-Zertifizierung vorgestellt. Damit wird es möglich, auf Toner-Drucksystemen Qualität nach ISO-Standard zu erreichen. Das Papier kann sowohl zu Proofzwecken als auch in der Kleinauflagen-Produktion verwendet werden.

Kodak

LIEFERVEREINBARUNG MIT COLLINS EINGESTELLT

Die Lieferantenvereinbarung zwischen Collins Ink und Kodak für Tinten für Versamark Systeme ist ausgelaufen. Collins Ink ist nicht länger anerkannter Lieferant von Tinten für Kodak Versamark Drucksysteme. Anwender können Tinten weiterhin direkt bei Kodak bestellen.

➤ graphics.kodak.com

Epson ergänzt Mobilscanner

VEREINFACHTER DOKUMENTENWORKFLOW

Mit dem kostenlosen Epson Softwarepaket »Document Capture Pro« können gescannte Papierdokumente in den elektronischen Workflow von Dokumenten-Management-Systemen (DMS) integriert werden. DMS läuft unter Windows und ist zu vielen gängigen Systemen sowie Cloud-Speicherlösungen kompatibel.

EFI und KIP

FIERY-TECHNOLOGIE FÜR KIP C7800

Der EFI Fiery-Großformatproduktions-RIP ist nun für das KIP C7800 Druckproduktionssystem erhältlich. Das LED-basierte Großformat-Farbproduktionsdrucksystem ist das einzige tonerbasierte System auf dem Wideformat-Markt, das in Verbindung mit leistungsstarken Drucksteuerungsfunktionen arbeitet.

hagedorn

POSITIVES ERSTES HALBJAHR 2012

Die hagedorn GmbH, Anbieter von Messertechnik und Papierschneidwerkzeugen, hat ihre selbst gesteckten Ziele für das erste Geschäftshalbjahr 2012 bei Weitem überschritten. Gründe dafür sehen die Verantwortlichen des Familienunternehmens im Ausbau der Präsenz in Deutschland durch die Übernahme des Bereiches Messerschleiferei der Feddern Schleiftechnik GmbH als auch der Kurt Ulrich Werkzeugfabrik. Nicht zuletzt spielte aber eine neue Geschäftsidee eine Rolle: Ein komplett ausgerüsteter mobiler »Schleif-Container« inklusive aller notwendigen Maschinen und Ausrüstung, der auf der drupa 2012 präsentiert wurde. In dem 40-Fuß-Schleif-Container sind bereits Schleif- und Richtmaschine, ein Arbeitsplatz mit Werkbank und Schränke für die Messeraufbewahrung sowie ein Schreibtisch plus Stühle fest eingebaut. Der Betreiber muss die Einheit nur noch an Starkstrom anschließen und kann arbeiten.

➤ www.hagedorn-gmbh.de

Standard-Druckbedingung

NEUE PROFILE UND CHARAKTERISIERUNGSDATEN VERFÜGBAR

Im Zuge der Zusammenarbeit des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdM), der European Color Initiative (ECI) und der Forschungsgesellschaft Druck (Fogra) wurde eine neue Standard-Druckbedingung für den Heatset-Rollenoffsetdruck (»Fogra48«) entwickelt. Zwei spezielle Charakterisierungsdatensätze (»Fogra49«, »Fogra50«) stehen für die Anwendung bei veredelten Drucken zur Verfügung. Die entsprechenden ECI-Profile liegen vor.

Die neue Druckbedingung »Fogra48« und das Profil »ISO INP Paper (ECI)« für den Heatset-Rollenoffsetdruck auf aufgebessertem Zeitungspapier (INP = Improved Newsprint) basieren auf Druckserien des Arbeitskreises Rollenoffset der ECI (WOWG), durchgeführt mit Unterstützung des bvdM und von Papierherstellern. An den Druckserien auf unterschiedlichen praxisüblichen Papieren waren mehrere europäische Rollenoffsetdruckereien beteiligt. Die Sollwerte für die Volltonfarborte der Druckfarben Cyan, Magenta Gelb und Schwarz sowie für die Tonwertzunahmen wurden vorab in der WOWG abgestimmt. Als Vorgaben für die Tonwertzunahme

gelten die Kurven C (19%) für Cyan, Magenta und Gelb sowie Kurve D (22%) für Schwarz, jeweils gemessen in einem 40%-Kontrollfeld. Mit diesem neuen Profil ist das Profilangebot der ECI für typische Rollenoffset-Papiere nunmehr komplett.

»Fogra49« und »Fogra50« und die zugehörigen ECI-Profile sind spezielle Anwendungen und beschreiben erstmals folienkaschierte standardisierte Bogenoffsetdrucke auf Basis von ISO Coated V2 (ECI) (»Fogra39«), Druck gemäß ISO 12647-2, auf glänzend beziehungsweise matt gestrichenen Papieren mit AM-Raster. Hierbei charakterisiert »Fogra49« den Einfluss der Veredelung typischer matter und »Fogra50« den Einfluss glänzender OPP-Folien (orientiertes Polypropylen). Weitere Informationen zu diesen speziellen Anwendungen sind in der Dokumentation nachzulesen.

➤ www.eci.org

➤ www.fogra.org

➤ www.bvdm-online.de

Komplette Palette

ANTALIS PIONEER AUCH FÜR PRINT

Mit der Produktvariante Pioneer Preprint rundet der Papierspezialist Antalis seine Angebotspalette ab. Pioneer, die Antalis in Deutschland exklusiv vertreibt, ist im Office-Segment bereits seit Langem beliebt. Nun können auch Print-Kunden die Vorzüge der hochwertigen Produktqualität nutzen. Pioneer hat eine elegante Optik, die exklusive Rohstoffauswahl führt zu einer glatten, homogenen Oberfläche, guter Opa-



zität und Volumen sowie bester Blattformation. Pioneer Preprint ermöglicht hohe Maschinen-Performance und Druckqualität. Angeboten wird Pioneer Preprint in 80 g/m² in unterschiedlichen Formaten, unter anderem in SRA3 für digitale Anwendungen. Die Pioneer-Range ist für Anwendungen im Offset-, Laser- und Tintenstrahldruck sowie für alle digitalen Trockentoner-technologien geeignet.

➤ www.antalid.de



DruckHaus Rieck investiert in KBA Commander CT

HIGHTECH-KOMPAKTROTATION FINDET IMMER MEHR ANWENDER

Mit dem DruckHaus Rieck in Delmenhorst entschied sich ein weiteres Zeitungsunternehmen in Deutschland für die Kompaktrotation Commander CT. Die Delmenhorster bestellten eine dreifachbreite Anlage mit zwei Drucktürmen, zwei Rollenwechslern und zwei Falzwerken bei KBA. Im Zuge der grundlegenden Moderni-

ziert. Die Tagesproduktion erreicht bis zu 4 Mio. Exemplare. Die Parterremaschine wird auf eine maximale Produktionsleistung von 90.000 vierfarbigen Zeitungen/h in Doppelproduktion ausgelegt. Bei einer maximalen Papierrollenbreite von 1.890 mm beträgt der Zylinderumfang 940 mm. Die beiden auch für 7/12- und 11/12-Bahnen ausge-



Die 25. KBA Commander CT-Anlage wird 2013 beim DruckHaus Rieck in Delmenhorst installiert.

sierung der Druckkapazitäten wird die neue 6/2-Rotation im nächsten Jahr eine 1994 gelieferte und 1999 erweiterte KBA Colora-Zeitungsmaschine ersetzen. In Deutschland ist die hoch automatisierte Kompaktrotation besonders erfolgreich. Von den 25 bislang vom Würzburger Weltmarktführer verkauften Commander CT-Anlagen mit 116 doppelt- und dreifachbreiten Drucktürmen wurden zehn von inländischen Anwendern geordert.

Auf der bestellten KBA Commander CT 6/2 sollen das im Berliner Format erscheinende Delmenhorster Kreisblatt mit einer Auflage von rund 20.000 und das Kreisblatt am Sonntag mit 78.000 Exemplaren gedruckt werden. Neben den beiden verlagseigenen Ausgaben der Tageszeitung und dem Sonntagsblatt werden zahlreiche Beilagen und Wochenzeitungen wie dk-Markt und Elbe-Weser Aktuell aus der eigenen Mediengruppe beziehungsweise im Lohndruck produ-

legten Pastomat-Rollenwechsler werden mit zwei Auspackstationen in eine automatisierte Papierrollenlogistik integriert. Beim Gummitch- und Waschtuchwechsel reduzieren die beiden in der Mitte auseinander fahrbaren Drucktürme den Wartungsaufwand. Sie sind mit Plattenwechselautomaten KBA PlateTronic, automatisierten Walzenschlössern KBA RollerTronic, NipTronic-Lagertechnik, Fanout-Kompensation KBA FanoTronic, automatischen Farbregisterregelungen und CleanTronic-Gummitchwascheinrichtungen ausgestattet. Weiter verfügt die umfangreich ausgestattete Rotation über zwei Doppelwendeeinrichtungen, zwei Falzwerküberbauten mit drei Trichtern, Schnittregisterregelungen und zwei Klappenfalzwerke KF 5 im Zylindersystem 2:5:5. Ein Lagenhefter, zwei variable Perforationseinheiten »Zip'n'Buy«, eine Leim & Softening-Einrichtung und der geleimte »Pseudo-Pflugfalz« für die Superpanorama-Produktion ermöglichen eine hohe Produktflexibilität. www.kba.com

GRAVURANLAGE Die Saueressig GmbH + Co. KG hat an ihrem Stammsitz in Vreden mit einem Investitionsvolumen von über 400.000 € einen weiteren Hell K500 HelioKlischographen installiert und innerhalb kürzester Zeit in die bestehende vollautomatisierte Inline-Fertigungslinie integriert. Der K500 von Hell ist die derzeit modernste elektronmechanische Gravurmaschine. Zylindereinbau, Justierung, Qualitätskontrolle der Gravur und Zylinderausbau erfolgen vollautomatisch. Features wie das CellEye Einschnideverfahren für wiederholbare Gravurergebnisse waren Voraussetzung für die Investition. www.saueressig.de



NEUE DIGIMASTER HD Akzidenzdruckereien, Verlagen und Datenzentren bietet sich mit der Digimaster HD eine neue Option für den Bogen-Schwarz-Weiß-Digitaldruck. Die Digimaster-HD-Plattform löst die bisherigen EX-Systeme ab, bietet eine höhere Produktivität, Druckqualität und Zuverlässigkeit. Die HD-Plattform umfasst drei Modelle HD125, HD150 und HD300 mit nominalen Druckgeschwindigkeiten von 125, 150 und 300 A4-Seiten/Min. Die neuen Systeme sind ab sofort verfügbar. graphics.kodak.com

SOLID INK-MFP Xerox erweiterte seine ColorQube-Serie um die A4-Farbmultifunktionssysteme 8700/8900. Die Systeme basieren auf der Solid-Ink-Technologie von Xerox. Die Ink-Sticks bestehen aus Kunstharz, werden ohne Kartuschen in das System eingelegt und für den Druckvorgang geschmolzen. Durch die Beschaffenheit der Festtinte erzielt der ColorQube auch auf ungestrichenen Papieren ein scharfes Druckbild in intensiven Farben. www.xerox.com



PERSONALISIERT Wandkalender und Jahresplaner eignen sich als individuelles Geschenk und sind ein schöner und zugleich praktischer Anblick. viaprinto, Online-Druckerei von CEWE, hat sein Angebot nun um diese beiden Produkte in verschiedenen Formaten ergänzt. Mit leicht zu handhabenden Vorlagen können die Kalender und Jahresplaner mit eigenen Bildern gestaltet werden. www.viaprinto.de

SAMPLE BOX Die Vielfalt der Drucksachen der Onlinedruckerei »diedruckerei.de« wird den Kunden jetzt mit der neuen Sample Box vorgestellt. »Die Sample Box gewährt Einblick in das Produktsortiment und erleichtert die Auswahl der Materialien und Veredelungsarten«, sagt Heiko Wiederer, Produktmanager der Onlineprinters GmbH. Neu hinzugekommen ist das Materialmusterbuch aus dem Großformatdruck für Banner, Fahnen oder Fotodruck sowie Plexiglas, Hohlkammerplatten und vieles mehr. www.diedruckerei.de





Allrounder für das Finishing von Digitaldrucken

Seit November 2011 gehört eine Uchida AeroCut zum Maschinenpark der badischen Druckerei Stork in Bruchsal. Dipl.-Ing. Martin Stork, Geschäftsführer des 1932 gegründeten Unternehmens, hat diese Maschine auf der Druck+Form 2011 bei Krug & Priester entdeckt.

Der Uchida AeroCut ist ein kompakter Vollautomat für das Finishing im Digitaldruck. Er erlaubt Arbeiten wie Schneiden, Rillen und Perforieren von Visitenkarten, Grußkarten, CD/DVD-Einlagen, Fotos, Postkarten, Einladungen und Prospekten. Verarbeitet werden können die im Digitaldruck gängigen Formate von DIN A4 über A3+ bis zu einer Bogengröße von 365 x 520 mm (automatische Formaterkennung bis 350 x 500 mm) und Papiergrammaturen von 120 g/m² bis 350 g/m². Der farbige LCD-Touchscreen mit leicht verständlicher Menüführung in deutscher Sprache ermöglicht einfache Einstellungen und die Bedienung des AeroCut. Die Saugluft-Bogenzuführung mit regelbarer Zuführgeschwindigkeit verhindert Dubletten durch die Doppelbogen-Erkennung. Der eingebaute Schnittmarkenleser erkennt die exakte Position des Druckbildes auf dem Druckbogen und garantiert präzise Schnitte ohne Versatz durch die fortlaufende Schnittmarkenerkennung.

Der AeroCut ist mit einem Quermesser und vier selbstschärfenden Rollenmessern ausgestattet, wobei zwei dieser Messer als Doppelrollenmesser mit einem Fixabstand von 7 mm ausgelegt sind.

Die Einstellung erfolgt automatisch über vorprogrammierte Jobs oder eine individuelle Programmierung via Touchscreen. Aus 78 vorprogrammierten Jobs kann ausgewählt werden, für zusätzliche 50 Programme stehen Speicherplätze zur Verfügung.

Zudem ist die kompakte, auf Lenkrollen fahrbare Maschine mit einer Rilleinheit ausgestattet. Ober- und Unterwerkzeug der Rilleinheit verdichten

Papierfaser und Toner und verhindern dadurch das Aufbrechen nach dem Falzen. Die Tiefe der Rillung ist über fünf Stufen einstellbar. Durch die ebenfalls serienmäßig vorhandene Perforationseinheit mit zwei Werkzeugen lassen sich Perforationen einfach herstellen. Die Positionierung der Werkzeuge erfolgt manuell und ist durch vorgegebene Anweisungen im Touchscreen-Menü durchzuführen.



Der Uchida AeroCut stellt eine maßgeschneiderte Lösung für die Weiterverarbeitung von Digitaldrucken dar.

➤ www.krug-priester.com

Herr Stork, viele Druckereien suchen nach Lösungen, um sich für die Zukunft neu aufzustellen. Wie sieht Ihre Neuausrichtung aus?

In Anbetracht der Schwierigkeiten in der Druckbranche lege ich besonderen Wert auf einen hohen Qualitätsstandard, der unsere Kunden zufrieden stellt. Deshalb haben wir in der Vorstufe in einen digitalen CtP-Workflow investiert. Zudem haben wir eine zusätzliche Sechsfarben-Druckmaschine von Heidelberg mit UV-Trocknung, Doppellackwerk und Kaltfolienveredelung (Foilstar) installiert. Den Digitaldruckbereich haben wir durch eine HP Indigo 5000 optimiert und auch in der Druckweiterverarbeitung sind wir sehr gut aufgestellt. Mein Ziel ist es, künftig zu den Druckunternehmen zu gehören, die diese schwierigen Zeiten überleben und weiterhin erfolgreich am Markt agieren.



Die Stork Druckerei GmbH hat in der Druckvorstufe in einen digitalen CtP-Workflow investiert und der Digitaldruckbereich wurde durch eine HP Indigo 5000 optimiert.

Wie kam es zur Anschaffung des Uchida AeroCut?

Wir waren auf der Suche nach einer Lösung für das Schneiden speziell von im Digitaldruck erstellten Visiten- und Einladungskarten. Auf der letztjährigen Druck+Form in Sinsheim habe ich mir diese Maschine vorführen lassen und war von der Präzision und der einfachen Handhabung sofort überzeugt. Die Kaufentscheidung fiel also spontan. Abgewickelt wurde der Kauf über meinen langjährigen Fachhändler, die Firma Grunert in Karlsruhe.

Hat der Uchida AeroCut Ihre Erwartungen bisher erfüllt?

Wir waren mit der Kaufberatung sehr zufrieden, kommen mit der Maschine im Tagesgeschäft sehr gut zurecht und haben bisher keinen Service in Anspruch nehmen müssen. Die Maschine stellt für uns eine maßgeschneiderte Lösung für die Weiterverarbeitung von Digitaldrucken dar. Die Maschine arbeitet exakt, ist bedienerfreundlich und arbeitet bisher sehr zuverlässig. Wir nutzen sie auch für das Rillen von Einladungskarten bei Auflagen von bis zu 500 Stück. Unsere Erwartungen an diese Maschine haben sich voll erfüllt.



ICH

BIN

DAS

EINZIGE

WAS

SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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



ADD PRINT. ADD POWER



Steinbeis InnoJetHC

ÖKO-PAPIER FÜR DEN HIGH-SPEED-INKJETDRUCK

Die Steinbeis Papier GmbH, Pionier der Recyclingpapierherstellung und nach eigenen Angaben europäischer Marktführer für grafische Recycling-Büro- und Magazinpapiere aus 100% Altpapier, hat ihr Produktangebot erweitert. Mit dem neuen Sortiment Steinbeis InnoJet HC führt das Unternehmen drei unterschiedliche Spezialpapiere für den Highspeed-Inkjetdruck ein und folgt damit den Trends der Drucktechnologien am Markt. Damit ist Steinbeis der erste Papierhersteller, der ein High-Performance-



Die KBA Rapida 106 mit insgesamt 19 Druck- und Veredelungswerken, Kaltfolienanlage und 35 m Gesamtlänge wird 2012 bei Amcor Tobacco Packaging im schweizerischen Rickenbach installiert.

Inkjetdruck-Sortiment anbietet, das in ökologischen Verfahren hergestellt wird und mit den Umweltzertifikaten Blauer Engel sowie EU-Blume ausgezeichnet ist. Die Eigenschaften der Inkjetpapiere wurden speziell für die Anforderungen des Highspeed-Vollfarb-Inkjetdrucks entwickelt. Das neuartige Streichfarbenkonzept ermöglicht eine gleichmäßige Tintenaufnahme, schnelle Trocknung, erstklassige Farbwiedergabe sowie gute Kontraste bei Druckgeschwindigkeiten von 200 m/Min. und mehr. Das InnoJetHC-Sortiment umfasst die drei unterschiedlichen Papiere: InnoJetHC Premium (80 g/m² und 90 g/m², ISO 100), Universal mit 80 g/m², ISO 80 und Light 65 g/m², ISO 80.

➤ www.stp.de

KBA Rapida 106 mit 19 Werken

NEUE DIMENSION FÜR DEN BOGENOFFSET-VERPACKUNGSDRUCK

Amcor Tobacco Packaging in Rickenbach/Schweiz, »Innovation Center« eines der weltweit führenden Hersteller von Zigarettenverpackungen, bestellte kürzlich bei KBA eine Bogenoffset-Mittelformatmaschine, die in der endgültigen Konfiguration mit 19 Druck- und Veredelungswerken am Weltmarkt einmalig ist. Ende August 2012 wird die rund 35 m

innovative Rapida-Bogenoffsetmaschinen ihre Erstanwender gefunden. Dazu gehört nun auch die weltweit erste 19-Werke-Maschine. Die in der Branche als »Rüstzeitweltmeister« bekannte Rapida 106 hält also in Kürze auch den Längenrekord bei der Anzahl der Druck- und Veredelungswerke. Zudem hat Amcor mit dieser Bestellung einen

lange Hightech-Anlage Rapida 106 mit einem Lackturm, zwei Trockenwerken, zehn Druckwerken, einem weiteren Lackturm, noch einmal zwei Trockenwerken, einem dritten Lackturm und zwei weiteren Werken, ausgerüstet mit UV-Inert-Trocknungstechnologie installiert. Hinzu kommt eine integrierte Kaltfolien-Veredelungsapplikation. In den vergangenen Jahren haben die Fachleute von Amcor zusammen mit der Schweizer KBA-Tochtergesellschaft Print Assist nach Lösungen und Technologien gesucht, um das Verfahren beim Druck von hochwertiger Zigarettenverpackungen technisch so zu optimieren, dass sich die äußerst komplexen Druckjobs selbst bei kleineren Auflagen sehr schnell und flexibel produzieren lassen. KBA erhielt den Zuschlag für dieses anspruchsvolle Projekt, weil die Flexibilität und Innovationskraft des Druckmaschinenherstellers überzeugten. Im besonders anspruchsvollen Druckmarkt Schweiz haben schon viele



Das seitlich angeordnete Vinfoil-Kaltfolienmodul an der KBA Rapida 106 für Amcor Tobacco Packaging.

der umfangreichsten Aufträge in diesem Jahr an KBA vergeben. Amcor ist mit über 33.000 Mitarbeitern, mehr als 300 Werken in 42 Ländern einer der führenden Verpackungsproduzenten. Mit dem Einsatz zukunftsorientierter Technologien wie der Rapida 106, die Meilensteine in der Branche setzt, ist Amcor gut aufgestellt, sein Wachstum mit hoher Kontinuität fortzusetzen.

➤ www.amcor.com

➤ www.kba.com

Editoriale FVG, Gorizia, Italien MIT DEN ANFORDERUNGEN WACHSEN

Die beiden regionalen Tageszeitungen »Il Piccolo« und »Il Messaggero Veneto« gehören zur Editoriale FVG, die insgesamt 18 Regionalzeitungen verlegt und wiederum eine Tochtergesellschaft des italienischen Medienkonzerns Gruppo Editoriale L'Espresso ist. »Il Piccolo« ist mit einer Auflage von rund 40.000 Exemplaren die führende Tageszeitung in der Provinz Triest und Gorizia. »Il Messaggero Veneto«



Die Ferag konnte Editoriale FVG mit seinen zu verlässigen Lösungen für den Versandraum überzeugen.

bringt es auf eine verkaufte Auflage von ca. 60.000 Exemplaren. Editoriale FVG hat sich 2011 dazu entschlossen, die beiden Titel gemeinsam in einem neuen Druckzentrum in Gorizia zu produzieren. Eine neue Zeitungsrotation ermöglicht es, 96 Seiten im Tabloid-Format durchgängig vierfarbig zu produzieren – und das bei einer Geschwindigkeit von 40.000 Exemplaren/h. Bei der Ausstattung des Versandraums fiel die Wahl auf die Ferag, die mit dem UTR-Universaltransporteur, dem MultiStack-Paketiersystem und dem Umreifungssystem SmartStrap kompakte Lösungen zu bieten hatte. Mit diesen Komponenten wurden in Gorizia zwei Linien installiert, über die Pakete mit rund 50 Exemplaren inklusive Deckblatt hergestellt werden.

➤ www.ferag.com

DER SCHLAUMACHER Nachhaltigkeit

Die Verschwendung von und der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Maß angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer humanen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schließlich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, den eigenen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.



Dossier

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit muss Teil der Medienproduktion werden. Wie? Das Heft informiert umfassend.

März 2012.

44 Seiten, A4.

19,90 € / 24.90 CHF.



**Know-how
aktuell!**

Diese und weitere Ausgaben
der Druckmarkt Collection sind
im Internet zu bestellen:
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2012			
26. 09. - 27. 09. 2012	EcoPrint EuropeLive 2012	Berlin	 www.ecoprintshow.com
12. 09. - 13. 09. 2012	swiss publishing days	Winterthur	 www.swiss-publishing-days.ch
12. 09. - 14. 09. 2012	PostPrint	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
18. 09. - 23. 09. 2012	photokina 2012, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
10. 10. - 11. 10. 2012	Print & Publishing Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
10. 10. - 13. 10. 2012	18. Druck+Form	Sinsheim	 www.messe-sinsheim.de
10. 10. - 14. 10. 2012	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 10. 2012	18. Leipziger Typotage	Leipzig	 www.typotage.de
25. 10. - 27. 10. 2012	viscom, Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com
29. 10. - 31. 10. 2012	Ifra Expo 2012, Messe der Zeitungsindustrie	Frankfurt	 www.wan-ifra.org/ifraexpo2012
2013			
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 http://innovationdays.hunkeler.ch
17. 04. - 20. 04. 2013	Graphispag.digital	Barcelona	 www.graphispag.com
07. 10. - 09. 10. 2013	IFRA Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	 www.wan-ifra.org/ifraexpo2013
13. 11. - 14. 11. 2013	InPrint, Industrial Print	Köln	 www.inprintlive.com
2014			
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	 www.interpack.com
26. 03. - 02. 04. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org

SOS-Grußkartenmit 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

Ordermesse Druck+Form KOMPAKT, INFORMATIV UND ZUKUNFTSORIENTIERT

Die Messe Sinsheim GmbH läutet vom 10. bis 13. Oktober 2012 die 18. Runde für die Druck+Form ein. Mit einem breiten Ausstellungsangebot aus den Bereichen Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen und den Neuheiten der Branche 2012 besticht die Druck+Form durch geballte Information und individuelle Beratung. Die kostenfreie Print Factory Academy präsentiert sich auch in diesem Jahr mit hochkarätigen Referenten und aktuellen Themen aus der Praxis.

Die Druck+Form 2012 bietet die Neuheiten der Druckbranche 2012 – aber kompakt und übersichtlich. In überschaubarer Zeit informiert die Druck+Form ihre Besucher über alles, was die Druckbranche 2012 Neues zu bieten hat und gibt durch individuelle Beratungsmöglichkeiten und die direkte Verfügbarkeit von Ansprechpartnern Orientierung im Informationsdschungel. Hohe Qualität auf überschaubarem Raum – diesen Vorteil schätzen die Fachbesucher der Druck+Form bereits seit Jahren. Der Besuch der Druck+Form ist Chefsache, denn der Anteil der Geschäftsführer und Entscheider unter den Besuchern ist mit rund 75% traditionell sehr hoch und die Investitionsbereitschaft entsprechend groß. Die Druck+Form gilt deswegen und wegen ihres günstigen Messetermins am Ende des Geschäftsjahres in der Branche als »Ordermesse«. Sie ist die wichtigste Fachmesse für Druck- und Weiterverarbeitung im Süd-Westen Deutschlands mit nationaler Ausstrahlung.

➤ www.druckform-messe.de

Druck und Schmuck AUSSTELLUNG IM MUSEUM FÜR DRUCKKUNST LEIPZIG

Vom 7. Juni bis 31. August 2012 verbindet die Ausstellung »Beate Eismann. Druck und Schmuck« im Museum für Druckkunst Leipzig zwei gegensätzliche Bereiche der angewandten Kunst. Ausgangsobjekte der Schmuckkünstlerin Beate Eismann aus Halle/Saale sind Zeugen einer vergangenen Zeit: Druckvorlagen aus Holz



Brosche, 2011,
Klischeeabdruck
in Aluminium,
Goldnadeln, 58
x 83 x 12 mm.

oder Metall, sogenannte Klischees. Auf ihrer Oberfläche tragen sie ein erhaben gearbeitetes, seitenverkehrtes Bildmotiv. Mit Klischees wurden einst vor allem Illustrationen im Buchdruck umgesetzt. Industriell hergestellt wurden sie in spezialisierten Klischeeanstalten und ermöglichten somit die Reproduktion von Bildern in hohen Auflagen.

Beate Eismann verleiht diesen historischen Druckformen durch ihre Arbeiten eine neue Funktion. Mittels Abformung oder räumlicher 3D-Transformation entstehen aus Druckklischees nun Schmuckobjekte. Die Relikte historischer Druckkunst überführt sie dabei in eine neue Bedeutungsebene und macht die ursprünglich industriell gefertigten Druckvorlagen zu künstlerischen Unikaten.

Die Ausstellung bietet Einblicke in ihre Arbeitsprozesse auf dem Weg vom Druck zum Schmuck und präsentiert die entstandenen Schmuckobjekte, die auch in limitierter Edition im Shop des Museums erhältlich sind.

➤ www.beate-eismann.de

➤ www.druckkunst-museum.de

Leipziger Typotage FÄLSCHUNGSPROBLEMATIK GELD

Am 13. Oktober 2012 finden unter dem Titel »Echt oder falsch? Geld zwischen Gestaltung, Herstellung und Fälschung« die 18. Leipziger Typotage im Museum für Druckkunst Leipzig statt. Im Rahmen der diesjährigen Leipziger Typotage kommen Experten aus der Geldherstellung mit Banknotendesignern, Falschgeldsachverständigen und Sammlern zusammen. Die Vorträge beleuchten neben Gestaltung, Her-



stellung und Umgang mit Geld auch die Fälschungproblematik. Den thematischen Hintergrund der Typotage bildet im Museum für Druckkunst Leipzig »Echt oder falsch? Eine Ausstellung um Geld und seine Fälschungen«. Vom 14. Oktober bis zum 7. Dezember 2012 gewährt die Ausstellung anhand von rund 150 Exponaten aus der bedeutenden HVB Stiftung Geldscheinsammlung in München Einblicke in die Welt des Geldes und seiner Fälschungen. In der Gegenüberstellung zwischen Kopie und Original erfährt der Besucher viel über »falsche Fünziger«, »Superdollars« und seltene historische Fälschungen.

➤ www.typotage.de

dokuTrends Tour 2012 RICOH IN GANZ DEUTSCHLAND UNTERWEGS

Bis 18. September 2012 präsentiert Ricoh im Rahmen seiner dokuTrends Tour 2012 an neun Standorten in ganz Deutschland Innovationen und Lösungen rund um die Themenbereiche Managed Document Services, Office Solutions, Production Printing, Outsourcing, IT Services, Consulting Services und Unified Communications.

Unter dem Dach seiner Managed Document Services zeigt Ricoh unter anderem branchenspezifische Lösungen für das Gesundheitswesen, den öffentlichen Sektor, Finanzdienstleistungsunternehmen, Organisationen aus dem Bildungsbereich, die Automobilwirtschaft und Unternehmen aus dem Bereich Transport und Logistik. Besucher können sich außerdem über die IT Services von Ricoh informieren, dazu gehören unter anderem gehostete Services und Virtualisierungslösungen. Im Bereich Production Printing stehen auf der dokuTrends Tour die Themen variabler Datendruck, Web2Print und das Business Driver Programm von Ricoh im Mittelpunkt. Zusätzlich präsentiert Ricoh seine umfassenden Outsourcing Services.

Die dokuTrends Tour 2012 hat bereits begonnen mit Stationen in Hannover, Düsseldorf, Stuttgart und Hersbruck bei Nürnberg. Weitere Termine: 28. August Berlin, Olympiastadion, 6. September Hamburg, Imtech Arena, 11. September Leipzig, Porsche Leipzig, und am 18. September in Frankfurt am Main, Commerzbank-Arena.

➤ www.ricoh.de



Seminar mit Impressed EINSTIEG INS TABLET-PUBLISHING

Am 25. Oktober 2012 veranstaltet impressed das eintägige Seminar »Einstieg ins Tablet-Publishing«. Das Seminar wendet sich an Führungskräfte aus Verlagen, Publishing- und Vorstufenbetrieben. Grundverständnis für Publishing-Prozesse wird vorausgesetzt, Programmkenntnisse sind nicht notwendig.

Naturfotowettbewerb MIT DEM BESTEN NATURFOTO DES JAHRES VW UP GEWINNEN

Das Umweltfestival »horizonte zingst« und die photokina suchen die besten Naturfotos des Jahres zum Thema Artenvielfalt. Als Hauptpreis winkt ein VW »up!«. Zudem gibt es weitere 99 Sachpreise. Die besten Fotos werden außerdem auf der photokina 2012 in einer eigenen Ausstellung gezeigt.

➤ www.heartbeatofnature.com

Die Medientechnologen FACEBOOK-AUFTRIIT UND FOTOWETTBEWERB

Der Bundesverband Druck und Medien hat auf Facebook eine neue Fanpage »Die Medientechnologen« freigeschaltet. Dort können Bewerber und potenzielle Auszubildende sich über die Berufe der Druckindustrie informieren und austauschen. Zudem findet dort derzeit ein Fotowettbewerb statt.

➤ www.die-medientechnologen.de

Ipex 2014 ERFREULICHER BUCHUNGSEINGANG

Die Organisatoren der Ipex 2014 berichten, dass Zusagen für mehr als 70 Prozent der 100.000 m² verfügbaren Bruttoausstellungsfläche eingegangen sind. Die Ipex 2014 findet vom 26. März bis 2. April im internationalen Messe- und Konferenzzentrum ExCeL in London statt.

➤ www.ipex.org

InPrint 2013

PRÄSENTATION INDUSTRIELLER DRUCKTECHNOLOGIEN

InPrint 2013 ist eine neue Veranstaltung von FM Brooks, die vom 13. bis 14. November 2013 in Köln stattfinden soll.

3D-Druck, Rapid Prototyping und der digitale Inkjetdruck haben eine neue Dimension des Drucks eingeleitet. Die InPrint 2013 will das Forum für diese neuen Technologien und Disziplinen sein. Ob funktionaler Druck, Dekordruck oder für Innendesign will InPrint Innovationen in den Vordergrund rücken, die zur Entwicklung neuer Druckanwendungen beitragen. Als eigenständige Fachmesse soll InPrint Antworten auf zukünftige Möglichkeiten industrieller Druckanwendungen geben.

Die neue Messe ist als Folgeveranstaltung der EcoPrint 2012 geplant und soll auf dem gleichen Konzept basieren, bei dem ein Wissensaustausch auf strategischer Ebene bei den Fertigungsprozessen zwischen den im industriellen Bereich tätigen Unternehmen im Vordergrund stehen soll.

➤ www.inprintlive.com

Adobe »Creative Summer« FÜNF WOCHEN ENTDECKUNGSTOUR

Adobe startete am 16. Juli die kostenlose e-Seminar-Reihe »Creative Summer« mit insgesamt 20 e-Seminaren zu Adobe Creative Suite 6 und Creative Cloud. Darin bietet Adobe bis zum 16. August geballtes Expertenwissen für Webentwickler und -designer, Filmschaffende, Fotografen sowie Gestalter. Die Bandbreite der von den Adobe-Experten und ihren Gästen vorgestellten Themen reicht von Praxiswissen aus dem Alltag über die Demonstration von neuen Technologien für Web & Mobile bis hin zu Tipps und Kniffen für die Arbeit mit den Produkten. Diesmal haben Teilnehmer – ob Profi oder Laie – erstmals auch die Möglichkeit, ihre Fragen im Live Chat zu stellen und direkt beantwortet zu bekommen. Die e-Seminare finden jeweils montags bis donnerstags von 18.00 bis 19.00 Uhr auf der Adobe-Homepage statt. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

Folgenden Schwerpunkt-eSeminar finden noch statt: Video & Audio (6. bis 9. August 2012) und Web & Mobile (13. bis 16. August 2012).

➤ www.adobe.com/de/event/creativesummer.html

Zentrum für Druck und Medien 3. FACHKONGRESS PUBLISHING DER ZUKUNFT

Am 26. September 2012 findet im Zentrum für Druck und Medien in Ismaning der »3. Fachkongress Publishing der Zukunft – Print und E-Medien vernetzen und erfolgreich vermarkten« statt.

Der Fachkongress rund um das Thema digitales Publizieren wird dieses Jahr von Johannes F. Woll (Schweizer Degen) moderiert. Neben den zwei visionären Keynotes von Stefan Eiselein (Vogel Future Group) und Christoph Luchs (Cogneus Interface Design), liefern im Verlauf des Tages die drei Themen-Panels Content, Strategie/Marketing/Vertrieb, Technik/Herstellung viele neue Informationen über das Thema Publishing. In den Panels liegt der Fokus auf Themen wie Best Practices zu strategischen Vertriebs- und Geschäftsmodellen, sowie auf Vorträgen zu Recht, intelligenter Produktion und Nachhaltigkeit. Der 3. Fachkongress »Publishing der Zukunft« ist eine Kooperationsveranstaltung des Clusters Druck und Printmedien mit dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern e. V., dem Zentrum für Druck und Medien und der Typografischen Gesellschaft München e. V.

➤ www.cluster-print.de

PostPrint

MESSE FÜR VORSTUFE, DRUCK UND WEITERVERARBEITUNG

Die voranschreitende Digitalisierung hat die Märkte der Druck- und grafischen Industrie nachhaltig verändert. Printmedien haben ihren Platz in der zunehmenden Digitalisierung behauptet. Dennoch verändern sich die Rahmenbedingungen. Printmedien entstehen heute in einem hochtechnisierten Workflow zwischen Kunde, Medienvorstufe und Maschinentechnik. Der Strukturwandel und die Entstehung neuer Märkte verändern das Bewusstsein der Branche, die eigenen Vertriebsstrukturen anzupassen. Lösungsvorschläge, wie der gesamte Vertriebsprozess aufeinander abgestimmt und optimiert werden kann, bietet der PostPrint-Schwerpunkt »Marketing und Vertrieb für Druckereien«. Der Branchentreffpunkt PostPrint findet als regionale Fachmesse für Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung vom 12. bis 14. September 2012 in der Halle 5 auf dem Leipziger Messegelände statt.

➤ www.postprint-leipzig.de

➤ www.leipziger-messe.de



Technik AG für Mädchen

HEIDELBERG WILL JUNGE FRAUEN FÜR TECHNISCHE BERUFE BEGEISTERN

Von November 2011 bis März 2012 kamen sie an jeweils einem Nachmittag in der Woche nach der Schule zur Heidelberger Druckmaschinen AG nach Wiesloch-Walldorf: Zehn Mädchen, die mehr über technische Berufe und Ausbildungsmöglichkeiten lernen wollten. Begleitet von Heidelberg-Auszubildenden fertigten die Schülerinnen der Klassenstufen 7 und 8 der Theodor-Heuss-Schule Otfersheim, der Bertha-Benz-Realschule Wiesloch und der Realschule Waibstadt einen sogenannten »heißen Draht« an, ein Geschicklichkeitsspiel, bei dessen Herstellung mechanische und elektronische Funktionsweisen kennengelernt und angewendet wurden. Das Resultat sowie die Projekterkenntnisse wurden am 21. Juni im Ausbildungszentrum von Heidelberg am Standort Wiesloch-Walldorf präsentiert. Vor rund 50 Gästen stellten die zehn Mädchen ihr Projekt vor und diskutierten im Anschluss über Berufswahlmöglichkeiten und Perspektiven.

Initiiert und unterstützt wurde die Arbeitsgemeinschaft von der IHK Rhein-Neckar. Heidelberg möchte mit dem Projekt mehr Mädchen für technische Berufe begeistern, Hemmschwellen, geschlechtsspezifische Denkweisen und Ängste vor dem Arbeitsalltag abbauen sowie gerade die Schülerinnen, die sich in den Realschulen im Wahlpflichtfach nicht für »Technik« entschieden haben, ansprechen.

➤ www.heidelberg.com



Die zehn Teilnehmerinnen der Technik AG im Ausbildungszentrum der Heidelberger Druckmaschinen AG am Standort Wiesloch-Walldorf.

media.expo

VERLEGER STARTEN IN DIE ZUKUNFT

Am 5. und 6. September 2012 präsentiert die media.expo als neue Leitmesse für die deutschsprachige Verlags- und Medienbranche in der Rheingoldhalle in Mainz innovative Lösungen, Dienstleistungen und Produkte für Verlage, Druckereien und publizierende Unternehmen. Die Messe, die unter dem Motto »Publishing im 21. Jahrhundert – Die Branche startet in die Zukunft« stattfindet, hat bisher rund 30 Aussteller für sich gewinnen können. Besonderes Augenmerk legt die Messe auf die Regionalisierung der Medien und sich hieraus ergebende Chancen für Werbeformen, Berichterstattung und Erlösquellen. Publikationen mit starkem regionalen Bezug stabilisieren in Deutschland den Markt und haben sich in vielen Fällen erfolgreich mit digitalen und sozialen Medien verknüpfen lassen. Viele Mediengruppen haben die Vorteile einer starken regionalen Präsenz ebenso erkannt wie Anzeigenkunden, Werber, Disponenten

und Leser. Denn im Gegensatz zu global agierenden Technologie-Konzernen führt die vertikale Integration zu einer starken Leser-Medium-Bindung.

Verlagssysteme, Lösungen und Dienstleistungen helfen Medienunternehmen, die Leser auch zukünftig an regional erstellte Medien zu binden und Erlösquellen zu sichern. Das betrifft sowohl die klassischen Printpublikationen als auch Online- oder Social-Networking Plattformen. Lösungen für Redaktion, Anzeigen und Produktion auf der media.expo zeigen, wie sich die neuen Geschäftsmodelle effizient abbilden lassen. Einen übergeordneten Blick auf das Thema nimmt am Ende des ersten Tages die Podiumsdiskussion »Paywall und regional – so hebeln digitale Erlöse die analoge Marge«.

➤ www.media-expo.de



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2012	Veranstaltung	Ort
06. 08. - 07. 08.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N PRO	Hofheim
08. 08. - 09. 08.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
28. 08.	cleverprinting, ICC-Colormanagement in der Praxis	Hamburg
29. 08.	cleverprinting, Acrobat 10 und PDF/X für Grafik und PrePress	Hamburg
30. 08.	cleverprinting, InDesign CS4/CS5-Schulung	Hamburg
31. 08.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Hamburg
03. 09. - 04. 09.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
11. 09.	cleverprinting, ICC-Colormanagement in der Praxis	Düsseldorf
12. 09.	cleverprinting, Acrobat 10 und PDF/X für Grafik und PrePress	Düsseldorf
13. 09.	cleverprinting, InDesign CS4/CS5-Schulung	Düsseldorf
14. 09.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Düsseldorf
18. 09.	Ink Academy, Wirkungsbewusst präsentieren	Celle
18. 09.	zdm-bayern, Führen im Vertrieb – Vertriebserfolg gestalten	Ismaning
19. 09.	zdm-bayern, Selbst- und Zeitmanagement im Arbeitsalltag	Ismaning
21. 09.	Heidelberg PMA, Grundlagen des Farbmanagements	Heidelberg
24. 09.	Heidelberg PMA, Die grafische Druckvorlage	Heidelberg
25. 09.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung mit RGB- und RAW-Daten	Hamburg
25. 09.	zdm-bayern, Mit Direktmarketing zu neuen Kunden	Ismaning
26. 09.	cleverprinting, Photoshop-Expertentag	Hamburg
26. 09.	Heidelberg PMA, Der Offsetdruck im Überblick	Heidelberg
27. 09.	zdm-bayern, Mit Direktmarketing zu neuen Kunden	Leipzig
27. 09.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
27. 09.	cleverprinting, Photoshop-High-End-Schulung	Hamburg
28. 09.	cleverprinting, Photoshop-High-End-Schulung	Hamburg
28. 09.	Heidelberg PMA, Die Weiterverarbeitung zum Endprodukt	Heidelberg
08. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München
08. 10.	cleverprinting, PDF-Druckdaten-Erstellung	München
09. 10.	Heidelberg PMA, Vorstufen-Know-how einfach erklärt	Heidelberg
10. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	München
10. 10.	Ink Academy, Druckverfahren	Kirchheim b. M.
10. 10. - 11. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
11. 10.	Ink Academy, Druckfarbe	Kirchheim b. M.
11. 10.	Ink Academy, Zusammenspiel der Offsetdruckfarbe auf Papier und Karton	Kirchheim b. M.
11. 10.	cleverprinting, Praxispaket neue digitale Medien	München
11. 10.	Heidelberg PMA, Corporate Design: Bild des Unternehmens	Heidelberg
12. 10.	Heidelberg PMA, Corporate Design: Produktionstechniken	Heidelberg
12. 10.	cleverprinting, Praxispaket neue digitale Medien	München
15. 10.	zdm-bayern, Mitarbeitergespräche souverän führen	Ismaning
15. 10.	Fogra, Farbverbindlicher Softproof – Workshop	München
15. 10. - 16. 10.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N PRO	Hofheim

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

➤ www.cleverprinting.de

➤ www.fogra.org

➤ www.svi-verpackung.ch

➤ www.zdm-bayern.de

➤ www.ink-academy.de

➤ www.print-media-academy.de

➤ www.polar-mohr.com

Hauchler Studio

**MEDIENFACHWIRT
UND INDUSTRIEMEISTER PRINT**

Im Herbst 2012 beginnen die neuen Fachschulkurse Medienfachwirt und Industriemeister Print im Hauchler Studio. Seit der neuen Verordnung 2009 hat die staatlich anerkannte Fachschule Design – Medien – Druck – Papierverarbeitung bereits umfangreiche Erfahrungen mit der neuen Prüfungsverordnung der Medienwirtschaft gewinnen können. Da die Biberacher Privatschule diese sowie die neuen Lehrpläne für Medien, Werbung und Druck auf Bundesebene zusammen mit den Sozialpartnern entwickelt hat, gilt sie als Expertin für die neuen Aufstiegsfortbildungen. Für seine Fachschule hat das Hauchler Studio einen eigenen Lehrplan entwickelt, der sich an der ganzheitlichen Leitidee des ›Spezialisten für das Ganze‹ orientiert. Um Fortbildungsinhalte praxisnah veranschaulichen zu können, ergänzen Exkursionen und Vorträge sowie den Theorieunterricht ergänzende praktische Demonstrationen in den Hauchler-Werkstätten die Fachschulausbildung. Besondere Betreuungsangebote steigern den Prüfungserfolg und die Umsetzung des Gelernten in die betriebliche Praxis. Staatliche Förderung von Aufstiegsfortbildung (›Meister-BAFöG‹) unterstützt die Aufstiegsfortbildungswilligen. Die Fachschulen Druck- und Medientechnik sowie Papier- und Kunststoffverarbeitung können in intensiver Vollzeitform vom 24. September 2012 bis Juli 2013 sowie in Teilzeit an Samstagen vom 1. September 2012 bis Juli 2014 besucht werden.

➤ www.hauchler.de.



DESIGN & TYPOGRAFIE



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

Streifen einschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder
Papierverarbeitungsmaschinen

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

Geack. Maschinen und Applikationen

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERSCHWABENSTRASSE 2
D-70366 VILMUNGEN-SCHWABENHAGEN
Telefon 071420 30 12-11 Fax 071420 30 12

TECHKON

**Wir messen Farbe
und mehr...**



- Farbmessung
- Densitometrie
- Qualitätskontrolle

TECHKON GmbH
info@techkon.com • www.techkon.com

DRUCKFARBEN

EPPLER

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

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Helmstrasse 22
CH-8304 Kollitschellen
Telefon: 043 332 44 44
Telefax: 043 332 44 45

Letterdrop
Laserprint
Print more
www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

MAILINGPRODUKTION

EZCO
switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

fordern Sie
unser
„know-how“

Wir haben eine neue Generation
von Lochbohrern entwickelt, die in allen 35- und
40-Bohrungen für die Maschinenfertigung
verwendet werden können.

Geack. Maschinen und Applikationen

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERSCHWABENSTRASSE 2
D-70366 VILMUNGEN-SCHWABENHAGEN
Telefon 071420 30 12-11 Fax 071420 30 12

FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION

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

schär

binderhaus
BINDERHAUS FÜR BÜCHER, ZEITSCHRIFTEN UND ALBUMS

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstrasse 17 • 70794 Friesenheim
Tel. 07141-25855-45 • Fax 07141-25855-44
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische
Maschinen

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

WEITERBILDUNG

gib
Zürich

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

Gütesiegel

Q
Publikation
BERAUSGABT
KOMPLETT
TRANSPARENT

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

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

- Ausparungen mit Plotter oder
manuell, alle Formate lieferbar
für alle Offsetmaschinen
- Basisplatte Alu oder Polyester
- für Dispersions- und UV-Lacke

NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

Tulastr. 23/1 - D 77933 LAHR
Tel. +49 (0)7821-41424
Fax +49 (0)7821-956623
www.strip-plate.com
E-Mail: info@strip-plate.com

DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com

DIE ZEITSCHRIFT MIT DER **Maus**

Unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen: Themen, die ansprechen und aktuelles Know-how vermitteln, Seiten, die auch bei Fachthemen gut gestaltet sind – und eine Druckqualität, die dem Anspruch unserer Branche genügen sollte. Eigentlich ist es schade, dass auch in der Druckbranche immer mehr Kollegen keine gedruckten Magazine mehr mögen.

Deshalb bietet der ›Druckmarkt‹ auch Alternativen mit der Maus: Tagesaktuelle und wirklich relevante Nachrichten auf der Homepage, das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das nur im Internet publiziert wird und Druckmarkt-Ausgaben, die es gedruckt und Online gibt.

Wir können es einfach nicht lassen. Denn unsere Liebe gilt dem Zeitschriftenmachen.



Den QR-Code mit dem Handy scannen und mehr über unser Angebot erfahren.

www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch