

DRUCK MARKT impressions 56

23. September 2012

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



worldwide published

Grüner drucken: Ein Geschäft mit der Nachhaltigkeit?

Foto: UPM

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Druckmaschinenbau: Erneut Entlassungen in Offenbach. Seite 6.
Ökologie: Grün gedruckt ist ganz gewonnen. Seite 10.
Print: Weniger Stromverbrauch trotz hoher Leistung. Seite 26.
Print & Finishing: News und Vorschauen. Seite 28.
Termine, Bildung und Events: Kalender. Seite 38.

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



Länger als ein Wimpernschlag

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 06 Erneut Entlassungen in Offenbach
- 07 Illies zieht sich aus dem Markt zurück
- 09 Menschen

Ökologie

- 10 Das Geschäft mit der Nachhaltigkeit
- 12 EcoPrint in Berlin
- 16 Grün gedruckt ist ganz gewonnen
- 18 Druckerei Aschenbrenner schärft ihr Ökopprofil
- 20 Nachrichten
- 22 Nicht nur der Umwelt zuliebe
- 26 Weniger Stromverbrauch trotz hoher Leistung

Print & Finishing

- 28 Nachrichten
- 34 Vierte KBA Commander CL für Deutschland
- 36 Messestand symbolisiert technische Machbarkeit

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Nachrichten
- 43 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 47 Business to Business

Wenn viele bei dem Schlagwort ›Grünes Drucken‹ Rot sehen oder sich bei dem Begriff ›Nachhaltigkeit‹ umdrehen und stöhnen ›Ich kann es nicht mehr hören‹, mag es daran liegen, dass dem Wort ›Nachhaltigkeit‹ die eigentliche Bedeutung abhanden gekommen ist. Denn was heute alles als nachhaltig bezeichnet wird, nur um auszudrücken, dass es etwas länger als einen Wimpernschlag in Erinnerung bleiben möge, ist schier unglaublich. Doch genau darum geht es nicht! Es geht um die uns nachfolgenden Generationen, die auf Basis unseres Tuns weiterleben müssen. Ginge es also nur um den Verschleiß des Wortes, wäre weit weniger Handeln angesagt.

Doch 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. Allerdings erhärtet sich der Verdacht, dass die Diskussionen um das Thema Nachhaltigkeit zu PR- und Marketing-Instrumenten verkommen sind. Da werden Selbstverständlichkeiten als große Taten gewürdigt und Regeln, an die sich ohnehin alle halten müssen, als besondere Leistungen angekündigt. Da ist permanent von ganzheitlichen Ansätzen die Rede – und bei diesen Ansätzen bleibt es dann auch. Übrig bleibt Nachhaltigkeits-Gelaber auf niedrigem Niveau.

Ob die nun stattfindende Messe EcoPrint in Berlin (siehe auch unsere Berichterstattung ab Seite 10) daran etwas ändern wird, ist eher unwahrscheinlich. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme und die langfristiges und konsequentes Handeln erfordert.



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



Guter Start für KBA Korea KOREANISCHE DRUCKER INVESTIEREN IN RAPIDA

Ende 2011 hat die KBA in Korea eine Tochtergesellschaft gegründet und damit das Netz seiner Vertriebs- und Serviceniederlassungen in Fernost erweitert. Die Marktbearbeitung trägt Früchte. Inzwischen haben eine Reihe langjähriger und neuer Anwender in Rapida-Bogenoffsetmaschinen von KBA investiert.

I.R.I.S. Group CANON PLANT ÜBERNAHME IM LÖSUNGSGESCHÄFT

Nach einer Information von Canon plant das Unternehmen die komplette Übernahme der I.R.I.S. Group. 2009 hatte Canon bereits einen Anteil von 17% an dem belgischen Unternehmen, das im Bereich des Dokumentenmanagements, der Informationsprozesse und IT-Infrastruktur tätig ist, erworben.

Cewe 20 MILLIONEN FOTOBÜCHER HERGESTELLT

In diesen Tagen wird das zwanzig-millionste Cewe Fotobuch bei dm-drogerie markt, einem der 33.000 Handelspartner von Cewe, über die Ladentheke gehen. Der Klassiker ist seit sieben Jahren im Angebot des Dienstleisters für Foto- und Online-druckservices. Alleine 2011 wurden über 5 Mio. Exemplare produziert.
➤ www.cewe-fotobuch.de

offerando NEUES PRODUKTIONERPORTAL IM INTERNET

Mit offerando.de startet eine neue Business-Plattform für Verkäufe und Ausschreibungen. Die Preis- und Leistungs-Vergleiche sollen Transparenz beim Ausschreiben, Anbieten, Verkaufen und Kaufen bieten. Der kostenlose Dienst will einen Zugang zu nationalen und internationalen Märkten bieten.
➤ www.offerando.de

f:mp

PRINTPERFECTION WIRD TEIL DES VERBANDES

Aus der vierjährigen Partnerschaft wird ein Zusammenschluss. Der Fachverband Medienproduktions e. V. (f:mp.) übernimmt die Veredelungsplattform PrintPerfection. Die Druckveredelung ist und bleibt ein wichtiges Merkmal der Printproduktion. Der f:mp. unterstützt deshalb schon seit einigen Jahren mit Informationen, Workshops, Roadshows und Weiterbildungsmaßnahmen zum Start-Medienproduktioner/f:mp., zum Junior-Medienproduktioner/f:mp. und zum »Geprüften Medienproduktioner/f:mp.« sowie in vielen weiteren Veranstaltungen unter dem Dach des f:mp.-Campus den Aufbau von Fachwissen und Know-how. Die vollständige Übernahme des Partners PrintPerfection und dessen Informationsportal ist die logische Konsequenz zum weiteren Kompetenzausbau der f:mp.-Aktivitäten. Die Plattform PrintPerfection ist seit vier Jahren in der grafischen Industrie aktiv. In dieser Zeit wurde eine umfangreiche Internetplattform etabliert und eine beachtliche Veredelungscommunity von über 2.600 Interessierten aufgebaut.
➤ www.f-mp.de
➤ www.printperfection.de

Digital News Report 2012 MEDIENNUTZUNG IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

Das Reuters Institute for the Study of Journalism der Universität Oxford hat den »Digital News Report 2012« veröffentlicht. Der Report basiert auf einer repräsentativen Untersuchung zur Nutzung der News-Medienangebote in den USA, in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Dänemark.



Nach den Ergebnissen der Studie bestehen internationale deutliche Unterschiede im Informationsnutzungsverhalten. So informieren sich beispielsweise 90% der Deutschen mindestens einmal pro Tag über Nachrichten, in Großbritannien sind es lediglich 75%. Dabei stellt der Report fest, dass sich der Medienumbruch von der analogen zur digitalen Mediennutzung in Deutschland deutlich langsamer vollzieht als in den USA, auch langsamer als in den anderen untersuchten europäischen Ländern. Der vollständige Report steht in englischer Sprache kostenfrei als PDF-Download zur Verfügung.
➤ <http://bit.ly/LXZkFC>

Elanders Germany auf digitalem Expansionskurs

VERDOPPELUNG DER DIGITALDRUCKKAPAZITÄT

Elanders Germany ist weiter auf digitalem Expansionskurs. Das Waiblinger Unternehmen verdoppelt die ohnehin schon hohen Digitaldruck-Kapazitäten. »Wir stellen erneut unsere Innovations-Führerschaft unter Beweis«, erläutert Peter



Sommer, Geschäftsführer der Elanders Germany GmbH und führt fort: »Dies ist sinnvoll und notwendig, weil immer mehr unserer Kunden aus der Marken- und Unternehmenswelt auf High-Quality-Digitaldruck mit hohen Kapazitäten setzen«. Die fünf neuen Hochleistungsdrucksysteme von HP Indigo werden in Kürze installiert. Vier Rollendigitaldrucksysteme der Baureihe HP Indigo w7250 sowie die HP Indigo 10000 im Format 53 cm x 75 cm als Erst-Installation in Deutschland verdoppeln die vorhandenen Digitaldruckkapazitäten. Damit steht Elanders Germany wohl an der Spitze (in Deutschland wie auch in Europa). »Besonders stolz sind wir darauf, die erste Großformatmaschine von

HP Indigo in Deutschland installieren zu können. Diese druckt mit höchster Präzision im sogenannten Halbformat B2«, sagt Peter Sommer. Als »atemberaubend« bezeichnet er vor allem die Produktion von wechselnden Inhalten. Und in der Tat: Wer solche Produktionen live miterlebt, betrachtet Print mit ganz neuen Augen! Elanders Germany sieht sich gut gerüstet, das Prinzip »Masse mit Klasse« umzusetzen. Mit dem Ziel, durch die Vorteile des High-Quality-Digitaldrucks Drucksachen aller Art eine ganz neue Wirkungskraft verleihen können. Insbesondere durch Versionierung, Personalisierung, Individualisierung, Sonderfarben und anderes mehr. Gerade auch die Verbindung von Print und Online-Welt wird stärker nachgefragt und schafft neue Produktionsvolumen. »Digitaldruck à la Elanders sichert unseren Kunden den Anschluss an die moderne Marketing- und Kommunikationswelt«, resümiert Peter Sommer.

➤ www.elanders-germany.com



Rohstoffpreise auf Rekordniveau

DRUCKFARBENHERSTELLER SIEGWERK MUSS KOSTEN AN DIE KUNDEN WEITERREICHEN

Für Druckfarben sind offenbar erneut Preiserhöhungen zu erwarten. Dies geht zumindest aus einer Information der Siegwert-Gruppe hervor. Darin berichtet der Druckfarbenhersteller, dass die Preise für Rohstoffe weiter steigen. Innerhalb von drei Jahren hätte sich der Jahresdurchschnittspreis von dem aus Baumharz gewonnenen Stoff Kolo-

phenium verdoppelt. Doch ohne Kolophonium laufe bei Druckfarben für Zeitungen und Verpackungen gar nichts. Dazu machten die dramatisch gestiegenen Energie- und Transportkosten der Industrie zu schaffen. »Die Druckfarbenindustrie in Deutschland schlägt Alarm«, so der Wortlaut der Presseinformation. Ein Ende der Preisspirale sei nicht in Sicht, wird Michael Müller-Samson, Leiter Rollenoffset bei der international agierenden Siegwert-Gruppe zitiert. »Wir müssen die steigenden Einkaufskosten jetzt an unsere Kun-



den weiterreichen«, sagt er. »Unsere Branche steckt schon seit Jahren in der Rohstoff-Falle. Weltweit steigt die Nachfrage insbesondere in aufstrebenden Märkten, während die Produktionskapazitäten auf Anbieterseite sinken. Die Fieberkurve der Preise auf den Märkten hat in den vergangenen Monaten alle Rekorde gebrochen und bleibt extrem

Pigmente und Harze – Rohstoffe für die Produktion von Druckfarben. Inzwischen funkeln Harze nicht nur wie Juwelen, sondern werden auch immer teurer. Die Preise für Harze wie Kolophonium sind dramatisch gestiegen und machen der Druckfarbenindustrie zu schaffen.

schwankend. Durch die enorm gestiegenen Kosten ist die Herstellung einiger Produkte inzwischen unrentabel geworden«, berichtet Müller-Samson.

Die Aussichten sind also trübe. Das verdeutlicht auch der Vorstandsvorsitzende der Siegwert-Gruppe Her-



bert Forker: »Wer nicht ausreichend verdient, investiert nicht – dann sinkt die Wettbewerbsfähigkeit. Für viele Unternehmen ist die Entwicklung der Rohstoff- und Energiepreise existenzbedrohend.« Auch Siegwert sei teilweise auf den gestiegenen Kosten sitzen geblieben, weil man die Kostensteigerungen in den vergangenen Jahren nicht an die Kunden weitergegeben hätte, berichtet Forker. Man habe ganz bewusst dazu beigetragen, die Wettbewerbsfähigkeit der eng mit der Druckfarbenwirtschaft verbundenen Branche der Verlags- und Werbewirtschaft gegenüber den digitalen Medien zu stärken. »Unser gemeinsames Ziel ist es, die Attraktivität gedruckter Produkte wie hochwertigen Verpackungen, Zeitungen oder Werbebeilagen zu erhalten oder zu verbessern«, stellt Forker klar.

Doch die Situation könnte sich weiter zuspitzen, berichtet Siegwert. Die Margen und Nachfragemengen gingen bei den Rohstoffzulieferern stark zurück. Diese suchten andere Absatzmärkte mit höheren Erlösen und Möglichkeiten, sich zu konsolidieren. Die Folgen für die Druckindustrie: weitere Verknappung und steigende Preise.

➤ www.siegwerk.com

Kodak

INSOLVENZ KOSTET WEITERE 1.000 MITARBEITER DEN JOB

Beim Kampf des insolventen Kodak-Konzerns um eine Rückkehr in die Wirtschaftlichkeit werden mindestens 3.700 Mitarbeiter abgebaut. Seit Jahresanfang ist die Belegschaft bereits um rund 2.700 Leute geschrumpft. Bis zum Jahresende sollen weitere 1.000 Mitarbeiter gehen und damit 330 Mio. \$ eingespart werden.

Kodak hatte im Januar Insolvenz angemeldet. Schon zuvor wurden seit 2003 rund 47.000 Arbeitsplätze abgebaut und 13 Fabriken geschlossen. Im vergangenen Jahr beschäftigte Kodak noch rund 17.000 Mitarbeiter.

»Wir haben erkannt, dass wir unsere Kostenbasis deutlich reduzieren



müssen«, wird Firmenchef **Antonio Perez** in einer Presseerklärung zitiert. Er will Kodak als Druck-Spezialisten neu aufstellen und trennt sich dabei radikal von Unternehmensteilen wie von Filmen, Kameras oder Scannern. Bisher zeigt der Umbau allerdings nur geringen Erfolg. Im ersten Halbjahr 2012 ging der Umsatz um 25% auf 2,0 Mrd. \$ zurück, der Verlust stieg auf 665 Mio. \$. 2013 will Kodak aber wieder schwarze Zahlen schreiben. Der Neustart soll auch mit dem Verkauf von Patenten finanziert werden. Doch wird Kodak vermutlich weniger als die angesetzten 2,6 Mrd. \$ erhalten.

Knapp, kurz und bündig

Lexmark steigt beim Bau von Inkjet-Druckern und Zubehör aus. Die Entwicklung wird Ende 2014 eingestellt, die Herstellung von Tinten soll Ende 2015 beendet werden. • »Die Rheinische Post« übernimmt bis Anfang 2013 die Mehrheit an der Saarbrücker Zeitungsgruppe. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. • Der Gesamtmarkt der Laserdrucker ist laut aktueller Zahlen der **International Data Corporation (IDC)** in Deutschland rückläufig. Im ersten und zweiten Quartal 2012 seien die Verkäufe um 16,9% zurückgegangen. • Die **Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH** hat das erste Halbjahr 2012 nach eigenen Angaben erfolgreich abgeschlossen und habe seinen Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr von 12,3% auf 13,4% ausgebaut. • Wie der Verwaltungsrat von **Södra Cell** mitteilt, wird das Zellstoffwerk Södra Cell Folla bei Follafoss in Norwegen stillgelegt. Die schwedische Unternehmensgruppe wird darüber hinaus ab 1. Oktober die Preise für Langfaserzellstoff auf 790 \$ pro Tonne anheben.



Erneut Entlassungen in Offenbach

manroland Sheetfed in Offenbach steht mit dem Rücken an der Wand und kämpft erneut ums blanke Überleben. »Gerade erst hat das Traditionsunternehmen eine Insolvenz mit Massenentlassungen hinter sich, jetzt werden erneut mindestens 110 Stellen abgebaut«, meldete die »Offenbach Post« am 7. September 2012.

Von Klaus-Peter Nicolay

110 Arbeitsplätze sollen gestrichen werden, wird der Vorsitzende der Arbeitnehmervertretung, Andreas Firle, zitiert. »Mindestens«, fügt nach dem Bericht der »Offenbach Post« der Geschäftsführer Rafael Penuela hinzu. »Aufträge haben wir, aber nicht genug.« Jetzt müsse gehandelt werden, damit man im nächsten Jahr nicht unter die Räder komme. Die drupa hätte zwar Hoffnungen geweckt, doch die Messe habe die Welt nicht verändert, wird Penuela zitiert. Sie sei nur ein Strohfeuer gewesen.

Zurzeit hat manroland in Offenbach etwa 1.000 Mitarbeiter, wobei auch Angestellte der Marktorganisation an anderen Standorten mitgerechnet werden. Rund 40% der Jobs sollen nach dem Bericht der »Offenbach Post« in der Produktion wegfallen, der Rest bei Service, IT, Finanzen und Entwicklung.

OHNE ALTLASTEN ZUM ERFOLG? Nach der Insolvenz der manroland AG hatte der britische Unternehmer Tony Langley Anfang Februar 2012 den manroland-Bogenbereich übernommen. Losgelöst von den Altlasten, bestehenden Strukturen und Abhängigkeiten sowie personell erheblich dezimiert, wollte manroland als Mittelständler durchstarten. Dabei hatte Langley ehrgeizige Ziele vorgegeben: 300 Mio. Euro Umsatz und schwarze Zahlen noch in diesem Jahr. Die wollen nach einem Neustart aber erst einmal in einem Markt erreicht werden, der schätzungsweise nur noch 3 Mrd. Euro weltweit groß und zudem noch stark segmentiert ist. Zieht man die Umsätze von Heidelberg, KBA und Komori von dieser Summe ab, bleibt ohnehin nicht mehr viel Spielraum für die verbleibenden Bogendruckmaschinen-Hersteller.

Nun macht sich wohl Ernüchterung breit. Wenn Mr. Langley glaubt, man müsse nur die Altlasten über Bord werfen, um sofort wieder erfolgreich zu sein und andere das Fürchten zu lehren, spricht das nicht für sehr viel Kenntnis des Marktes. Hier hat er sich wohl deutlich verkalkuliert.

»Wir gehen nicht davon aus, dass sich der Markt langfristig erholen wird«, sagte Geschäftsführungsmitglied Alfred Rothländer der Nachrichtenagentur dpa. Damit bestätigt er nur das, was Heidelberg und KBA bereits seit Monaten kommunizieren. Der Markt für Druckmaschinen kommt nach der Krise einfach nicht wieder in Schwung. Überkapazitäten und Strukturwandel, lahme Volkswirtschaften in Europa und den USA werden immer wieder als Gründe für die Dauerkrise genannt. Die Wachstumsmärkte in Asien und Lateinamerika können diese Probleme offenbar nicht ausgleichen.

Der erneute personelle Aderlass schwächt manroland zudem im Wettbewerb mit Heidelberg, KBA und Komori. Ohnehin scheint der Markt für drei und

mehr Hersteller zu klein zu sein. Vor allem zu klein für eine manroland, die voll darauf setzt, ihre Geschäfte mit Bogenmaschinen in Asien machen zu können. Dieser Schuss ist offenbar nach hinten losgegangen.

ÖSTERREICH UND SCHWEIZ Derweil mühen sich die Gesellschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz wieder Boden zu gewinnen. In Österreich zumindest gibt es wieder eine funktionierende Organisation, die sich nach Aussagen des Geschäftsführers Alexander Elbs derzeit jedoch auf das Geschäft mit Service, Ersatzteilen, Handel und Verbrauchsmaterialien konzentriert.

Unklar ist dagegen, was in der Schweiz passiert. Insidern zufolge plant manroland Swiss einen Neuanfang mit einer Mannschaft von mehreren Dutzend Mitarbeitern, um den Bogenbereich wieder zu reaktivieren, nachdem seit Monaten (oder sind es schon Jahre?) keine Maschine mehr in die Schweiz verkauft wurde. Mit einer neu rekrutierten Mannschaft nach dem »Alpen-Region«-Desaster alleine ist das wohl nicht zu schaffen. Der Schweizer Markt hat das Vertrauen in die Marke manroland längst verloren.

KOMMUNIKATIONS-DESASTER Vehemente Fehler werden aber auch in der Kommunikation gemacht. Nicht nur intern, wie von Arbeitnehmervertretern in Offenbach beklagt wird, sondern auch extern. Wenn die Fachpresse Mitteilungen des Offenbacher Druckmaschinenherstellers ausschließlich von Ansprechpartnern aus China bekommt, spricht das ja wohl Bände. Von wegen »Die Legende geht weiter!« Spätestens nach dieser völlig misslungenen Pressemitteilung vor der drupa hatten wir kein gutes Gefühl mehr. Auch danach gab es keine als seriös zu bewertende Meldung mehr. Die gerade in einer solchen Phase des Wiederaufbaus dringend notwendige Kommunikation mit dem Markt wurde offensichtlich eingestellt.

WIE LANGE NOCH? Und von schwarzen Zahlen nach Jahren des wirtschaftlichen Niedergangs ist der Maschinenbauer offenbar weit entfernt. Der erneute Jobabbau wird wohl noch nicht das Ende der Fahnenstange sein. Jetzt wird sich zeigen, wie langfristig Langleys Investitions-Strategie wirklich ist oder wie lange sich Langley das wirtschaftliche Siechtum von manroland Sheetfed noch anschaut.



Ryobi muss neuen Partner suchen

ILLIES ZIEHT SICH AUS DEM GRAFISCHEN MARKT ZURÜCK

Ein neuer Tiefschlag in ohnehin turbulenten Zeiten. Den 37 Beschäftigten von Illies-Graphik wurde am 14. September von der Muttergesellschaft Illies & Co. gekündigt. Auch die Führungskräfte des grafischen Bereichs sind betroffen, wurde am 18. September bekannt.

Inzwischen liegt ein offizielles Statement von Illies vor. Darin heißt es, dass sich Illies künftig auf seine Kerngeschäfte in den asiatischen Exportmärkten für technische Investitionsgüter fokussieren will. »In konsequenter Umsetzung dieser Entscheidung ziehen wir uns aus dem europäischen Vertrieb grafischer Produkte zum Ende dieses Jahres zurück und öffnen damit für Ryobi den Weg, einen neuen Vertriebspartner für Deutschland und unsere Märkte in Europa zu ernennen«, wird Michael Illies, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburger C. Illies & Co., in einer Pressemitteilung des Unternehmens zitiert.

Illies stehe in enger Abstimmung mit Ryobi im Sinne einer reibungslosen Überleitung aller Vertriebs- und Serviceaktivitäten und werde seinen Kundendienstverpflichtungen vollständig nachkommen, bis ein neuer Vertriebspartner von Ryobi seine Tätigkeit aufgenommen habe, heißt es weiter. »Illies nimmt seine Verpflichtungen gegenüber seinen Kunden ernst und wird Ryobi bei der Überleitung der Aktivitäten volle Unterstützung gewähren. Es werden bereits konkrete Gespräche mit einem möglichen neuen Vertriebspartner geführt«, so Michael Illies.

Illies Graphik ist seit über 30 Jahren der Generalimporteur von Ryobi-Bogenoffsetmaschinen in Deutschland und anderen europäischen Märkten. In Hamburg befindet sich die europäische Ryobi-Zentrale für den Service und die Ersatzteilversorgung. Darüber hinaus befindet sich hier das europäische Vorführzentrum des japanischen Druckmaschinenherstellers.

Zudem ist Illies Vertriebspartner verschiedener Hersteller wie Kodak, Perfecta, Glunz & Jensen, Ricoh, CP Bourg und KBA. Als Handelsfirmen war man durchaus erfolgreich im Vorstufengeschäft und Ausrüster einer Reihe von Zeitungsunternehmen. Im wasserlosen Zeitungsdruck hat Illies Graphik (als Dienstleister und KBA-Vertreter nördliche und neue Bundesländer) komplette Vorstufenlinien für Großprojekte in deutschen und europäischen Zeitungshäusern ausgeführt. So zum Beispiel bei M. Dumont Schauberg in Köln, Rheinpfalz in Ludwigshafen, Nussbaum in Weil der Stadt, Le Figaro in Paris und Morsoe in Dänemark.

Ganz gleich, wie sich die Suche nach einem Nachfolger für Illies entwickelt: Der Imageschaden für Ryobi ist erheblich. Schließlich ist Illies nicht irgendein Händler, sondern eine zentrale europäische Vertretung. Unverständlich vor allem, dass man nicht zuerst die Nachfolge geregelt und dann den Rückzug von Illies bekannt gegeben hat. So lässt sich vermuten, dass es zwischen Illies und Ryobi gehörig im Gebäck gekracht hat. Denn sicher fiel die Entscheidung von Illies nicht unüberlegt über Nacht.

nico

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



BILDERMARKT Für das erste Halbjahr 2012 zieht der Bundesverband der Photogroßlaboratorien (BGL) bezüglich der Entwicklung des Bildermarktes in Deutschland eine positive Bilanz. Während bei Digitalfotos ein leichter Zuwachs festgestellt werden konnte, wuchs das Premiumprodukt Fotobuch um 10%. Michael Grütering, Geschäftsführer des BGL, sieht das überproportionale Wachstum als gutes Zeichen für das zweite, traditionell stärkere Halbjahr: »Ende 2012 könnten wir die Marke von sieben Millionen verkauften Fotobüchern in Deutschland übersteigen – vielleicht sogar deutlicher als prognostiziert. Die Attraktivität der Fotobücher und die Einfachheit der Bestellung sind jetzt voll bei den Konsumenten angekommen.«

WESTKREUZ-DRUCKEREI AHRENS Am 17. August 2012 begrüßte die Westkreuz-Druckerei Ahrens KG rund 500 Gäste zum großen Hoffest anlässlich des 100-jährigen Bestehens. Auch der regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, gratulierte. In seinem Festvortrag schilderte Lutz Ahrens, Geschäftsführer des in fünfter Generation familiengeführten Unternehmens, die Geschichte des Betriebes vom Eckladen zum Druck- und Medienhaus bis zu den Herausforderungen der Gegenwart. Heute ist die Flexibilität des Unternehmens und seiner Beschäftigten der Schlüssel zum Erfolg. www.vdmn.de



INITIATIVE ONLINE PRINT Die Cewe-Color AG aus Oldenburg und König & Bauer Deutschland sind neue Mitglieder der Initiative Online Print e. V. (IOP). Die beiden Unternehmen unterstützen damit die Aktivitäten des jungen Vereines und setzen ein positives Signal für die Branche. Bernd Zipper, Vorsitzender der IOP: »Durch den Beitritt von Cewe Color und KBA wird die Bedeutung einer Interessensvertretung für die Online-Print-Industrie unterstrichen und gleichzeitig bewiesen, dass es – bei allem Wettbewerb der Mitglieder untereinander – zunehmend wichtiger wird, Themen von Abnehmern, Zulieferern, Entwicklern und Maschinenbauern ein Forum zu geben.« www.initiative-online-print.de

SPONSORING Ab sofort unterstützt die Online-Druckerei flyeralarm den FC Bayern München als offizieller Druck- und Classic-Partner. Damit erweitert das Würzburger Unternehmen sein Engagement beim Verein: Seit 2011 ist flyeralarm bereits Hauptsponsor und Druckpartner des FC Bayern München Basketball. »Mit dem Verein verbinden uns Werte wie Leidenschaft, Dynamik und Bodenständigkeit. Für uns liegt daher die Partnerschaft nahe«, sagt Thorsten Fischer, Gründer und Geschäftsführer von flyeralarm. Das erste gemeinsame Projekt steht schon in den Startlöchern: Zum Bundesligastart bedruckt flyeralarm die Energydrink-Dose »FC Bayern Energy«. Darüber hinaus wird flyeralarm in den Business-Bereichen der Allianz Arena präsent sein. www.flyeralarm.de



ADC Nachwuchswettbewerb

»SUSHI 14« IST DA UND ZEIGT HALTUNG

Das Jahresheft des Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. zum ADC-Nachwuchswettbewerb ist erhältlich. Die 14. »sushi«-Ausgabe stellt alle prämierten Diplom-, Semester- und Praxisarbeiten des Wettbewerbs 2012 vor und damit das Beste, was Junioren 2011 gestaltet haben. Leitmotiv der Publikation ist das Thema »Haltung«, da eine eigene Haltung Basis für die Entwicklung und Umsetzung krea-



tiver Ideen ist. Haltung aber auch beim Lesen: Bei der Lektüre muss »sushi 14« einmal um 360° gedreht werden.

Seit 1998 wird »sushi« von Studenten der Hochschule für Gestaltung Offenbach unter der Leitung von Prof. Klaus Hesse konzipiert, gestaltet und produziert. Die Publikation ist mehrfach mit dem Red Dot Award, iF Award, DDC Award und der Berliner Type ausgezeichnet worden.

»sushi 14« erscheint bei der avedition GmbH in Ludwigsburg. Herausgeber ist die ADC Verlag GmbH. »sushi 14«: 304 Seiten, Deutsch, broschiert, 680 Abbildungen, Format 23 x 26 cm, ISBN 978-3-89986-175-4, Preis 19,95 €.

www.avedition.de

Jubiläum

40 JAHRE INTERNATIONALE SENEFELDER-STIFTUNG

Anlässlich ihres 40. Geburtstags präsentierte die Internationale Senefelder-Stiftung ihre Denkschrift: »Geschichte der Lithographie und Steindrucktechnik«. Das Buch resultiert aus einer Zusammenarbeit zwischen der Stiftung und dem Internationalen Arbeitskreis Druck- und Medientgeschichte (IADM). Neben einer ausführlichen Vorstellung der Senefelder-Stiftung, ihrer Geschichte,



ihrer Sammlungen und ihrer Aktivitäten – einschließlich des renommierten Senefelderpreises – bietet der Jubiläumsband zahlreiche wissenschaftliche Beiträge über die Bedeutung und vor allem über die Erfindung der Lithographie durch Alois Senefelder, sowie über die Weiterentwicklung der Steindrucktechnik im modernen Offsetdruck. Die praktische Handhabung des Steindrucks wird eigens in einem separaten Kapitel ausführlich beschrieben und zeigt so, dass die Lithografie ein immer noch zeitgemäßes Stilmittel in der Kunst darstellt.

Ein lesenswertes Buch mit vielen Hintergrundinformationen, historischem Bildmaterial und einer perfekten Drucktechnik.

www.senefelderstiftung.com

Graphischer Klub Stuttgart 80 AUSZEICHNUNGEN FÜR DIE VERLAGSKALENDER 2013

Auch in diesem Jahr hat der Graphische Klub Stuttgart die Jurierung der Verlagskalender vorgezogen und die Auszeichnungen des gregor international calendar award für die Verlagskalender 2013 vergeben. Mit der jetzt erfolgten Auszeichnung der Verlagskalender 2013 sind die Vorbereitungen für den gregor international calendar award 2013 angelaufen. Die Jurorinnen und Juroren vergaben aus

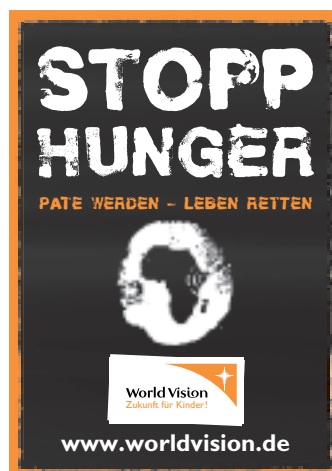


den 858 eingereichten Kalendern insgesamt 80 Auszeichnungen in 21 Kategorien. Neben gestalterischen und technischen Kriterien wurden bei den Verlagskalendern auch die Käuferinteressen und Verbraucheransprüche beurteilt. In diesem Jahr wurde auf die Prädikatsstufe »Nominiert« verzichtet, aber zusätzlich ein Sonderpreis ausgelobt. Die Kalender werden auf der Frankfurter Buchmesse, den Stuttgarter Buchwochen beim gregor international calendar award, bei der gleichnamigen Ausstellung in Karlsruhe und der Buchmesse in Leipzig mit den entsprechenden Medaillen gekennzeichnet präsentiert.

► www.gregor-calendar-award.com

Prinovis ITZEHOE DROHT DIE SCHLIESSUNG

Die Zukunft des zum Druckkonzern Prinovis gehörenden Tiefdruck-Standorts Itzehoe ist offenbar ungewiss. Dies berichteten verschiedene Medien. Der Betrieb befindet sich »in einer besorgniserregenden Ergebnissituation«, teilte ein Prinovis-Sprecher mit. Die Geschäftsführung, der Betriebsrat und die Gewerkschaft wollen deshalb über weitere Schritte beraten. Die 2011 für den Standort Itzehoe vereinbarte Beschäftigungssicherung soll aber bis zum 31. Dezember 2013 Bestand haben. Eine spätere Schließung des Standorts ist dabei als Option nicht ausgeschlossen. An dem norddeutschen Druckstandort sind rund 850 Mitarbeiter beschäftigt. In Deutschland stehen Tiefdruckereien unter erheblichen Ertragsdruck. Massive Überkapazitäten sowie rückläufige Auflagen bei Magazinen und Katalogen belasten die Druckunternehmen. Deshalb hatte Thomas Rabe, Chef des Bertelsmann-Konzerns, zu dem auch Prinovis gehört, erst kürzlich fast alle Druckereien in eine neue Einheit zusammengefasst. Deren Umsatz beläuft sich auf immerhin 1,2 Mrd. €.



Menschen & Karrieren



PETER GROB, langjähriger Geschäftsführer der Allianz Schweizer Werbeagenturen (ASW), ist unerwartet am 15. September im Toggenburg verstorben. Grob erlitt einen plötzlichen Herzstillstand. ASW-Präsident Michael Waldvogel zeigt sich tief bestürzt und sehr traurig über den Tod von Peter Grob. »Peter war ein alter Fuchs und wir konnten viel von ihm profitieren. Sein Humor, seine stets korrekte Art und sein unglaublich großes Wissen vermochten, mich immer wieder positiv zu überraschen. Peter Grob war auch langjähriger Begleiter des »Druckmarkt Schweiz« und Jury-Mitglied des »Druckmarkt Award«. Nächstes Jahr wäre Peter Grob in den verdienten Ruhestand getreten. • **PETER KRATKY** hat zum 1. Juli 2012 die Position des General Managers der European Channels Group in der Xerox GmbH übernommen. Zuvor war er zwei Jahre als General Manager für das Channel-Geschäft von



Xerox Österreich tätig und hat in dieser Position Neuausrichtung und Wachstum vorangetrieben. • **THOMAS ARLIT** ist am 15. August zum Geschäftsführer Finanzen und Controlling bei Körber Process Solutions ernannt worden. Arlit verfügt über umfangreiche Managementenerfahrung in internationalen Konzernen.

• Zum 1. September 2012 trat **THOMAS ERBSLÖH** in die Geschäftsführung Verkauf und Marketing der Papier Union ein. Er übernimmt die Verantwortung für Buchhaltung und Finanzen, Controlling und Planung, Personal, Warenwirtschaft sowie für das Packaging-Geschäft. **ACHIM MERGENTHALER** übernahm am 1. August 2012 die Geschäftsführung des chinesischen Produktionsstandortes Heidelberg Graphic Equipment (Shanghai) Co. der Heidelberger Druckmaschinen AG in Qingpu. Er folgt auf Stefan Hsenzahl, der eine standortübergreifende Position innerhalb der Heidelberg Gruppe einnehmen wird. • Die Antalis GmbH verstärkt mit



Jens Krüger die Präsenz im Bereich digitaler Druckmedien. Jens Krüger arbeitet seit dem 1. Juli 2012 als Materialspezialist für Trocken- und Flüssigtoner- sowie High Speed Inkjet-Systeme für die Geschäftsbereiche Print und Office bei Antalis. • Die Ricoh Schweiz AG begrüßte Anfang August **NADJA**



GASSER als neuen Account Manager Production Printing. Gasser ist ein langjähriger Branchenprofi und war zuletzt bei Graphax tätig. Zuvor erwarb sie sich Fachwissen und Erfahrung als Geschäftsführerin der Druckstube Lausen AG und als Verkäuferin im Innen- sowie Außendienst in einer Druckerei im Kanton Aargau. • Die Color Alliance hat **RAINER ESTERS** zum neuen Geschäftsführer ernannt. Damit stocken die beiden bisherigen Geschäftsführer André Kapsa und Thomas Schurzfeld das Führungsteam auf.

Das Geschäft mit der Nachhaltigkeit

Mit der EcoPrint startet in Berlin eine Messe, die sich ausschließlich dem Thema Nachhaltigkeit widmen will. Noch ist es zu früh für eine abschließende Beurteilung, doch bei der Aufbereitung der Themen kamen mir doch erhebliche Zweifel an der Notwendigkeit der Messe.

Von Klaus-Peter Nicolay

Wer an die zurückliegende drupa denkt, wird festgestellt haben, dass das Thema Nachhaltigkeit bei Weitem nicht so exponiert war wie zur Vorgängermesse 2008. »Es ist klar, dass die Druckindustrie eine fokussierte Debatte zum Thema Nachhaltigkeit braucht, die alle Glieder der Lieferkette einschließt. Wir hoffen, dass die Druckbranche durch die EcoPrint wichtige Denkanstöße und Antworten bekommt, mit denen sie Drucksacheneinkäufer von der Nachhaltigkeit innovativer Printprodukte überzeugen können«, sagt Marcus Timson, Co-Direktor der EcoPrint.

KEINE NISCHE FÜR ÖKO-FREAKS Die Argumentation des Veranstalters mag ja durchaus richtig sein, blendet aber aus, dass das Thema für die Druckindustrie alles andere als neu ist. Und vor allem stellt sich die Frage, ob für eine weiterführende Debatte wirklich gleich eine eigene Messe notwendig ist? Es kann ja auch andere Gründe geben, weshalb das Thema Nachhaltigkeit nicht so omnipräsent auf den Displays der drupa-Messestände zu erkennen war. Und die Antwort ist relativ einfach.

Ökologie und Nachhaltigkeit wird von den Druckern inzwischen schlicht und einfach erwartet. Dies bestätigte uns Reginald Rettig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertriebs GmbH und verantwortlich für die Märkte Deutschland, Frankreich und Schweiz: »In keiner Kundenvorführung fehlt der ökologische Aspekt. Das Spektrum reicht von CO₂-neutral hergestellten Druckmaschinen bis zu ökologischen Verbrauchsmaterialien und wird durch Beratungen für einen niedrigen Energieverbrauch ergänzt«, erläutert er.

Mit dieser Aussage steht er nicht alleine. Auch für Moritz Rogger, Regional Manager Europe Central bei Agfa Graphics, ist Nachhaltigkeit längst keine Nische mehr für Öko-Freaks. Ob es sich um chemiefreie Druckplatten, geringere Makulatur oder umweltfreundliche Verbrauchsmaterialien handelt, die Themen rund um Ökologie stehen bei den Druckern ganz oben an.

ZWEIFEL AN DER ERNSTHAFTIGKEIT Unternehmen wie Agfa, Fujifilm, Heidelberg, KBA, Ricoh und vielen anderen glaube ich, dass sie Nachhaltigkeit als Unternehmensanspruch ernsthaft realisieren. Das müssen andere allerdings erst noch beweisen. Auch die EcoPrint.

Denn wenn es heißt, das Team der EcoPrint habe seit Bekanntgabe des Events im Oktober 2011 daran gearbeitet, als Messe den Status des Event-Nachhaltigkeits-Management-Systems nach ISO 20121 zu erlangen, bedeu-

tet das noch nicht, ob es tatsächlich gelungen ist. Unter der Headline »Was wir erreichen möchten« wird lediglich erläutert, welche Kriterien dem Nachhaltigkeits-Management-System für Events zugrunde liegen. Heidelberg hatte beispielsweise seinen Messestand auf der drupa 2012 klimaneutral gestellt. Ähnliche Ansätze sind bei der EcoPrint nicht zu erkennen.

Dafür wurde natürlich einmal mehr kräftig die Marketing-Trommel gerührt. So hätten sich zahlreiche Besucher aus Europa und anderen Teilen der Welt zur EcoPrint angemeldet. Markenartikler und Agenturen wie Carrefour, TBWA, Nestle, Zara, Volkswagen, IKEA, Deutsche Post, Axel Springer, Random House etc. hätten Interesse am nachhaltigen Drucken geäußert. Die Frage nur: Wie wirkt sich deren Interesse aus?

Auch bei der Aufbereitung der Messe-News kamen uns Zweifel an der Ernsthaftigkeit des Events. Könnte es etwa sein, dass einige Hersteller ihre Geräte oder Materialien in Abhängigkeit vom jeweiligen Anlass einmal mit dem Etikett »Effizienz und Produktivität« und beim nächsten Event mit dem Schildchen »Nachhaltigkeit« versehen? Nein, böse ist, wer so denkt.

Trotzdem: Wenn man unter Nachhaltigkeit versteht, dass es nicht stinkt, dass Arbeitsplätze benutzerfreundlich und Arbeitsabläufe schlanker werden, dass Abfall (auf welchem Wege auch immer) vermieden wird, dass Bedruckstoffe optimiert wurden und keine Stoffe mehr verwendet werden, die ohnehin eine Sauerei für die Umwelt darstellen, mag das der eine oder andere ja gerne tun. Doch das reicht nach meinem Verständnis von Nachhaltigkeit und Ökologie bei Weitem nicht aus!

GESCHÄFT MIT DER NACHHALTIGKEIT Nun sind auch Messe-Veranstalter Unternehmen, die Geld verdienen wollen. Das sei ja auch beim Thema Nachhaltigkeit erlaubt. Zu befürchten ist aber seit längerer Zeit, dass mit diesem Trend-Thema einfach nur Geld gemacht wird.

Wenn das nicht alles einmal mehr unter die Rubrik »Das Geschäft mit der Nachhaltigkeit« fällt? Überzeugt hat mich die Veranstaltung im Vorfeld nicht. Aber ich lasse mich auch gerne eines Besseren belehren. Und vor allem wünsche ich allen Ausstellern und Besuchern, dass sie nach dem Messebesuch kein langes Gesicht machen und feststellen, dass außer Spesen wieder einmal nichts gewesen ist.



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.



EcoPrint in Berlin

NICHT NUR MESSE, SONDERN AUCH DISKUSSIONSFORUM

Vom 26. bis 27. September findet in Berlin die EcoPrint 2012 statt, eine Messe, die sich ausschließlich dem »grünen Drucken« und der Nachhaltigkeit widmen will.

»Unsere Vision ist eine Zukunft, in der alle Druck-Erzeugnisse »EcoPrint« sind. Weil die Notwendigkeit für diesen Wandel zwingend ist. Die gesetzlichen Bestimmungen, die wachsenden Ansprüche der Printbuyer und Konsumenten sowie die soziale Verantwortung der Unternehmen macht ein Umdenken in der Branche erforderlich. Außerdem bietet ein aktives Engagement beim Umweltschutz sogar Sparpotenzial bei der Herstellung von Druckprodukten.« So liest sich die Vision der Veranstalter der EcoPrint 2012.

Dabei sei es wichtig zu begreifen, dass Umweltschutz und Investitionen in Nachhaltigkeit keine kurzfristigen Marketingtrends oder Kommunikationsblasen sein dürften, sondern ein Handeln tatsächlich zwingend erforderlich ist. Es sei an der Zeit, Ressourcenschonung, Umweltschutz und soziale Verantwortung in den Kern der Geschäftstätigkeit zu integrieren, schreiben die Veranstalter.

Das Ziel der EcoPrint sei es, alle Beteiligten an einem inspirierenden Ort, der STATION, einem unfunktionierten ehemaligen Bahnhof am Potsdamer Platz in Berlin, zusammenzubringen: Lieferanten, Werbeagenturen und Kreative, Vermarkter, Druckereien und die Hersteller nachhaltiger Drucklösungen und Geräte. Die Veranstaltung soll zudem keine reine Messe, sondern ein Forum für Diskussionen über Standards, Normen und Lösungen rund um umweltorientiertes Drucken werden.

Einige bekannte (und auch weitgehend unbekannte) Namen aus dem Bereich der Papierherstellung, Software und dem Druck werden auf der Messe ausstellen: HP, Heidelberg, Efl, Mimaki, Ricoh, Roland, Epson, Mutoh, Avery Dennison, Arjo Wiggins, Deutsche Papier, Coldenhove, Dickson Coatings, Roland, Xeikon, Nazdar, Jteck, Marabu, Sepiax, Neschen, Beelite, Converd, Stora Enso, Steinbeis, Caldera, K-Flow, Konica Minolta, Matrix Frame, Dufaylite, Ilford BioMedia, Zünd etc. Und auch einige Verbände und Organisationen haben ihre Unterstützung zugesagt: f:mp, Ingede, POPAI, Media Mundo, Two Sides und Intergraf.

Die Hauptbühne »Think« beschäftigt sich mit strategischen Einsichten in die Zukunft der Nachhaltigkeit und dem Wert der Nachhaltigkeit für Druckereien. Der Inhalt der anderen Bühne »The Round« wird sich in Gesprächsrunden und Diskussionen mit speziellen Nachhaltigkeitsthemen auseinandersetzen. Seminare bieten technische Vorträge von Ratgebern, Forschungseinrichtungen, Experten und Beratern, die alle in der nachhaltigen Printproduktion tätig sind. In Eco-Showcase-Seminaren informieren Aussteller über nachhaltige Produkte und Fallstudien.

Im Folgenden lesen Sie Ankündigungen zur Messe von einigen Ausstellern.

Epson

UMWELTFREUNDLICHE DRUCKLÖSUNGEN

Als Teil seines Umweltengagements wird Epson auf der EcoPrint Beispiele seiner umweltfreundlichen Drucklösungen zeigen. Zentraler Punkt ist die Micro Piezo-Drucktechnologie, die nach Angaben von Epson in der Lage ist, viele energie- und ressourcenaufwändigen Technologien abzulösen. Dies werde mit dem neuen Epson SureColor SC-S30600 demonstriert, dessen Drucke für den Innen- und Außenohne



Seit Jahren sponsort Epson Deutschland im Rahmen einer weltweiten Nachhaltigkeitsstrategie Umweltunterricht an Grundschulen.

Lösungsmittelsatz bis zu drei Jahre haltbar sind. Die in der neuen SureColor-Serie genutzten Tinten seien zudem frei von Nickel, PFOS- und PFOA-Lösemitteln, teilt Epson mit.

► www.epson.de

Heidelberger

CO₂-NEUTRAL DRUCKEN MIT CO₂-NEUTRALEN MASCHINEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG informiert in Berlin über ihre Lösungen für eine umweltgerechte Druckproduktion. Im Fokus steht die Entwicklung umweltfreundlicher und energieeffizienter Druckmaschinen. Durch die Reduktion von Makulatur, Abfall, Energie und Emission auf ein Minimum soll eine wirtschaftliche und umweltverträgliche Produktion möglich werden. Viele der Neuheiten, die Heidelberg auf der drupa 2012 präsentierte, zielen auf die Verbesserung der

Umweltbilanz von Druckereien. Auf der EcoPrint greift Heidelberg diese Themen wieder auf und hält für die Besucher umfassende Informationen bereit. Beispielsweise ein Beratungsprogramm zur Steigerung der Energieeffizienz in Druckereien oder die spezielle Produktlinie für ökologische Verbrauchsmaterialien, die Heidelberg Saphira Eco Linie.



Letztlich adressiert Heidelberg die ganze Bandbreite des ökologischen Druckens von Materialeinsparung über Energieeffizienz bis hin zum CO₂-neutralen Drucken mit CO₂-neutral gestellten Druckmaschinen.

► www.heidelberg.com

HP

UMWELTFREUNDLICHER DRUCK VIA LATEX

HP will das Thema Nachhaltigkeit, aber auch die kommerziellen Vorteile umweltfreundlicher Technologie in den Mittelpunkt rücken und durch Live-Druckanwendungen auf dem HP Designjet L26500 Drucker demonstrieren, der wasserbasierte HP Latex-Tinten für geruchsneutrale Drucke unterstützt. Außerdem wer-



den entsprechende Informationsveranstaltungen und Diskussionen angeboten.

HP organisiert zudem zwei Präsentationen im Rahmen der Ecoshowcase-Aktivitäten der Veranstaltung »Nachhaltige Optionen für die Einzelhandelsdekoration«, »Die Um-

weltvorteile des digitalen Etiketten- und Verpackungsdrucks« und »Der US-Markt – ein Barometer für steigendes Umweltbewusstsein.«
 ▶ www.hp.com

Heytex ÖKOLOGISCH OPTIMIERTE GEWEBE

Mit Heyblue hat Heytex ein Programm ökologisch optimierter Textilien und Gewebe aus material-effizienten Rohstoffen auf komplett PVC-freier Grundlage geschaffen. Digitex heylux Backlit ist ein trans-luzentes Backlit für Leuchtkästen-Werbung in 5 m Breite. Mit der neuen Ware wird die bis dato durch die verfügbaren Gewebeformate limitierte Abmessung moderner LED-Leuchtkästen um eine neue Dimension reicher. Auch bis 5 m



Breite erhältlich, setzt Heyblue digitex premium als strukturfines Gewebe mit Prägung als Wand-schmuck in Innenräumen elegante Akzente. Das Heyblue digitex SAT kann als selbstklebendes Textil auf allen glatten Flächen verklebt werden. Alle drei Materialien sind für Drucke mit Solvent, Eco-Solvent-, UV- und Latextinten geeignet.
 ▶ www.heytex.com

Ilford NACHHALTIGKEIT BEI SUBSTRATEN

Ilford, Hersteller von Medien für den Tintenstrahldruck und foto-grafische Verfahren, will Besucher über die neuesten Maßnahmen in-formieren, die Ilford eingeleitet hat,



um das Umwelt-Engagement weiter auszubauen. Ilford-Geschäftsführer **Paul Willems** wird am 27. September bei der Podiumsdiskussion zur Frage »Welche Innovationen bei Druckmedien sind für den Einzelhandel und Verkaufsbereiche erhältlich?« teilnehmen und darstellen, wie vorteilhaft die Produktreihe des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit für die Welt des Einzelhandels sind. Ilford zeigt im Rahmen einer Eco-Showcase-Präsentation die Um-weltverträglichkeit seiner Substrate. Den Erfolg dieser Medien in der Industrie wird Ilford außerdem mit diversen Partnern aufzeigen, etwa Erler + Pless. Der deutsche Anbieter von Druckdiensten betreibt seit Kurzem Ilford BioMedia-Produkte an und wird während der EcoPrint mit einem HP Latex-Drucker auf dieser Medienreihe drucken.
 ▶ www.ilford.com

Konica Minolta FARB-MULTIFUNKTIONSSYSTEM BIZHUB C654

Konica Minolta ist als Partner von Steinbeis Papier auf der Messe vertreten. Auf der Veranstaltung präsentiert Konica Minolta das Farb-Multifunktionssystem bizhub C654 – stellvertretend für seine neue Farb-Serie, die mit einer verbesserten Ökobilanz im Vergleich zur Vorgängerserie aufwartet. Die neueste Farb-Serie von Konica Minolta weist neben zahlreichen technischen Innovationen und einer höheren Bedienerfreundlichkeit vor allem auch eine verbesserte Öko-Bilanz auf. So verfügt sie beispiels-weise über LED-Lichtquellen, die beim Scannen mehr als 60% Strom sparen. Dazu kommen ein Bereit-schaftsmodus von 3 Watt und ein Energiesparmodus von 0,5 Watt.

Alles zusammen sorgt dafür, dass der Energieverbrauch deutlich unter den Vorgaben für die Zertifizierungen »Energy Star« und »Blauer Engel« liegt. Darüber hinaus verhin-dert der dynamische ECO Timer un-nötige Laufzeiten der Systeme und damit Stromkosten und Energiever-brauch. Er analysiert automatisch Nutzungszeiträume und optimiert die Systemeinstellungen. Die Serie ist außerdem umweltschonender in ihrer Konstruktion, da zunehmend Recycling- und Biokunststoffe verwendet wurden.
 ▶ www.konicaminolta.de

Media Mundo »ENERGIEEFFIZIENZ UND ÖKOSTROM«

Nach dem durchschlagenden Erfolg mit der Sonderschau Nachhaltigkeit auf der drupa 2012 und dem schon jetzt beträchtlichen Interesse an der Eco Future auf der viscom in Frank-furt wird sich die Media Mundo Initiative auch in Berlin beteiligen. »Mit unserem Engagement auf der EcoPrint nutzen wir eine weitere Chance, das Thema nachhaltige Medienproduktion in unserer Bran-che zu etablieren. Dabei werden wir nicht nur diverse Media Mundo-Publikationen zur Verfügung stel-len, sondern im Vortragsprogramm das neue Projekt »Initialberatung: Energieeffizienz und Ökostrom« vor-



stellen und diskutie-ren«, sagt **Rüdiger Maaß**, Geschäfts-führer des Fachver-bands Medienpro-duktioner e. V. und

einer der Initiatoren von Media Mundo. Das neue Beratungsprojekt »Ener-gieeffizienz und Ökostrom« soll die Umgestaltung der Medienbranche zur Nachhaltigkeit vorantreiben und zahlreiche ökonomische Vor-teile aufzeigen. Die Steigerung der Energieeffizienz hat einen Doppel-

nutzen. Einmal wirkt sie sich positiv auf den ökologischen Fußabdruck von Produkten und Produktion aus. Damit können Druckereien ihrer Umweltverantwortung effektiv und bequem gerecht werden, zumal sie wertvolle Ressourcen im Sinne des ökonomischen Prinzips einsparen. Die vom Fachverband Medienpro-duktioner e. V. vor fünf Jahren ins Leben gerufene Media Mundo-Ini-tiative ist ein umfangreiches Netz-werk von »Nachhaltigkeitsaktivis-ten« geworden.
 ▶ www.mediamundo.biz
 ▶ www.f-mp.de

Neschen UMWELTFREUNDLICH DRUCKEN, NACHHALTIG SCHÜTZEN

Die Neschen AG, Gründungsmit-glied der EcoPrint, zeigt seine PVC-freien Digitaldruckmedien und neue Schutzlamine mit Klebstoff auf Wasserbasis. Ein Highlight bildet die Erfurt WB wallpaper CA, eine Digitaldruck-tapete für alle wasserbasierenden Pigmenttinten. Die verwendeten Zellstoff- und Textilfasern sind PVC-



Die Digitaldrucktapete von Neschen ist PVC-frei und enthält keine Weich-macher. Die Erfurt WB wallpaper CA lässt sich umweltschonend mit was-serbasierenden Pigment-Tinten be-drucken. Damit ist sie für die Innen-raumgestaltung geeignet.

frei, enthalten keine Weichmacher und dünsten keine gesundheits-schädlichen Aromate und Acrylate aus.

▶ www.neschen.com



Ricoh TECHNOLOGIEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Ricoh präsentiert seine neuesten Technologien und Dienstleistungen für eine nachhaltige Produktion.

»Wir werden deutlich machen, wie Druckdienstleister, Hausdruckereien und auch Unternehmen im Office-Umfeld hinsichtlich Ressourceneffizienz, Prozessoptimierung und Kostenreduktion von unseren »Eco Business Initiatives« profitieren können«, betont Graham Moore, Business Development Director von Ricoh Europe.

Neben dem Ricoh Pro L4000 mit haltbarer Latex-Tinte auf Wasserbasis wird Ricoh außerdem über die Zertifizierung durch die International Association of the Deinking Industry (INGEDE) informieren. Die Zertifizierung bezieht sich auf die Farbsysteme der Pro-Reihe des Unternehmens und bestätigt, dass der Toner beim Papierrecycling vom Papier entfernt werden kann. Besucher können im Rahmen des »Innovators Panel« mehr über die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung erfahren. An der Podiumsdiskussion, die am 26. September 2012 stattfindet, nimmt auch Graham Moore teil.

➤ www.ricoh.ch

Roland ÖKOLOGISCHES DRUCKEN IM GROSSFORMAT

Roland DG konzentriert sich auf der EcoPrint auf die Gesamtgröße des ökologischen Fußabdrucks der präsentierten Maschinen und Verfahren. Schwerpunkte sind unter anderem die Vorteile von digitaler Technologie und von Kombigeräten, die sowohl drucken als auch schneiden.



Timo Keersmaekers, Marketing Ma-

nager bei Roland DG Benelux, skizziert die Vorteile der Digitaldrucker von Roland DG: »Wir zeichnen eine Entwicklung hin zu verschiedenen kleinen Druckaufträgen, die zusammen für Volumen sorgen. Digitale Drucker haben gegenüber klassischen Drucktechniken den großen Vorteil, dass man günstig kleine Auflagen drucken kann und minimalen Ausfall hat. Unsere Produkte bieten den zusätzlichen Vorteil, Drucken und Schneiden in einem Gerät zu kombinieren. Das wirkt sich äußerst vorteilhaft auf den Energieverbrauch aus. Zudem benötigt ein solches Kombigerät weniger Platz als zwei separate Geräte. Unsere Geräte arbeiten sehr nachhaltig, brauchen wenig Wartung und haben eine lange Lebensdauer.«

➤ www.rolanddg.be

Sappi ENGAGEMENT ALS EDUCATION PARTNER

Ecoprint wurde ins Leben gerufen, um dem Ruf nach einem Event Rechnung zu tragen, der Nachhaltigkeit in der gesamten Liefer- und Wertschöpfungskette der Druckindustrie behandelt. Die Entscheidung von Sappi Fine Paper Europe, sich als Education Partner einzubringen, spiegelt die Verpflichtung des Unternehmens zur nachhaltigen Produktion und Regeneration wider, teilt Sappi mit.

➤ www.sappi.com

SAI PRODUKTIONS SOFTWARE PIXELBLASTER

SA International (SAI), Anbieter von Beschilderungen im Großformatdigitaldruck und CAD/CAM für die CNC-Bearbeitung, demonstriert die Funktionen seiner PDF-basierten Produktionssoftware PixelBlaster. Die Print-to-Finish-Lösung fördert nach Herstellerangaben durch

Maximierung der Effizienz und Steigerung der Produktivität einen schlanken Produktionsprozess. Als erste Lösung ihrer Art reduziere PixelBlaster den Abfall bei Verbrauchsmaterialien, indem jedes



Die Besucher der EcoPrint lernen die Vorteile der preisgekrönten Produktionssoftware PixelBlaster von SAI kennen.

Drucksystem automatisch dieselbe vorhersagbare und reproduzierbare Ausgabequalität und Farbe erzeugen – unabhängig von der Hardware, den verwendeten Tinten und Bedruckstoffen.

➤ www.flexiteam.de

Steinbeis NACHHALTIGE HIGH- PERFORMANCE-PAPIERE

Steinbeis, Hersteller hochwertiger Recyclingpapiere, stellt sein Sortiment an nachhaltigen Papierlösungen für den Office-Bereich, den Produktionsdruck sowie den Magazin-, Katalog- und High-Speed-Inkjetdruck vor. Besucher können sich am Stand von Steinbeis Papier darüber informieren, welche Bedeutung die Markenpapiere des Unternehmens für nachhaltige Strategien führender Unternehmen haben und welchen Wert Recyclingpapiere mit dem Blauen Engel für nachhaltige Druckprodukte bieten.

Unternehmensverantwortliche und Drucker, Verlage, Corporate Publisher und Kreative erhalten detaillierte Informationen über nachhaltige Produktionsverfahren und die Verwendungsmöglichkeiten ökologischer Papiere zur Herstellung zukunftsfähiger Druckprodukte.

➤ www.stp.de

Zünd NACHHALTIGE PRAKTIKEN IM UNTERNEHMEN

Zünd Cutting Systeme bieten effiziente Produktion und geringen Energieverbrauch. Die Systeme sind modular aufgebaut und können je nach Bedarf mit neuen Werkzeugen, automatischem Materialhandling und zusätzlichen Funktionen aus- und nachgerüstet werden. Auf der EcoPrint 2012 stellt Zünd Systemtechnik AG ihre neuesten Entwicklungen in den Vordergrund und nimmt die Gelegenheit wahr, die nachhaltigen Leistungen, die seit Jahren Firmenstandard sind, zu präsentieren. Zünd Cutting Systeme verbrauchen nach Herstellerangaben bis zu 40% weniger Strom als vergleichbare Produkte. Die Neukonstruktion von Produkten ergibt einen Minderverbrauch von 50 t Aluminium und entsprechend Einsparungen von 500 t CO₂-Emissionen jährlich, die Einsparungen beim Transport noch nicht eingerechnet. Lokale Lieferanten ermöglichen kurze Transportwege; das nach dem Schweizer Minergie-P-



Standard errichtete Industriegebäude reduziert den CO₂-Ausstoß um 80%. Nach dem Motto »Was wir der Natur durch Neubauten an Boden nehmen, geben wir ihr auf dem Dach zurück« sind alle Firmengebäude mit extensiver Begrünung ausgestattet.

➤ www.zund.com

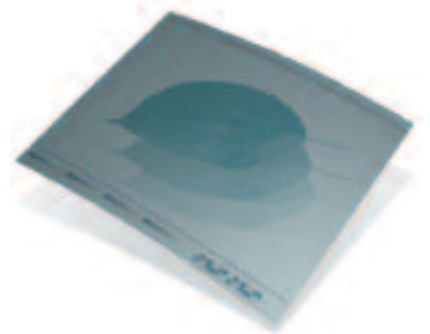


Der Weg zum Erfolg

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

Grün gedruckt ist ganz gewonnen

Die ökologischen Eigenschaften des bizhub Press C7000 von Konica Minolta haben GreenVision überzeugt

Die von zwei Jungunternehmern geführte Digitaldruckerei produziert seit November 2011 mit dem Farbproduktionssystem bizhub Press C7000 von Konica Minolta. Dieses System entspricht dank INGEDE-Zertifizierung für das rückstandslose Entfernen der Druckfarben aus dem Papier sowie TÜV-Zertifizierung für lebensmittelechten Toner, der zudem zu 10% aus Biomasse besteht, den hohen Umweltaanforderungen, die GreenVision an das anzuschaffende Drucksystem stellte.

Auch über ihre unternehmerische Verantwortung hinaus ist für Geschäftsführerin Melanie Henschel und Niels Zabel, Geschäftsführer und Art Director, umweltfreundliches Handeln oberste Maxime. Denn die beiden leben dieses Prinzip auch als Privatpersonen: Sie sind aktive Umwelt- und Tierschützer.

GreenVision haben sie aus Überzeugung gegründet, da auch die Druckindustrie ihren Teil an einer grünen Zukunft beitragen kann. Damit geben sie auch ihren Kunden die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen. In und um Berlin selbst haben sie zum Zeitpunkt der Gründung keine ökologisch ausgerichtete Digitaldruckerei entdeckt – unter marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten die perfekte Marktlücke, denn »grün« ist gefragt.

»Wir akquirieren unsere Kunden aktiv und das Feedback ist sehr positiv. Die Flyer werden uns regelrecht aus



den Händen gerissen und nicht selten hören wir »Endlich, auf euch haben wir gewartet!«, freut sich **Melanie Henschel**.

Grün – von der Deckenlampe bis zum Fußboden

GreenVision ist hauptsächlich lokal tätig, ein großer Teil der Kunden kommt aus Berlin. Gut 20% stammen aus dem Privatkundenbereich, 80% sind Firmenkunden. Hier wiederum überwiegen vor allem ökologische Unternehmen und Organisationen wie MicroEnergy International, WikiWoods.org und PromoCoo-kies. »Darüber hinaus haben wir auch Kunden, die mit Ökologie zwar aktuell noch nicht so viel am Hut haben, aber zumindest damit anfangen wollen«, sagt Niels Zabel. »Es gibt aber auch Unternehmen, die den umweltfreundlichen Druck als positiven Nebeneffekt mitnehmen, weil sie feststellen, dass wir gar nicht so viel teurer sind«, ergänzt Henschel. Viele Kunden legen Wert darauf, dass man erkennt, dass sie ökologisch drucken und lassen ihre Druckprodukte deshalb mit dem Logo von GreenVision versehen.

»Weil wir mehr tun, als nur so tun«

ist das Unternehmensmotto der GreenVision GmbH aus Berlin und

Basis für ein durchgehendes

Konzept für umweltfreundliches

Drucken. Papier, Strom, Internet,

Mobiliar, Büromaterialien, Versand,

Entsorgung – alles entspricht

ökologischen Kriterien.

Von Ralf Tienken,
Leiter Produktmanagement
Production Printing bei Konica
Minolta Business Solutions
Deutschland





Das stringente Konzept des »grünen Druckens« zeigt bei der Berliner Digitaldruckerei Erfolg.



Melanie Henschel, Geschäftsführerin der GreenVision GmbH an der Konsole der Konica Minolta bizhub Press C7000.

Das angebotene Portfolio entspricht dem einer klassischen Digitaldruckerei. Von Flyern, Broschüren, Postkarten, Visitenkarten, Kalendern, Fotobüchern oder Etiketten bis hin zum Textildruck auf T-Shirts, Pullovern oder Stoffbeuteln ist alles dabei. Die verwendeten Textilien bestehen zu 100% aus Biobaumwolle oder aus recycelten Kunststoffen.

Dank entsprechender Berufsausbildung – Henschel und Zabel sind beide ausgebildete Mediengestalter für Digital- und Printmedien – bietet GreenVision auch Gestaltungen vom einfachen Layout bis hin zum kompletten Corporate Design an.

In der Digitaldruckerei kommen ausschließlich Energiesparlampen und Ökostrom zum Einsatz, auch der Internetanbieter arbeitet mit Ökostrom. Der Versand erfolgt mit Recyclingverpackungen und im Rahmen des GoGreen-Programms von DHL, die Entsorgung nur über zertifizierte regionale Entsorgungsunternehmen. Für neu anzuschaffendes Mobiliar gilt die Maßgabe, dass es aus FSC-Hölzern bestehen muss. Es werden nur Naturbaustoffe verwendet: beispielsweise für den Fußboden, der nicht lackiert, sondern gewachst und geölt wurde. Auch die eingesetzten Büromaterialien sind recycelt – von den Aktenordnern

über die Ablagefächer bis hin zu den Versandhüllen.

bizhub Press C7000

Für den Druck verwendet GreenVision ausschließlich Umweltpapire, die entweder zu 100% aus Recyclingpapier oder aus Rohstoffen aus nachhaltiger Forstwirtschaft bestehen beziehungsweise sich aus beiden Bestandteilen zusammensetzen. Welches Papier zum Einsatz kommt, richtet sich nach Kundenwunsch. »Natürlich ist nicht alles machbar, aber wir sind sehr streng. Wenn der Kunde ein Papier fordert, das nicht den ökologischen Kriterien entspricht, nehmen wir den Auftrag auch nicht an«, betont Henschel.

Es war eine Selbstverständlichkeit, dass nur ein Drucksystem angeschafft wurde, das ökologische Kriterien erfüllt. Seit November 2011 ist der bizhub Press C7000 bei GreenVision im Einsatz. Das von der Internationalen Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik (INGEDE) zertifizierte System druckt mit dem Simitri HD-Toner, der sich beim Deinking gut von den Papierfasern im Altpapier herauslösen lässt. Der Toner besteht darüber hinaus zu 10% aus pflanzlichen Bestandteilen. Biomasse ist CO₂-neutral im Recycling. Der TÜV Rheinland hat zudem bestätigt, dass der Toner lebens-

mittelecht ist. Deshalb sind Medien, die mit ihm bedruckt wurden, beim Kontakt mit Lebensmitteln unbedenklich. »Erst kürzlich hatten wir



eine Anfrage, bei dem der lebensmittelechte Druck für Etiketten an Trinkhalmen angefragt wurde«, sagt Niels Zabel.

Hohe Maßstäbe

Neben den ökologischen Anforderungen, die das Drucksystem erfüllen musste, waren aber auch die technischen und qualitativen Eigenschaften wichtig. In der Berliner Niederlassung von Konica Minolta wurde es daher auf Herz und Nieren getestet. Besonders wichtig waren Geschwindigkeit – der bizhub Press C7000 druckt bis 71 A4- und 38 A3-Bogen pro Minute – und Zuverlässigkeit, insbesondere in Bezug auf eine störungsfreie Druckproduktion. Weiterhin waren die Darstellung kleiner Details, insbesondere kleiner Schriften im Etikettendruck, die Auflösung sowie die Vielseitigkeit bei der Verarbeitung unterschiedlichster Medien entscheidend. Ab 64 g/m² kann das System verarbeiten. Da zudem viele Konzert- und Theaterveranstaltungen, die fast komplett in Schwarz layoutet sind, gedruckt werden müssen, kam es neben der

Wirkung des Farbauftrags und der Farbverbindlichkeit auch auf eine hohe Qualität im Vollflächendruck, Stichwort »Streifenbildung«, an.

Entscheiden hat sich GreenVision für die Ausstattung mit internem Fiery Druckcontroller, der Papierzufuhr für bis zu 7.500 Bogen, der Kühl- und Glättungseinheit, den Broschüren- und Heftfinisher. Das Farbmanagement erfolgt über den Druckcontroller. Dabei orientiert sich GreenVision am ISOcoated v2-Farbraum und arbeitet damit Fogra39-konform. Die Kühl- und Glättungseinheit sorgt zudem durch integrierte Densitometer neben einer planen Papieraussgabe auch für eine automatische Dichtemessung auf dem Medium und gewährleistet damit eine hohe Farbstabilität. Die Messung kann dabei vor und während der Produktion einer Auflage automatisch genutzt werden. Durch den Wegfall von manueller Linearisierung und Profilierung sind die Rüstzeiten für Druckaufträge sehr gering.

GreenVision ist sich sicher, mit Konica Minolta den richtigen Partner gefunden zu haben. »Wichtig ist auch der hervorragende Service«, betont Henschel. »Wir haben immer direkte Ansprechpartner, die schnell reagieren und vor allem kompetent sind.«

► www.konicaminolta.de

Druckerei Aschenbrenner schärft ihr Ökoprofil

Ausgeprägtes Umweltbewusstsein und Aufgeschlossenheit für Neues sind für Peter Aschenbrenner zentrale Aspekte der Geschäftsphilosophie. Der Geschäftsführer der in Kufstein beheimateten Druckerei Aschenbrenner GmbH setzt mit seinem 18-köpfigen Team schon seit einiger Zeit ein auf ökologische Nachhaltigkeit ausgerichtetes Produktionskonzept um.

Bei der FSC- und PEFC-zertifizierten Bogenoffsetdruckerei kommen ausschließlich umweltschonende Druckhilfsmittel, mineralölfreie Druckfarben und wasserbasierende Veredelungslacke zum Einsatz. Außerdem nutzt der Betrieb umweltfreundlich erzeugten Strom, den ein lokaler Versorger liefert. Die vorwiegend in der Region Tirol und im benachbarten bayerischen Grenzgebiet angesiedelten Kunden honorieren das Umweltengagement des vollstufigen Akzidenzdruckbetriebes, dem im November 2011 das Österreichische Umweltzeichen verliehen wurde.

EFFIZIENZ VERBESSERT Um Ressourcenverbrauch und Belastung der Umwelt weiter zu reduzieren, stellte die Druckerei Aschenbrenner zum Jahresbeginn 2012 Druckformherstellung und Druck auf die neue prozessfreie Kodak Sonora XP Platte um. Die letzten fünf Jahre hatte das Unternehmen eine prozessreduzierte Platte verwendet, die nach der CtP-Bebildung einen separaten Auswaschvorgang erforderte. »Motiv für den Umstieg war der logische Schritt zu einer noch umweltfreundlicheren Plattenfertigung«, sagt Peter Aschenbrenner. »Mit der neuen Sonora XP Platte benötigen wir keine Auswascheinheit und keine Auswaschlösung mehr. Außerdem sparen wir die Energie ein, die der Auswaschprozess verbraucht.« Der Wechsel zur Bebilderung der Sonora XP Platte auf dem vorhandenen Heidelberg-Thermoplatenbelichter war eine einfache Angelegenheit, wie Peter Aschenbrenner erläutert. Die Laserleistung des CtP-Systems wurde beim Umstieg auf die prozessfreie Platte, die Aschenbrenner vom Kodak-Handelspartner drum in Innsbruck bezieht, um 15% reduziert.

VERBESSERT EIGENSCHAFTEN Die Platte von Kodak mit Negativ-Bebildungscharakteristik arbeitet nicht ablativ und bringt die Auflösung und Bebilderungspräzision hochwertiger Thermoplaten mit. Die Sonora XP bietet im Vergleich zur prozesslosen Kodak Thermal Direct Platte eine höhere Bebilderungsgeschwindigkeit und einen verbesserten Latentbildkontrast.

Digital bebildern, in der Druckmaschine einspannen und mit der Produktion beginnen – so einfach war die Umstellung auf die neue Platte im Drucksaal. Aschenbrenner druckt auf vier Bogenoffsetmaschinen mit zwei bis fünf Farben plus Lack und in Formaten zwischen 33 x 50 cm und 52 x 74 cm. Druckfarben auf Rapsölbasis, Feuchtmittel und Maschineneinstellungen konnten bei Einführung der Sonora XP beibehalten werden. Beim Anfahren der Druckmaschine liegt das Druckbild schnell frei und die Platte weist ein gutes Freilaufverhalten auf.



Geschäftsführer Peter Aschenbrenner (rechts) mit Drucker Stephan Anker beim Begutachten einer zum Einspannen in der Druckmaschine bereiten Sonora XP hat



die Druckerei 1992 gegründet und umweltgerecht ausgerichtet. Das Firmengebäude in Kufstein ist seit 2009 Standort des Unternehmens.

Dabei kommt ein Vorteil der Schicht zum Tragen: Die Platte verwendet ein Einschichtsystem, das keine Rückwirkungen auf das Feuchtsystem der Offsetdruckmaschine erlaubt. Ein weiterer Pluspunkt der Sonora XP Platte ist ihre verbesserte Stabilität im Druck, sodass sie gegenüber der Thermal Direct Platte eine rund 30% höhere Auflagenleistung erreicht. Die Kufsteiner Druckerei hat mit der neuen Platte schon Auflagen von 85.000 Drucken in gleichbleibend hoher Qualität produziert. Die meisten Aufträge bewegen sich jedoch zwischen 10.000 und 20.000 Drucken.

»Nach unseren ersten Erfahrungen entspricht die neue prozessfreie Platte von Kodak genau dem, was wir von einer modernen, umweltfreundlichen Druckplatte erwarten. Für uns als ökologisch orientierter Betrieb war dieser Wechsel sicher der richtige Schritt«, versichert Peter Aschenbrenner.

➤ www.graphics.kodak.com

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

»Steckbrief Umwelt«

KOMPAKTINFO VON PAPYRUS ZUM THEMA UMWELT

Über die Jahre sind eine Fülle von Zertifizierungen und Umweltzeichen entstanden, die verschiedene Aspekte ökologischer und sozial nachhaltiger Produktion repräsentieren. Einen Überblick verschafft jetzt der »Steckbrief Umwelt«, der alle wichtigen Infos zu den gängigen Umweltlabels und -zertifikaten beinhaltet.

82 Kyocera-Partner sind grün KYOCERA ZERTIFIZIERT ERNEUT GREEN-IT-PARTNER

Die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH hat ihre Fachhandelspartner nach ökologischen Gesichtspunkten zertifiziert. 82 Händler inklusive ihrer Filialen und Niederlassungen dürfen nun den Titel »Kyocera Green IT Partner« tragen.

► www.kyoceradocumentsolutions.de

Umweltdruckerei im Saarland OD DRUCKT JETZT AUCH KLIMANEUTRAL

OD Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH hat eine weitere Umweltzertifizierung erlangt und druckt jetzt klimaneutral. Der schonende und verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt ist für das auf Lösungen zur Verkaufsförderung und Einkaufsoptimierung spezialisierte Druckunternehmen schon seit Jahren selbstverständlich.

ISO-Normentwurf CO₂-AUFKOMMEN VON DRUCKPRODUKTEN

Das Normierungsgremium ISO/TC 130 Graphic Technology (WG 11) hat den Normentwurf ISO/DIS 16759 zum CO₂-Aufkommen von Druckprodukten vorgelegt. Der Entwurf, der die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks von Drucksachen beschreibt und regelt, kann über die ISO kostenpflichtig abgerufen werden.

Henkel-Innovation

BECHERMANSCHETTEN RETTEN 100.000 BÄUME JÄHRLICH

Starbucks, LBP Manufacturing aus Chicago und Henkel stellten den EarthSleeve vor: Die Bechermanschette schützt vor Verbrühungen und ist dabei schonend zur Umwelt. Die patentierte Technologie reduziert den Rohstoffverbrauch und setzt auf den Einsatz recycelter Materialien. Verwendet wird dabei der Henkel Klebstoff Optamyl, ein spezielles Produkt auf Stärkebasis mit hohem Amylose-Anteil. Optamyl wird in der Industrie genutzt, um Wellpappe-Strukturen zu kleben. Mit den Klebstofftechnologien von Henkel und der Expertise von LBP Manufacturing bei »to-go«-Verpackungen, benötigt der EarthSleeve 34% weniger Faserrohstoffe und beinhaltet 25% mehr recyceltes Material – bei gleicher Funktionalität. 2011 wurden in den USA fast 3 Mrd. Bechermanschetten produziert.



► www.henkel.com

► www.henkel.com

Heidelberg veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht VORBILDFUNKTION IN DER BRANCHE INTERMAUERT

»Die Heidelberg-Gruppe ist in ihrer Industrie ein vorbildlich nachhaltiges Unternehmen. Unter Nachhaltigkeit verstehen wir den langfristigen Gleichklang zwischen Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung.« So lautet die Kernaussage der Ende 2011 verabschiedeten Umweltpolitik von Heidelberg, die im neuen Nachhaltigkeitsbericht vorgestellt wird. Die Umweltpolitik gibt den verbindlichen Rahmen für alle Unternehmensbereiche vor und bezieht auch externe Partner und Lieferanten mit ein. Sie bildet den ganzheitlichen Ansatz ab, den Heidelberg bei seinem Nachhaltigkeitskonzept verfolgt: Wo immer möglich, sollen negative Auswirkungen auf die Umwelt vermieden werden. Ist das nicht möglich, sollen diese so weit wie möglich reduziert werden. Und ist auch das nicht möglich, erfolgt eine Kompensierung – von der Entwicklung der Produkte über deren Herstellung und Betrieb beim Kunden bis zum Recycling oder der Entsorgung finden alle Stadien Berücksichtigung.

Der gerade erschienene Nachhaltigkeitsbericht von Heidelberg für das Geschäftsjahr 2011/12 gibt Einblick in Umweltziele und -maßnahmen sowie die Vorgehensweise bei deren Umsetzung. Konkrete Beispiele wie die Planung und Realisierung eines Blockheizkraftwerkes am Standort Wiesloch-Walldorf oder die Energie-Management-System-Zertifizierung der Gießerei in Amstetten veranschaulichen die Herangehensweise und Implementierung. Artikel und Meldungen zu Ökologie, Ökonomie und Sozialem runden den Bericht ab.

► www.heidelberg.com/eco



Titelseite des Heidelberg Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012.

»CEOs pro Recyclingpapier« UNTERNEHMEN WOLLEN RECYCLINGQUOTE STEIGERN

Wirtschaftsführer namhafter deutscher Unternehmen darunter Deutsche Lufthansa, Deutsche Post, Epson, HHLA, Flughafen München, HiPP, GLS Bank oder Umweltbank sind einem gemeinsamen Aufruf des Bundesumweltministeriums, dem Club of Rome, des NABU und der Initiative Pro Recyclingpapier gefolgt, sich am Beispiel von Recyclingpapier für den Ressourcenschutz zu engagieren. Sie setzen sich persönlich dafür ein, dass das energie- und ressourceneffiziente Papier mit dem Blauen Engel zukünftig mit hohen Einsatzquoten in ihren Unternehmen genutzt wird und haben hierzu konkrete Ziele veröffentlicht.

»Dass Konzernchefs persönlich für den Ressourcenschutz Verantwortung übernehmen und dafür sorgen wollen, dass in ihren Unternehmen vorrangig Recyclingpapier genutzt wird, ist ein starkes Signal in die jeweiligen Unternehmen hinein und motiviert zugleich andere Unternehmen zur Nachahmung«, sagt Michael Söffge, Sprecher der Initiative Pro Recyclingpapier.

► www.ceos-pro-recyclingpapier.de
► www.papiernetz.de

ClimatePartner Academy PRAXISORIENTIERTES SEMINARPROGRAMM

Nach Einschätzung von Climate Partner verändert das zunehmende Bewusstsein von Konsumenten und Unternehmen für ökologische Themen die Märkte.

In Veranstaltungen der ClimatePartner Academy lässt sich mehr über die Möglichkeiten und Chancen des ganzheitlichen Engagements im Klimaschutz erfahren. Die Academy wurde als Seminarreihe zu den Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit von ClimatePartner ins Leben gerufen. Im September 2012 startet das neue Programm, das inhaltlich ausgebaut und um den Standort Zürich erweitert wurde. Das Programm findet in Kooperation mit Steinbeis, FSC sowie GFA Consulting Group statt und besteht aus drei Modulen.

Im Modul »Strategie« wird erläutert, wie Klimaschutz strategisch in die Wertschöpfung des Unternehmens integriert werden kann. Im Modul »Logistik« werden die Vorteile und Möglichkeiten klimafreundlicher Logistikdienstleistungen aufgezeigt und im Modul »Druck« erhalten die Teilnehmer Informationen zu klimaneutralem Drucken, FSC- und PEFC-Zertifizierungen und zur Kommunikation ihres Engagements. Die Veranstaltungen finden in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Heidelberg, München, Wien, Bern und Zürich statt.

➤ www.climatepartner.com/academy

20 Jahre nach Rio

UPM-PAPER: CO₂-EMISSIONEN UM 90 PROZENT REDUZIERT

Bereits 1992 wurden beim ersten Umweltgipfel in Rio Unternehmen zu mehr Nachhaltigkeit aufgefordert. UPM hat diese Herausforderung angenommen und hat heute mehr zu bieten als je zuvor. Eine Analyse des Magazins »The Economist« zeigt warum: »Wir blicken zurück und wollen herausfinden, was wir in dieser Zeit erreicht haben«, sagt Jyrki Ovaska, President, UPM Paper. UPM hat sich für »The Economist«,



ein international renommiertes Nachrichten- und Wirtschaftsmagazin, entschieden, um anhand eines konkreten Beispiels die Fortschritte aufzuzeigen. Seit nunmehr 20 Jahren wird die Zeitschrift fast ausschließlich auf Papier von UPM gedruckt.

Die Analyse zeigte, dass bei der Produktion des Papiers, das für »The Economist« verwendet wird, heute im Vergleich zu 1992 insgesamt 90% weniger fossile CO₂-Emissionen anfallen, 35% weniger Wasser verbraucht wird und dass die beim Herstellungsprozess anfallenden Deponieabfälle um 90% reduziert wurden. Diese beeindruckenden Ergebnisse werden noch ergänzt

durch den Anteil PEFC-zertifizierter Fasern im verwendeten Papier, der von 0 auf 100% gesteigert wurde und durch die Tatsache, dass die Papiere 2007 mit dem EU-Umweltzeichen ausgezeichnet wurden. »Dieses Beispiel erlaubt es uns genau zu analysieren, wie sich der ökologische Fußabdruck des Papiers, das für diese Publikation verwendet wird, seit dem ersten Umweltgipfel in Rio entwickelt hat. Die beeindruckenden Ergebnisse haben sogar uns selbst überrascht«, erklärt Päivi Salpakivi-Salomaa, Vice President, Environment, UPM.

Um dies zu erreichen, hat das Unternehmen bedeutende Investitionen zum Beispiel in neue Abwasserreinigungsanlagen und moderne Anlagen zur Erzeugung emissionsarmer Energie auf Basis von Biomasse getätigt. All das führt zu einer effizienteren Papierproduktion mit einem geringeren Energie- und Wasserverbrauch sowie weniger Abfall und einem geringeren CO₂-Fußabdruck.

➤ www.upmpaper.com

Nachhaltigkeit im Großformat ECO FUTURE ZEIGT FACETTEN DER NACHHALTIGKEIT

Auf der viscom 2012 in Frankfurt zeigt eine Sonderschau, die in Kooperation zwischen der Fachmesse, dem rgf, Ring grafischer Fachhändler sowie der Media Mundo-Initiative initiiert wurde, Chancen und Perspektiven einer ökonomisch wie ökologisch und sozial verantwortungsvollen Medienproduktion im Großformat.

Von Inkjet bis Latex, von Textilien bis zu Ökofolien gibt es vielfältige Möglichkeiten, effizient und effektiv zu kommunizieren. Die Themenausstellung dokumentiert Branchentrends in Kombination mit Ausstellerpräsentationen, Best Practices und Live-Talks.

Doch Nachhaltigkeit lässt sich nicht nur auf die Ökologie beschränken. Auch den beiden anderen Aspekten wird auf der Sonderschau Rechnung getragen. Insbesondere die Ökonomie hat einen wichtigen Stellenwert, da sie Zukunftspotenziale eröffnet. In diesem Zusammenhang steht die Definition von nachhaltigen Produkten im Vordergrund. Auch der soziale Blickwinkel wird nicht fehlen.

Unter dem Motto »Neue Perspektiven erleben« eröffnet die viscom 2012 in Frankfurt ihre Tore. Dieses Versprechen soll auf der Sonderschau Eco Future eingelöst werden.

➤ www.mediamundo.biz

Knapp, kurz und bündig

Als erste Druckerei in Marsberg bietet die **Druckerei Joh. Schulte**, ein Geschäftsbereich der **MPM Medienhaus GmbH**, Unternehmen und Organisationen die Möglichkeit, klimaneutral drucken zu lassen. • Die Österreichische **Offset-druckerei Schwarzach**, Spezialist für Feinkartonagen und Etiketten, weitet die Kooperation mit **ClimatePartner** aus: Neben dem Angebot des klimaneutralen Drucks hat sich die Druckerei entschlossen, die unternehmensbezogenen CO₂-Emissionen durch die Unterstützung eines Waldschutzprojekts in Mosambik auszugleichen.

KLIMANEUTRAL DRUCKEN

»Klimaneutral drucken« heißt, dass genau die Menge an Treibhausgasemissionen, die bei der Produktion einer Drucksache entsteht, ausgeglichen wird – und zwar durch eine Abgabe von etwa 1% der Produktionskosten an anerkannte Klimaschutzprojekte.

Nicht nur der Umwelt zuliebe

Unter dem Motto ›Der Umwelt zuliebe‹ fand Ende Juli 2012 im schweizerischen Horw eine von der KBA-Me-Print AG und ihrem Partner Print Assist AG ausgerichtete Open-House-Veranstaltung statt. Dabei konnten sich die Teilnehmer von den spezifischen Vorteilen der Genius 52UV überzeugen. Und die liegen nicht nur alleine in ihrer Umweltfreundlichkeit.

»Natürliche Ressourcen der Natur gilt es zu schonen. Dabei sollte jedoch nicht vergessen werden, dass bei allen ökologischen Denkweisen der Profit nicht ausbleibt. Der Markt verlangt nach Maschinen, die Flexibilität, Produktivität und Gewinn miteinander kombinieren und dennoch umweltfreundlich produzieren. Dabei sollte aber auch die Möglichkeit gegeben sein, auf unterschiedlichsten und exklusiven Substraten höchste Performance zu erzielen – und das bei einer Makulatur von maximal zehn Bogen. Mit der Genius 52UV werden diese Aspekte miteinander vereint«, erklärte Antonio Morata, Leiter Marketing und Public Relation bei KBA-MePrint.

HAPTISCHE EFFEKTE Die in Horw bei Luzern ansässige Druckstoff GmbH, die durch ihre kreativen und ideenreichen Kunststoff- und Lentikular-Anwendungen bekannt ist, produziert mit einer solchen Genius 52UV und bot den Teilnehmern der praxisorientierten Veranstaltung einen Einblick in die vielfältigen Möglichkeiten bei der alltäglichen Produktion von Druck-Erzeugnissen auf Papier, Kunststoff, Lentikular und Chromolux-Karton. So konnten die Besucher inspiriert und zugleich vom facettenreichen Einsatz der Bedruckstoffe überrascht werden.

»Wir liefern unseren Kunden das besondere Druckprodukt mit haptischen Eigenschaften. Unsere Produkte wecken damit enorme Aufmerksamkeit und transportieren gleichzeitig das Corporate Identity des Kunden – eine zentrale Aufgabe der Werbung«, erläuterte Peter Glanzmann, Eigentümer und Geschäftsführer der Druckstoff GmbH.

Zu diesen Produkten zählt er unter anderem 3D- oder Wackelbilder auf speziellen Linsen- beziehungsweise Lentikularfolien, aber auch umweltfreundliche Produkte wie Holzurnen oder natürlich gewachsene Rohstoffe, die zu besonderen Drucksachen verarbeitet werden können.

»Wir reden da über Kundenkarten oder Sticker, die auch dann die Umwelt nicht belasten, wenn sie entsorgt werden. Wir können mit der Genius 52UV zudem Mousepads und Klarsichtmappen mit individueller Firmenwerbung, Tischsets, Handyfolien, Schreibtischunterlagen, Taschenkalender und vieles mehr für den Office-Bereich herstellen«, sagte Peter Glanzmann.

750 DRUCKWERKE INSTALLIERT Viele Branchen und die Industrie benötigen Gedrucktes in wasserfester, haltbarer Qualität. Beispielsweise Türhänger, Speisekarten oder bedruckte Formstanzteile und abwaschbare Etiketten, Schilder, Magnet- oder Adhäsionsfolien, die sich auf glatten Flächen ohne Klebstoff anbringen lassen. Dies alles bietet der Druckerei in Horw weitere Geschäftsfelder.

»Die Genius 52UV eröffnet durch die Kombination aus UV- und Wasserlos-technologie ein großes Anwendungsspektrum. Bedruckstoffe in Stärken von bis zu 0,8 Millimeter gehören zum Repertoire der Maschine, die zudem mit ökologischen Argumenten punktet«, erläuterte Peter Rickenmann. Die weltweit über 750 installierten Druckwerke der Genius 52UV unterstreichen dies.

► www.kba-meprint.com



Peter Rickenmann, Geschäftsführer Print Assist AG, Antonio Morata, Leiter Marketing bei KBA-MePrint AG und Sandra Ulsamer, Gebietsverkaufsleiterin bei der KBA-MePrint AG (v. l.).



Peter Glanzmann, Geschäftsführer der Druckstoff GmbH, erläuterte seine Einsatzschwerpunkte für die Genius 52UV und verdeutlichte die wesentlichen Produktvorteile.



Praxisorientierte Anwendungen als Beweis: Gedruckt wurde unter anderem eine Lentikularanwendung, die für DVD-Hüllen oder Kleinplakate zum Einsatz kommt.

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

»Grüner geht's nicht«

RELAUNCH DER »GREEN RANGE« VON MONDI

Mondi Uncoated Fine Paper (UFP) unterzog seine Green Range mit einem neuen Slogan einem Relaunch. Dieser spiegelt die jüngsten Erfolge und Ziele des internationalen Papierherstellers bei der nachhaltigen Papiererzeugung wider. Seit 2006 steht die »Green Range« für Markenpapiere von Mondi mit einem ausgezeichneten Umweltprofil. Der neue Slogan kommuniziert die Bemühungen und Initiati-



ven von Mondi in Bezug auf eine nachhaltige Papiererzeugung und ein hohes Umweltbewusstsein, das in der Papierindustrie ganz besonders wichtig ist.

»Unser neuer Slogan »Grüner geht's nicht« verweist auf die Ausweitung der Green Range. Alle Markenpapiere von Mondi erfüllen nun die Green Range-Kriterien und sind FSC- oder PEFC-zertifiziert, total chlorfrei gebleicht oder 100 Prozent Recyclingpapier. »Grüner geht's nicht« steht auch für die unermüdlichen Bemühungen von Mondi um eine laufende Verbesserung der Ökoeffizienz seiner Papierfabriken und Papiere«, erklärt Johannes Klumpp, Marketing- und Verkaufsleiter von Uncoated Fine Paper.

➤ www.mondigroup.com/gogreen

Fujifilm

»GRÜNERE« VERPACKUNG FÜR UVIVID FLEXO JD TINTEN

Im Rahmen der unternehmensweiten Bemühungen, die Menge an Verpackungsmaterialien zu reduzieren, hat Fujifilm eine noch umweltfreundlichere Verpackung für die unternehmenseigenen Uvivid Flexo JD Tinten entwickelt, die den Fujifilm Vertriebshändlern und Kunden Umweltvorteile und operativen Nutzen bringen, zum Beispiel: Reduzierung von Kartonagen und ein damit geringeres, vom Kunden



zu entsorgendes Abfallaufkommen, Einsatz von UN-genehmigten Metallgebinden, die während des Transports gut gesichert sind, beim späteren Gebrauch aber problemlos geöffnet werden können, Gebinde, die mit einem Spannring fest verschlossen werden können – Gebinde können also geöffnet, Abmusterungen vorbereitet und die Gebinde dann wieder fest verschlossen werden, wobei der Gebindeinhalt ohne Schüttverlust ausgegossen werden kann. Zudem müssen die UN-genehmigten Gebinde für den Weitertransport vom Vertriebslager zum Endkunden nicht noch zusätzlich verpackt werden und leere Gebinde können ganz einfach recycelt und zuvor zur effizienten Lagerung während des Transits zum Recyclinghof zerkleinert werden. Die Änderung der Verpackungsmodalitäten gilt für alle 5 kg Uvivid Flexo JD Tinten ab Herstellungsdatum Anfang Februar 2012.

➤ www.fujifilm.eu

Jubiläum

KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS FEIERT 20 JAHRE ECOSYS

Mit der Einführung des ersten Ecosys-Druckers FS-1500 im Jahr 1992 übernahm Kyocera bereits eine Führungsrolle. Zu jener Zeit war Nachhaltigkeit ein Thema, über das man diskutierte, ohne jedoch praktische Maßnahmen zu ergreifen.

Obwohl das Kyoto-Protokoll zum Beispiel erst fünf Jahre später beschlossen wurde und erst 13 Jahre später in Kraft trat, vertrieb Kyocera schon damals Drucker, die nachhaltig zum Umweltschutz beitrugen. Die ökologische Nachhaltigkeit gehört schon seit der Gründung des Kyocera-Konzerns im Jahr 1959 zu den Leitlinien der Unternehmensphilosophie. Die Entwicklung von Druckern unter Einhaltung des Prinzips der Nachhaltigkeit entspricht dem Ziel des Unternehmens, den Umwelteinfluss des Menschen zu reduzieren, und geht mit weiteren ökologisch orientierten Initiativen wie der Herstellung von kommerziell rentablen Solarzellen für Photovoltaikanlagen einher.

Die Besonderheit der Ecosys-Drucker ist, dass nur die Tonerbox ersetzt werden muss, wenn der Toner leer ist. Das Prinzip ist überaus logisch, und doch müssen bei den meisten Druckern bis zum heutigen Tag mit der gesamten Kartusche wichtige bildgebende Komponenten ausgetauscht werden. Eine herkömmliche Tonerkartusche enthält oft weitaus mehr als Toner; manche setzen sich aus über 60 Bestandteilen zusammen. Durch das umweltfreundliche Ecosys-Design werden während der Lebensdauer eines Kyocera-Druckers bis zu 85% weniger Abfall produziert. Zudem ist die CO₂-Bilanz der kleineren und leichteren Tonerboxen geringer als jene komplexerer Alternativen.

Das Know-how von Kyocera aus der Keramiktechnologie ist ausschlaggebend für das ökologische Design der Ecosys-Drucker. Die langlebigen Komponenten sind weitaus beständiger als traditionelle Alternativen und müssen daher in den meisten Fällen während der Lebensdauer eines Druckers nicht ersetzt werden.

Die Vorteile von Ecosys gehen weit über die Nachhaltigkeit hinaus. Kyocera-Toner ist einfach und wirtschaftlich herzustellen. So profitieren Kyocera-Anwender seit 20 Jahren von außergewöhnlich niedrigen Druckkosten für einfarbiges Drucken und seit der Einführung des FS-C5016N im Jahr 2001 auch für Farbdrucke.

Kyocera ist sich seit jeher bewusst, wie wichtig die Gesamtbetriebskosten eines Druckers für den Kunden sind. Die Tonerkosten eines Druckers belaufen sich über seine gesamte Lebensdauer hinweg auf ein Vielfaches seines Anschaffungspreises, doch mit Ecosys-Druckern lassen sich diese Druckkosten drastisch reduzieren.

Ein weiteres Ecosys-Element ist das System-Printing. Kyocera-Drucker verfügen über zahlreiche erweiterte Eigenschaften für maximale Ausgabeproduktivität bei flexibler und leistungsstarker Steuerung sowie weitere Funktionen und Upgrades, mit denen sich der Langzeitnutzen der Investition optimieren lässt. Die integrierte System-Software von Kyocera gewährleistet eine langfristige, moderne und netzwerkübergreifende Kompatibilität.

➤ www.kyocera.de

Agfa Graphics

WHITE PAPER: UMWELTEINFLUSS DER DRUCKINDUSTRIE

Agfa Graphics hat das White Paper ›Umwelteinfluss der Druckindustrie: Analyse einer Branche‹ veröffentlicht. Der Autor des Papiers kommentiert Daten einer umfassenden Studie, die durch Agfa Graphics beauftragt und von Vito, einem flämisches Institut für technologische Forschung, durchgeführt wurde. Sie beinhaltet die PCF-Analyse (Product-Carbon-Footprint ist der CO₂-Fußabdruck eines Produktes) der neuen Computer-to-Plate-Systeme von Agfa Graphics. Da das Systemportfolio einen Mix aus Druckplattentechnologien darstellt, die auch von anderen Herstellern genutzt werden, können die Ergebnisse der Studie verallgemeinert werden, da die meisten Schlussfolgerungen des White Papers für alle Druckplatten-Hersteller gelten.

Das Papier macht deutlich, dass die am Standort des jeweiligen Druckplattenherstellers stattfindenden Prozesse zusammen mit den Druckvorstufenaktivitäten in der Druckerei 20% des gesamten PCFs ausmachen – die übrigen 80% entfallen auf den vorausgehenden Produktionsprozess des Aluminiums für lithografische Druckplatten, der übrigens für alle Platten identisch ist. Obgleich sich eine Differenzierung daher nur aus den genannten 20% ergeben kann, sind kleine, aber bedeutsame Unterschiede zwischen den verschiedenen von Vito untersuchten Plattentechnologien erkennbar. Die neuesten CtP-Systeme, die dem Anwender die größte Benutzerfreundlichkeit und Kostenersparnis bieten, erweisen sich zugleich als diejenigen mit dem geringsten PCF. Der Autor des White Papers interpretiert dies als weiteres Zeichen für eine Annäherung

ökologischer und ökonomischer Vorteile, die auch in anderen Industrien beobachtet werden, und ist ein Appell an die grafische Branche, eine kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeit anzustreben. Zudem äußert sich der Autor des White Papers zur Wiederverwertbarkeit des Aluminiumabfalls aus Druckereien. Aufgrund seiner Hochwertigkeit und kurzfristigen Verfügbarkeit leistet der Aluminiumabfall aus Druckplatten einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks. So liegen die Umweltauswirkungen moderner CtP-Systeme bei lediglich 3,1 kg bis 3,3 kg CO₂-Äquivalenten/m² einer 0,3 mm starken Platte. Bei ordnungsgemäßem Recycling fließt der Aluminiumabfall zwar nicht notwendigerweise in die Druckplattenherstellung zurück, kann jedoch in anderen Anwendungsbereichen wiederverwertet werden. Ein solches Paradigma der Wiederverwertbarkeit bedeutet, dass die weltweit steigenden Aluminiumvorräte als Rohstoffbasis dienen, die im Laufe der Zeit einen immer höheren praktischen Nutzen und Wert aus der im Metall zum Zeitpunkt seiner Produktion enthaltenen Energie liefern.

Das Papier räumt ein, dass eine Studie zum CO₂-Fußabdruck der CtP-Systeme nur einen Teil des gesamten ökologischen Fußabdrucks der Branche berücksichtigen kann. Dennoch ist dies ein ebenso wertvoller wie glaubwürdiger Anfang. Agfa möchte sich daher mit anderen Branchenteilnehmern zusammenschließen, um gemeinsam Fragestellungen zu erörtern und neue Wege zu finden, die Druckindustrie nachhaltiger zu gestalten.

➤ www.agfagraphics.de

BIOMASS-FARBTONER Kyocera hat den ersten Biomass-Farbtoner mit 30% Anteil nachwachsender Rohstoffe entwickelt. Das führt nach Angaben von Kyocera zu einer Reduzierung der CO₂-Emissionen um 30% im Vergleich zur Herstellung konventionellen Toners. Dabei vermeide der Biomass-Toner jeden Einfluss auf die Nahrungsmittelproduktion, da er ausschließlich zertifiziertem Anbau vertraue. Der Farbtoner wird für fünf Biomass-Modelle der FS-Serie angeboten. Die Einführung ist für die zweite Jahreshälfte 2012 geplant. ➤ www.kyoceradocumentsolutions.de

MINERALÖLFREIE DRUCKFARBEN Der Druckfarbenhersteller hubergroup setzt bei Druckfarben auf neue mineralölfreie Varianten. Damit wird das Portfolio an nachhaltigen Produkten vergrößert. Hauptcharakteristikum der modernen Druckfarben ist der Einsatz nachwachsender Rohstoffe auf Pflanzenölbasis anstelle fossiler Rohstoffe. Die Druckfarben, die zu rund 80% aus erneuerbaren Rohstoffen zusammengesetzt sind, überzeugen nach Angaben des Herstellers vor allem durch ihre drucktechnischen Eigenschaften. Das gelte für den Bogen- und Rollenoffsetdruck. ➤ www.hubergroup.com



RATGEBER In den Beschaffungsrichtlinien der Bundesregierung und vieler Bundesländer werden Holz und Holzprodukte mit einem Zertifikat wie dem PEFC-Siegel verlangt, da damit ein vertrauenswürdiger Nachweis über die Herkunft des Holzes aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern erbracht wird. Aber auch umweltbewusste Kommunen setzen bei verschiedenen Projekten, bei der Beschaffung von Büro- und Schulmöbeln



sowie Kopier- und Hygienepapieren zunehmend auf Holz aus nachhaltiger, pfleglicher Waldbewirtschaftung. Mit der nun vorliegenden und vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) geförderten Broschüre ›Verantwortungsvoll beschaffen‹ ist ein Ratgeber entstanden, der aufzeigt, wie in der Beschaffungspraxis ganz konkret ein Beitrag zur nachhaltigen Nutzung unserer Wälder geleistet werden

kann. Es finden sich neben Hintergrundinformationen zur Waldzertifizierung wichtige formale Tipps zu Ausschreibungen sowie Best-Practice-Beispiele aus deutschen Kommunen. Diese Informationen sollen dabei helfen, zertifizierte Holz- und Papierprodukte innerhalb der Beschaffung besser zu berücksichtigen und die Idee einer nachhaltigen Entwicklung zu unterstützen.

Die Broschüre kann auf der Internetseite des PEFC heruntergeladen oder als gedrucktes Exemplar bei der Geschäftsstelle bestellt werden.

➤ www.pefc.de

Weniger Stromverbrauch trotz hoher Leistung

Energieeffiziente Module am Beispiel der KBA-Rapida-Bogendruckmaschinen

Um die Potenziale für eine sinnvolle energetische Nutzung der von der Maschine produzierten Abwärme zu bestimmen, waren zeitintensive und exakte Messungen nötig. Auf der Basis der gewonnenen Daten hat KBA Lösungen zur Steigerung der Energieeffizienz als Standard oder Option in die Rapida-Baureihen integriert.

Dies beginnt bereits beim Antriebskonzept der Rapidas, wo der Wirkungsgrad durch einen Vier-Quadranten-Antrieb erhöht wird, der die Bremsenergie in das Versorgernetz zurückspeist. Dadurch wird der Stromverbrauch besonders bei Rüstprozessen reduziert.

Der KBA DriveTronic-Anleger kommt ohne mechanische Getriebe, Längswellen und andere energieschluckende Verschleißteile aus. Stattdessen werden Direktantriebe mit einem hohen Wirkungsgrad eingesetzt. Proportionalventile in Verbindung mit einem geregelten Luftschrank sorgen dafür, dass nur die am Bogentrenner wirklich benötigte Blas- und Saugluftmenge bereitgestellt wird. Dies bedeutet weniger Energie für die Luftbereitstellung. Im Bereich des Saugbandes stellen dezentrale Einzellüfter einen energieeffizienten Bogentransport sicher.

Die nunmehr in allen Formatklassen als Option verfügbare ziehmarkenfreie Anlage DriveTronic SIS benötigt im Gegensatz zu mechanischen oder pneumatischen Systemen keine Saugluft und entlastet damit zusätzlich die energieintensive Luftbereitstellung.

Energiesparende Technik

Dank spielarmer und leichtgängiger Wälzlager können die Druckzylinder und Übergabetrommeln ohne große Kraft sogar mit einer Handkurbel gedreht werden. Diese bei KBA schon seit vielen Jahren eingesetzte Lagertechnik reduziert den Energieverbrauch der Druckmaschinen erheblich. Im Bereich der Bogenführung wird der Venturieffekt für die Reduzierung der Blasluft genutzt. Dabei vermindern Spoiler an den Übergabetrommeln wirkungsvoll Unterströmungen.

Im Farbwerk erhöhen weniger Walzen die Reaktionsschnelligkeit und minimieren gleichzeitig Reibungs- und Energieverluste. Dies gilt auch für das Dreiwalzenfeuchtwerk. Eine weitere Energiesparoption ist das Auskuppeln nicht benötigter Farbwerke, wodurch etwa 3 kW je Farbwerk am Ergieverbrauch eingespart werden. Zusätzlich erspart das teure Walzenpasten sowie die Zeit für das Aufbringen und Abwaschen.

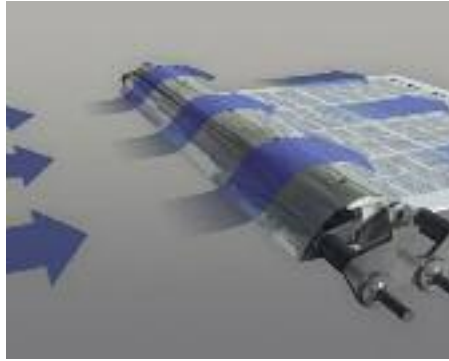
Dass der Bogenoffsetdruck ein energieintensiver Prozess ist, ist hinlänglich bekannt. Deshalb ist es umso wichtiger, energieeffiziente Baugruppen zu entwickeln und anfallende Abwärme sinnvoll zu nutzen. KBA beschäftigt sich schon länger mit diesem Thema und hat interessante Lösungen entwickelt, die zur Einsparung von Energie beitragen können.



Eine optimierte Reflektorgeometrie und ein verbessertes Wärmemanagement der Strahler verbessern die Energieeffizienz beim Trocknen.



Spielfreie Wälzlager an den KBA-Druckmaschinen tragen schon lange zur Reduzierung des Energieverbrauchs bei.



In der Auslage optimieren aerodynamische Spoiler an den Greiferwagen die Luftströmungen energieeffizient.



Durch die Wiederverwendung der als Trocknungsluft eingesetzten Umluft wird der Strombedarf der KBA VariDryBlue-Trockner deutlich reduziert.

Energiesparende Trockner

Die von KBA selbst entwickelten Trocknersysteme neuester Generation ermöglichen mehr Energieeffizienz bei der Druckveredelung mit Lack. So kann bei IR/HL-Trocknung der VariDryBlue-Trockner mit Wärmerückführung bis zu 50% Energie gegenüber klassischen Systemen einsparen. Die VariDry UV-Trockner wurden in puncto Energieeffizienz ebenfalls maßgeblich verbessert. Erreicht wurde dies durch eine optimierte Reflektorgeometrie und ein verbessertes Wärmemanagement der Strahler. Die Strahlungsausbeute konnte dadurch wesentlich erhöht werden. Der Einsatz von elektronischen Vorschaltgeräten spart zudem Energie im Stand-by-Modus. Ein Teil der in der Trocknerabluft enthaltenen Energie kann über einen Wärmetauscher zur direkten Vorwärmung der dem Trockner zugeführten Heißluft verwendet werden und damit den Strombedarf reduzieren. Weitaus größere Einsparungen lassen sich erzielen, wenn mit einer Abluftwärmepumpe die Trocknerabluft weiter ausgekühlt wird und die Zuluft weiter erwärmt wird. Bei dieser Variante können je nach Maschinentyp pro Jahr 50 MWh an Energie eingespart werden.

Freie Kühlung

Eine weitere Maßnahme ist die von KBA angebotene freie Kühlung des Temperierkreises. Hierbei wird bei genügend niedrigen Außentemperaturen der Rückkühlkreislauf direkt in den Temperierkreis eingekoppelt. Je nach Aufstellort und Abwärmelast variiert die Nutzung des Systems. Bei Testmessungen konnte die freie Kühlung über 1.000 Stunden, das entspricht 11,5% des Jahresvolumens, effizient betrieben werden. Werden 220 Arbeitstage im Zweischichtbetrieb als Betriebszeit für das Kühlkombigerät und eine durchschnittliche Leistung von 6 kW im Temperierkreis angenommen, müssen 20,9 MWh aus dem Temperierkreis gekühlt werden. Bei einer freien Kühlung von 1.000 Stunden pro Jahr verringert sich der Strombedarf bei ansonsten unveränderten Annahmen auf 6,45 MWh. Können 3.000 Betriebsstunden über die freie Kühlung abgedeckt werden, ist eine Kostenersparnis von bis zu 850 € jährlich möglich.

Effiziente Luftversorgung

Ein energieeffizienter Luftschrank sollte immer wassergekühlt sein. Durch den angepassten Einsatz von verschiedenen Verdichtertypen, kann KBA den Energieverbrauch für

die Luftbereitstellung im Vergleich zu anderen Luftschränken um bis zu 24 MWh im Jahr senken. Dies entspricht einer Einsparung von 28% beim elektrischen Energieverbrauch.

Abwärmenutzung im Kreislauf

Die im Rückkühlkreislauf anfallende Abwärme aus der Druckmaschine und wassergekühlten Beistellgeräten bietet ein gutes Nutzungspotenzial zum Beispiel für Heizzwecke. Dazu müssen jedoch einige Gegebenheiten geklärt werden. Hat die Druckerei eine Hochtemperaturheizung, ergibt sich ein Problem. Die Temperatur im Vorlauf des Kühlkreislaufes liegt bei durchschnittlich 40°C. Die Temperatur eines Hochtemperaturheizungssystems erreicht dagegen meist 70°C bis 80°C im Vorlauf und 50°C bis 60°C im Rücklauf. Es ist somit nicht möglich, die Wärme des Rückkühlkreislaufes direkt zu nutzen, da es sonst zu einer Abkühlung des Heizkreislaufes kommen würde. Eine Möglichkeit, dies zu umgehen, wäre eine Wärmepumpe, die die Temperatur von 40°C auf das Niveau der Heizung anhebt. Bei der Betrachtung der Wirtschaftlichkeit einer solchen Installation müssen das substituierte Gas für die Heizung, die unterschiedlichen Last-

fälle (die Heizung wird nur in den Wintermonaten genutzt und die Maschine druckt nicht permanent) und die Energie für den Betrieb der Wärmepumpe einbezogen werden. Im günstigsten Fall ist hier mit einem ROI von 15 Jahren zu rechnen, was die Wirtschaftlichkeit einer solchen Installation in Frage stellt. Sofern sich die Druckerei allerdings in einem Neubau mit einer Niedertemperaturheizung befindet, kann die Abwärme des Rückkühlkreislaufes sinnvoll genutzt werden, um den Heizkreislauf energetisch zu entlasten – auch mit relativ geringem Aufwand für die Beheizung von Lagern oder ähnlichem.

Dieser Beitrag wurde uns von KBA zur Verfügung gestellt. Autor des Beitrags ist Dr. Sascha Fälsch.

► www.kba.com

Streifen einschussgeräte
für alle Druck-, Kartographen- oder
Papierverarbeitungsanlagen

Bühnen • Leuchten • Perforieren • Stanzen
Aulen • Eisenrunden • Register stanzen
Hüllen • Zählen • Streifen schneiden
Wagen • Minirollen • Fälschi • Block
Zellen • Bandenrollen • Nummerieren
Falten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Geack. Maschinen und Accessoires

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERSCHMIDTSTRASSE 8
D-8080 VILMERSHOFEN
Telefon 089 30 1 30 1 2 1 3 • Fax 089 30 1 30 1 3



HP auf der Suche

ÄLTESTER LÖSEMITTELDRUCKER DEUTSCHLANDS

Den Besitzer des ältesten Lösemitteldruckers Deutschlands unterstützt HP mit einer Vergütung von 5.000 Euro beim Kauf eines HP Designjet L26500 oder L28500. Auch für die Zweit- und Drittplatzierten bietet HP eine zusätzliche Rückvergütung von 4.000 Euro beziehungsweise 3.000 Euro.

➤ www.hp.com

Kompakt, einfach, schnell

NEUE FARBLASER-DRUCKER UND MFPS VON SAMSUNG

Einfache Bedienbarkeit, brillante Druckqualität und schnelle Auftragsverarbeitung: Das bieten die neuen Farblaser-Drucker der Serie CLP-415 sowie die Farblaser-Multifunktionsgeräte der Serie CLX-4195 von Samsung. Sie erreichen Druck- und Kopiergeschwindigkeiten von bis zu 18 A4-Seiten sowohl in Farbe als auch in Schwarz-Weiß.

Efi

500. VUTEK GS-DRUCKER IM XXL-FORMAT

Efi hat den Verkauf des 500. Druckers aus der Efi Vutek GS-Serie gemeldet. Gigantic Color aus Dallas erhält den GS5000r, einen UV-härtenden 5-Meter-Drucker von Rolle zu Rolle. Flexible Produktion, großes Anwendungsspektrum und ein integrierter Workflow zählen zu den Vorteilen für den texanischen Druckdienstleister.

Fiducia mit 6. Océ JetStream

IT-DIENSTLEISTER ERWEITERT INKJET-PARK

Die Fiducia IT AG, IT-Dienstleister der Volks- und Raiffeisenbanken, hat ihren Druckerpark um eine zusätzliche Océ JetStream 1000 erweitert. Insgesamt arbeitet Fiducia jetzt mit sechs Systemen von Océ: drei JetStream 1000 und eine JetStream 1500 am Firmensitz in Karlsruhe sowie zwei JetStream 1000 im Druckzentrum Berlin.

Papier Union

NEUER OFFICEKATALOG AUS RECYCLINGPAPIER

Mit ihrem neuen Officekatalog 2012/13 gibt die Papier Union ein deutliches Bekenntnis zu Papier als leistungstarkem Kommunikationsmedium ab. Der auf 64 Seiten gewachsene Katalog gewährt Papier mehr Darstellungsraum denn je. Darüber hinaus zeigt er zahlreiche Spezialitäten für den Digitaldruck sowie Medien für den rasch wachsenden LFP Markt. Der Officekatalog wird ergänzt durch Spezialkata-



loge für Briefumschläge und Versandtaschen, Packaging und visuelle Kommunikation (LFP). Dem Kunden steht damit ein kompaktes und doch ausführliches Informationspaket in Form dreier Teilkataloge zur Verfügung.

➤ www.papierunion.de

Druckstudio Gruppe

INVESTMENT IN EQUIPMENT VON HEIDELBERG

Die Düsseldorfer Druckstudio Gruppe hat Vorstufe und Drucksaal mit neuem Equipment von Heidelberg modernisiert. Bereits vor der drupa investierte die Druckerei in die weltweit erste Speedmaster XL 106 Fünffarbenmaschine mit Inline-Lackwerk und Inpress Control. Gemäß dem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmenskonzept ist die Speedmaster XL 106 CO₂-neutral gestellt und produziert alkoholreduziert. Im Mai kamen die weltweit erste SX 52 Fünffarben UV mit Inline-Lackwerk sowie ein neuer SupraSetter 105 dazu. Die Druckmaschine der neuen Baureihe bietet hohe Automatisierung und Flexibilität und ist ebenfalls CO₂-neutral gestellt.

Mit den Investitionen steigert Druckstudio seine Produktivität um bis zu 30%. »Mit der neuen Speedmaster XL 106 machen wir mit unserer auf Innovation ausgerichteten Unternehmensstrategie den nächsten Investitionsschritt in eine höhere Leistungsklasse«, betont Werner Drechsler, Geschäftsführer der Druckstudio Gruppe.

➤ www.druckstudiogruppe.com

Sun Chemical SunLit Crystal

NEUE ›ALLES IN EINEM‹-DRUCKFARBEN

Mit SunLit Crystal bietet Sun Chemical eine nach eigenen Worten ›Alles in einem‹-Druckfarbenlösung



als universelle Bogenoffset-Druckfarbenserie an. Die Farben sollen zum Großteil auf erneuerbaren Rohstoffen basieren und damit zur Nachhaltigkeit beitragen. Zudem sei sie auf die Anforderungen der Druckstandardisierung abgestimmt. Als Druckfarbe auf Basis vegetabilen Öle könne SunLit Crystal auf Geradeaus- oder Schön- und Widerdruckmaschinen aller Formate eingesetzt werden. Die Farben bieten laut Hersteller eine schnelle Trocknung und gute mechanische Festigkeit.

➤ www.sunchemical.com

Goss

VITS PRODUKT-INTEGRATION ZEIGT ERFOLGE

Seit der Übernahme der Vits-Print-Produkte durch Goss International ist der Übergang laut Goss sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter reibungslos verlaufen. Die nahtlose Integration in das Goss Produktangebot habe dazu beigetragen, dass die Auftragseingänge für Vits zugelegt hätten.

Seit der Akquisition der Vits Print GmbH im Dezember letzten Jahres hat Goss die Fertigung der Vits-Produkte von Langenfeld in den niederländischen Standort Boxmeer verlegt, wo Heißlufttrockner und Rollenwechsler hergestellt werden. In diesem Zeitraum wurden dreizehn Aufträge für Vits-Produkte abgewickelt, darunter Installationen für Europa, Asien und Amerika. »Zurzeit liefern wir Planoausleger, Vorfalzeinrichtungen, Lack- und Perforierwerke, Formstanzmaschinen sowie ein Transportsystem an verschiedene Kunden aus«, erklärt Rutger Jansen, Vertriebs- und Serviceleiter für die Goss-Sparte Contiweb-Zubehöraggregate.

➤ www.gossinternational.com



Kern Open House AM PULS DES GESCHEHENS IN BEXBACH

Am 6. Juli 2012 hatte die Kern GmbH zur Open House nach Bexbach eingeladen. Bei strahlendem Wetter nahmen viele Besucher die Gelegenheit wahr, sich über die Produktionsmöglichkeiten von Kern und über Trends im Dialogmarketing zu informieren. Schwerpunktthemen waren Bogenoffset- sowie Digitaldruckmaschinen sowie Fachvorträge der Partnerunternehmen Heidelberg Druckmaschinen,



Kodak, Locr, Michael Huber München sowie die Deutsche Post. Auf dem Plan standen mehrere Live-Maschinenpräsentationen, von Digitaldruck mit Personalisierung (Kodak NexPress SX 3300), Falzen mit Mehrfachnutzen (Heidelberg TH82 8), bis hin zur Klebebindung (Horizon Book Binder BQ-470 PUR Klebebinder) etc. Die Vorführungen an beiden Speedmaster Druckmaschinen waren gut besucht, wo die Kern GmbH sicherlich von den langjährigen Erfahrungen, als weltweiter Erstanwender der Speedmaster CX 102-5 + LX2 und der erfolgreich geleisteten Pionierarbeit bei der SX 102 8C 4/4, profitierte.

➤ www.kerndruck.de

Mimaki UJF-6042 DRUCKQUALITÄT FÜR NEUE ANWENDUNGEN

Mimaki Engineering kündigt den UJF-6042 UV-Flachbettdrucker mit LED-Härtung für Formate bis A2, sowie mit mehreren Tintenoptionen an. Der Drucker bringt viele Ausstattungsmerkmale mit, die Mimaki bereits mit den Modellen der Serie UJF-3042 vorgestellt hat: beispielsweise sechs Prozessfarben, Weißdruck, Klarlack der partiell aufgetragen werden kann, sowie die Möglichkeit auf Materialien bis zu



einer Stärke von 150 mm zu drucken. Er bietet jedoch eine deutlich größere Druckfläche. Das Modell UJF-6042 wurde auf der photokina vorgestellt und soll im Laufe des Dezember erhältlich sein. Mike Horsten, Marketing Manager bei Mimaki Europe: »Das Modell UJF-6042 kann dank eines Drucktisches im Format A2 größere Materialien bedrucken und bietet eine hervorragenden Bildqualität. Er erreicht eine maximale Auflösung von 1.800 mal 1.800 dpi und unterstützt variable Punktgrößen, wobei die minimale Tropfengröße nur vier Picoliter beträgt. So werden feine Verläufe möglich.«

➤ www.mimakieurope.com

M. DuMont Schauberg und KBA 180-JÄHRIGE ZUSAMMEN- ARBEIT WIRD AUSGEBAUT

Seit Frühjahr 2009 produziert eine hoch automatisierte Kompaktrotation KBA Cortina erfolgreich bis zu 80.000 vierfarbige Zeitungen pro Stunde im Druckzentrum des Verlagshauses M. DuMont Schauberg in Köln. Neben der im wasserlosen Offsetverfahren druckenden Cortina mit vier dreifachbreiten Drucktürmen im Berliner Format, zwei Klapfenfzwerken und automatisierter Papierlogistik KBA Patras A betreibt



das seit fast 180 Jahren geschäftlich mit Koenig & Bauer kooperierende Zeitungshaus noch zwei ältere Rotationsanlagen vom Typ KBA Commander. Kürzlich wurde die Partnerschaft zwischen M. DuMont Schauberg und KBA durch einen umfassenden Servicevertrag erweitert. Seit Anfang September 2012 unterstützen drei in Köln stationierte Spezialisten der Tochterfirma PHS das Serviceteam der Druckerei bei der Produktionsbegleitung, Wartung und technischen Betreuung der Anlagen. Mit ihrem technischen Know-how tragen sie zu hoher Verfügbarkeit und Effizienz der Druckmaschinen bei.

➤ www.kba.com

Roland DG DRUCKER/SCHNEIDEPLOTTER SOLJET PRO4 XR-640

Roland DG präsentiert den SolJet Pro4 XR-640. Er ist der technisch am weitesten entwickelte Drucker/Schneideplotter von Roland DG. Das Gerät mit einer Medienbreite von 162,5 cm verwendet die neue ECO-SOL Max2-Tinte, die jetzt mit der neuen Farbe Hellschwarz verfügbar ist. Durch die serielle Verbindung der beiden Druckköpfe werden in den »High Speed«-Modi Geschwindigkei-



ten von 21,6 m²/Stunde erzielt. Der XR-640 schießt Tropfen in sieben verschiedenen Größen ab und optimiert dadurch die Bildqualität. Die Schneidefunktion sorgt dafür, dass Drucke in einem durchlaufenden Workflow ausgeschnitten werden. Die neue Generation der Eco-Solvent-Tinten von Roland DG ist in neun Farben erhältlich: CMYK plus Light Cyan und Magenta, Weiß, Metallsilber und dem neuen Hellschwarz. Diese Farbe sorgt für gleichmäßige Graustufungen.

➤ www.rolanddg.eu

Streifzug durch die Auftragsbücher

Die Verpackungsdruckerei **Ideal AS** in Plovdiv, Bulgarien hat eine **KBA** Sechsfarben-Rapida 105 der neuen Generation mit Lackturm und Auslageverlängerung, Zusatzpaket für den Foliendruck sowie Hybrid- und UV-Ausstattung bestellt. • **BCQ Print** im englischen Buckingham investiert mehr als 2 Mio. € in neue Maschinen: eine **Heidelberg** Speedmaster XL 75 Fünffarben mit Lack und eine XL 75 Vierfarben mit Lackwerk und Wendung. • Die **Axel Springer AG** hat **EAE** mit der Installation des Farbgabelsystems loop an drei Bahnen der **manroland** Zeitungsdruckmaschine vom Typ Colorman am Standort Ahrensburg bei Hamburg beauftragt. • Die Unternehmensgruppe **Kiliandruck** investierte auf der drupa in eine **HP Indigo** WS 6600 mit umfangreichem Weiterverarbeitungssystem. • Die französische Werbedruckerei **SB Plus** in Aulnay in der Nähe von Paris hat bei **Heidelberg** die zweite Speedmaster XL 162 bestellt. SB Plus ist ein Spezialist für hochwertige POS-Werbung und druckt aufwändige Verkaufsdisplays für den Kosmetikmarkt.



Fedrigoni

ANWESENHEIT AUF DER FRANKFURTER BUCHMESSE

Fedrigoni, einer der bedeutendsten Feinstpapierhersteller Europas, präsentiert sein exklusives Sortiment vom 10. bis 14. Oktober 2012 auf der weltweit größten Buchmesse in Frankfurt. Druckfrisch wird der neue »Fedrigoni Verlagsfächer« mit Papieren und Kartons rund um die Buchgestaltung vorgestellt. Daneben erwartet die Besucher eine Auswahl an innovativen und hochwertigen Verlagspapieren wie das Naturpapier »Arcoprint Milk«, das Umweltpapier »Oikos« oder das spezialgestrichene »X-Per«. Als Klassiker zählt die Fedrigoni-Kollektion »Book & Box«, die robuste, weiße und durchgefärbte Papiere enthält und sich optimal für Buchbindearbeiten und Kaschierungen eignet. Diese Papiere zeichnen sich durch eine hohe Abrieb- und Reißfestigkeit, Falzstabilität und Lichtbeständigkeit aus. Sehr beliebt ist das in 19 Farben erhältliche Papier »Imitlin«, dessen Oberfläche mit einer Fingerschutzlackierung veredelt ist und das aufgrund eines Kraftfaser-Zellstoffes eine hervorragende Festigkeit bietet. Alle Fedrigoni-Papiere sind aus TCF- (total chlorfrei gebleicht) oder ECF-Zellstoff (elementar chlorfrei gebleicht) hergestellt und größtenteils FSC-zertifiziert. Kompetente Fachberater stehen den Besuchern für alle Fragen zum Thema Papier am Fedrigoni-Messestand zur Verfügung.



»www.fedrigoni.de

Chromolux

»MORE WITH LESS« CHALLENGE

Chromolux lädt ein an der »more with less« Challenge teilzunehmen. Eingereicht werden sollen Arbeiten, die ihre Qualität durch Reduktion auf das Wesentliche erzielen. Eine Jury wird die fünf besten Arbeiten auswählen und mit je einer Chromolux Sonderedition der »miniki« prämiieren – eine auf das Wesentliche reduzierten Miniküche. »Ressourcen werden immer knapper und die Notwendigkeit verant-



wortungsvoll mit der Umwelt umzugehen wächst immer mehr. Wir müssen uns in allen Lebensbereichen an die veränderten Bedingungen anpassen. Renommierter Zukunfts- und Trendforscher haben »more with less« bereits als global aufkommenden Trend ausgemacht«, beschreibt Christian Drissler von Metsä Board Zanders, den Machern von Chromolux. »Was auf den ersten Blick als Einschränkung erscheint, kann auf den zweiten Blick die Kreativität beflügeln.« Agenturen, Grafik- und Verpackungsdesigner und Drucker können eine Broschüre, einen Text, eine Illustration, ein Printprodukt oder eine nicht realisierte Idee einreichen, solange es die Herausforderung erfüllt, seine Qualität durch Reduktion auf das Wesentliche zu erreichen. Der Einsendeschluss ist der 20. November 2012.

»www.chromolux.de
»www.metsagroup.com

Berberich

NEUES GRAFISCHES FEINKARTON-MUSTERSET

Mit Suomi 1S und Suomi 2S führt die Carl Berberich GmbH zwei holzfrei weiß gestrichene Sulfatzellstoff-Kartonsorten in seinem Sortiment, die sich für grafische Einsatzzwecke wie Mailings, Katalogumschläge oder Präsentationsmappen sowie Verpackungslösungen eignen. Suomi 1S ist ein einseitig zweifach gestrichener Karton mit pigmentierter Rückseite. Suomi 2S ist ein zweiseitig zweifach gestrichener



Die neue Mustermappe von Suomi 1S und Suomi 2S mit Veredelungsbeispielen wie Reliefprägung oder partielle Lackierung ist ab sofort erhältlich.

Zellstoffkarton. Beide Produkte zeichnen sich durch ihren hohen Weißegrad, ihre Glätte sowie ihre Stabilität und Steifigkeit aus. Die Zellstoffkartonsorten besitzen ein ausgezeichnetes Laufverhalten bei allen Produktionsprozessen und eignen sich für alle gängigen Veredelungstechniken. Das bis jetzt unter dem Namen Suomi board geführte Produkt Suomi S1 ist ab sofort durch die Bezeichnung S1 als einseitig gestrichen von dem zweiseitig gestrichenen Suomi S2 – das zuvor unter Suomi gloss bekannt war – abgrenzbar. Suomi ist die Eigenbezeichnung von Finnland. In dem skandinavischen Land wird die Marke von Berberich auch produziert.

»www.berberich.de

Antalis erweitert Portfolio

PREMIUMPAPIER-SORTIMENT FÜR DEN DIGITALDRUCK

Im Rahmen ihrer neu vorgestellten Kampagne d2b »Digital to Business« hat Antalis ihr Sortiment an Premiumpapieren für den Digitaldruck neu zusammengestellt. Die überarbeitete Kollektion AWCP Digital Range ist für den Einsatz auf Flüssig- und Trockentonertechnologien konzipiert und bietet neben einer noch größeren Farbpalette ein umfangreiches Angebot an Formaten. Zu den neuen Digitaldruck-Premi-



Curious Metallics Super Gold, weiß bedruckt auf einer HP Indigo.

umpapieren, bei denen Antalis auf die Produkte des Papierherstellers Arjowiggins setzt, zählt unter anderem Dot der Marke Rives mit geometrischer Punktprägung. Die Qualität eignet sich beispielsweise für die Erstellung individueller Visitenkarten oder Verpackungen. Neu ist auch Conqueror Bamboo, das zu 50% aus Bambusfasern besteht und eine natürliche Haptik aufweist. Mit der neuen Range erweitert Antalis auch das bisherige Farbspektrum seiner Premiumpapiere. Die Marke Keycolour bietet intensive Farben. Für mehr Nachhaltigkeit sorgen diverse hochwertige Recyclingpapiere wie Curious Metallics oder auch Conqueror CX22 mit einem 100% Altpapieranteil. Während die Papiere für den Bereich Trockentoner im Format 450 x 320 mm verfügbar sind, gibt es die für Flüssigtoner geeigneten Papiere im Format 460 x 320 mm.

»www.antalis.de
»www.myprintfolio.com



Denken Sie in größeren Dimensionen.

Denken Sie an Wettbewerbsvorteile.

Denken Sie digital.

Drucken Sie mehr mit einer digitalen **Kodak NexPress SX** Produktionsfarbdruckmaschine.

Profitieren Sie vom digitalen Druck der am Markt stark nachgefragten farbigen Kleinauflagen und drucken Sie auf bis zu 660 mm langen Bogen. Erweitern Sie die Auswahl Ihrer Produktionsanwendungen mit den innovativen Lösungen für das fünfte KODAK NEXPRESS Druckwerk. Beeinflussen Sie Ihre Gewinnentwicklung positiv – mit maximaler Produktivität, hoher Qualität und einzigartigen Anwendungen, durch die Sie sich von Ihren Wettbewerbern abheben.

Kodak Digitaldrucklösungen: die richtige Wahl, um heute und morgen erfolgreich zu sein.



Kodak NexPress SX Produktionsfarbdruckmaschine

www.kodak.com/go/commg



Trendcommerce

IN ZWEI SYSTEMEN DER HP T230 INKJET WEB PRESS INVESTIERT

Die Trendcommerce (Schweiz) AG plant die Installation von zwei Systemen der HP T230 Inkjet Web Press, um auf die gestiegene Nachfrage nach seinen Transaktions-druckservices zu reagieren und neue Geschäftschancen zu nutzen. Das Unternehmen hat die beiden Drucksysteme auf der drupa 2012 bestellt, war aber schon lange vorher von der Druckqualität und den Produktionsvorteilen der HP Inkjet-Systeme überzeugt.

»Wir bei Trendcommerce haben uns seit unserer Gründung 1996 auf personalisierte Marketingbotschaften



mittels Digital-technologie konzentriert«, sagt **Filippo Zanchi**, Mitgründer, Miteigentümer und Produktionsleiter von Trendcommerce.

»Unsere Unternehmenskunden und -interessenten versuchen immer mehr, alle ihre Offsetdruckjobs hin zu einem Digitaldruckdienstleister zu verlagern, der guten Service bietet und die aktuellste Technologie einsetzt. Diese Unternehmen möchten hochvolumige Jobs abwickeln, für die große Produktivität und Flexibilität und hohe Druckgeschwindigkeiten erforderlich sind. Daher haben wir uns für die HP T230 Inkjet Web Press entschieden.«

Das kompakte Hochleistungsdrucksystem HP T230 liefert Farb- und Monochromduplexdruck in hohen Geschwindigkeiten von bis zu 122 m/Min. und bietet mit seiner Druckbreite von 520,7 mm die Flexibilität, die die Trendcommerce AG für ihre Anwendungen auf gestrichenen und ungestrichenen Medien benötigt.

➤ www.hp.com

Schwäbische Traditionsdruckerei Offizin Scheufele

PRODUKTIVITÄTSSTEIGERUNG MIT PRINECT WORKFLOW VON HEIDELBERG

Die Stuttgarter Traditionsdruckerei Offizin Scheufele Druck&Medien setzt seit dem Jahr 2000 schrittweise die Komplettintegration in einen durchgängigen Workflow um. Damit sorgt das Unternehmen für eine möglichst geringe und transparente Kostenbasis und sichert so den Erhalt der eigenen Wettbewerbsfähigkeit. Kontinuierliche Investitionen in Produkte der Prinect-Familie der Heidelberger Druckmaschinen AG führten zu einer heute vollständig integrierten Druckerei.

»Um schrittweise die gesamte Produktion zu integrieren, haben wir zum einen die Betriebsabläufe nach und nach verändert und an den Workflow angepasst«, erklärt Ingo Bauer, Betriebsleiter in der Druckerei. »Zum anderen ging mit der stufenweisen Umstellung ein kontinuierlicher Lernprozess einher, der eine optimale Funktionsweise und Einbindung des Workflows sicherstellte. Die Einführung eines Workflows bedeutet Veränderungen für alle – wir wollten durch das schrittweise Vorgehen allen Mitarbeitern die Möglichkeit bieten, sich an die strukturellen Veränderungen in der täglichen Arbeit anzupassen.« In der Vorstufe sorgt der Prinect Prepress Manager heute dafür, dass die wichtigsten Vorstufenfunktionen wie Datenannahme, -prüfung und -aufbereitung über das Ausschießen und die Plattenbelichtung bis zu Proof und Abnahmezyklen automatisiert ablaufen. Nach der Anbindung der Vorstufe folgte dann mit dem Prinect Pressroom Manager die vollständige Integration des Drucks. Eine Heidelberg Speedmaster XL 105-5 L ist mit dem integrierten spektralfotometrischen Inline-Messsystem Prinect Inpress

Control ausgestattet, das Skalenfarben, Sonderfarben und Passer parallel bei laufender Maschine misst und damit die Rüstzeit halbiert, ein Drittel der Makulatur und somit insgesamt enorme Kosten spart. Das Inline-System leitet die Korrekturen direkt an den Maschinenleitstand Prinect Press Center weiter.



Mit Prinect Inpress Control wird bei Offizin Scheufele auch während des Druckprozesses die Einhaltung der Farbstandards überprüft.

Die Speedmaster ist zudem mit dem automatischen simultanen Plattenwechsler AutoPlate XL ausgestattet, der erheblich zur Rüstzeitenminimierung beiträgt.

Seit Mitte 2011 ist der Prinect Pressroom Manager installiert, mit dem Offizin Scheufele seine Produktivität und Speicherkapazität nochmals deutlich steigern konnte. Die Anbindung des Polar-Schneidsystems in der Weiterverarbeitung vervollständigt den Gesamt-Workflow.

»Das kontinuierliche »Dranbleiben« am Thema Prozessintegration zahlt sich für unser Unternehmen aus. Damit ist es uns bisher gelungen, unsere Marktposition in einem starken Wettbewerbsumfeld auszubauen«, sagt der Geschäftsführer Jürgen Keidel bei Offizin Scheufele.

➤ www.heidelberg.com

➤ www.scheufele.de

Medien Zustell GmbH

EASYSERT BRINGT ORDNUNG IN ÖSTERREICHS BRIEFKÄSTEN

Mit insgesamt fünf EasySert steckt die Medien Zustell GmbH, ein Tochterunternehmen der Österreichischen Post, unadressierte Werbung in den vierseitigen Umschlag »Kuvert« ein. Dadurch gelingt es dem Unternehmen, die Attraktivität für Empfänger zu steigern und gleichzeitig die Effizienz zu verbessern. Die Österreichische Post hat mit »Kuvert« ein neues Format für Haushaltswerbung auf den Markt ge-



»Kuvert« geht zweimal in der Woche an 3,2 Mio. Haushalte in ganz Österreich.

bracht, mit dem Prospekte jetzt gebündelt im Briefkasten des Empfängers landen. »Kuvert« hat eine Auflage von rund 3,2 Mio. Stück und erreicht zweimal in der Woche alle österreichischen Haushalte. Die gesamte Umsetzung und Logistik für das Projekt hat die Österreichische Post an ihre Tochter, die Medien Zustell GmbH, übertragen. Der Auftrag für die entsprechende Technik wurde international ausgeschrieben, wobei die Ferag mit EasySert als Sieger hervorging und mit der Lieferung von insgesamt fünf Einstecklinien und Paketiersystemen beauftragt wurde. Alle fünf Einstecklinien wurden mit jeweils 24 Anlegern ausgestattet. Im Rahmen einer 24-in-1-Produktion können so, abhängig vom Gewicht, bis zu 24 Prospekte in den Umschlag eingesteckt werden.

➤ www.ferag.com



Rako Etiketten

MIT FÜNF DIGITALDRUCKSYSTEMEN HP INDIGO WS6600 KAPAZITÄT GESTEIGERT

Die Rako Etiketten GmbH & Co. KG hat fünf neue Systeme HP Indigo WS6600 Digital Press installiert, um einen größeren Markt mit digital gedruckten Etiketten profitabler bedienen zu können. Das Unternehmen mit Zentrale in Witzhave bei Hamburg ist ein führender Anbieter von Etiketten und Verpackungen sowie der größte Hersteller von gedruckten Etiketten mit digitalem Rollenoffsetdruck in Europa. Rako Etiketten wird die fünf Systeme in insgesamt drei Werken in Deutschland einführen und den digitalen Druck weiter ausbauen.

Die optionale Inline-Grundierungseinheit (ILP, Inline Primer Unit) mit einer speziell entwickelten wasserbasierten Grundierung ermöglicht die Verwendung standardmäßiger und unbehandelter Papiermaterialien mit der HP Indigo WS6600 Digital Press. Neben größerer Flexibilität und niedrigeren Kosten erlaubt dies kürzere Durchlaufzeiten, da der zusätzliche Schritt der Offline-Bedruckstoff-Vorbereitung entfällt. »Die neuen Indigo Drucksysteme arbeiten doppelt so schnell wie unsere derzeit installierten Modelle und sind einfacher zu bedienen. Wir können unsere Arbeitskosten pro Etikett drastisch verringern und gleichzeitig unsere Kapazität verdoppeln«, sagt Roger Gehrke, Manager



Digital Printing bei Rako Etiketten. »Dass wir jetzt dieselben Standardmedien verwenden können, die auch in unseren Offset- und Flexodrucksystemen eingesetzt werden, ist ein weiterer Vorteil, weil wir dadurch Lager- und Materialkosten einsparen.«

Der Vorteil schnellerer Durchsätze, so das Unternehmen, wird durch die Funktionalität des EPM-Modus (Enhanced Productivity Mode) der HP Indigo WS6600 Digital Press maximiert. So wird der Durchsatz des Drucksystems bei den meisten Farbjobs um 33% und bei zusätzlicher weißer Farbe um 25% erhöht. »Mit EPM – hierbei wird Schwarz durch entsprechende Anteile von

Cyan, Magenta und Gelb ersetzt – können wir zehn lineare Meter pro Minute mehr drucken«, erläutert Gehrke.

Mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 60 m/Min. und dem neuen EPM-Modus, verbessert die HP Indigo

WS6600 Digital Press deutlich die Rentabilitätsgrenze des Digitaldrucks gegenüber konventionellen Prozessen. Diese zusätzliche Produktivität ermöglicht es Druckdienstleistern, flexibel, effizient und profitabel zu arbeiten und zeitkritische Jobs schnell abzuwickeln.

➤ www.hp.com

OKI

DIGITALE LED-WHITE-TONER-DRUCKER

Weißdruck galt lange Zeit als schwierig und teuer. Doch die neuen digitalen LED A4- und A3-White-Toner-Drucker ES7411WT und ES9420WT von OKI erzeugen erstklassige Druckergebnisse – selbst auf dunklem Papier, durchsichtigem Film oder bunten T-Shirts. Die neuen OKI-Drucker richten sich an verschiedene Schlüsselmärkte sowie bereits existierende Grafik-anwendungen. Hierzu zählen beispielsweise Transfermedien- beziehungsweise T-Shirt-Druck, Porzellan-dekoration, Gegenlichtbeschilderung durch Transparenzfilm sowie Filmdruck im Verpackungsbereich, aber auch Dummy-Bau oder Designproof. Die neuen Geräte bieten zudem zahlreiche neue Möglichkeiten für kreative Verkaufsbeschilderungen auf Glas oder Schaufenstern, in Geschäften oder auf Autofenstern.

➤ www.oki.de

RAPID
TRANSUT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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



Vierte KBA Commander CL für Deutschland

Mit der Bestellung einer Commander CL-Zeitungsrotation setzt die ›Fränkische Landeszeitung‹ in Ansbach die Partnerschaft mit KBA fort. Die weitgehend automatisierte 48-Seiten-Anlage soll im Herbst 2013 die in den 1990er-Jahren installierte KBA Journal ablösen.

»Die gedruckte Regionalzeitung hat mit ihrer seriösen und vielseitigen Berichterstattung über lokale Ereignisse ihre Zukunft in unserer multimedialen Welt und wird auch weiterhin eine tragende Säule unseres Geschäfts bleiben«, sagt Guido Mehl, Verleger und Geschäftsführer der Fränkischen Landeszeitung. »Allerdings müssen wir die Ansprüche unserer Leser und Inserenten noch besser erfüllen und zudem effizient und kostenorientiert produzieren.« Verleger und Geschäftsführer Harald W. Wiedfeld ergänzt: »Mit der KBA Commander CL erreichen wir eine noch bessere Druckqualität und deutlich geringere Makulatur. Durch die Ein-Knopf-Bedienung und zahlreiche Automatisierungen erhöhen wir die Effizienz und den Komfort für das Bedienpersonal. Die Drucker können sich auf kontrollierende Funktionen konzentrieren. Gleichzeitig werden der Wartungsaufwand und Energieverbrauch reduziert. Mit dieser fortschrittlichen Drucktechnik sehen wir uns für eine erfolgreiche Zukunft unserer Printprodukte gut gerüstet.«

RENOMMIERT IN MITTELFRANKEN Die ›Fränkische Landeszeitung‹ erscheint mit einer Tagesauflage von rund 50.000 Exemplaren in der Region rund um Ansbach, Dinkelsbühl, Feuchtwangen und Rothenburg ob der Tauber. Neben den vier Lokalausgaben der Tageszeitung gibt der Verlag das wöchentlich erscheinende Anzeigenblatt ›Woche im Blick‹ mit zwei Ausgaben und einer Gesamtauflage von rund 125.000 Exemplaren heraus. Zusätzlich zur Zeitungs- und Prospektzustellung ist das Medienhaus in der regionalen Briefzustellung tätig.

TECHNIK NACH MASS Die doppeltbreite Commander CL-Unterbaumaschine wird auf das Berliner Format mit einem Zylinderumfang von 940 mm und einer maximalen Papierbahnbreite von 1.260 mm ausgelegt. Sie kann in Doppelproduktion bis zu 84.000 vierfarbige Zeitungen pro Stunde drucken.



Nach der Bestellung der Commander CL v. l.: Klaus Möhler (Technischer Betriebsleiter), Georg Fleder (Vertrieb Rollenmaschinen KBA), Rainer Mehl, Guido Mehl (beide Verleger und Geschäftsführer der ›Fränkische Landeszeitung‹), Alexander Huttenlocher (Vertriebsdirektor KBA) und Harald W. Wiedfeld (Verleger und Geschäftsführer).

Zur Ausstattung gehören drei Pastomat-Rollenwechsler mit automatischer Papierrollenbeschickung KBA Patras A einschließlich Auspackstation, drei Drucktürme mit manuellem Plattenwechsel, RollerTronic-Walzenschlösser, Fanout-Kompensation, automatische Farbregisterregelungen, CleanTronic-Zylinderwaschanlagen, automatische Reinigung der Farb- und Feuchtwerte sowie zentrale Farbversorgung, drei Wendeeinrichtungen, ein Falzapparatüberbau mit zwei Trichtern, ein Klappenfalzwerk KBA KF 3 sowie ein weiteres, generalüberholtes Falzwerk der bisherigen Journal-Rotation. Schnittregister-, Papierbahnkanten- und Mittenregelungen sowie Bahnlaufregleinrichtungen gehören ebenso zur Ausstattung wie zwei KBA ErgoTronic-Leitstände mit EasyTronic zum makulatur- und zeitoptimierten Anfahren (EasyStart) und automatisierten Abrüsten (EasyClean-up) der Rotation sowie KBA PressNet zur Planung, Voreinstellung und Prozesssteuerung. Seit der Markteinführung zur Ifra Expo 2011 in Wien hat KBA bereits fünf Anlagen dieses Maschinentyps verkauft.

➤ www.kba.com

Folienbearbeitung

KOMPLETT ENTNEHMBARE ELEKTRODENKASSETTE

Bunte Chipstüten und Obstauflöcher genauso wie Etikettierung von kosmetischen Tuben und Tiegeln werden erst durch die Corona-Behandlung möglich, die an der Verarbeitung von Folien maßgeblich beteiligt ist. Allerdings sammelt sich im Corona-System Staub und Schmutz, der die Funktionstüchtigkeit der gesamten Anlage gefährdet. Aus diesem Grund muss sie regelmäßig gewartet werden. Doch



Das ›Easy-Change-Schnellwechselsystem‹, eine inklusive Ansaugrohr und Staubfänger entnehmbare Elektrodenkassette, ermöglicht eine schnelle Wartung und Reinigung der kompletten Anlage.

bei vielen Corona-Anlagen ist zu diesem Zweck nur eine innere Elektrodenkassette entnehmbar, Staub und Schmutz verbleiben in der Maschine, die dann aufwendig abgesaugt und gereinigt werden muss. Währenddessen steht die Anlage still. Für die Corona Narrow Web, die vor allem bei schmalen Folienbahnen und zum Etikettendruck eingesetzt werden kann, hat die Ahlbrandt System GmbH daher eine komplett mit Staubfang und Ansaugrohr entnehmbare Elektrodenkassette entwickelt, die innerhalb weniger Minuten entfernt und gereinigt werden kann, sodass nur minimale Ausfallzeiten entstehen.

➤ www.ahlbrandt.de

Zwei Einstecksysteme ProLiner in Bielefeld-Sennestadt

WESTFALEN-BLATT SETZT AUF VERSAND- RAUMTECHNIK VON MÜLLER MARTINI

Weil die Zeitungsgruppe Westfalen-Blatt von der Zukunft der gedruckten Zeitung überzeugt ist, investiert sie in Bielefeld in eine komplett neue Produktionsstätte. Mit zwei ProLinern kommen dort wiederum Einstecksysteme von Müller Martini zum Einsatz.

Das 1848 erstmals herausgegebene ›Westfalen-Blatt‹ ist eine der großen Regionalzeitungen Westfalens und erscheint mit insgesamt 27 Lokalausgaben und einer Gesamtauflage von rund 120.000 Exemplaren in Ostwestfalen. Zur Zeitungsgruppe mit Sitz in Bielefeld, deren älteste Lokalausgabe in Warburg seit dem Jahre 1839 erscheint, gehören mit dem ›Westfälischen Volksblatt‹, dem ›Herforder Kreisblatt‹ und der ›Lübecker Kreiszeitung‹ drei weitere Tageszeitungs-Titel. Zudem zeichnet der Verlag auch als Herausgeber mehrerer Anzeigenzeitungen.

»Weil wir überzeugt sind, dass die gedruckte Zeitung auch im Zeitalter des Internets unverzichtbares Kulturgut und lokales Informationsmedium Nummer 1 ist und bleibt«, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Michael Best, investiert die Zeitungsgruppe in Bielefeld-Sennestadt auf der grünen Wiese in ein komplett neues Werk. Anfang August war Baubeginn, im Herbst nächsten Jahres soll die Zeitungsproduktion aufgenommen werden. Zur Weiterverarbeitung der von einer KBA Commander CL mit zwei doppeltbreiten 32-Seiten-Rotationen mit vier Rollenwechslern, vier Drucktürmen und zwei Falzwerken neu durchgängig vierfarbig gedruckten Zeitungen entschied sich das Traditionshaus wiederum für eine Lösung von Müller Martini.

Wird bisher mit zwei Einstecksystemen NewsLiner produziert, so werden im neuen Werk zwei identische Linien mit FlexiRoll-Puffern, Einstecksystemen ProLiner mit je zwölf Beilagenanlegern plus automatischer Vorprodukt-Zuführung und Kreuzlegern NewsStack zum Einsatz kommen. Neben den jahrelangen guten Erfahrungen mit den



Von rechts: Günter Billmeier (Projektleiter Westfalen-Blatt/externer Berater), Thilo Grickschat (Geschäftsführer Westfalen-Blatt), Volker Leonhardt (Geschäftsführer Müller Martini Deutschland) und Matthias Kandt (Vertriebsbeauftragter Müller Martini Deutschland) bei der Vertragsunterzeichnung für die beiden ProLiner-Einstecksysteme.

Vorgängermodellen entschied sich das Westfalen-Blatt nicht zuletzt auch wegen des überzeugenden Puffersystems erneut für eine Versandraum-Lösung von Müller Martini.

► www.mullermartini.com

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.



Messestand symbolisiert technische Machbarkeit

Nur wenige Monate nach der drupa präsentiert Fujifilm auf der FachPack 2012 vom 25. bis 27. September in Nürnberg seine Lösungen für die Verpackungsherstellung. Dabei stehen Digital- und Offsetdruck sowie der Flexodruck im Fokus.

Fujifilm zeigt, wie sich mit dem Wide-Format-UV-Inkjet-Drucksystem Acuity LED 1600 kleine Auflagen und Muster von Verpackungen, Displays für den Point-of-Sale sowie Etiketten herstellen lassen. Zum anderen unterstreicht das Unternehmen mit seinem Lackangebot der PressMax-Familie seine Position als Hersteller spezieller migrationsarmer Dispersions- und UV-Lacke sowie von Spezial- und Flexo-Lacken für das Packaging.

LEBENSMITTELKONFORME VERPACKUNGEN Die Herstellung lebensmittelkonformer Verpackungen wird wieder ein Schwerpunkt sein. Fujifilm hat sich bereits mehrfach im Rahmen verschiedener Kundenveranstaltungen der Frage angenommen, welche Aspekte in der Produktion von Verpackungen für Lebensmittel vor dem Hintergrund der verschärften gesetzlichen Bedingungen zu beachten sind. Die migrationsarmen LM-Lacke (Low Migration) des Unternehmens sind universell einsetzbar und bieten Lebensmittelherstellern Sicherheit und Transparenz hinsichtlich der Konformität ihrer Verpackungen, die im Zuge spezifischer Migrationsprüfungen (10 ppb-Screenings) zuverlässig verifiziert werden kann. In den Regalen von Supermärkten finden sich nach Aussagen von Fujifilm mehr und mehr Verpackungen von Markenprodukten, die mit diesen LM-Lacken hergestellt werden. Neben entsprechenden Mustern präsentiert das Unternehmen auch Verpackungen, die mit Primerlacken für UV-Lackierungen und Folienlaminierungen sowie Dispersions-Superglanzlacken von Fujifilm hergestellt wurden. Zudem umfasst das Angebot scheuerfeste, hitzebeständige und digital bedruckbare Speziallacke. Alle Lacke von Fujifilm zeichnen sich durch ausgezeichnete Optik und sicherste Verarbeitung aus.

FLENEX DLE Mit dem CtP-System Flenex DLE (Direct Laser Engraving) zeigt das Unternehmen, wie sich der Prozess der Herstellung von Druckplatten für den Flexodruck auf zwei statt bislang sieben Arbeitsschritte verschlanken lässt. Bei Flenex DLE werden die dreidimensionalen Reliefs der Flexoplatten mit Hilfe der Lasergravur in einem einzigen Schritt gefertigt und anschließend nur noch gereinigt. Vollformatige Klischees sind binnen etwa einer Stunde fertig. Kleinere Formate beanspruchen entsprechend weniger Zeit. Abgesehen von der reduzierten Zahl der Arbeitsschritte bedeutet die im Vergleich zu konventionellen Prozessen extreme Vereinfachung weniger Fehlerquellen und Toleranzen bei gleichzeitig mehr Kontrolle. Davon wiederum profitiert auch die Qualität der Flexodruckplatten.



Für ein einladendes Ambiente sorgt das von der drupa bekannte Cafe Impresso-Design des Messestandes, den Fujifilm als Kommunikationsplattform verstanden wissen will. »Abgesehen von den Kaffee-Spezialitäten ist praktisch der gesamte FachPack-Messestand mit digitalen Technologien von Fujifilm hergestellt«, verspricht Jürgen Geyer, Produkt Manager für Pressroom Solutions. Die Wände des Cafes sind aus der selbstklebenden Erfurt-Vlies-tapete euromedia Smooth Wall sticky hergestellt, die auch POS-Displays und anderen Werbematerialien eine besondere Anmutung verleihen kann. Geyer: »Wir zeigen schon anhand unseres Messestandes, was mit unseren Lacken und digitalen Technologien auch im Packaging heute alles möglich ist.«

➤ www.fujifilm.de

Metsä Board

NACHHALTIGES PACKAGING-MATERIAL AUF DER FACHPACK

»Pure Efficiency. True results« ist das Motto von Metsä Board, vormals M-real. Denn Effizienz steht bei Metsä Board vor allem für nachhaltige, innovative Konzepte. Allen voran das Prinzip der Leichtgewichtigkeit der Materialien. Der Messeauftritt des zur Metsä Group gehörenden Unternehmens demonstriert optisch die Leistung von Metsä Board. Er zeigt exzellente Qualitäten aus natürlichen, nachwachsenden Rohstoffen. Metsä Board ist Vorreiter in der Entwicklung besonders leichter Karton- und gestrichener Kraftliner-Qualitäten, die bei gleicher Leistung gegenüber herkömmlichen Sorten Gewichtseinsparungen im bis zu zweistelligen Prozentbereich einbringen. Das schont die Umwelt und bringt Entlastungen über die gesamte Lieferkette bis hin zur Entsorgung. Zwei neue doppelt gestrichene White-Top-Kraftliner werden auf der FachPack vorgestellt: Kemiart Graph+ und Kemiart Lite+. Der doppelte Strich schafft eine glattere Oberfläche mit höherem Glanz und sorgt durch optimierten Farbauftrag, brillantere Farben und höhere Detailtreue für bessere Druckergebnisse. Die neuen Containerboards eignen sich zum Beispiel hervorragend für Shelf Ready Packaging, POS-Lösungen und Werbedisplays. Die Standpräsentation des Messezentrums in Nürnberg stellt zudem viele weitere Ideen und Qualitäten zu den Themen Lightweighting und Nachhaltigkeit vor und informiert über Einsatzbereiche, Bedruckbarkeit, Möglichkeiten der Weiterverarbeitung und Veredelung sowie das wichtige Thema Produktsicherheit.

➤ www.metsaboard.com

Heidelberg

LÖSUNGEN FÜR DEN DIGITALEN VERPACKUNGSDRUCK

Die Heidelberger Druckmaschinen AG stellt zur Fachpack, die vom 25. bis 27. September in Nürnberg stattfindet, ihre Lösungen für den digitalen Verpackungsdruck in den Fokus der Präsentation.

Für den digitalen Vollfarbdruck von Etiketten zeigt Heidelberg das modulare Digitaldrucksystem Linoprint L. Bei der Heidelberg Linoprint L handelt es sich um ein Inkjet-Drop-on-Demand-System für den Druck



Die Heidelberg Linoprint L ist prädestiniert für den digitalen Druck von sicheren und detailgetreuen Etiketten.

kleiner bis mittlerer Etiketten- und Folien-Auflagen sowie Anwendungen mit variablen Inhalten. Kompakt und gekapselt genügt das System höchsten Anforderungen und erfüllt die strengen Richtlinien zur Qualitätssicherung von pharmazeutischen Produktionsabläufen und -umgebungen. Anwender verfügen damit auch über eine Lösung, mit der sich zukunftsweisende Applikationen wie Smart Labels, Sicherheitsdruck oder nachverfolgbare Etiketten realisieren lassen.

»Mit unseren Lösungen von Linoprint sind wir in der Lage, die hohen Qualitätsanforderungen an integrierte Drucklösungen für Verpackungslinien zuverlässig zu bedienen«, sagt Dr. Christian Compera, Leiter des Geschäftsbereichs Digitaldruck bei Heidelberg.

➤ www.heidelberg.com

Achilles

VEREDELUNGSNEUHEITEN FÜR DIE VERPACKUNGSBRANCHE

Die Achilles Gruppe wird auf der Fachpack 2012 vom 25. bis 27. September ihre neuesten Veredelungsinnovationen für Verpackungshersteller präsentieren. Besucher können sich zum einen von der besonderen Haptik von Verbunden aus Folien in Kombination mit Achilles Spezial Matt, der kratzfesteren Mattfolie, sowie von metallisierenden PET-Folien überzeugen. Zum anderen wird Achilles vor Ort



Edle Optik bei gleichzeitig kratzfesteren Eigenschaften: Die Achilles Spezial Matt Folie in Kombination mit Achilles Glanzlack.

die Vorteile der Angebote »Achilles films« und »Achilles create« erlebbar machen sowie die neuen Möglichkeiten der Veredelung im Großformat vorstellen.

Unter dem Namen »Achilles films« bietet Achilles auch 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, die Folienbreite und die Folienstärke auswählen. Achilles realisiert deren Herstellung innerhalb von sechs Wochen – auch als Thermofolie. 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.

➤ www.achilles.de

theurer.com

EFFIZIENZ IM DIGITALEN VERPACKUNGSDRUCK

Schwerpunkte der Fachpack 2012 sind bei theurer.com neben der neuen Version der ERP/MIS Branchen-Software C3.2012 ein hoch-effizienter Workflow für den digitalen Verpackungsdruck, die Business Templates für Verpackungen sowie das Web-Portal und der Assistent für Sammelproduktionen.

Tobias Theurer, Geschäftsführer bei theurer.com: »Wer im Verpackungsmarkt in den Digitaldruck einsteigt, braucht vor allem ein gutes Konzept um kleine Aufträge mit vielen Sorten schlank und effizient abwickeln zu können.« Durch die jahrelange Erfahrung in der Effizienzsteigerung und Optimierung interner Abläufe sowie vielen strategischen Partnerschaften mit zum Beispiel HP Indigo und Esko ist theurer.com C3 dafür bestens geeignet. So kann von theurer.com C3 zum Beispiel bei jedem Angebot oder Auftrag automatisch bestimmt werden, welches Produktions-Verfahren pro Auflage das günstigste ist. C3 vergleicht etwa Digitaldruck und Schneideplotter oder Offset und Stanzen direkt miteinander. Durch die Integration von Prepress-Software oder der direkten Integration von zum Beispiel HP Indigo Maschinen wird im nächsten Schritt der Workflow weitestgehend automatisiert und effizienter, somit verkürzen sich die Durchlaufzeiten und die Fehleranfälligkeit wird verringert.

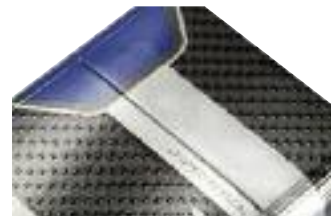
➤ www.theurer.com

Saueressig

VERPACKUNGEN, DIE MEHR BIETEN

Saueressig präsentiert auf dem Messestand der Matthews Brand Solutions Europe während der FachPack Know-how und innovative Druckwerkzeuge für die Bedruckung und Veredelung von Verkaufsverpackungen.

Saueressig betreut Kunden in allen gängigen Druckverfahren. Die stetige Weiterentwicklung von Materialien, Prozessen und Oberflächen gehört zum Unternehmensleitbild.



Mit Lack veredelte Verpackung.

Neueste Ergebnisse sind die Strukturierung von metallischen Oberflächen mittels der Kurzpulslasertechnik und die Erzielung haptischer Effekte durch den Auftrag von UV-Lacken im Flexo- und Tiefdruck. Diese bieten dem Kunden fast unbegrenzte Möglichkeiten, Verpackungen durch optische und vor allem haptische Effekte aufzuwerten.

➤ www.saueressig.de





TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2012			
25. 09. - 27. 09. 2012	FachPack	Nürnberg	 www.fachpack.de
26. 09. - 27. 09. 2012	EcoPrint EuropeLive 2012	Berlin	 www.ecoprintshow.com
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-digital.com
04. 09. - 06. 09. 2013	PostPrint	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
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



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK  **MARKT**
 macht Entscheider entscheidungssicher

7. europäische GUA-Konferenz DAS POTENZIAL VON KODAK- LÖSUNGEN VOLL AUSSCHÖPFEN

Die Teilnahme an der 7. Jahreskonferenz der Graphic Users Association (GUA) of Kodak Solutions bietet Druckdienstleistern die Gelegenheit, herauszufinden, wie sie aus ihren Investitionen in Kodak-Technologie maximalen Nutzen ziehen können. Die Konferenz eignet sich ideal für alle Drucker und deckt in verschiedenen Themensträngen den Akzidenz-, Verlags- und Verpackungsdrucksektor ab. Die GUA-Konferenz wird sich auch für all jene Unternehmen lohnen, die eine Wachstumsstrategie verfolgen, da unterschiedliche Sessions den Themen Geschäftsentwicklung und Ausnutzung neuester Technologien gewidmet sind. Die GUA-Konferenz findet vom 3. bis zum 5. Oktober 2012 im Europäischen Betriebs- und Demozentrum von Kodak in La Hulpe, Belgien, statt.

Die Teilnahme an der Veranstaltung steht ausschließlich GUA-Mitgliedern offen. Die Anmeldung zu der GUA-Konferenz oder die Registrierung als GUA-Mitglied ist für Anwender von Kodak Systemen unter www.mygua.org möglich.

Die GUA ist eine weltweite, unabhängige Nonprofit-Organisation, die von Anwendern von Kodak-Technologie für Anwender von Kodak-Technologie ins Leben gerufen wurde. Die GUA hat sich zum Ziel gesetzt, Anwender von Kodak-Lösungen zu stärken und ihnen die Tools und Informationen zur Verfügung zu stellen, die sie für ihren geschäftlichen Erfolg benötigen.

➤ graphics.kodak.com

Fogra Forschungsgesellschaft DIGITAL PUBLISHING SYMPOSIUM

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet in München am 24. Januar 2013 ein Symposium, das Premedia Know-how für medienübergreifendes Publizieren vermittelt. Damit trägt es dem Wandel Rechnung, bei dem sich viele Druckdienstleister in den letzten Jahren zu Medien- und Kommunikationsdienstleistern entwickelt haben: Daten werden nicht mehr nur für den Druckprozess, sondern auch



für die (interaktive) Darstellung auf Smartphones, E-Books und Tablet-Computern aufbereitet. Somit wendet sich das Symposium sowohl an Mediendienstleister und klassische Druckdienstleister als auch an Agenturen und Verlage.

In vier Themenblöcken wird wichtiges Know-how vermittelt, um erfolgreich Inhalte für die interaktive, formatadaptive Darstellung am Tablet-Computer, E-Book-Reader und Smartphone aufbereiten zu können. Dies berücksichtigt sowohl elektronische Dokumente wie ePub als auch Anwendungsprogramme, nämlich die in aller Munde befindlichen Apps.

Zum Abschluss der eintägigen Veranstaltung werden im Rahmen einer Podiumsdiskussion Fragen, die sich im Laufe des Symposiums ergeben haben, mit Softwareherstellern und Praxisanwendern diskutiert.

➤ www.fogra.org

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 Fünzigter‹, ›Superdollars‹ und seltene historische Fälschungen.

➤ www.typotage.de

Art Directors Club SEMINARSTAFFEL AB HERBST 2012 MIT NEUEN FORMATEN

Der Auftakt der neuen Seminarstaffel des Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. ab Herbst 2012 bringt einige Veränderungen mit sich. Durch neue Fortbildungsformate wird das Angebot wesentlich umfangreicher. Neu im Programm ist die ›ADC After Work Class‹, die als regionales Abendangebot zu Themen wie Social Media und Digitale Medien konzipiert ist und die ›ADC Craft Workshops‹, bei denen das Handwerk im Vordergrund steht. Diese Reihe wird 2012/2013 zu den Themen Layout, Illustration, Bewegtbild und Foto angeboten. Darüber hinaus wird das ›ADC Young Masters‹-Angebot um Seminare zu Planning und Soundbranding erweitert. Wer sein Wissen vertiefen oder nicht den Anschluss verpassen möchte, für den sind die ADC-Seminare genau das Richtige. Hier lernen Profis von Profis und erhalten wertvolle Tipps in Theorie und Praxis, um das Business mit links zu meistern.

Die nächsten Seminartermine: 28./29. September 2012: ADC Young Masters ›Digitale Medien‹ in Berlin, 11./12. Oktober: ADC Management Dialog ›Social Media‹ in Berlin, 17./18. Oktober: Creative Class in München, 19./20. Oktober: ADC Young Masters ›Text‹ in Hamburg, 25. Oktober: ADC Young Masters ›Mobile‹ in Augsburg, 8./9. November: ADC Creative Class in Stuttgart, 15./16. November: ADC Creative Class in Frankfurt, 23./24. November: ADC Creative Class in Wien, 29./30. November: ADC Creative Class in Düsseldorf, 18./19. Januar 2013: ADC Creative Class in Berlin und 24./25. Januar 2013: ADC Creative Class in Hamburg.

➤ www.adc.de/fortbildung



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. ➤ www.impressed.de

Efi Connect 2013 14. JÄHRLICHE ANWENDERKONFERENZ

Efi führt die Connect 2013, die 14. Anwenderkonferenz vom 15. bis 18. Januar 2013 im Wynn Hotel in Las Vegas durch. Mehr als 150 Seminare stehen auf dem Programm. Ergänzend dazu gibt es zahlreiche Vorträge, Live-Demos des gesamten Produkt-Portfolios sowie Möglichkeiten zum informellen Austausch. ➤ www.efi.com

iPad & Co DIGITALE MAGAZINE SELBST ERSTELLEN

Digitale Magazine ergänzen den Printmarkt, sie ersetzen ihn nicht. Mit dem Einzug dieses noch neuen Mediums stellen sich neue Herausforderungen, die am 27. September mit Werkzeugen aus InDesign und der Adobe Digital Publishing Suite in einem eintägigen Praxis-Workshop in Frankfurt behandelt werden. ➤ www.energy-net.de

Grafik-Design für Nicht-Grafiker KOMMUNIKATIONSMITTEL PROFESSIONELL GESTALTEN

Das Management Forum Starnberg veranstaltet am 6. und 7. November in München ein Seminar, indem man alles über die Grundlagen im Grafik-Design erfährt und wie man Produkte optimiert gestalten kann. Die Trainer geben dabei konkretes Handwerkszeug für die Praxis. ➤ www.management-forum.de

Saueressig

15 NEUE AUSZUBILDENDE BEGRÜSST

Am 15. August begann für 15 junge Erwachsene die Ausbildung bei der Saueressig GmbH + Co. KG. Begrüßt wurden die neuen Mitarbeiter von ihren Ausbildern, dem Betriebsrat, den Jugend- und Auszubildendenvertretern sowie der Personalleitung.

In den folgenden drei bis dreieinhalb Jahren werden die Auszubildenden umfassend auf ihre Berufe im technischen, kaufmännischen,



Die neuen Auszubildenden der Saueressig GmbH + Co. KG mit ihren Ausbildern.

grafischen oder IT-Bereich sowohl theoretisch als auch praxisorientiert vorbereitet. Zudem können sie auch im Rahmen der Ausbildung einen der ausländischen Standorte der Saueressig Unternehmensgruppe kennenlernen.

➤ www.saueressig.de

Mitsubishi HiTec Paper Europe BILDET NUN IN SIEBEN BERUFEN AUS

Der Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH konnte Anfang August 22 junge Menschen begrüßen, die sich für eine fachmännische Ausbildung an einem der Standorte in Bielefeld und Flensburg entschieden haben. Für Mitsubishi HiTec Paper hat die Ausbildung junger Menschen seit jeher einen besonderen Stellenwert. Denn nur mit gut ausgebildeten Fachkräften ist eine wettbewerbsfähige Herstellung der Spezialpa-



Die neuen Auszubildenden am Standort Bielefeld.

piere möglich. So wurde die Zahl der Auszubildenden erneut erhöht – und es wird mittlerweile in sieben Berufen (Papiertechnologie, Maschinen- und Anlagenführer, Elektroniker für Betriebstechnik/Automatisierungstechnik, Industriemechaniker, Zerspanungsmechaniker und Industriekaufmann) ausgebildet.

➤ www.mitsubishi-paper.com

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

ADC

YOUNG MASTERS SEMINAR »DIGITALE MEDIEN«

Die digitale Welt braucht kreative Kommunikationslösungen. Wie reagiert man auf den individuellen und interaktiver werdenden Medienkonsum der Konsumenten? Wie verbindet man Kreativität und Technik? Wie entwickelt man eine Digital-Strategie, die sich optimal mit Offline-Maßnahmen verzahnt? In vier Vorträgen und zwei Workshops nehmen vier ADC Top-Kreative die Teilnehmer mit auf eine Expedition durch die digitale Welt. Mit anschaulichen Backgroundgeschichten und Techniken liefern sie das nötige Know-how, um mit Apps, Social Media, digitalem Design und Augmented Reality die Kommunikation innovativ zu gestalten.

Das ADC Young Masters Seminar »Digitale Medien« am 28. und 29. September 2012 in Berlin richtet sich an Junior- bis Seniorekreative sowie Marketing- und Werbeentscheider, die ihre Kenntnisse im Bereich der Digitalen Medien vertiefen möchten.

➤ www.adc.de



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



Museum trifft Theater EXLIBRIS FÜR THEATERFANS UND BÜHNENSTARS

Exlibris (latein: »aus den Büchern von ...«) sind kleinformatige, künstlerisch gestaltete Druckgraphiken mit Namensvermerk, die, seit es gedruckte Bücher gibt, in diese eingeklebt werden, um sie als individuellen Besitz zu kennzeichnen. Wer Bücher liebt, ist oft auch Theaterfan. Aus der Verbindung beider Leidenschaften sind immer wieder auch Exlibris entstanden. Eine Ausstellung im Mainzer Gutenberg-Mu-



Gustaf Gründgens in seiner Parade-rolle als Hamlet, Radierung nach Bühnenfoto, von Walter Steinecke 1956.

seum, das mit über 100.000 Blättern eine der weltweit größten Exlibris-Sammlungen in öffentlicher Hand besitzt, zeigt seit 8. September 2012 bis 13. Januar 2013 mehr als 300 beispielhafte Bucheignerzeichen für bibliophile Theaterfreunde und für Stars von Bühne und Film: schlichte Gebrauchsexlibris ebenso wie aufwändige Sammlergraphiken aus der Zeit zwischen 1760 und 2011.

➤ www.gutenberg-museum.de

Fogra-Anwenderforum UV-Druck 30. UND 31. OKTOBER IN MÜNCHEN

Die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. veranstaltet in München am 30. und 31. Oktober 2012 ihr 7. Anwenderforum rund um den UV-Druck. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass der Stellenwert des UV-Drucks weiter ansteigt. So bietet die schnelle Härtung in Verbindung mit dem erzielbaren hohen Glanz der Lackierungen vielfältige und konkurrenzlose Möglichkeiten zur Veredelung der Druckprodukte.



Damit kann ein Druckbetrieb, der mit der UV-Trocknung arbeitet, Nischen besetzen beziehungsweise neu schaffen, in denen Qualität und nicht nur der Preis an oberster Stelle steht.

Allerdings ist es gerade im UV-Druck notwendig, das Verfahren perfekt zu beherrschen und immer auf dem Stand der Technik zu sein. Dies ist nur durch einen intensiven Kontakt mit den Zulieferern von Farben, Lacken, Papieren, Folien und Strahlern möglich. Der erste Tag der Veranstaltung bietet Raum für die Vorstellung neuer Entwicklungen des Marktes. Ein besonderer Schwerpunkt wird diesmal auf die Diskussion der Elektronenstrahltechnik im Vergleich mit der UV-Härtung gelegt. Die Vorträge des zweiten Tages sollen zeigen, inwieweit die beim letzten Anwenderforum im Mittelpunkt stehenden UV-LEDs sich etabliert haben und wo sie sinnvoll eingesetzt werden können.

➤ www.fogra.org

f:mp.-Campus KNOW-HOW RUND UM DIE MOBILE KOMMUNIKATION

Internetfähige Tablets, Smartphones, PDAs und Netbooks sind im Informationszeitalter unverzichtbarer Bestandteil des Alltags geworden. Im gleichen Maß steigt auch das Interesse der Werbetreibenden am Online- und Mobile Publishing. »Gerade die mobile Kommunikation birgt jedoch große Herausforderungen für die Medienproduktion«, sagt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbands



Medienproduktions e. V. (f:mp.).

»Das gilt sowohl für die technische Umsetzung als auch für die Auswahl der Inhalte. So müssen die Botschaften für den Empfänger, und nicht nur für den Werbenden, einen konkreten Nutzen beinhalten, um überhaupt erst wahrgenommen zu werden«, fügt Christina Fuchs, f:mp.-Vorstand für den Bereich Aus- und Weiterbildung, hinzu.

Der f:mp. wirft deshalb am 6. November 2012 in Frankfurt mit einem neuen Seminar unter dem Dach des f:mp.-Campus einen Blick auf die Potenziale des digitalen Publizierens. Unter dem Titel »Online- und Mobile Publishing« können Interessierte dort die Grundlagen des Publishings für iPad, Android-Geräte und E-Book-Reader schaffen. Das Seminar gibt zudem einen grundsätzlichen Überblick über die Arbeitsweise und die Struktur bei der Erstellung von digitalen Magazinen mit der Digital Publishing Suite von Adobe InDesign.

➤ www.f-mp.de

Print, Digital, Tablets und mehr BEGLEITVERANSTALTUNGEN ZUR WORLD PUBLISHING EXPO

Die World Publishing Expo, bisher bekannt unter dem Namen IFRA Expo, stockt ihr Angebot an Begleitveranstaltungen wie Konferenzen und Seminare weiter auf, um noch attraktiver zu werden für Besuchern.

Die Expo, die der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) vom 29. bis 31. Oktober in Frankfurt am Main ausrichtet, bietet den führenden Vertretern der Zeitungs- und Medienwelt die Gelegenheit, sich über neue und bewährte technische Lösungen für das Publizieren in Print und auf Tablets, auf Mobiltelefonen und im Online-Medium auf den neuesten Stand zu bringen.

Im Rahmen der Expo werden eine ganze Reihe informativer Veranstaltungen angeboten: Der Media Port als zentrale Präsentationsplattform für Fallstudien und Technologietrends bietet Sessions zu den Themenbereichen Tablet- und Mobile-Trends, innovatives Anzeigengeschäft, digitale Innovationen, Social-Media-Nutzung und Excellence in Printing. Die Power of Print Focus Sessions sind folgenden Themen gewidmet: Innovationen im Zeitungsdruck, Vermarktung der Zeitungsdruckerei und Retrofit von Druckmaschinen. Zu den weiteren Veranstaltungen zählen der 5. Tablet & App Summit sowie der Advertising Summit 2012.

➤ www.wan-ifra.org

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail: nico@druckmarkt.com



SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2012	Veranstaltung	Ort
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.	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.	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
16. 10.	zdm-bayern, Mailings, die verkaufen!	Ismaning
16. 10. - 19. 10.	Fogra, Grundlagen der Drucktechnik	München
17. 10.	Ink Academy, Sonderfarben richtig drucken und beurteilen	Freiburg
17. 10. - 18. 10.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
18. 10.	zdm-bayern, Mailings, die verkaufen!	Leipzig
18. 10.	Heidelberg PMA, Klimaneutrale Druckproduktion	Delmenhorst
23. 10.	Heidelberg PMA, Kundenbeziehungsmanagement	Heidelberg
23. 10.	Ink Academy, Herausforderung Farbtöne	Heidelberg
23. 10.	Ink Academy, Feuchtung und Feuchtmittel / Alkoholreduziertes Drucken	Kirchheim b. M.
23. 10. - 26. 10.	Fogra, Fehler an Druck-Erzeugnissen	München
25. 10.	Heidelberg PMA, Erfolgreich am Telefon akquirieren	Heidelberg
25. 10.	cleverprinting, InDesign CS5 Expertentag	Düsseldorf
25. 10. - 26. 10.	tgm, Creative Paper Conference 2012	München
26. 10.	cleverprinting, InDesign-Expertentag Automatisierung	Düsseldorf
30. 10.	Heidelberg PMA, Kompetent über Printdesign sprechen	Heidelberg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

> www.cleverprinting.de > www.fogra.org > www.ink-academy.de
 > www.print-media-academy.de > www.polar-mohr.com > www.zdm-bayern.de

Hönle

SEMINARREIHE ZUM THEMA UV-HÄRTUNG

Dr. Hönle AG, ein weltweit führender Hersteller von UV-Systemen, setzt seine Seminarreihe mit einem speziellen UV-Seminar für Chemielieferanten fort.

Das Seminar UV-Aushärtung von Farben und Lacken (mit Unterstützung der BASF SE) ist Teil des umfangreichen Hönle Seminarprogramms, an dem bereits über 130 Personen seit Beginn der Veranstaltungsreihe in 2011 teilgenommen haben.

Ziel dieses Seminars ist es, Formulieren aus den Bereichen Lacke, Farben, Klebstoffe und Beschichtungen einen umfassenden Einblick in den Chemismus UV-reaktiver Formulierungen zu geben. Die Teilnehmer können dabei vom Wissen und von der Erfahrung des Gastredners von der BASF SE sowie der Experten von Hönle profitieren. Klaus Menzel (Business Manager für Resins & Additives bei der BASF SE) wird zunächst die Grundlagen der UV-Chemie erläutern. Anschließend wird er die Auswahl geeigneter radikalischer Bindemittelsysteme und Photoinitiatoren vorstellen und deren Einfluss auf die Formulierungseigenschaften, wie etwa bei migrationsarmen Farben und Lacken. Petra Burger (Anwendungsingenieurin bei Dr. Hönle AG) wird verschiedene UV-Strahlertechnologien (konventionell und LED) vorstellen sowie die physikalischen Eigenschaften der UV-Strahlung und deren Einfluss auf die Aushärtung erläutern. Ergänzt wird dies durch eine Live-Demonstration. Das Seminar UV-Aushärtung von Farben und Lacken findet am 17. Oktober 2012 im Hause der Dr. Hönle AG in Gräfelfing bei München statt.

> www.hoenle.de



Hunkeler Innovationdays 2013

SPIEGEL EINER DYNAMISCHEN ENTWICKLUNG

Vom 11. bis 15. Februar 2013 werden die Hunkeler Innovationdays auf dem Gelände der Messe in Luzern zum zehnten Mal ausgetragen. Die wachsende Internationalisierung und das enorme Interesse seitens der Zulieferindustrie und der Besucher nimmt Hunkeler zum Anlass, das Branchentreffen von bislang vier auf fünf Tage zu verlän-

zichten Informationsplattform geworden. Sie schätzen die einzigartige Gelegenheit, an Ort und Stelle auf das Kader der führenden Hersteller von Digitaldrucksystemen, von Software-Lösungen sowie von Verbrauchs- und Veredelungsmaterialien zu treffen und unterschiedlichste, praxisrelevante Lösungsszenarien für den Transaktions/



gern. Rund 80 Ausstellungspartner werden in der Halle 2 auf 7.000 m² Fläche ihre neusten Produkte präsentieren. Und wiederum werden einige von ihnen den exklusiven Rahmen der Hunkeler Innovationdays für Weltpremieren nutzen. Die Druckbranche verändert sich in hohem Tempo. Vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung digitaler Druck- und Finishing-Verfahren gewinnt das im Zweijahresrhythmus durchgeführte Branchentreffen weltweit an Stellenwert. Die Hunkeler Innovationdays bringen Klarheit in die aktuellen Trends und stellen die neusten Entwicklungen gut überblickbar und auf kompaktem Raum in einen praxisorientierten Gesamtzusammenhang. Für Tausende entscheidungsbefugte Fachleute (über 5.000 waren es 2011) aus aller Welt sind die Hunkeler Innovationdays zur unver-

zichtbaren Informationsplattform geworden. Sie schätzen die einzigartige Gelegenheit, an Ort und Stelle auf das Kader der führenden Hersteller von Digitaldrucksystemen, von Software-Lösungen sowie von Verbrauchs- und Veredelungsmaterialien zu treffen und unterschiedlichste, praxisrelevante Lösungsszenarien für den Transaktions/

Transpromotionsdruck, das Print-on-demand (Bücher, Zeitungen) und die Mailing-Produktion direkt zu vergleichen. Auf den Hunkeler Innovationdays 2013 werden integrierte und workflowübergreifende Gesamtlösungen für alle Segmente gezeigt. Technologischen Fortschritte öffnen den Zugang zur Wirtschaftlichkeit und den Vorteilen digitaler Druck- und Finishing-Verfahren in immer mehr Segmenten und Anwendungen inkl. dem Verpackungsdruck. Erste Lösungsansätze waren anlässlich der drupa 2012 in Düsseldorf erkennbar. Vom 11. bis am 15. Februar 2013 werden in Luzern konkrete Lösungen im Einsatz zu sehen sein.

► www.hunkeler.ch

Müller Martini

VERPACKUNGSDRUCK-SEMINAR IM NOVEMBER IN MAULBURG

Im Gegensatz zu anderen Bereichen der grafischen Industrie ist die aktuelle Auftragslage im Verpackungsdruck erfreulich. Grund: Der Konsumsektor erweist sich auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten als überaus stabil. Laut einer Marktstudie von PIRA International betrug der weltweite Umsatz der Verpackungsindustrie im Jahr 2010 rund 670 Milliarden US-Dollar. Bis 2016 soll er auf 820 Milliarden US-Dollar ansteigen. Deshalb erweitern immer mehr grafische Betriebe ihre traditionellen Geschäftszweige um den Druck von flexiblen Verpackungen, Etiketten und Kartonnage. Die etablierten Verfahren in diesem Bereich, Flexo- und Tiefdruck, werden in jüngster Zeit durch den stufenlos formatvariablen Rollenoffsetdruck mit seinen neuen Möglichkeiten ergänzt. Müller Martini als Marktführer für Rollenoffset-Druckmaschinen im Verpackungsdruck thematisiert am 20. November (auf Deutsch) und 21. November (auf Englisch) im Training Center Druck in Maulburg im Seminar »Einstieg in den Verpackungsdruck durch die Rollenoffsettechnologie« die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und Chancen des standardisierten Offsetdrucks in diesem Bereich. Themenschwerpunkte des Seminars sind das Datenhandling und die Druckformherstellung im Offsetdruck, Farbsysteme, einsetzbare Materialien (wie PE oder PLA) und die Einsatzbereiche der stufenlos formatvariablen Rollenoffsettechnologie. Als Highlight der gesamten Veranstaltung wird die zur drupa 2012 neu vorgestellte VSOP-Maschinengeneration mit ihren weiterentwickelten Features im unternehmenseigenen Showroom vorgestellt und präsentiert.

► www.mullermartini.com

Zusammenarbeit

F:MP. UND DIE DIALOG AKADEMIE KOOPERIEREN

Aus- und Weiterbildung steht hoch im Kurs – das sehen auch die Experten der Brancheninstitutionen Fachverband Medienproduktions e. V. (f:mp.) und die dialog akademie (dda), die ab sofort kooperieren. Durch die Zusammenarbeit erweitert sich auf der einen Seite das Aus- und Weiterbildungsspektrum des f:mp. Auf der anderen Seite wird die Weiterbildung für f:mp.-Mitglieder finanziell noch attraktiver.

Im Zuge der stetigen Umstrukturierung der Branche bekommt die berufsbegleitende Weiterbildung eine zunehmend wichtige Bedeutung. Das betrifft nicht nur die Themen, die das direkte Arbeitsumfeld bedingen, sondern maßgeblich auch die Themen, die trendorientiert die Branche beeinflussen. Zu diesen Themen gehören selbstverständlich auch die Online- und Mobile-Kommunikation, das Dialogmarketing und Social Media. Speziell die Medienproduktions, die ihre Beratungskompetenz in Richtung Digital Publishing ausweiten, müssen ihr Wissensportfolio in dieser Richtung erweitern.

»Berufsbegleitende Weiterbildung – das ist die gemeinsame Aufgabe vom Fachverband Medienproduktions e. V. und der dda für unsere Kooperation. Durch die Zusammenarbeit können wir das Weiterbildungsspektrum im Bereich Online- und Dialogmarketing nicht nur erweitern, sondern auch zu günstigen Konditionen für unsere f:mp.-Mitglieder zugänglich machen«, sagt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp.

► www.f-mp.de

ICH

BIN

DAS

EINZIGE

WAS

SIE

JETZT

GERADE

ANSCHAUEN

I am the power of print.

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



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



ADD PRINT. ADD POWER



70 neue Auszubildende bei KBA AUSBILDUNG IN ZUKUNFTS- ORIENTIERTEN BERUFEN

In diesen Tagen starten 70 junge Menschen bei KBA eine Berufsausbildung. 45 Jugendliche beginnen im KBA-Werk in Würzburg und 25 in Radebeul.

Innerhalb der nächsten drei bis dreieinhalb Jahre werden die Mädchen und Jungen intensiv in Theorie und Praxis in den Berufen Mechatroniker, Zerspanungs-, Industrie- und Gießereimechaniker, Elektroniker, Technische Produktdesigner



Der neue Ausbildungsjahrgang bei KBA in Würzburg.

und Modellbauer, Industriekaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Bürokommunikation und Fachinformatiker mit Spezialisierung auf Anwendungsentwicklung ausgebildet. In Kooperation mit einem Würzburger Druck- und Medienunternehmen beginnt ein Industriemechaniker eine Zweitausbildung zum Medientechnologen Druck. Drei Abiturienten werden an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Mosbach beziehungsweise an der Berufsakademie Sachsen in Riesa ein Maschinenbau- beziehungsweise Elektrotechnik-Studium aufnehmen.

► www.kba.com

Jorg DIGITAL DAYS 2012 MIT OPEN FACTORY

Am 19. und 20. Oktober 2012 finden in Dortmund die ›Jorg Digital Days‹ mit Open Factory statt. Gezeigt werden verschiedene Modelle der HP Indigo Digitaldruckmaschinen in laufender Produktion. Interessierte Besucher haben die Möglichkeit, sich selbst von Geschwindigkeit und Performance der Refurbished-Maschinen aus dem Hause Jorg zu überzeugen. Während der Veranstaltung stehen die Experten und Techniker für Gespräche rund um das Thema HP Indigo Digitaldruck zur Verfügung.

Im Bereich Digitaldruck-Workflow wird die Jorg Production.Suite als Digital.Editon für HP Indigo vorgestellt. Hierbei handelt es sich um eine moderne und leistungsfähige Workflow-Software für verschiedene Ausgabegeräte. Interessante Features sind zum Beispiel aktueller RIP-Interpreter, Hybridraster (FAM), FM-Raster, Fast-Print Funktion (Druckstart nach dem Rippen der 1. Seite), 4C-Simulation durch CMY zur Reduzierung der Druckkosten oder die Möglichkeit der PSO-Kalibrierung für jeden Maschinentyp. Als Premiere wird erstmalig der Jorg UV.Coater, ein leistungsstarkes UV-Lackiersystem für Offset- und Digitaldruck, präsentiert. Die Maschine ist in verschiedenen Arbeitsbreiten und Ausstattungen wie Inline-Feeder oder Stapelanleger erhältlich.

► www.jorg.de

Neues Studienfach an der HdM INFORMATIONSMANAGEMENT FÜR DRUCKBETRIEBE

Den Workflow mit Hilfe von Management-Informationssystemen (MIS) zu planen, zu steuern und zu optimieren, ist für Unternehmen der Druckindustrie wichtiger Erfolgsfaktor. Hier besteht ein erheblicher Bedarf an Fach- und Führungskräften. Die Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart will diese Lücke jetzt stopfen und hat das Fach Informations-Management (MIS-Systeme) in den Studiengang Print-Media-Management aufgenommen.



Prof. Dr. Andreas Otterbach wird die Vorlesung ab dem Wintersemester 2012/13 mit sechs Semesterwochen-

stunden halten. Die Studierenden sollen eine umfassende und praxisnahe Grundlage an Fertigkeiten und Wissen rund um die IT-bezogenen Abläufe beim Druck erhalten. Verschiedene MIS-Lösungen werden dabei ebenso unter die Lupe genommen wie die Implementierung der Systeme in ausgesuchten Druckbetrieben. Prof. Otterbach ist es ein besonderes Anliegen, die Vielfalt der Systeme vorzustellen, da sich bislang kein einheitlicher Standard herausgebildet hat und abhängig von vorhandener Hardware und Unternehmensziel unterschiedliche Informations-Systeme geeignet sind. Ein besonderer Schwerpunkt soll auf das Thema ›Green Printing‹ gelegt werden.

► www.hdm-stuttgart.de

142 neue Auszubildende HEIDELBERG FÜHRT JUNGE MENSCHEN INS BERUFSLEBEN

117 Auszubildende und 25 Studierende haben am 1. September ihre Ausbildung bei der Heidelberger Druckmaschinen AG begonnen. In diesem Jahr sind es 86 am Standort Wiesloch-Walldorf, über alle Heidelberg-Standorte (zusätzlich Amstetten, Brandenburg, Leipzig und Ludwigsburg) hinweg 142.

Heidelberg bildet in 14 Ausbildungsberufen sowie in etlichen Bachelor-Studiengängen in den Be-



142 Auszubildende starteten am 1. September 2012 bei der Heidelberger Druckmaschinen AG ins Berufsleben.

reichen Technik, Medien und Wirtschaft aus. Die Ausbildungsquote des Unternehmens ist seit Jahren konstant und mit rund sechs Prozent für ein Maschinenbauunternehmen überdurchschnittlich hoch. »Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten steht Heidelberg für eine Top-Ausbildung, um den Bedarf an qualifiziertem Personal in Zukunft abdecken zu können«, sagt Werner Bader, Leiter Berufliche Bildung bei Heidelberg.

► www.heidelberg.com

Rod Krün Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



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
Falten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Geack. Maschinen und Applikationen

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERSCHWABENSTRASSE 2
D-70366 VILMUNGEN-SCHWENNINGEN
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

EPPL
Epple 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: 043 222 44 44
Telefax: 043 222 44 45

Letzendrop
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 Werkzeugen für die Papierbohrung
entwickelt. Diese sind in allen Größen
und Ausführungen für die Maschinen- und
Handbohrung verfügbar. Wir bieten Ihnen
auch die entsprechenden Ersatzteile an.

Geack. Maschinen und Applikationen

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERSCHWABENSTRASSE 2
D-70366 VILMUNGEN-SCHWENNINGEN
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
Pur-Klebebinden
mit Schlitzdüse:
Fotobücher,
Digitaldruck und
gestrichenes Papier
sicher binden.

Binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstrasse 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 0711-25855-45 • Fax 0711-25855-44
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische
Maschinen

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

WEITERBILDUNG

gib
Zürich

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

Gütesiegel

Publikation
BERAUBT
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

DAS MAGAZIN MIT DEN RICHTIGEN Zutaten

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