

DRUCK MARKT

impressions 59

20. November 2012

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



worldwide published

Moving the World? Veränderungsprozesse in der Branche

Foto: Titelseite Wandkalender 2013 Papierfabrik Scheufelen

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Marktveränderungen: Handel ist Wandel. Seite 5.
Graphic Arts: Scheufelen-Kalender ›Moving the World‹. Seite 16.
Print & Finishing: Heidelberg eröffnet neues PMC. Seite 26.
Standardisierung: Die Zeit war reif. Seite 42.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 50.

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 15,00 Euro (18.00 CHF) zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Moving the World?

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Heidelberg übernimmt OFS
- 06 Nachrichten
- 06 Ergebnisse im Rahmen der Erwartungen
- 08 drupa bleibt weiter im Vier-Jahres-Turnus
- 10 KBA sieht sich auf Kurs
- 11 7. Dehnberger Forum
- 12 Doppeljubiläum bei Holzer Druck & Medien
- 15 Menschen

Graphic Arts

- 16 Moving the World: Persönlichkeiten
- 20 MfG-Award: Print im besten Sinne

Prepress, Print & Finishing

- 22 St. Galler Tagblatt setzt auf Thermalnews
- 24 KBA Commander CT bei Mayer & Söhne
- 26 Heidelberg eröffnet neues Print Media Center
- 28 Nachrichten
- 34 Lackieren vor und nach der Wendung
- 38 Mehr Tempo im Online-Druckgeschäft
- 42 Die Zeit war reif: Neuer PSO-Leitfaden
- 46 Farbe regeln und Standards einhalten

Termine, Bildung & Events

- 50 Terminkalender
- 51 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen
- 55 Business to Business

Die Kalenderzeit ist eingeläutet und Scheufelen hat mal wieder ein Prachtexemplar vorgelegt (der Titel dieser Ausgabe ist ein Ausschnitt des Kalenderdeckblatts). »Moving the World«, so der Titel des Kalenders, bei dem es um Persönlichkeiten geht, deren Leistungen die Welt verändert haben, scheint auch auf diesen Herbst zu passen. Denn der hat schon einiges zu bieten, was die Welt zumindest in unseren Breiten verändert.

Da wurde die Händler-Szene ordentlich durchgemischt, nachdem Illies mit dem Ausstieg aus dem grafischen Fachhandel das Rad in Schwung gebracht hatte. Nun gibt es einen neuen Händler für Ryobi in Deutschland (Ferrostaal), Baumann in Frankfurt verkauft nach 80 Jahren Vertriebspartnerschaft mit manroland nicht mehr deren Maschinen, sondern die von Komori, und beim Geschäft mit Verbrauchsmaterialien werden die Karten ebenfalls neu gemischt (siehe Kommentar auf Seite 5). Aber auch bei den Verbänden tut sich Gewaltiges. In Hamburg wurde die Bildung des neuen Landesverbandes Nord-West besiegelt, ein Zusammenschluss aus den Verbänden Druck + Medien Nord und Nordrhein-Westfalen, und schon zuvor hatten die Verbände Niedersachsen und Berlin Brandenburg ihre Verschmelzung zum Verband Nord-Ost bekannt gegeben.

Ob das die Welt bewegt? Nein. Die einzelnen Geschehnisse werden bald in Vergessenheit geraten sein. Aber diese vielen kleinen Veränderungen sind eine Reaktion auf den Druck, dem die gesamte Medienlandschaft ausgesetzt ist. In der Summe betrachtet sind die Übernahmen, Fusionen, Rückzüge, Insolvenzen und Schrumpfkuren dann aber doch etwas, was die Welt bewegt. Die Welt der Print- und Medienbranche ganz sicher.



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



Heidelberg übernimmt OFS

Das Tochterunternehmen der Heidelberger Druckmaschinen AG, die Heidelberg Schweiz AG, baut ihr Geschäft mit Verbrauchsmaterialien durch die Übernahme der OFS Holding AG weiter aus. OFS ist mit rund 25 Mitarbeitern prominenter Lieferant von Vorstufensystemen und Verbrauchsmaterialien und seit über 40 Jahren am Markt tätig.

Zur OFS Holding AG gehören die OF Schweiz AG und die OF Service AG. Der Schwerpunkt des Unternehmens mit 25 Beschäftigten lag bislang vor allem auf dem Vertrieb von CtP-Systemen und Druckplatten aus dem Hause Kodak für den Bogenoffset- und Zeitungsmarkt. Nach der Übernahme von OFS bezeichnet sich Heidelberg Schweiz als größten Händler von Verbrauchsmaterialien in der grafischen Industrie der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Dadurch steige der Umsatzanteil an Verbrauchsmaterialien bei der rund 135 Mitarbeiter zählenden Heidelberg-Vertriebsgesellschaft auf über 25% des Gesamtumsatzes.

»Unser Angebot orientiert sich an der Wertschöpfungskette im Offsetdruck von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung inklusive Software, Service und Verbrauchsmaterialien«, stellt Carsten Heitkamp, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberg Schweiz AG, fest. »Durch das Zusammenführen der Aktivitäten gewinnen letztendlich unsere Kunden, die auf ein noch breiteres Angebot zurückgreifen können«. Kurt Steidle, bislang Delegierter des Verwaltungsrates der OFS, ergänzt: »Nach dem Tod von Daniel Müller waren Beatrice Müller und ich uns einig, dass wir die Geschäfte in seinem Sinne weiterführen werden. Wir sind überzeugt, dass das Unternehmen mit dem Zusammenschluss nun in guten Händen ist. Die Nutzung der Synergien und das hohe Know-how ist von unschätzbarem Wert für die Kunden«.

NEUE FIRMENORGANISATION Durch die Übernahme entsteht eine neue Unternehmensorganisation bei der OFS-Gruppe. Präsident des Verwaltungsrates (und Leiter der Finanzabteilung) wird Roland Wymann, Geschäftsleiter Finanzen Heidelberg Schweiz, Mitglieder des Verwaltungsrates sind Carsten Heitkamp, Dr. Michael Outschar, Geschäftsführer Region Westeuropa Heidelberger Druckmaschinen AG, und Peter Tix, Leiter Verbrauchsmaterialien + CtP beim Heidelberger Druckmaschinenhersteller. Als Geschäftsführer wird Carsten Heitkamp verantwortlich zeichnen. Kurt Steidle ist ebenfalls Mitglied der Geschäftsleitung.



Nach der Vertragsunterzeichnung in Olten (von links): Roland Wymann, Geschäftsleiter Finanzen und Carsten Heitkamp, Vorsitzender der Geschäftsleitung, beide Heidelberg Schweiz AG, sowie Beatrice Müller, VR-Präsidentin und Kurt Steidle, Verwaltungsrat, beide OFS Holding AG.

Nach Informationen von Heidelberg Schweiz ist geplant, alle Aktivitäten des Consumable-Geschäftes am Unternehmenssitz der OFS in Pfaffnau zu bündeln. Neben dem Angebot der OFS wird zusätzlich das gesamte Angebot an Saphira-Verbrauchsmaterialien wie Farben, Lacke, Wasch- und Gummitücher, Chemikalien sowie Walzen inklusive des Angebots an umweltschonenden Verbrauchsmaterialien der Saphira-Eco-Linie aus einer Hand angeboten. Den hohen Servicestandard unterstreicht Heidelberg zudem durch die Farbmischstation, die zu den modernsten in der Schweiz zählt. Die meisten Produkte können Kunden in der Schweiz auch online ordern.

› www.ch.heidelberg.com › www.ofsgroup.ch
› www.shop.heidelberg.com



Rod
Krün Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

KOMMENTAR

Handel ist Wandel

»Handel ist Wandel.« Auf diesen Punkt brachte Rolf Broglie Anfang des Jahres im Gespräch mit »Druckmarkt« seine rund vierzig Jahre Erfahrung in den Handelshäusern der Chromos-Gruppe, die er an vorderster Front mitgeprägt hat. Die jüngsten Entwicklungen geben ihm einmal mehr Recht. Der Handel steckt seit einiger Zeit in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess.

Dabei muss man gar nicht so weit nach hinten blicken. Im Herbst 2010 wurde die Koller AG von Agfa Graphics gekauft und ging in der Agfa Graphics Switzerland auf, Chromos gab den Vertrieb der Komori-Maschinen im Oktober 2011 an Gietz ab und im Herbst 2012 krachte es so richtig im Gebälk. Illies Graphik in Hamburg gab bekannt, zum Jahresende aus dem Geschäft als grafischer Fachhändler und als Generalimporteur von Ryobi-Maschinen und weiteren großen Marken aus Vorstufe und Druck auszusteigen. Kurz später übernahm die holländische Wifac (ihrerseits eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Wifag Polytype Holding AG in der Schweiz) einen der größten und mit 110 Jahren wohl traditionsreichsten deutschen Fachhändler, die Unternehmensgruppe Graphia Willy Nothnagel. Zuvor schon hatte Wifac den süddeutschen Händler Döring übernommen. »Und was Wifac angeht, muss es dabei nicht bleiben«, erklärt Marcel Otto, Geschäftsführer der Wifac Holding. Innerhalb der Expansionsstrategie von Wifac werden weitere Akquisitionen in Europa zu den möglichen Szenarien gerechnet.

Vor diesem Hintergrund ist es nur zu verständlich, dass die OFS unter die Fittiche von Heidelberg geschlüpft ist. Denn es ist absehbar, dass auf die grafischen Fachhändler noch weit schwerere Zeiten zukommen werden als bislang absehbar.

Nun mag man trefflich darüber streiten, wer Urheber dieses Händlersterbens ist. Einerseits könnte man den Druckmaschinenherstellern den Schwarzen Peter zuschieben, weil diese immer stärker in den Markt der Verbrauchsmaterialien drängen, um sich eine geringere Abhängigkeit vom Maschinenverkauf zu verschaffen. Auch im Digitaldruckmarkt sind die Maschinenhersteller darauf bedacht, ihre sogenannten Consumables wie Toner und Tinten selbst an den Mann zu bringen. Und bei Druckplatten sowie Papieren wird das Streckengeschäft längst am Handel vorbei direkt mit den Großabnehmern abgewickelt. Andererseits versuchen auch die Endabnehmer, sprich die Druckereien, durch beispielsweise Einkaufsgemeinschaften günstigere Einkaufskonditionen zu erzielen.

Da bleibt dem Fachhandel nur noch wenig Bewegungsspielraum. Denn in dem Maße, wie den Handelshäusern das Geschäft mit Druckereien kaum noch eine Marge zum Überleben bietet, in gleichem Maße wird die ehemals quicklebende Landschaft der Händler weiter ausgedünnt. Die Profiteure dieser Entwicklung sind aber ganz sicher nicht die Druckereien.

Klaus-Peter Nicolay

VOLL Treffer

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der »Druckmarkt« gemeinsam mit dem Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das »Marketing-Glossar« konzipiert.

Das Glossar innerhalb der Reihe »Druckmarkt College« beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College Marketing-Glossar

Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.

Preis:

19,50 € / 24.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.

www.druckmarkt.com



Heidelberg legt Halbjahresbilanz vor

ERGEBNISSE IM RAHMEN DER ERWARTUNGEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG liegt zur Hälfte des Geschäftsjahres 2012/13 laut Quartalsbericht operativ auf Kurs. Im Vergleich zum Vorjahr seien die Auftragseingänge im ersten Halbjahr bedingt durch die drupa im Mai um 225 Mio. € auf 1,558 Mrd. € gestiegen (Vorjahr: 1,333 Mrd. €). Der Auftragsbestand lag mit 790 Mio. € rund 60 Mio. € über dem Vorjahr. Der Umsatz legte im 2. Quartal gegenüber dem Vorjahresquartal um 10% zu und kletterte auf 697 Mio. €. Mit 1,217 Mrd. € lagen die Umsätze nach dem ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres planmäßig leicht über dem Vorjahresniveau (1,18 Mrd. €).

»Die Branche entwickelt sich nach wie vor stabil, die Nachfrage nach unseren Produkten ist robust«, sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.



»Der bisherige Verlauf im aktuellen Geschäftsjahr erfüllt uns mit Zuversicht, die angestrebten Ziele zu erreichen.«

Allerdings wird das Ergebnis nach einem Minus von 37 Mio. € im ersten Halbjahr auch im laufenden Geschäftsjahr weiterhin negativ sein. Dennoch liegt Heidelberg nach Aussage von Finanzvorstand **Dirk Kalliebe** nach sechs Monaten im Rahmen der eigenen Planungen: »Die avisierten Einsparungen werden planmäßig erreicht.«

Dazu gehört auch der weitere Personalabbau. Ende September 2012 hatte Heidelberg weltweit 14.745 Beschäftigte, die Zahl der Mitarbeiter sank also binnen Jahresfrist um rund 1.000 Personen.

SEGMENTE

Im ersten Halbjahr erhöhte sich der Auftragseingang im Segment Heidelberg Equipment gegenüber dem Vorjahr um 22% auf 988 Mio. €. Der Umsatz lag jedoch im Vergleich zum Halbjahr zuvor mit 669 Mio. € in etwa auf dem gleichen Niveau. Heidelberg Services legte bei den Auftragseingängen im Halbjahr ge-



Montage der Seitenwände im Werk Wiesloch-Walldorf.

genüber dem Vorjahreswert um 10% auf 564 Mio. € zu. Im Halbjahresvergleich erhöhten sich die Umsätze durch gestiegene Verkäufe bei Verbrauchsmaterialien und mehr Umsatz im Servicegeschäft um 9% auf 542 Mio. €.

REGIONEN

Die Auftragslage liegt nach den vorliegenden Zahlen zum Halbjahr in den einzelnen Regionen auf oder über Vorjahres-Niveau, entwickelt sich jedoch unterschiedlich. Ein deutliches Plus von 40% erzielten die Bestellungen aus Nordamerika. In der Region Asia/Pacific sowie in Europe, Middle East und Africa lagen die Halbjahreswerte ebenfalls über denen aus 2011/12. In Osteuropa bewegten sich die Auftragseingänge auf Vorjahresniveau, in

Südamerika lagen sie leicht darunter. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den Umsatzerlösen.

AUSBLICK FÜR 2012/13

Für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 erwartet Heidelberg unverändert ein positives Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit, das im ersten Halbjahr jedoch von den Kosten

für die drupa und Anlaufkosten für neue Produkte belastet wurde. Ein Drittel der geplanten Einsparungen aus dem Effizienzprogramm Focus 2012 von rund 180 Mio. € sollen laut Heidelberg im laufenden Geschäftsjahr zum Tragen kommen. Im kommenden Geschäftsjahr sollen die Kostensenkungen erstmals voll wirksam werden und zu jährlichen Einsparungen von rund 180 Mio. € führen.

»Für Heidelberg gibt es derzeit nur ein Ziel: Die dauerhafte Rückkehr in die Gewinnzone. Danach richten wir alle Unternehmensbereiche konsequent aus«, äußert sich Heidelberg-Chef Gerold Linzbach zur Zukunft des Konzerns.

➤ www.heidelberg.com

bvdm fordert Reform des EEG MITTELSTÄNDISCHE DRUCK- BETRIEBE WERDEN BELASTET

Der Bundesverband Druck und Medien fordert eine Novellierung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes. Die drastische Erhöhung der EEG-Umlage auf einen Rekordwert von 5,3 Cent/kWh zum 1. Januar 2013 ist eine unzumutbare Zusatzbelastung für die mittelständische Druckindustrie in Deutschland.

»An einer Reform des EEG führt kein Weg vorbei. Die Ausgaben der Unternehmen für Energie sind seit 2005 um mehr als ein Drittel in die Höhe geschossen. Für unsere deutschen Druckunternehmen entwickeln sich die Energiepreise und die Förderung der Erneuerbaren Energien zu einem gravierenden Wettbewerbsnachteil im international stark umkämpften Printmarkt«, sagt Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm.

Aus Sicht des bvdm ist es zu begrüßen, dass Bundesumweltminister Peter Altmaier eine Reform des EEG unter Einbeziehung von Vertretern des Parlamentes, der Länder sowie aus Wirtschaft und Gesellschaft angekündigt hat. In dem vorgeschlagenen »EEG-Dialog« müsse insbesondere auch die Situation der kleinen und mittelständischen Unternehmen berücksichtigt werden. Der bvdm unterstützt die Initiativen des Zentralverbandes des Deutschen Handwerkes sowie des Gesamtverbandes der deutschen Textil- und Modeindustrie und des Wirtschaftsverbandes Stahl und Metallverarbeitung, die ebenfalls Entlastungen für den Mittelstand fordern. Die Einführung des vom ZDH vorgeschlagenen, von der Stromsteuer befreiten Verbrauchsockels könnte den Anstieg der Belastungen abmildern. Eine grundlegende Reform des EEG ist aus Sicht des bvdm dennoch dringend nötig. ➤ www.bvdm-online.de



Ehrenpreis für Koenig & Bauer BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS 2012

Anlässlich der Münchener Medientage wurde der Würzburger Koenig & Bauer AG in einer feierlichen Abendveranstaltung am 25. Oktober im Rahmen des Bayerischen Printmedienpreises 2012 der Ehrenpreis des Bayerischen Ministerpräsidenten verliehen. Ministerpräsident Horst Seehofer würdigte mit dieser Auszeichnung den in der Branche als innovativ geltenden, weltweit zweitgrößten Druckma-



Der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Medienminister Thomas Kreuzer (r.) und der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann nach der Entgegennahme des Ehrenpreises des Bayerischen Ministerpräsidenten im Rahmen des Verleihung der Printmedienpreise 2012.

schinenbauer als bayerisches Vorzeigeunternehmen mit beeindruckender Geschichte und großer Zukunft. In der Veranstaltung vor mehreren hundert Ehrengästen übergab der bayerische Medienminister Thomas Kreuzer den Ehrenpreis an den KBA-Vorstandsvorsitzenden Claus Bolza-Schünemann.

► www.kba.com

Neuordnung ROTATION IM FÜHRUNGSKREIS DER ALTANA AG

Beim Spezialchemieunternehmen Altana AG wechseln die Verantwortlichkeiten für die einzelnen Geschäftsbereiche. Die bisherigen Leiter der Geschäftsbereiche Byk, Eckart, Elantas und Actega übernehmen zum 1. November 2012 die Verantwortung für einen jeweils anderen Geschäftsbereich. Altana fördert mit dieser Rotation den Know-how-Transfer innerhalb des Konzerns.

»Der Wechsel wird ermöglichen, Synergiepotenziale noch besser zu nutzen. Ziel ist es, die Flexibilität und Innovationskraft des Unternehmens zu erhöhen und die führende Stellung der vier Geschäftsbereiche zu festigen«, erklärt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorstandsvorsitzender der Altana AG.

Dr. Roland Peter, bisheriger Geschäftsbereichsleiter von Byk Additives & Instruments, übernimmt die Actega Coatings & Sealants von Dr. Guido Forstbach, der nun Elantas Electrical Insulation leitet. Von dort wechselt Dr. Wolfgang Schütt an die Spitze von Eckart Effect Pigments, während dessen bisheriger Geschäftsführer, Dr. Christoph Schlünken, die Leitung der Byk übernimmt.

Strukturelle oder strategische Änderungen im Konzern oder den vier Geschäftsbereichen sind mit der Maßnahme nicht verbunden.

► www.altana.com

Print digital! F:MP. STARTET EIN NEUES PROJEKT

Um das Know-how rund um den Digitaldruck zu forcieren, hat der Fachverband Medienproduktoren (f:mp.) die Brancheninitiative »Print digital!« ins Leben gerufen. Der Digitaldruck sei im Akzidenzbereich technologisch bereits zu 100% angekommen, es bestehe aber nach wie vor die Herausforderung, dass Kommunikationsprojekte auf Basis dieser Technologie für die Kommunikationsentscheider offenbar zu kompliziert oder zu komplex seien, begründet der f:mp. das Vorhaben. Es würden zwar Volumen an nichtindividualisierten Kleinauflagen gedruckt, aber längst nicht alle Möglichkeiten, Wirkungsweisen und technischen Einsatzgebiete ausgereizt. »Den größtmöglichen Nutzen des Digitaldrucks für die Kommunikation herauszuarbeiten, sehen wir als entscheidende Aufga-



be, die auch einen Impuls in die grafische Industrie zurückspeiegeln vermäg«, sagt **Rüdiger Maaß**, Geschäfts-

führer des f:mp. Das zur Initiative gehörige Informationsportal werde in den nächsten Wochen mit Inhalten gefüllt. Zahlreiche Partner hätten bereits Interesse an einer Beteiligung bekundet.

► www.f-mp.de

► www.print-digital.biz

digicom INTERESSENVERTRETUNG IM BVDM GESTÄRKT

Der Digitaldruck bekommt eine feste Stimme im Bundesverband Druck und Medien und im Deutschen Institut Druck (DID). Die Interessengemeinschaft Digitaldruck – digicom – hat einstimmig beschlossen, künftig als eigenständiger Fachbereich im bvdmd zu agieren. 160 Mitgliedsunternehmen sind derzeit in digicom organisiert.

»Der Digitaldruck braucht eine starke Verbandsstimme und die Un-



ternehmen eine umfassende Beratung«, erklärt **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des bvdmd. »Dies ist mit

unserer Verbandsstruktur gegeben. Als Mitglieder des Verbandes profitieren digicom-Mitglieder künftig von dem Gesamtangebot der Verbände und ihrer Beratungsgesellschaften.«

Im Rahmen der Kooperation zwischen dem bvdmd und der Fogra sollen künftig außerdem technische Forschungsprojekte zum Digitaldruck für die Praxis angestoßen und genutzt werden. Gleichzeitig stärkt das beim bvdmd angesiedelte Deutsche Institut Druck seine Arbeit im Digitaldruck und gründet eine Arbeitsgruppe zum Digitaldruck.

► www.bvdmd-online.de

Kurz & knapp

Metsä Board Kyrö hat in Kooperation mit zwei finnischen Energiekonzernen ein neues Biokraftwerk im Wert von 50 Mio. € in Betrieb genommen, um damit den CO₂-Fußabdruck um bis zu 50% zu reduzieren. • Die **technotrans AG** hat ihre Immobilie in Gersthofen für 4 Mio. € verkauft. Das Gebäude war 2005 für die Produktion von Peripherieanlagen für Druckmaschinen der 1998 übernommenen BVS Graphische Technik GmbH gebaut worden. 2009 hatte technotrans die Produktion jedoch eingestellt und nach Sassenberg verlagert. • Im **Papieratlas**-Städtewettbewerb 2012 (www.papieratlas.de) wird Göttingen als »recyclingpapierfreundlichste Stadt Deutschlands« geführt, da erstmals ausschließlich Recyclingpapier in Verwaltung und Schulen verwendet werden. • Der Verkauf von **Presstek** an die amerikanische **MAI Holdings Inc.**, ein Tochterunternehmen des Kapitalfonds **American Industrial Partners Capital Fund**, ist abgeschlossen. Die Übernahme war bereits im August dieses Jahres angekündigt worden.



GESCHÄFTSBELEBUNG Die technotrans-Unternehmensgruppe erwirtschaftete im 3. Quartal 2012 einen Umsatz von 24,2 Mio. €. Damit hat sich die Geschäftsbelebung nach Angaben des Unternehmens fortgesetzt. Der Anstieg gegenüber den ersten beiden Quartalen sei maßgeblich auf die Normalisierung im Geschäftsfeld Print zurückzuführen, das im Vorjahr unter der Investitionszurückhaltung vor der drupa und unter dem Einfluss der Insolvenzen von manroland und Kodak gelitten hätte. Nach neun Monaten beträgt der Umsatz dennoch nur 66,1 Mio. € nach 74,1 Mio. € im Vorjahreszeitraum (-10,7%). ► www.technotrans.de

ZUKUNFTSSICHERUNG Zweieinhalb Monate nach der Insolvenz ist das Druckhaus Berlin-Mitte mit einer neuen Gesellschafterstruktur und mit Kooperationen wieder am Start. Als neue Gesellschafter übernehmen die Unternehmerfamilie Lind, die Produktions-Agentur Lieblingsdrucker, der Internet-Unternehmer Gi-Yong Choi mit seinem Portal flyer.de und die Unternehmensberatung perPuls die Verantwortung für die Fortführung der Geschäfte. Mit dieser Lösung werden die beiden Standorte mit 68 Arbeitsplätzen sowie die Vollstufigkeit und das Umweltprofil des Druckhauses erhalten. Auch das Informationszentrum für nachhaltige Printproduktion wird fortgeführt. ► www.druckhaus-berlin-mitte.de

ZUSAMMENARBEIT Cortado, Anbieter von Cloud-Lösungen, und die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH erweitern ihre Zusammenarbeit. Kyocera ist Gründungsmitglied der von Cortado initiierten Cloud-Printing-Alliance und OEM-Partner für Cortados Lösung Personal Printing. Nun wurde die Kooperation um einen Distributionsvertrag erweitert. Neben der Cortado-Lösung Personal Printing übernimmt Kyocera die Distribution der Mobile-Device-Management-Lösung Cortado Corporate Server, die Funktionen wie mobilen Dateizugriff und Datenbankabfragen ermöglicht. ► www.kyoceradocumentsolutions.de

KREDIT FÜR NEUANFANG Eastman Kodak hat sich eine Finanzspritze von 793 Mio. US-\$ (etwa 623 Mio. €) gesichert. Der Kredit wird einem Konsortium aus privaten Investoren und den Banken JPMorgan Chase und der UBS bereitgestellt, teilte das Unternehmen mit. Voraussetzung für den Kredit ist allerdings der Verkauf von Kodak-Patenten für mindestens 500 Mio. \$. Kodak hat jedoch seit Monaten Probleme, die Patente zum ursprünglich erwarteten Preis von über 2,5 Mrd. \$ loszuschlagen. Kodak benötigt die Finanzmittel, um das seit Januar laufende Insolvenzverfahren bis zum ersten Quartal 2013 abzuschließen.

BAUMPFLANZAKTION Ende Oktober 2012 sind zum mittlerweile vierten Mal Mitarbeiter von vier Toshiba-Gesellschaften ins Sauerland gefahren, um den Stadtwald von Werdohl weiter aufzuforsten. Bis zum Jahr 2013 will Toshiba in diesem Gebiet gemeinsam mit »Bergwaldprojekt« 12.000 Laubbäume pflanzen. Mit dem nun erfolgten Pflanztermin sind bereits 8.000 Pflanzen gesetzt. Die Aktion ist Teil eines weltweiten Projektes der Toshiba-Gruppe. Ziel des Gesamtprojektes ist es, bis zum 150. Jubiläum von Toshiba im Jahr 2025 weltweit insgesamt 1,5 Mio. Bäume zu pflanzen. ► www.bergwaldprojekt.de ► www.toshiba.de

Laufzeit der Messe wird auf elf Tage verkürzt

DRUPA BLEIBT WEITER IM VIER-JAHRES-TURNUS

Die drupa bleibt bei ihrem Vierjahres-Turnus. Das hat das 20-köpfige drupa-Komitee in seiner konstituierenden Sitzung am 2. November beschlossen. Ausschlaggebend für diese Entscheidung ist der internationale Messekalender.

»Planungssicherheit ist angesichts des aktuellen wirtschaftlichen Umfeldes und der Situation in den internationalen Absatzmärkten eminent wichtig«, erläutert Kai Bunte-meyer, Vorstandsvorsitzender des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik im VDMA und Präsident von Global Print.

Gleichzeitig entschied das drupa-Komitee, die Messedauer auf elf Tage zu verkürzen. Das neue Datum der nächsten drupa: 31. Mai bis 10. Juni 2016. Begründet wird dies unter anderem mit der Besucherstruktur der drupa, die sich geändert habe. »Reisten früher große Gruppen bevorzugt am Wochenende an, so entwickelt sich die drupa zur B2B-Messe mit einem hohen Anteil von Top-Entscheidern«, erläutert Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. »Damit ist es hinfällig, zwei Wochenenden in die Laufzeit zu integrieren. In elf Tagen, also einem Wochenende und neun Werktagen, bringen wir die Interessen von Angebot und Nachfrage bestens auf einen Nenner.«

Zudem traf das Gremium auf seiner Sitzung personelle Weichenstellungen.



gen. Dipl.-Ing. **Claus Bolza-Schümann**, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, wurde einstimmig zum Präsidenten der drupa 2016 ernannt. Mit dem 56-jährigen stellt



Koenig & Bauer wie schon in den Jahren 1995, 2000, 2004 und 2008 den drupa-Präsidenten.

Bestätigt wurden Dr. Jürgen Vutz, Vorsitzender der Geschäftsführung Windmüller & Hölscher KG, zum Vizepräsidenten und damit Vorsitzender des Zulassungsausschusses sowie Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien e. V., zum zweiten Vizepräsidenten der drupa 2016.

Das drupa-Komitee repräsentiert die gesamte Technologiebreite von Premedia über Druck bis zur Weiterverarbeitung sowie Packmittelproduktion und Papierverarbeitung. Die Anwenderseite ist durch Mediendienstleister ebenso vertreten wie durch die fünf wichtigsten Branchenverbände: Fachverband Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Frankfurt; Bundesverband Druck und Medien (bvdv), Wiesbaden; Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV), Darmstadt; Verband Deutscher Papierfabriken (VDP), Bonn und der Verband der Druckfarbenindustrie im Verband der Mineralfarbenindustrie (VdD), Frankfurt.

► www.drupa.de

manroland web systems
**HÖRNER-MARAß STELLT
 STRATEGIE VOR**

»Wir werden bei adäquatem Verlauf des vierten Quartals die Erwartungen in Umsatz und Ergebnis erfüllen und gehen von einem positiven Jahresergebnis 2012 aus«, sag-



te **Eckhard Hörner-Maraß**, neuer Geschäftsführer von manroland web systems, auf einer Betriebsversammlung

Mitte Oktober in Augsburg. Bei Rollendrucksystemen und Service hätten sich die Restrukturierungsmaßnahmen und ein kontinuierliches Geschäft in einem schwierigen Marktumfeld ausgezahlt. Es sei ein solider Start im ersten Geschäftsjahr der manroland web systems GmbH, erklärte Hörner-Maraß. »Es liegen noch anspruchsvolle, Energie, Kreativität und Intelligenz fordernde Aufgaben vor uns.« In gesättigten Märkten seien am Ende nur die schnellsten, kreativsten, produktivsten und selbstbewusstesten Unternehmen erfolgreich. Für Sicherheit steht nach Überzeugung von Hörner-Maraß die Bindung an den Standort Augsburg, die mit dem Kauf des Betriebsgrundstücks besiegelt wurde. Und als Gründe für das stabile Fundament sieht er die mittelständische Organisation, das zurückgewonnene Kundenvertrauen und das erfolgreiche Projektmanagement, das auch in turbulenten Zeiten für termingerechte Auslieferungen, kurze Installationszeiten und pünktliche Inbetriebnahmen sorgte. »Wir werden in allen Unternehmensbereichen daran arbeiten, unsere Performance weiter zu verbessern. Absolute Kundenorientierung steht dabei an oberster Stelle.«

► www.manroland-web.com

**Verbraucher-Analyse 2012
 80 PROZENT DER DEUTSCHEN
 LESEN ZEITUNG**

Zeitungen erreichen mit ihren Printausgaben (Leser pro Ausgabe) und Online-Auftritten (Nutzer je Monat) 79,3% der deutschsprachigen Bevölkerung. Das ist das Ergebnis der aktuellen Verbraucher-Analyse der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, des Marketing-Dienstleisters der Zeitungsverlage. Danach lesen 55,7 Mio. Menschen regelmäßig die Zeitung. 11,1 Mio. Zeitungsleser seien zwischen 14 und 29 Jahren. Damit würden 75% dieser Altersklasse mit der Zeitung erreicht. In der Altersgruppe der 30- bis 49-jährigen sei die Nettoreichweite der Zeitungen mit 82% überdurchschnittlich hoch.

Dabei würden Zeitungen crossmedial gelesen. Ein Drittel der Leser nutzen nach der Analyse Online- und Printangebote einer Zeitung. Knapp die Hälfte (49%) greift nur zur Printausgabe und ein Fünftel (19%) liest ausschließlich online. Im Vergleich zur reinen Printreichweite gewinnen die Zeitungen mit der crossmedialen Gesamt-Nettoreichweite aus Print und Online 23%. Das sind 10,5 Mio. zusätzliche Leser. Am größten ist der Zugewinn laut ZMG bei jungen Lesern zwischen 14 und 29 Jahren mit 66%.

Dass digitale Kanäle der Zeitungen bei ihren Lesern ankommen, belegt auch die Auswertung der Tablet-Nutzung. 88,2% der Tablet-Nutzer besuchen die Angebote von Zeitungen und Zeitschriften. Zeitungen in Deutschland bieten ihren Lesern derzeit 325 verschiedene Apps für Tablet und Smartphones an.

► www.zmg.de

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



Neunmonatszahlen der Koenig & Bauer AG

KBA SIEHT SICH AUF KURS: KONZERNUMSATZ SOLL AUF 1,2 MILLIARDEN EURO STEIGEN

»Wir sind auf Kurs was die für das Jahr in Aussicht gestellten Relationen anbelangt.« Diese Bilanz zieht der Vorstandsvorsitzende der Koenig & Bauer AG,



Claus Bolza-Schünemann, im Neunmonatsbericht. KBA hat danach den Konzernumsatz gegen-

über dem Vorjahr um 16,6% auf 916,2 Mio. € gesteigert. Obwohl die Bestellungen bei Bogenmaschinen gegenüber 2011 um etwa 10% zugelegt hätten, erreichte der Auftragseingang mit 826,0 Mio. € nicht den durch Großaufträge geprägten Rekordwert von 2011 mit 1.155,7 Mio. €. Der Auftragsbestand liegt dem Bericht zufolge Ende September mit 735,5 Mio. € zwar um rund 75 Mio. € unter dem Vorjahr, aber um 171 Mio. € über dem Wert von 2010. Eine starke Verbesserung um über 40 Mio. € meldet KBA beim Betriebsergebnis. Nach -20,4 Mio. € in der Vorjahresperiode wird es mit +20,5 Mio. € ausgewiesen.

BOGEN UND ROLLE

Durch die von der drupa 2012 ausgehenden Sonderimpulse übertraf der Auftragseingang bei Bogenmaschinen mit 517,8 Mio. € den Vorjahreswert um 10%. Der Umsatz lag in den ersten neun Monaten mit 395,4 Mio. € noch auf Vorjahresniveau. Der drupa-Effekt werde sich erst im Schlussquartal stärker auswirken, heißt es in dem Bericht. Hohe Kosten für Entwicklung und Einführung neuer Maschinengenerationen in allen Formatklassen, der anhaltende Preisdruck und der Umsatzrückstand hätten im Bogenbe-

reich zu einem negativen Ergebnis von -21,4 Mio. € geführt.

Die Neuaufträge bei Rollenmaschinen lagen mit 308,2 Mio. € um 55% unter dem hohen Vorjahreswert von 683,7 Mio. €. Dagegen stieg der Umsatz in diesem längerfristig orientierten Geschäft durch Lieferungen früher gebuchter Aufträge um 34,1% auf 520,8 Mio. €



Democenter bei KBA in Radebeul.

an. Durch höhere Deckungsbeiträge, das Servicegeschäft und den vorteilhaften Produktmix legte das Segmentergebnis auf 41,9 Mio. € (2011: 1,7 Mio. €) zu.

EXPORTQUOTE FAST 90%

Bei einem gegenüber 2011 geringeren Inlandsumsatz erhöhte sich die Exportquote auf 89,5%. Ins europäische Ausland gingen in der Berichtsperiode nur noch 29,7% der Lieferungen (2011: 36,1%). Asien trug, getrieben durch China, 24,4% zum Konzernumsatz bei. Der Anteil der Märkte Lateinamerika und Afrika stieg auf überdurchschnittliche 25,3% (2011: 11,4%). Der Anteil Nordamerikas blieb mit 10,1% unter dem Durchschnitt.

POSITIVER AUSBLICK FÜR 2012

Ende September beschäftigte KBA inklusive der 411 Auszubildenden 6.312 Mitarbeiter. Ohne die neu

konsolidierte Schweizer Tochter Print Assist AG hat sich die Beschäftigtenzahl im Vergleich zum Vorjahr (6.446) um 149 verringert. Im Ausblick bestätigt der Vorstand seine Ziele für das Geschäftsjahr 2012. Danach soll der Konzernumsatz auf über 1,2 Mrd. € steigen und ein zweistelliges Vorsteuerergebnis erreicht werden.

Weitergehende Aussagen zum Jahresergebnis 2012 und zu den Erwartungen für das Geschäftsjahr 2013 will das Management angesichts der gewachsenen Unsicherheiten im wirtschaftlichen und politischen Umfeld erst im Februar 2013 bei der Vorlage der vorläufigen Zahlen machen.

Im Hinblick auf die Verbesserung der Ertragskraft hat KBA im Frühsommer nochmals ein bis 2014 laufendes Programm zur Kostensenkung gestartet. »Es geht nicht um weitere Personalanpassungen in großem Stil. Es gilt, die Sachkosten weiter zu reduzieren, die Arbeitsteilung zwischen den Konzernstandorten noch effizienter zu gestalten, den Konzerneinkauf zu optimieren und die Arbeitszeiten unserer Mitarbeiter ohne Mehrkosten flexibler zu gestalten«, sagt Claus Bolza-Schünemann.

► www.kba.com

flyeralarm design award

MACH' DIE WELT EIN BISSCHEN BESSER

Der flyeralarm design award geht in die vierte Runde. Wie jedes Jahr ruft die nach eigenen Angaben größte Online-Druckerei Europas alle Kreativen dazu auf, eine Anzeige für gemeinnützige Organisationen zu entwerfen. Bis zum 15. Januar 2013 können Vorschläge unter www.flyeralarm-design-award.de eingereicht werden, die Teilnahmegebühr beträgt 15 Euro. Zur Auswahl stehen auch dieses Mal wieder fünf Organisationen aus den Kategorien »Menschen«, »Tiere«, »Umwelt«, »Standpunkt« und »Underdog«. Eine Fachjury, bestehend aus Vertretern der Organisationen sowie aus den Bereichen Grafik, Text und Design ermittelt in allen fünf Kategorien den jeweils besten Entwurf. Die Kategorien-Sieger werden im Frühjahr 2013 gekürt und erhalten Preisgelder in Höhe von je 2.500 Euro.

In diesem Jahr können Teilnehmer aus folgenden fünf Organisationen wählen: Schenke eine Ziege e. V. (Kategorie Menschen), Provieh e. V. (Kategorie Tiere), Deepwave e. V. (Kategorie Umwelt), Standpunkt e. V. (Kategorie Standpunkt), Furaha Phönix Kinderhaus e. V. (Kategorie Underdog). Der Underdog wird in diesem Jahr zum zweiten Mal gekürt. Dabei handelt es sich um bislang eher unbekannte Organisationen, die meist nicht im Rampenlicht stehen. In diesem Jahr haben sich knapp fünfzig gemeinnützige Organisationen für den Underdog 2013 beworben. Per Online-Voting haben sich über 2.000 Personen für den Verein Furaha Phönix Kinderhaus e. V. entschieden.

► www.flyeralarm-design-award.de



›Du kannst? So wolle nur!‹

7. DEHNBERGER FORUM 2012 VON MANROLAND WEB SYSTEMS IM FRÄNKISCHEN LAUF

Motivation, sich neuen Gedanken zu öffnen, erhielten 120 Führungskräfte der Medienbranche auf dem Dehnberger Forum 2012. manroland web systems hatte zum siebten Mal ins fränkische Lauf geladen. Das Leitmotiv nach Goethes Faust: ›Du kannst? So wolle nur!‹ Die Gäste folgten Referenten, die in ihren Unternehmen neue Wege gingen, etwas anpackten beziehungsweise noch dabei sind. Querdenkende Unternehmer, die offen für Neues sind, Vorstände, die schwierige Unternehmensphasen bewältigten und Spezialisten, die ihre Begeisterung für China und Motivation teilen.

Die vom Laufer Unternehmer Herbert Frey und Unternehmensberater Michael Dömer gewählte Themenmischung schmeckte. Zunächst befriedigte manroland web systems die Neugier zahlreicher Gäste: Eckhard Hörner-Maraß, seit 15. September 2012 Geschäftsführer von



Podiumsdiskussion auf dem Dehnberger Forum 2012 (von links): Eckhard Hörner-Maraß, Geschäftsführer manroland web systems; Michael Dömer, Regisseur und Moderator Dehnberger Forum; Dieter Lange, Trainer und Coach; Peter Kuisle, Mitglied Geschäftsführung manroland web systems; Dr. Michael Fries, Vorstand CeWe Color; Dr. Bertram Stausberg, CEO Prinovis.

manroland web systems, beantwortete Fragen und beschrieb die Unternehmensstrategie mit ihrer Kundenausrichtung. Hier sei man auf gutem Weg. Auch Peter Kuisle, Mitglied der Geschäftsführung manroland web systems, stand kritischen Fragen Rede und Antwort. »Ja«, bestätigte Kuisle, »in diesem Jahr lag der Fokus bei manroland web systems stark auf dem Servicegeschäft, da die Installationsbasis

reibungslos bedient werden muss«. Weiterhin betonte er das künftige Forschungs- und Entwicklungs-Engagement. »Wir müssen die richtigen Dinge entwickeln und intensiv die Synergien zwischen Coldset und Heatset nutzen.« Beispiele hierfür seien das neue Bedienkonzept One Touch und die Colorman e:line. Wie ist einem wegbrechenden Markt, hier der Fotofilmententwicklung, zu begegnen? Dr. Michael

Fries, Vorstand CeWe Color, berichtete vom Umbau des ehemaligen Produktionsunternehmens, das sich heute zum Markenhersteller gewandelt hat. Das CeWe-Fotobuch wird wieder unter unzähligen Weihnachtsbäumen liegen.

Dr. Bertram Stausberg, CEO von Europas größtem Druckkonzern Prinovis, berichtete, wie der Online-Shop Zalando zum Print-Fan wurde. Für die Schuh- und Werbeikone realisierte Prinovis inhouse ein E-Magazin, das für Händler maßgeschneidert ist.

Nun wäre es kein Dehnberger Forum, wenn nicht über den Teller der Medienwelt geschaut würde. Die Wirtschaftsberaterin Dr. Barbara Geldermann gab einen inspirierenden Einblick in die chinesische Kultur- und Wirtschaftsrevolution. Mit der persönlichen inneren Revolte klarzukommen, dazu rief der Trainer und Coach Dieter Lang die Gäste auf: »Was hat der Beruf aus mir gemacht? Zunächst einen erleuchtenden Tag in Dehnberg beschert.«

► www.manroland-web.com



RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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



125 Jahre Holzer Druck & Medien

160 JAHRE TAGESZEITUNG ›DER WESTALLGÄUER‹

Ein Doppeljubiläum kann Holzer in Weiler im Allgäu 2012 feiern, das nicht alltäglich ist. Aus sehr kleinen Anfängen sind inzwischen ein gestandener Verlag und eine hochmoderne Druckerei entstanden. 1852 fertigte der Lithograph Ellgass das erste Wochenblatt für den heimischen Markt, handgeschrieben

die Druckerei Holzer sind ebenfalls eine große Leistung. Hochglanz-Kataloge verlassen das Haus genauso wie aufwendig gestaltete Kalender oder Drucksachen mit Mattglanz und Metallic-Effekten. Die vollstufige Druckerei, mit drei KBA Rapida 105 und 106 (5-Farben, 6-Farben und 8-Farben) ausgestat-

tet, hat sich im Akzidenzmarkt über die regionalen Grenzen hinaus ebenso einen Namen gemacht wie im anspruchsvollen Bereich der Faksimile. Anlässlich des Jubiläums zeigte Holzer in einer Ausstellung im Oktober 40 der bedeutendsten mittelalterlichen Handschriften als Fak-



Blick in das neugeschaffene Druckmuseum. Im Mittelpunkt die Linotype-Setzmaschine von 1911 und die Krause-Handschneidmaschine von 1890 (Bild oben). Daneben der Blick in die Faksimileausstellung mit 40 mittelalterlichen Handschriften. Rechts oben die Rückansicht des Druckereigebäudes von Holzer Druck und Medien. Das Gebäude wurde über die Jahre ständig erweitert und den produktionstechnischen Gegebenheiten angepasst. 2010 wurde die modernste der bei Holzer installierten KBA-Bogenoffsetmaschinen in Betrieb genommen. Vor der Achtfaben (von links) Dr. Elmar Holzer, Getrud Holzer und Betriebsleiter Peter Rasthofer.



und als Schulheft. 1887 übernahm Gebhard Holzer den Verlag und brachte das ›Anzeigebblatt für das westliche Allgäu‹ täglich heraus. Heute ist ›Der Westallgäuer‹ für 24.200 Leser die geschätzte Heimatzeitung, die in Partnerschaft mit der ›Allgäuer Zeitung‹ hergestellt wird. Die Tageszeitung erschien Mitte Oktober mit einer 92-seitigen Jubiläumsausgabe (siehe Bild rechts).

Doch bei allem Respekt für die Heimatzeitung: die 125 Jahre für



simile, die drucktechnisch absolute Höchstleistungen verlangen, und, mit 32-karätigem Echtgold veredelt, dem Original perfekt nahekommen. Herausragend dabei die Reichenauer Handschriften um 1000 von Otto I. bis Heinrich II. Das neugeschaffene Druckmuseum wurde erstmalig vorgestellt. Im Mittelpunkt, neben Setzereigassen, die Original Linotype, welche der Gründer der Druckerei 1911 erstand, und eine Krause-Handschneidmaschine von 1890.

› www.druckerei-holzer.de

Elanders expandiert

SPATENSTICH FÜR PACKAGING INNOVATIONS-CENTRUM

Elanders Germany expandiert im Waiblinger Gewerbegebiet Eisental. Am 26. Oktober 2012 erfolgte der erste Spatenstich für das künftige Packaging Innovations-Centrum. »Nach der Fertigstellung wird die bislang in Gärtringen angesiedelte Elanders Printpack hier einziehen. Damit baut Elanders Germany den Standort zu einem Kompetenzzentrum aus, das alle Dienstleistungen rund um Druck und Verpackung vor Ort und unter einem Dach vereint«, erläutert Peter Sommer.

Elanders Germany ist als global operierendes Druckunternehmen die deutsche Dependence des in Schweden ansässigen Mutterkonzerns. Der Sitz in Waiblingen wurde seit dem Bezug im September 1994 bereits im Dezember 1999 um ein Nebengebäude und im Oktober 2007 um einen Neubau erweitert. Der Umzug von Elanders Printpack nach Waiblingen wird von zusätzlichen Investitionen von 5 Mio. € in den Maschinenpark begleitet. Dabei entstehen neue Arbeitsplätze. In Waiblingen werden künftig etwa 300 Mitarbeiter tätig sein. Durch die Ergänzung der bisherigen Bereiche Digitaldruck, Offsetdruck und Weiterverarbeitung um den Verpackungsdruck profiliert sich Elanders Germany als Druckdienstleister, der alle Kompetenzen unter einem Dach vereint. »Die kurzen Wege ermöglichen ein schnelles Agieren und Reagieren ohne Reibungsverluste, mit denen das wirtschaftlich erfolgreich operierende Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit weiter steigert«, führt Peter Sommer aus.

› www.elanders-germany.com

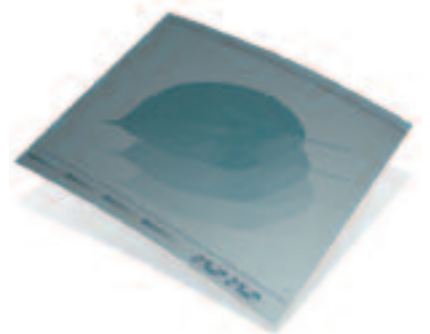


Der Weg zum Erfolg

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



Heidelberger Druckmaschinen BLOCKHEIZKRAFTWERK IN WIESLOCH-WALLDORF

Ende Oktober hat die Heidelberger Druckmaschinen AG ein Blockheizkraftwerk am Standort Wiesloch-Walldorf in Betrieb genommen. Mit der Strom- und Wärmeenergieerzeugung des neuen Kraftwerks senkt Heidelberg die Gesamtenergiekosten am Standort künftig um rund 10%. Die weltweit größte Druckmaschinenfabrik in Wiesloch-Walldorf mit ihren rund 860.000 m² mit 36 Hallen und Bürogebäuden hat einen



Das neue Blockheizkraftwerk am Standort Wiesloch-Walldorf der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Energiebedarf von etwa 60 Gigawattstunden Strom pro Jahr. Die gesamten Energiekosten machen pro Jahr einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag aus. Um den Standort Wiesloch-Walldorf mit der größtmöglichen Energie- und Ressourceneffizienz sicher zu versorgen, entwickelte das Unternehmen mit einem externen Sachverständigenbüro ein Energiekonzept, in dessen Mittelpunkt der Betrieb des Blockheizkraftwerks mit einer elektrischen Leistung von 2 Megawatt und einer Stromproduktion von 12 Gigawattstunden pro Jahr steht.

► www.heidelberg.com

Sappi Printers of the Year DEUTSCHE DRUCKEREIEN RÄUMEN AB

Sappi zeichnete im Rahmen der 14. Verleihung der Sappi International Printers of the Year Awards in Johannesburg die weltweit besten Druckereien aus. Alle Finalisten hatten sich zuvor in regionalen Wettbewerben durchgesetzt. Besonders erfolgreich waren die Teilnehmer aus Deutschland. Sie erhielten sechs der insgesamt elf Elefanten-Trophäen, die an die afrikanischen Wurzeln des Papierher-



Der Bronze-guss-Elefant symbolisiert Sappis südafrikanische Wurzeln.

stellers erinnern sollen. Sieger sind Eberl Print aus Immenstadt in der Kategorie Geschäftsberichte, Druckpartner Druck- und Medienhaus aus Essen in den Kategorien Kalender und Digitaldruck, Lechte aus Emsdetten in der Kategorie Kataloge, Color Druck Leimen in der Kategorie Druck allgemein und die Color-Gruppe aus München in der Kategorie Magazine.

Bei der Bekanntgabe der Gewinner sagte sappi-CEO Ralph Boëtger: »Wir zeichnen die Gewinner für ihr Engagement, ihre Kreativität und ihr Fachwissen aus, mit dem sie Drucksachen produzieren, die die Grenzen des technisch Möglichen neu definieren.« Mehr als 5.500 Arbeiten wurden für den Wettbewerb insgesamt eingereicht.

► www.sappi.com

FUSION BESIEGELT Am 18. Oktober und 23. Oktober fanden in Hannover und Berlin außerordentliche Mitgliederversammlungen der Verbände vdm Niedersachsen e. V. und Berlin-Brandenburg e. V. statt, bei denen es um die Verabschiedung des Fusionsvertrages zwischen den Verbänden zum vdm NordOst e. V. sowie die Zustimmung zur neuen Satzung ging. In beiden Versammlungen wurden die Anträge einstimmig angenommen. Ab dem 1. Januar 2013 wird dann aus dem vdmn und dem vdmdb der vdm NordOst e. V. ► www.vdmn.de

GUA-JAHRESKONFERENZ Mehr als 150 Kodak-Kunden aus 18 Ländern nahmen an der 7. Jahreskonferenz der Graphic Users Association (GUA) teil, die Anfang Oktober bei Kodak in La Hulpe, Belgien, stattfand. Die Teilnehmer aus dem Akzidenz-, Verlags- und Verpackungsdruckbereich erfuhren, wie sie Kodak-Technologie effektiver nutzen können. Bei der Konferenz wurden Themen diskutiert wie Web-to-Print, die effektive Nutzung von Crossmedia im Rahmen integrierter Marketingkampagnen, Einsatz des Offset- und Digitaldrucks in der hybriden Druckproduktion und wie sich Druckereien zu Marketingdienstleistern weiterentwickeln können.



► www.graphics.kodak.com

PRODUKTION AUCH IN DEUTSCHLAND Nachdem Druckereien und Weiterverarbeitungsbetriebe schon in der Vergangenheit Aufträge nach Brno (Brünn) vergeben haben, entsteht nun 50 km nördlich von Bielefeld in Kirchlengern eine neue Produktionsstätte des auf das Stanzen spezialisierten tschechischen Dienstleisters Karroh. Ziel sei es, die stetig steigende Zahl an Aufträgen vor Ort entgegenzunehmen und auch hier zu produzieren, sagt Franz Janovsky, Inhaber von Karroh. Zum Portfolio des Unternehmens zählen unterschiedliche Arten von Winkelschnitten, Treppenschnitt sowie Formschnitte.

BE PRINTERS Die im Januar neu gegründete Geschäftseinheit der Bertelsmann-Druckereien haben jetzt auch einen Namen und ein Corporate Design. Unter dem Dach von Be Printers bündelt Bertelsmann insgesamt



17 Produktionsstandorte in sechs Ländern auf zwei Kontinenten. Die Druckereigruppe ist in den USA und Kolumbien sowie in Europa (Prinovis Deutschland und UK, Italien, Spanien) tätig. CEO von Be Printers ist Bertram Stausberg, der in Personalunion auch Prinovis vorsteht. Die einzelnen Betriebe von Be Printers werden künftig unter ihrem angestammten Namen am Markt agieren. Be Printers erzielt eigenen Angaben zufolge einen Jahresumsatz von 1,2 Mrd. € und beschäftigt derzeit rund 6.800 Mitarbeiter. Die Druckereien produzieren im Tiefdruck, Rollen- und Bogenoffset sowie im Digitaldruck Zeitschriften, Kataloge, Prospekte, Bücher und Kalender. ► www.bepinters.com

manroland sheetfed UMSTRUKTURIERUNG ABGESCHLOSSEN?

Die im September angekündigten Entlassungen bei der Offenbacher manroland Sheetfed GmbH wurden jetzt bestätigt. 77 Mitarbeiter müssen das Unternehmen zum 30. November verlassen.

»Die umfangreiche Umstrukturierung, die im Januar umgesetzt wurde, war ein sehr grober Schnitt. Seitdem haben wir unsere Prozesse neu abgestimmt und auch wenn es bedauerlich ist, dass wir weitere Mitarbeiter entlassen müssen, ist unser Unternehmen mit diesen Feinabstimmungen und den durchgeführten Prozessoptimierungen sehr gut aufgestellt. Wir erwarten in absehbarer Zukunft keinen weiteren Personalabbau«, wird ein ungenannter Unternehmenssprecher in der Pressemitteilung zitiert.

Zudem gab manroland bekannt, dass das Werk in Mainhausen, in dem Verpackung und Versand der Druckmaschinen erfolgen, geschlossen wird. Das 2,9 Hektar große Gelände soll zu gegebener Zeit verkauft werden. Verpackung und Versand werden an den Hauptsitz des Unternehmens in Offenbach verlagert. Dort werden 10% des unternehmenseigenen Werkzeugmaschinenparks verkauft, um die nötigen Umzüge auf dem 11,3 Hektar großen Gelände zu ermöglichen. Nachdem Niederlassungen in Hamburg, Leipzig, Stuttgart und München bereits geschlossen wurden, wird manroland sheetfed zukünftig mit Niederlassungen in über 40 Ländern weltweit etwa 2.000 Mitarbeiter beschäftigen – davon 1.000 in Deutschland, einschließlich der mehr als 100 Auszubildenden.

➤ www.manroland-sheetfed.com

Baumann KOMORI- STATT MANROLAND- MASCHINEN

Das Grafische Centrum Heinrich Baumann in Frankfurt verkauft ab Januar 2013 das Bogenoffsetmaschinenprogramm von Komori. Damit endet auch die seit 80 Jahren bestehende Vertriebspartnerschaft mit dem Offsetmaschinenhersteller manroland. Mit deren Bogenoffsetmaschinen war Baumann in Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland präsent. Mit der Komori-Partnerschaft kommen Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen und Thüringen hinzu. Dafür stehen Baumann nach eigenen Angaben über 400 Mitarbeiter und Büros in München, Leipzig und Meckenheim zur Verfügung. Den nördlichen Teil der Bundesrepublik deckt nach wie vor die Hubertus Wesseler GmbH ab. Den Raum Süddeutschland hatte bis zu seiner Insolvenz der grafische Fachhändler Grafitech bedient.

DRUCKMARKT
impressions



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

www.druckmarkt.com

Menschen & Karrieren

Nach sechseinhalb Jahren an der Spitze von KBA-Polska und der 2011 gegründeten Nachfolgesellschaft KBA CEE mit Sitz in Warschau hat Oliver Becker am 1. November 2012 eine neue berufliche Aufgabe in



Norddeutschland übernommen und die Führung der polnischen KBA-Vertriebs- und Servicegesellschaft an **JAN KORENC** übergeben. • Die Bobst Meerbusch GmbH hat ihren Geschäftsbereich Service ab 1. Oktober mit **GUIDO SPIEGEL** verstärkt. • Kornit Digital, Hersteller von Drucksystemen für den digitalen Textildirektdruck hat **WILFRIED KAMPE** mit Wirkung zum 1. August 2012 mit der Geschäftsführung der Europeaniederlassung betraut. • Kodak hat **DOUG-**



LAS EDWARDS zum Senior Vice President ernannt. Edwards ist President der Digital Printing & Enterprise Group und damit für die Bereiche Verpackungsdruck, funktionales Drucken, elektrofotografische Lösungen, Inkjet-Drucklösungen, das Kodak Service-Geschäft, Inkjet-Drucksysteme für Verbraucher und Design-2-Launch verantwortlich. Damit leitet er einen der beiden Geschäftsbereiche, auf denen Kodak seine Zukunft aufbauen will. Zuvor war Edwards als General Manager für das Geschäft mit Druckvorstufenlösungen zuständig. • Adobe hat **MARK ZABLAN** zum neuen President für Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) ernannt. • Am 1. Januar 2013 wird **FABIAN WALDER** als alleiniger Geschäftsführer die Verantwortung im Canon Business Center Dortmund übernehmen. • **DANIEL SCHAF-**



FELD hat am 1. November 2012 die Leitung der fotocommunity GmbH übernommen. Der 33-jährige bringt umfangreiche Internet-Erfahrung mit. • Über 60 Mitglieder des Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. nahmen am 10. November an der Jahreshauptversammlung in Berlin teil. Sie wählten **STEPHAN VOGEL**, Chief Creative Officer von Ogilvy & Mather Advertising Deutschland, zum ADC-Präsidenten und begrüßten die neuen Präsidiumsmitglieder in ihren Ämtern. • DS Smith Packaging hat sich im deutschsprachigen Raum neu aufgestellt. Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) bilden nun eine Region. Geleitet wird sie von **CAROLYN WAGNER** in der Funktion als Managing Director DS

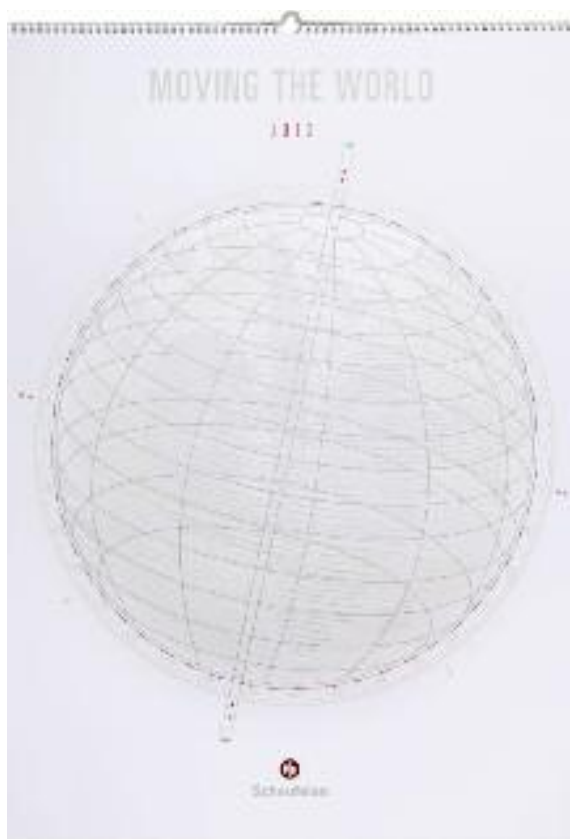


Smith Packaging DACH. Zuletzt war sie Sales & Marketing Director Deutschland/Schweiz. Neuer Sales & Marketing Director für die erweiterte Region DACH ist **MICHAEL LAMPRECHT**. Er übernimmt damit zudem den Verantwortungsbereich der Design Center.



Persönlichkeiten MOVING THE WORLD

Im Wandkalender 2013 stellt die Papierfabrik Scheufelen Menschen in den Mittelpunkt. Menschen, die durch ihre Ideen und Leistungen die Welt bewegt haben.



Das Thema des 27. Scheufelen-Kalenders skizziert Menschen aus Freizeit, Kultur, Politik, Sport, Technik und Wissenschaft und deren (Lebens-)Werk. Die Betrachter des anspruchsvollen Kalenders begleiten Monat für Monat aufregende und zum Teil eher wenig bekannte Viten einzelner Persönlichkeiten.

In Zusammenarbeit mit der Agentur Strichpunkt produzierte Scheufelen mit ›Moving the World‹ eine atemberaubende Abfolge von Menschen. Denn nichts bewegt den Menschen mehr als Menschen, die etwas bewegen. Hinter jeder Veränderung, jedem Fortschritt stehen Menschen, die durch Mut und Innovationskraft faszinieren.

Bereits auf dem Titelblatt symbolisieren unzählige Namen von Berühmtheiten in der Weltkugel den Blick auf das Weltgeschehen vieler Jahrhunderte. Genaues Hinschauen lohnt sich. Jedes Motiv der Kalenderblätter ist höchst anspruchsvoll und ideenreich umgesetzt. Die Köpfe ausgewählter zwölf Persönlichkeiten werden so gekonnt mit Symbolen ihrer Leistung verwoben, dass daraus jeweils eine faszinierende Grafik in unverwechselbarer Handschrift entsteht. Detailorientiert, teils verspielt, dicht und gleichzeitig sehr plakativ. Das Kalendarium der einzelnen Monate ist durchgängig als Fußleiste gestaltet.

In der seit Jahren unverwechselbaren Handschrift wurden alle Motive anspruchsvoll grafisch und drucktechnisch umgesetzt; wissenswerte Details erläutern jedes Monatsblatt.

Technisch interessierte finden im Kalender eine Vielzahl an Veredelungen sowie drucktechnische Spezialitäten, die detailliert dokumentiert sind und die schier unendlichen Möglichkeiten der modernen Drucktechnik aufzeigen: Eben Graphic Arts vom Feinsten.

Die Kalenderblätter von ›Moving the World‹, die wir auf den folgenden Seiten samt der ›Geschichte dahinter‹ abbilden, wurden auf den gestrichenen Scheufelen-Papieren phoenixmotion, heaven 42 und bvs in unterschiedlichen Oberflächen produziert. Wissenswertes zu den eingesetzten Druck- und Veredelungstechniken wie Heißfolien, partielle Lackierungen im Siebdruck, Perforation und Prägung sind auf dem letzten Kalenderblatt zusammengestellt. Die anspruchsvolle Produktion des hochwertigen Kalenders wurde von BuLu, der Buchdruckerei Lustenau in Vorarlberg, durchgeführt und überwacht (Ein Portrait der Druckerei finden Sie auf Seite 34 dieser Ausgabe).

Der Wandkalender ›Moving the World‹ erscheint zweisprachig (deutsch/englisch) in limitierter Auflage von 3.500 Stück. Für Kalenderfreunde steht eine kleine Anzahl zum Kaufpreis von 100,00 € brutto zur Verfügung. Einzelne Kalenderblätter werden in einer kleinen Auflage zu je 15,00 € brutto aufgelegt.

› www.scheufelen.com



Irmgard Glanz, Marketingleiterin bei Scheufelen, zieht Parallelen zwischen Kalendern und Papierherstellung. »Carl Scheufelen löste mit seiner Innovationskraft das handgeschöpfte Papier ab. Mit der Entwicklung des Kunstdruckpapiers durch Scheufelen wurde die Druckwelt nachhaltig verändert. Damit wurde nicht nur die Druckgeschwindigkeit entscheidend erhöht, sondern vor allem die Qualität der Druckergebnisse.« Ein Grund mehr, dem Firmengründer Carl Scheufelen, den Monat Januar zu widmen.



»Für Kinder ist nur das Beste gut genug«, war das Motto von Margarete Steiff, die im Jahre 1880 das Unternehmen gründete, in dem das erste textile weich gestopfte Spielzeug entwickelt wurde: Anhand des Schnittmusters einer Modezeitschrift fertigte Margarete Steiff einen kleinen Elefanten aus Filz. Dieses ursprünglich als Nadelkissen gedachte »Elefäntle« erfreute sich jedoch binnen kürzester Zeit großer Beliebtheit als Kinderspielzeug. Stofftiere, vor allem Teddybären, mit dem legendären Knopf im Ohr begleiten seitdem Millionen Menschen nicht nur in der Kindheit.



Weniger verspielt als der Februar, sondern mehr technisch, zeigt sich das Kalenderblatt des Monats März mit dem deutschen Ingenieur Gottlieb Daimler und einigen Konstruktionszeichnungen. Fast vergessen ist das erste Motorrad mit Benzinmotor und der Petroleum-Reitwagen, den der legendäre Automobil-Erfinder 1885 gemeinsam mit Wilhelm Maybach entwickelte. Reitwagen und Motorrad sind damit die wahren Meilensteine in der Automobil-Geschichte.



Jacqueline Auriol-Douet durchbrach 1953 als erste Frau die Schallmauer und stellte zahlreiche Geschwindigkeitsrekorde bis zu 2.150 km/h auf. Insgesamt absolvierte Jacqueline Auriol über 4.000 Flugstunden. Ihr unbegrenzter Mut und ihre Leidenschaft für das Fliegen verhalfen der schnellsten Frau der Welt zu ihrem Spitznamen »La Lionne«, die Löwin. Ihr ist das Kalenderblatt April gewidmet.



Das Monatsblatt Mai widmet sich Konrad Zuse und seiner bahnbrechenden Entwicklung. Der deutsche Bauingenieur, Erfinder und Unternehmer, gilt unbestritten als Schöpfer des ersten vollautomatischen, programmgesteuerten und frei programmierbaren, in binärer Gleitkomma-rechnung arbeitenden Computers der Welt. 1941 wurde sein Z3 funktionsfähig vorgestellt. Dieser wurde in der Praxis zur Berechnung einer komplexen Matrix, die zur Untersuchung eines Flügelflatterns, das zum Absturz zahlreicher Flugzeuge geführt hatte, eingesetzt.



Auch wenn es von anderen immer wieder bestritten wird, stellt das Juni-Blatt des Kalenders klar: Die Berliner Imbiss-Besitzerin Herta Heuwer hat 1949 die berühmte Currywurst mit einzigartiger, pikanter Sauce erfunden. Die Rezeptur für »Chillup«, abgeleitet von Chili und Ketchup, ließ sie sich am 21. Januar 1959 beim Deutschen Patentamt registrieren. Im Berliner Curry-Wurst-Museum wurde eigens ein Raum für Herta Heuwers Erfindung eingerichtet. Angebote großer Unternehmen, Marke und Rezept zu erwerben, hat sie zeitlebens abgelehnt. Man sagt, sie habe ihr Rezept niemandem anvertraut.



Der Filmikone, Sängerin und dem größten Sexsymbol des 20. Jahrhunderts, Marilyn Monroe, ist der Juli gewidmet. Sie bewegte nicht nur die Männerwelt. Wer erinnert sich nicht an Monroes Kleid, das über einem U-Bahn-Schacht hochgeweht wurde? Diese Szene in Billy Wilders Film »Das verflixte 7. Jahr« bleibt für immer legendär.



Gandhi veränderte mit seiner Grundhaltung nicht nur Indien. Er setzte als geistiger Anführer der indischen Unabhängigkeitsbewegung im 20. Jahrhundert Maßstäbe. Mit gewaltfreiem Widerstand, zivilem Ungehorsam und »Fasten bis zum Tode« führte er 1947 das Ende der britischen Kolonialherrschaft über Indien herbei. Im Scheufelen-Kalender repräsentiert er den Monat August. Das indische Volk verehrte ihn als »Mahatma«. Dem Sanskrit zufolge heißt dies: »dessen Seele groß ist«.



September: Der Einfluss von Coco Chanel auf die Haute Couture war so herausragend, dass die US-Zeitschrift »Time Magazine« sie als einzige Vertreterin dieser Berufsgruppe in die Liste der 100 einflussreichsten Personen des 20. Jahrhunderts aufnahm. »Simplicity is the keynote of all true elegance« war dabei eine der wichtigsten Designrichtlinien Channels. Diese findet sich in ihrer Mode und nicht zu vergessen im legendären Parfüm Chanel No 5 wieder.



Zu den großen Errungenschaften, die dem Philosoph und Mathematiker Pythagoras zugeschrieben werden, zählt die Begründung der Proportionentheorie. Er hat den Begriff λόγος, »Proportion«, im mathematischen Sinn eingeführt. Mit dem Pionier der griechischen Philosophie, Mathematik und Naturwissenschaft wird »Der Satz des Pythagoras«, die geometrische Formel $a^2 + b^2 = c^2$, assoziiert.



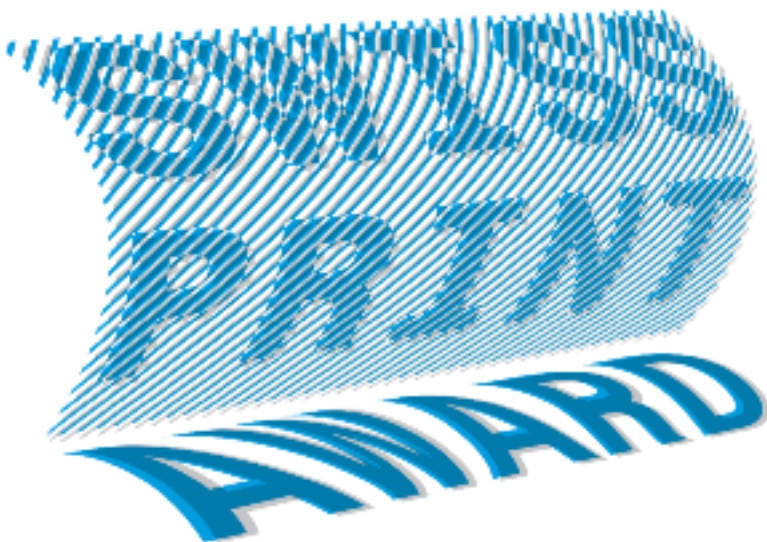
»Der Tag, an dem die Sonne vom Himmel fiel«, sagte der ehemalige Formel-1-Pilot Gerhard Berger am 1. Mai 1994. Der tödliche Unfall des Brasilianers Ayrton Senna da Silva beim Großen Preis von San Marino im italienischen Imola beendete abrupt eine kometenhafte Rennfahrerkarriere. Brasiliens Präsident Itamar Franco ordnete nach dem Tod Sennas eine dreitägige Staatstrauer an. Beim Trauerzug in seiner Heimatstadt São Paulo erwiesen ihm mehr als drei Millionen Menschen die letzte Ehre. Senna wurde dreimal Weltmeister und gilt als einer der schnellsten Piloten der Renngeschichte. Das Novemberblatt beschäftigt sich mit der Rennfahrer-Legende.



Der letzte Monat des Jahres setzt sich mit dem Inbegriff eines Forschers und Genies, mit Albert Einstein, auseinander. Er veränderte durch seine Forschungen zur Struktur von Raum und Zeit sowie zur Gravitation grundlegend das physikalische Weltbild. Der Nobelpreisträger von 1921 nutzte sein Netzwerk und Ansehen auch für Völkerverständigung und sein Friedensengagement.



Ab 2013 heisst der Wettbewerb «Swiss Print Award». Dazu rufen asw Allianz Schweizer Werbeagenturen, die Kaderschule «gib» Zürich, «Viscom print + publishing» sowie «Druckmarkt Schweiz» auf.



➤ Ziel des neuen «Swiss Print Award» ist es, Arbeiten auszuzeichnen, die «Lust auf Print» machen und potenzielle Auftraggeber dazu animieren, das gedruckte Medium zu nutzen.

➤ Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde, ganz gleich in welcher Technik. Dazu gehören: Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Verkaufsliteratur, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen, Kombinationen aus Druck- und Online-Medien, Digitaldruck- und 1:1-Kommunikation mit Response-Elementen) und POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Außenwerbung, Plakate etc.).

Die eingereichten Arbeiten müssen im jeweils abgelaufenen Kalenderjahr (bis zum Anmeldeschluss) aktiv als Imagewerbung, für Marketing, Werbung oder als Verkaufunterstützung eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse, Technik etc. spielen dabei keine Rolle.

Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Technologie- und Materialhersteller sowie Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe.

Einreichen kann jeder, der an der Entstehung einer Drucksache beteiligt ist. Die Teilnahme am «Swiss Print Award» 2013 ist letztmalig kostenfrei, ab 2014 wird eine Teilnahmegebühr erhoben.

➤ **Einsendeschluss ist der 10. Februar 2013,**
die Bekanntgabe der Preisträger findet im März 2013 statt. Die unabhängige Jury, bestehend aus Typografen, Designern, Agentur-, Verlags- und Druckprofis sowie Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Kriterien wie Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.

Bitte nutzen Sie für Ihre Einsendung den Begleitzettel, den Sie auf der Internetseite des «Druckmarkt Schweiz» finden.

➤ www.druckmarkt-schweiz.ch



MfG-Award 2012

PRINT IM BESTEN SINNE



»Der MfG-Award ist tot – es lebe der MfG-Award!« Die Neuausrichtung eines der ältesten nicht-kommerziellen Designwettbewerbe im deutschsprachigen Raum ist geglückt. Der Relaunch hat zu einer Beteiligung geführt, wie sie in 20 Wettbewerbsjahren nie erreicht wurde: 230 Einsendungen für die neuen Kategorien »Emotion«, »Raffinesse«, »Vereinfachung«, »Umweltbewusstsein« und die bestehende für Debütanten sprechen für sich.

»Mit freundlichen Grüßen« ist die klassische Schlussformel eines Briefes. Ihre Abkürzung »MfG« ist Namensgeber eines Designwettbewerbs für herausragende Druck-Erzeugnisse. Er wird seit 1992 durch den Bundesverband Druck und Medien (bvdmd) veranstaltet. Wegen seiner nicht-kommerziellen Ausrichtung gilt der Award als einer der Designwettbewerbe, bei dem sich kleine wie große Unternehmen eine Teilnahme leisten können. Kommunikationsdesigner, Agenturen, Druckereien und deren Auftraggeber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beteiligen sich mit ihren besten Arbeiten am Wettbewerb. Nachwuchsgestalter werden gesondert bewertet und mit Förderbeziehungsweise Sachpreisen ausgezeichnet.

2012 MIT NEUEN KATEGORIEN Nach zwei Dekaden wurde das inhaltliche Konzept des MfG-Award überarbeitet, um die Möglichkeiten gelungener Printkommunikation noch besser herauszustellen. »Es war an der Zeit, den Wettbewerb weiterzuentwickeln. Mit den neu entwickelten Kategorien lassen sich die Stärken gelungener Druck-

Erzeugnisse besser sichtbar machen«, stellte der Jury-Vorsitzende Thilo von Debschitz fest.

Zwar bleiben hohe Designqualität und anspruchsvolle Verarbeitung weiterhin wesentliche Kriterien für die Bewertung, doch die bisherige Beschränkung auf drei vorgegebene Medientypen (Geschäftsausstattung, Formulare, Eigenwerbung von Druckereien) wurde jetzt durch eine offenere Kategorisierung ersetzt. Ab sofort können sämtliche Drucksachen zur Bewertung eingeschickt werden, die mindestens einem der vier folgenden Begriffe zugeordnet werden können: Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung oder Emotion.

Am 17. Oktober kürte der bvdmd die Sieger des MfG-Awards 2012. Im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung im Museum Wiesbaden wurden die Preise verliehen. Als besonders erfreulich bewertete die Jury die Teilnehmerzahl und Qualität der studentischen Arbeiten. So wurden in der Kategorie »Debütanten« allein acht Preise vergeben: Regina Schwarzwälder und Sabine Isele aus Oberkirch gewannen den Förderpreis im Wert von 500 Euro für die Geschäftspapiere »Geteiltes





Wohnen – doppelter Nutzen« (1). Drei erste Preise wurden an Sascha May für seine Geschäftsausstattung (2), an Björn Schmidt aus Kiel für das Programmheft »Ephemer« (3) und an Raphael Schifferdecker aus Frankfurt für das »Manifest zum Wertschätzen« (4) vergeben. Zudem sprach die Jury Anerkennungen aus für die Arbeit »kunst und kritik« (5) von Yanik Hauschild, Mats Kubiak, Mona Matejic und Hendrike Nagel aus Düsseldorf, für das Projekt »Planstadt Eisenhüttenstadt« (6) von Tobias Keinath und Reinhard Schmidt aus Pforzheim sowie für das Buch »8m²« (7) von Peter Meyer aus Braunschweig.

PRINT: RAFFINIERT UND EFFEKTVOLL In der Kategorie »Emotion« erhielt jäger & jäger aus Überlingen den ersten Preis für drei Kataloge, die für die Nils Holger Moormann GmbH entwickelt wurden (8). EIGA Design aus Hamburg gewann den zweiten Preis für das »Trend Diary EAT! Design with food« (9). Mit zwei dritten Preisen wurden die Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell für ihr Buch »Sprechendes Wasser« (10) und En Garde Interdisciplinary GmbH aus Graz für ihr Sammelwerk »Was ich sehe, wenn ich gehe – Spaziergänge in Graz« (11) ausgezeichnet.

In der Kategorie »Raffinesse« wurde TGG Hafen Senn Stieger aus St. Gallen der erste Preis für das »Typotron-Heft 29 | Drei Weieren« (12) zugesprochen. Den zweiten Preis erhielt die Universitätsdruckerei H. Schmidt aus Mainz für das Buch »Stefan Sagmeister: Another Book about Promotion and Sales Material« (13). Zwei dritte Plätze erlangten das Druckhaus Ley + Wiegandt aus Wuppertal für den »Vorwerk Geschäftsbericht 2011« (14) und Leagas Delaney Hamburg GmbH für »Fish & more GmbH Markenhandbuch: Gegen den Strom« (15).

In der Kategorie »Vereinfachung« gingen ein zweiter Preis an labor b designbüro aus Dortmund für »Schichten einer Region. Kartenstücke zur räumlichen Struktur des Ruhrgebiets« (16) sowie zwei dritte Preise

an die Lockstoff Design GmbH aus Grevenbroich für ihre Formulare zur Wunscherfüllung (17) und an systemform Datenbelege GmbH aus Prien am Chiemsee für »musterform – der neue Musterservice von systemform!« (18).

GREEN PUBLISHING HAT NOCH POTENZIAL Einen besonderen Akzent in der Abendveranstaltung setzte Andreas Koop. Der Designer, Dozent und Autor präsentierte mit seinem Vortrag »Das tragbare Loch – über Nachhaltigkeit und Absurdität« Arbeiten seines Büros, stellte den Agentursitz der designgruppe koop vor und sorgte mit seinen Denkanstößen für Erheiterung und Nachdenklichkeit zugleich. Im Mittelpunkt seiner Rede stand Nachhaltigkeit. Das Thema wurde gewählt, um die Wettbewerbskategorie »Umweltbewusstsein« stärker in den Blickpunkt zu rücken. Stephanie Podobinski, diesjährige Juryvorsitzende, freut sich schon auf die nächsten Aufgaben: »Ich will den Wettbewerb dahingehend weiterentwickeln, dass diese Kategorie bekannter wird, noch höhere Teilnehmerzahlen erreicht und eine größere Bandbreite aufzeigt.« Denn beim MfG-Award 2012 hielt die Jury keine Arbeit in der Kategorie Umweltbewusstsein für preiswürdig.

Im Namen der Jury bedankte sich Stephanie Podobinski bei Dr. Nora Lauterbach, die in den vergangenen Jahren die Geschicke des MfG-Awards geleitet und den Weg für den Relaunch geebnet hatte. Sie beendet zum Jahresende ihre Tätigkeit beim bvdM. »Sie hinterlassen ein bestens bestelltes Feld, sodass der Wettbewerb auch unter neuer Führung seine Erfolgsgeschichte fortsetzen kann!«, hob die Juryvorsitzende hervor.

Einsendungen für den 22. MfG-Award werden ab dem Frühjahr 2013 entgegengenommen.

› www.mfg-award.de › www.bvdm-online.de





St. Galler Tagblatt setzt auf Kodak Thermalnews

Während sich manche Zeitungsdruckerei erst in jüngerer Zeit die Vorteile der Thermo-CtP-Technologie zunutze macht, blickt die St. Galler Tagblatt AG, ein Unternehmen der NZZ Medien-gruppe, auf mehr als zehn Jahre Thermo-CtP- und Platten-Technologie von Kodak zurück.

Im Druckzentrum in St. Gallen-Winkeln werden zwei Generation News Plattenbelichter eingesetzt, um jährlich etwa 320.000 Druckplatten zu bebildern, mit denen auf einer Wi-fag-Rotation mit sechs Drucktürmen und zwei Falzapparaten gedruckt wird. Seit März 2012 verwendet das Unternehmen ausschließlich die Kodak Thermalnews PT Platte.



Aus der Vogelperspektive: das Druckzentrum der St. Galler Tagblatt AG in St. Gallen-Winkeln.

WIE GEMACHT FÜR DAS TAGBLATT Die Thermalnews PT Platte bietet die Möglichkeit, ohne Vorerwärmung und Vorwaschen Auflagen bis zu 200.000 Drucke zu erreichen. Dies bringt eine spürbare Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs mit sich. Mit herkömmlicher Vorerwärmung ist die negativ arbeitende Platte sogar für bis zu 350.000 Drucke gut. Mit diesem Leistungsprofil kam die Zeitungsplatte von Kodak der Druckerei wie gerufen. Im Produktionsprogramm der Druckerei spielt das ›St. Galler Tagblatt‹, das mit verschiedenen regionalen Ausgaben eine Gesamtauflage von täglich 120.000 Exemplaren erreicht, eine wichtige Rolle. Dazu kommen rund 30 im Kundenauftrag gedruckte Zeitungen und Zeitschriften, die wöchentlich, vierzehntägig oder monatlich erscheinen. Darunter sind so auflagenstarke Objekte wie die Zeitschrift ›touring‹ des Touring Clubs Schweiz (knapp 700.000 Exemplare) oder eine Teilaufgabe der wöchentlich erscheinenden ›Coop Zeitung‹ (350.000 Exemplare).

»Wir arbeiten weiterhin mit Vorerwärmung und können so auch die größten Auflagen mit einem einzigen Plattensatz produzieren. So müssen wir keine



Platten doppelt herstellen und sparen den Plattenwechsel, der bei uns noch manuell erfolgt«, erläutert **Hansjürg Stihl**, als Leiter Zeitungsdruck verantwortlich für Rotation, Logistik, Druckformherstellung und Teile des Einkaufs. »Unseren größten Auftrag, die ›Coop Zeitung‹, produzieren wir in Sammelproduktion. Und wenn wir die Platten nach den 350.000 Überrollungen aus der Maschine nehmen, wären sie noch weiter druckfähig.«



Andreas Schneller, Leiter der Druckformherstellung, mit einer Kodak Thermalnews PT Platte.

ROBUSTES VERHALTEN IM DRUCK

Andreas Schneller, der die Plattenherstellung des Druckzentrums leitet, attestiert der Kodak Thermalnews PT Platte eine hohe Bebildungsgeschwindigkeit – eine Folge ihres geringen Energiebedarfs von nur 70 mJ/cm². Die Platten werden mit AM-Rasterung und einer Rasterfrequenz von 52/cm bebildert.

Da die Thermalnews PT Platte selbst

im feineren 60/cm-Raster einen Rastertonwertbereich von 1% bis 98% überträgt, sind optimale Voraussetzungen für den Druck nuancenreicher Bilder mit vollem Tonwertumfang gegeben. Andreas Schneller über einen weiteren Vorteil der neuen Druckplatte im Verarbeitungsprozess: »Wir wechseln gewohnheitsmäßig immer nach zwei Wochen die Chemie, obwohl sie wesentlich länger halten würde. Diesen Rhythmus behalten wir auch mit der Thermalnews PT bei, haben jedoch festgestellt, dass der Reinigungsaufwand der Verarbeitungsanlage geringer ist.«

Auch im Druckbereich verlief die Umstellung von der Kodak Thermalnews Gold auf die Thermalnews PT nach Aussagen der St. Galler Techniker reibungslos. »Wir haben in diesem Frühjahr einen Monat lang beide Plattentypen parallel auf jeweils einer CtP-Linie eingesetzt. Für die Drucker haben sich keine veränderten Handhabungsanforderungen oder Einstellungen der Druckparameter ergeben«, berichtet Hansjürg Stihl. »Günstig ist aus unserer Sicht auch die geringe Kratzempfindlichkeit der Thermalnews PT, da wir die vielen Plattenwechsel manuell durchführen.«

Rund 200.000 Kodak Thermalnews PT Platten, darunter 18.000 Panoramaplatzen und der Rest im Broadsheet-Format, wurden innerhalb von acht Monaten beim ›St. Galler Tagblatt‹ verwendet. Eine für Hansjürg Stihl ausreichende Erfahrungszeit, um die Druckplatte bewerten zu können: »Die Stärke der Thermo-CtP-Technologie von Kodak ist seit jeher, dass wir wiederholbarere Punkte auf die Platte bekommen. Mit der Thermalnews PT Platte hat Kodak erneut eine Lösung gefunden, die unseren Ansprüchen in puncto Qualität und Auflagenleistung entspricht.«





Gekonnt Verpacken. Die Profis stehen auf KBA.

Wenn es um den Druck und die Veredelung hochwertiger Verpackungen und Displays geht, vertrauen die großen Namen der Branche seit Jahrzehnten KBA. Egal ob Starkkarton, Mikrowelle, Spezialpapiere oder Folien – die hohe Verfügbarkeit und einzigartige Flexibilität der Rapidas im Mittel-, Groß- oder Supergroßformat suchen ihresgleichen. Ein derart umfassendes Know-how bei Lackveredelung, Inline-Produktion, Qualitätsmanagement, Bedruckstofflogistik, Workflow und neuen Anforderungen wie Brand Protection finden Sie nur beim Weltmarktführer im Bogenoffset-Verpackungsdruck.

Koenig & Bauer AG, Bogenoffsetmaschinen
Tel. 0351 833-0, kba-radebeul@kba.com, www.kba.com

 **KBA**
People & Print



KBA Commander CT bei Mayer & Söhne

Mit zukunftsorientierter Zeitungstechnik gut gewappnet – zum 150. Jubiläum des weit über die Region hinaus bekannten Druck- und Medienhauses Mayer & Söhne in Aichach ist eine neue Commander CT-Rotation von Koenig & Bauer (KBA) in Produktion gegangen.

Ende September fand im Beisein zahlreicher Ehrengäste wie dem Bayerischen Medienminister und Leiter der Bayerischen Staatskanzlei Thomas Kreuzer die Einweihung der modernen Anlage statt. Als regionale Mediengruppe stehe Mayer & Söhne, so Kreuzer, für Qualitätsjournalismus für die Menschen in der Heimat. Mit der Aichacher Bevölkerung wurde der Firmengeburtstag Mitte Oktober bei einem Tag der offenen Tür gefeiert.

Thomas Sixta, Gesellschafter von Mayer & Söhne sowie Verleger und Chefredakteur der ›Aichacher Zeitung‹, sagte anlässlich des Produktionsstarts der Commander CT: »Rund 8,5 Millionen Euro haben wir in die technische Aufrüstung unserer Druckerei investiert, um die Zukunftsfähigkeit langfristig

Neben den Printtiteln und Rollen- und Bogenoffsetdruckereien gehören zwei Verlage für Monatszeitschriften, Bücher und Stadtpläne sowie vier Reisebüros zur Unternehmensgruppe.

GRÖSSTER DRUCKDIENSTLEISTER BAYERNS Wöchentlich werden 500.000 eigene Zeitungen und Anzeigenblätter wie die ›Aichacher Zeitung‹, ›Aichacher Anzeiger‹, ›Stadtzeitung Augsburg‹, ›Stadtzeitung Weißenburg‹ und ›WoBla‹ produziert. Im Gegensatz zu anderen Zeitungsdruckereien produziert Mayer & Söhne traditionell mehr für Fremdkunden als für die eigenen Verlage, wofür das Berliner Format prädestiniert ist. Für den Axel Sprin-



Die zum Festakt hinter Papier verborgene KBA Commander CT wurde feierlich enthüllt und dann auf volle Geschwindigkeit hochgefahren.



In der Druckhalle feierten Ende September mehr als 100 Gäste den 150. Geburtstag von Mayer & Söhne und die neue Druckmaschine.



Die Commander CT kann pro Stunde bis zu 47.000 Zeitungen mit 32 Seiten vierfarbig drucken.



Thomas Sixta (Mitte), Aichachs Bürgermeister Klaus Habermann (l.) und Wolfgang Schubring vom Axel Springer Verlag.

zu sichern. Die komplexe Aufbauarbeit und Inbetriebnahme unserer neuen Druckmaschine ging bei Sicherstellung der laufenden Produktion sehr professionell vonstatten. Neben höherer Druckqualität und Flexibilität schaffen wir mit der KBA Commander CT durch den extrem schnellen Auftragswechsel mit den Plattenwechselautomaten neue Produktionsmöglichkeiten wie durchgehende Vierfarbigkeit und Spielräume für weitere Fremdaufträge.«

VIELFÄLTIGE AKTIVITÄTEN 1862 gründete Ignaz Mayer seine Druckerei am Aichacher Stadtplatz und drei Jahre später das ›Aichacher Amtsblatt‹, Vorgänger der ›Aichacher Zeitung‹. In den vergangenen 40 Jahren ist das in fünfter Generation familiengeführte Traditionsunternehmen stark gewachsen. Heute beschäftigt die gesamte Gruppe 350 Mitarbeiter, 240 davon am Stammsitz Aichach, die anderen am zweiten Druckstandort in Lahr sowie bei Partnerverlagen in Augsburg, Weißenburg und Bamberg. An diesen Orten erscheinen Wochenzeitungen und Anzeigenblätter wie die Stadtzeitung in Augsburg oder das Bamberger Wochenblatt ›WoBla‹.

ger Verlag wird die Ausgabe der ›Bild‹ City München hergestellt. Pro Monat verlassen acht Millionen Zeitungen und zeitungähnliche Journale das Aichacher Druckhaus. Darüber hinaus werden Beilagen für Handelsunternehmen aus dem ganzen Bundesgebiet gedruckt.

PRODUKTIVITÄT UND FLEXIBILITÄT Die neue Kompaktrotation Commander CT mit einer maximalen Papierrollenbreite von 1.260 mm und einer Abschnitlänge von 470 mm kann pro Stunde bis zu 47.000 vierfarbige Zeitungen mit bis zu 32 Seiten drucken. Die Ausstattung der Maschine erlaubt eine große Produktvielfalt und Sonderwerbeformen. Papiere mit höheren Grammaturen für Zeitschriften- und Katalog-Innenteile sowie verschiedene Semicommercials sind einsetzbar. Neben Halfcover können mit dem Skip-Slitter voll- und halbformatige Zeitungsbücher in einem Druckvorgang hergestellt werden, also inline die Tabloid-Beilage für die Broadsheet-Zeitung.

► www.kba.com





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

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

www.hiflex.com



Hiflex



Heidelberg eröffnet neues Print Media Center

Alle Produktneuheiten von der drupa in Heidelberg installiert und als vollstufige und komplett integrierte Druckerei aufgebaut

Alle Neuheiten der drupa 2012 für das Marktsegment Werbedruck sind installiert und für Kunden verfügbar. Ab sofort ist auch das komplette Programm für Postpress Commercial zu sehen, das vollständig in den Prinect Workflow integriert ist. Die Ausstattung des PMC – inklusive der Wanddekoration mit Druckplatten – erinnert an den drupa-Auftritt von Heidelberg, bei dem das Unternehmen unter dem Motto »Discover HEK Lösungen zeigte, mit denen Druck- und Weiterverarbeitungsdienstleister die aktuellen Marktanforderungen meistern können.

Auf einer Fläche von über 5.000 m² wird in Heidelberg die Integration von Prepress, Press und Postpress über den Prinect Workflow über alle Produktionsbereiche hinweg inszeniert. Im Print Media Center in Wiesloch-Walldorf, das 2008 eröffnete und etwa 5.400 m² belegt, wird in Halle 11 die komplette Produktionskette für Faltschachteln präsentiert. Dort werden auch die Großformatmaschinen bis 162 cm Bogenbreite und Druckveredelungen mit Spezialanwendungen demonstriert. Zusammen arbeiten in den beiden PMCs 135 Mitarbeiter und 15 Auszubildende, die 2011 nahezu 1.300 individuelle Kundenvorfürungen durchgeführt haben.

Damit bietet Heidelberg seinen internationalen Kunden im Werbe- und Verpackungsdruck mit beiden Standorten ideale Plattformen zum praktischen Testen von Technik und Anwendungen. Im Fokus steht dabei stets die Vereinbarkeit mit den Geschäftsmodellen der Kunden.

Schwerpunkt Kunden-Events

Das neue PMC in Heidelberg soll künftig noch stärker für die Kundenansprache in Europa genutzt werden. Heidelberg stellt sich auf die sich verändernden Marktgegebenheiten ein und passt seine Vertriebs- und Marketingstrukturen entsprechend an. Der Fokus liegt auf Wachstumsmöglichkeiten in den Schwellenländern und auf Effizienzsteigerungen des Drucks in den Industrienationen. In diesem Zusammenhang wird in den industrialisierten Märkten der Schwerpunkt auf Open Houses und Kundenveranstaltungen in PMCs gelegt. »Um unseren Kunden und Interessenten umfangreich und gezielt unser Angebot vorzustellen, greifen wir künftig noch stärker mit den Print Media Centern auf unsere eigene Infrastruktur zurück«, erklärt **Marcel Kiessling**, Vorstand bei Heidelberg für den Bereich Sales und Services.



In Heidelberg wurde das Print Media Center (PMC) für den Werbedruck neu eröffnet. Um den Kunden den bestmöglichen Überblick über die Angebote zu verschaffen, wurde das PMC renoviert, technisch auf den neuesten Stand gebracht und zu einer vollstufigen, komplett integrierten Druckerei ausgebaut.



Gemeinsam mit den Kunden Sven Hiemisch (links) und Alexander Brenner (zweiter von rechts), Geschäftsführer der SDC Saalfeld GmbH, eröffnete Marcel Kiessling (zweiter von links), Vorstand von Heidelberg, und Roland Krapp, Leiter des PMC, das neue PMC in Heidelberg.



Das PMC ist nun zu einer vollstufigen, komplett integrierten Druckerei für den Werbedruck ausgebaut worden, in der alle Neuheiten der drupa 2012 installiert sind.



Neu ist die komplett ausgestattete Buchbinderei im PMC in Heidelberg, wo die komplette Weiterverarbeitung mit Schneiden, Sammeln, Heften und Binden gezeigt wird. Dies von Klein- bis hin zu Großauflagen.

»Mit dem PMC-Netzwerk in Heidelberg, Wiesloch-Walldorf, Atlanta in den USA, São Paulo, Brasilien, und Shenzhen in China decken wir alle wichtigen Themen und Märkte ab.«

Präsentation von Prepress über Press zu Postpress

Unter den drupa-Neuheiten im PMC in Heidelberg befinden sich die neuen SX-Modelle, wie die Speedmaster SX 52 und SX 74, die Speedmaster SX 102 und CX 102. Auch die Speedmaster XL 106-Zehnfarben mit einer maximalen Produktionsgeschwindigkeit von 18.000 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck ist zu sehen. In der Weiterverarbeitung werden nun unter anderem der neue

Sammelhefter Stitchmaster ST 500 und der Klebender Eurobind Pro gezeigt. Für die Marktanforderung des Short-Run-Printings zeigt Heidelberg seine Digitaldrucksysteme Linoprint C 751 und C 901, die im Zusammenspiel mit der Speedmaster SX 52-Fünffarben und eingebunden in den Prinect Digital Print Manager Flexibilität bietet.

Zu den Aufgaben des neu eröffneten Print Media Centers in Heidelberg gehören Kundenvorführungen und -veranstaltungen, aber auch anwendungstechnische Trainings für Kunden, eigene Instrukteure und Vertriebsmitarbeiter.

»Die Vorführungen sind das wichtigste Werkzeug für den Praxisbezug und beim richtigen Konfigurieren



der Ausstattung für die Kunden«, erklärt **Roland Krapp**, Leiter des PMC. Zudem unterstützt das PMC Forschung und Entwicklung bei neuen Produkten, den Service im Feld sowie andere Democenter im globalen Verbund mit Demojobs, Konzepten sowie Personal für Shows und Open Houses. Praxistests mit verschiedenen Verbrauchsmaterialien der Saphira-Reihe runden das Leistungsspektrum ab.

Ein weiterer Schwerpunkt des PMC ist die Produktion der eigenen Publikationen und Broschüren. Alle Druckprodukte werden dabei klimaneutral auf FSC-Papier gedruckt.

Zudem sind alle Maschinen im PMC klimaneutral gestellt und zeigen die Umsetzung des ökologischen Druckens in der Praxis. Beispielsweise benötigt die SX 52 Anicolor 90% weniger Makulatur und spart somit pro Jahr nahezu 25 Tonnen an CO₂ ein.

»Wir bringen die drupa in den Alltag und zeigen, wie moderne Technik unseren Kunden dabei helfen kann, wettbewerbsfähig zu bleiben. Ökologie und Ökonomie sind dabei kein Widerspruch«, fasst Roland Krapp zusammen.

► www.heidelberg.com



Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

Tel. +49 (0) 54 67 - 535
Fax +49 (0) 54 67 - 565

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus prepress consultant

Willkommen in der Welt von
CtP, Workflow und der JDF-gestützten Integration
der digitalen Druckvorstufe in der Druckerei.

Den Newsletter »Newsbox« lesen Sie unter
www.mittelhaus.com





FARBSYSTEM OHNE FARBKÄSTEN Quad Tech bietet ein Farbensystem für Rollenoffsetdrucker an, das konventionelle Farbkästen durch computergesteuerte Farbinjektoren ersetzt. Dies ermöglicht nach Angaben des Herstellers eine präzisere Dichteregelung auf dem gesamten Druckbild, da die in jeder Regelungszone erforderliche Farbmenge bei allen Maschinengeschwindigkeiten genau und einheitlich dosiert wird. Neben der verbesserten Farbdichte eliminiert das System auch die Kosten, die durch Verschmutzung durch offene Farbkästen entstehen.

BETAKUNDEN MIT B2-SYSTEM HP hat seine ersten Betasysteme der HP Indigo 10000 Digital Press bei dem US-Unternehmen Sandy Alexander, bei Old City Press in Israel und bei der in Großbritannien ansässigen Precision Printing installiert. Die Indigo 10000 im Format 750 x 530 mm wurde zur drupa 2012 vorgestellt.

INTEGRATION VON MIS UND DRUCK Efi gab die Einführung von Fiery FS100 Pro bekannt. Das neue Fiery-System ermöglicht Kunden und Anwendern von Efi MIS-Systemen die nahtlose Integration zwischen Efi MIS-Systemen und Fiery Driven-Digitaldruckmaschinen und gewährleistet dadurch eine stärkere Automatisierung und höhere Effizienz.

CONVENIENCE Die Verpackung ist Botschafter des Produktes. Daher müssen Geschenkverpackungen den Spagat zwischen exklusivem Äußeren und funktionaler Anwendbarkeit schaffen. Mit den »Fix-und-Fertig«- oder »Convenience-Verpackungen« wie den farbigen Luftpolsterversandtaschen sowie der neu ins Sortiment aufgenommenen Geschenkbox mit Magnetverschluss bietet Rajapack Verpackungen, die direkt und ohne weitere Handgriffe einsatzfähig sind. www.rajapack.de



PLATE TO PRESS Ab Januar 2013 werden beim Druckhaus Ulm-Oberschwaben in Weingarten druckfertige Platten an die Ablagefächer an der Druckstelle angeliefert – und zwar so vorsortiert, dass die für einen Druckauftrag benötigten Platten nur noch in die Ladekassette des manroland APL-Systems eingelegt werden müssen. Möglich macht dies die vollautomatische NELA Plattensortierung mit PlateFlow Software, mit der Druckplatten für verschiedene Druckjobs in sogenannten »Plattenbahnhöfen« vorgehalten werden können. www.nela.de

GELDRUCKER Ricoh hat seine Geljet-Familie erweitert. Die Multifunktionssysteme Aficio SG 3100SNw und 3110SFNw verfügen standardmäßig über W-LAN, Economy-Modus, Duplexdruck und Scan-Funktionen. Nach Informationen von Ricoh zieht das Gel sofort in das Papier ein und verhindert ein Verschmieren. Im Economy-Color-Modus könnten farbige Dokumente mit geringerer Gelintensität kostengünstiger gedruckt werden, wobei die Qualität fast gleich bleibe. Beide Modelle produzieren 29 A4-Seiten je Minute, verarbeiten Formate von A6 bis A4 und Papiergewichte bis zu 256 g/m². Aus dem Bypass lassen sich zudem Banner bis zu einer Länge von 129,5 cm bedrucken. www.ricoh.de

Alpha Colour, Großbritannien ERSTES ENERGIEMESSGERÄT VON HEIDELBERG

Das Druckhaus Alpha Colour wird als erstes Unternehmen in Großbritannien ein Energiemessgerät von Heidelberg installieren. Das Messgerät ist in die Speedmaster XL 75-Vierfarben mit Lackwerk integriert, die in Kürze nach Gloucester geliefert wird. Geschäftsführer Jeff Williams ist sicher, mit der Investition das Vertrauen der Kunden in das Umweltengagement von Alpha Colour weiter zu stärken. »Unsere



Die Grafik stellt die kontinuierliche Anzeige der Energieeffizienz am Prinect Wallscreen unterhalb der Geschwindigkeitsanzeige dar und zeigt den Leistungsverlauf der Maschine und der Peripheriegeräte im separaten Fenster an.

neue Druckmaschine ist CO₂-neutral gestellt. Mit dem Energiemessgerät können wir nun auch den Energiebedarf in unserer Druckproduktion steuern und reduzieren. Mit der Investition in das Messgerät haben wir einen mess- und belegbaren Nachweis für nachhaltige und umweltfreundliche Produktion«. Heidelberg ist der erste Anbieter eines integrierten Gerätes zur Messung der Energieeffizienz. Der aktuelle Strombedarf je 1.000 Bogen wird ermittelt und erleichtert Alpha Colour so das Stromsparen. Das Messgerät zeigt dem Drucker den momentanen Energiebedarf, den Energiebedarf über einen definierten Zeitraum oder, in Kombination mit Prinect Energy Reporting, sogar die Energieeffizienz der einzelnen Druckmaschinenkomponenten.

www.heidelberg.com

Bobst Bielefeld VIELE NEUHEITEN ANLÄSSLICH EINER HAUSMESSE

Am 9. und 10. Oktober veranstaltete Bobst Bielefeld eine Hausmesse in seinem Technologiezentrum. Die Veranstaltung bildete den Auftakt für eine Serie von Hausmessen, die der Bobst-Geschäftsbereich Webfed innerhalb gut einer Woche in dieser Form durchführte, um sein breites Spektrum von Flexo- und Tiefdruckmaschinen, Kaschier- und Metallisierungsmaschine für flexible Verpackungen vorzustellen.



Zusammen mit der erstmals auf der diesjährigen drupa vorgestellten Zentralzylinderdruckmaschine F&K 20SIX bot Bobst Bielefeld eine Reihe von Präsentationen und Demonstrationen von technischen Neuheiten, die allesamt der Steigerung der Produktivität dienen. Zu den vorgestellten Neuheiten zählte das Andruck- und Registersystem smartSet, das eine höchst effiziente Alternative zum bewährten smartGPS Offline-System darstellt. smartSet ist ein nicht-optisches, halbautomatisches »On-Board«-System, das für eine beträchtliche Reduktion von Makulatur und Einrichtzeit sorgt. Im Vergleich mit optischen Systemen bietet smartSet den Vorteil, dass es auch bei reflektierenden Substraten eingesetzt werden kann und dass per Funktionsweise ein überhöhter Anstelldruck und damit auch eine Beschädigung der Druckplatten während des automatischen Andruckens ausgeschlossen ist.

www.bobst.com



Ricoh Multifunktionssysteme AFICIO MP 6002, AFICIO MP 7502 UND AFICIO MP 9002

Ricoh hat die drei Schwarz-Weiß-Systeme Aficio MP 6002, 7502 und 9002 auf den Markt gebracht. Die Multifunktionssysteme verfügen über einen größeren Arbeits- und Festplattenspeicher sowie einen leistungsstarken Controller und können aus der Standardkassette Grammaturen bis zu 216 g/m² verarbeiten.

Mit Kopier- und Druckgeschwindigkeiten von bis zu 90 Seiten/Minute



Kompakt, produktiv und intuitiv bedienbar: das neue Schwarz-Weiß-Multifunktionssystem Aficio MP 9002.

und einem Papiervorrat von maximal 8.300 Blatt empfehlen sie sich für hohe Schwarz-Weiß-Druckvolumen. Mit den Finishing-Optionen lassen sich inhouse professionell aussehende Druck-Erzeugnisse produzieren. Dazu tragen ein Finisher mit 50- und 100-Blatt-Heftung, ein Broschüren-Inline-Finisher, eine Deckblatt-Zuschieß-Einheit, der 9-fach-Mailboxsorter und die optionale Multi-Falzeinheit bei.

► www.ricoh.de

Konica Minolta DREI NEUE SCHWARZ-WEISS- PRODUKTIONSDRUCKSYSTEME

Flexibilität und Produktivität kennzeichnen nach Angaben des Herstellers die neuen monochromen Drucksysteme bizhub Press 1052, 1250 und 1250P. Sie basieren auf der gleichen Hardware, sind jedoch auf unterschiedliche Anforderungen ausgerichtet. Die Systeme bieten eine Druckauflösung von 1.200 x 1.200 dpi und hohe Medienflexibilität: Grammaturen von 40 g/m² bis 350 g/m² und im Schön- und Wider-



druck bis zu 300 g/m². Verarbeitet werden Papierformate bis zu 324 x 483 mm. Die Druckgeschwindigkeit reicht von 105 A4- beziehungsweise 60 A3-Bogen beim bizhub Press 1052 bis zu 125 A4- oder 70 A3-Bögen pro Minute beim Modell 1250/P.

Mehr als 50 Systemkonfigurationen sind verfügbar. Sie variieren durch eine Vielzahl von Verarbeitungsoptionen wie Autoringbinder, Broschürenfinisher, Sattel-Heftung oder drei Großraumstapelablagen. Auch ein Umschlag-Kit für Kuvertdruck und eine Glätteinheit durch Papierrückbefeuchtung sind optional erhältlich.

► www.konicaminolta.de

Mail Sweden AB EASYSERT STEIGERT EFFIZIENZ AUF DER ›LETZTEN MEILE‹

Mail Sweden, ein Tochterunternehmen von PostNord, hat am Standort in Alvesta, im Süden von Schweden, ein Pilotprojekt gestartet, um ein modernes und effizientes Einstecksystem zu installieren.

Die Ferag konnte sich im Rahmen einer EU-konformen Ausschreibung mit dem Einstecksystem EasySert durchsetzen. Installiert wurde in Alvesta ein EasySert für die 24-in-1-Produktion, mit dem die Produktivi-



Installiert wurde in Alvesta ein EasySert für die 24-in-1-Produktion, mit dem die Produktivität nahezu verdoppelt werden konnte.

tät nahezu verdoppelt werden konnte. Eine besondere Herausforderung war die Implementierung der Gangfolgensortierung für den Postboten. Dadurch kann der Arbeitsaufwand in den Verteilzentren reduziert und die Effizienz auf der ›letzten Meile‹ bis zum Empfänger gesteigert werden. Allerdings erfordert die Gangfolgensortierung eine genaue Planung der Produktion, um häufige Wechsel an den Anlagen zu vermeiden. Hier unterstützt die Navigator-Steuerung den Anwender mit der Optimizer-Applikation. ► www.ferag.com

Neschen ›EASY DOT‹ JETZT AUCH ALS BOGENWARE ERHÄLTlich

Die PVC-Folie ›Neschen easy dot 100‹ erobert jetzt auch die Einsatzfelder Sieb- und UV-Offset-Druck. Dafür ist das Neschen-Produkt in einer matten und einer transparenten Version erhältlich. Aufgrund der punkweisen Kleberbeschichtung lässt sich das Produkt nach Herstellerangaben bedrucken, einfach verkleben und von den meisten Untergründen wieder rückstandsfrei ablösen.



Die nach DIN 4102 B1-zertifizierte, 100 µm starke Weich-PVC-Folie ist für Innenanwendungen auf ebenen oder eindimensional gebogenen Oberflächen konzipiert. Beim Bedrucken soll das PE-Abdeckpapier mit 140 g/m² gute Planlage und einwandfreien Materialauf in Offset-Maschinen und Siebdruckanlagen gewährleisten.

Neschen vertreibt easy dot im Bogenformat 70 cm x 100 cm und als Rollenware mit 250 Laufmetern und 140 cm Breite. Für Lösemittel-, Latex- und UV-härtende Tinten steht das Material in der Standardabmessung 137,2 cm x 50 m zur Verfügung.

► www.neschen.com

Knapp, kurz und bündig

ColorGates RIP-Softwarelösungen Productionserver, Filmgate, Proofgate und Photogate sind ab sofort in der Version 7.11 erhältlich. • **Efi** hat PrintMe Mobile L100 vorgestellt, eine Appliance auf Linux-Basis zum mobilen Drucken aus Wi-Fi-Teilnetzen. • **Deutsche Papier** bietet ab sofort ein Vollsortiment für LFP-Anwendungen und alle gängigen Drucksysteme. Hierzu zählen wasserbasierende sowie solvent- und latexbasierende Medien und Lamine. • Anfang dieses Jahres wurde bei der Verpackungsdruckerei **Gotek-Print** in der westrussischen Stadt Schelesnogorsk die russlandweit erste **Heidelberg** Speedmaster CX 102 installiert. Bis Ende des Jahres wird die Sechsfarbenmaschine mit Lackwerk und Farbmesssystem Prinect Inpress Control über 21 Millionen Bogen gedruckt haben. • In den vergangenen Monaten haben drei führende und stark wachsende indische Verpackungsbetriebe neue Bogenoffsetmaschinen von **KBA** installiert. Unter den gelieferten Mittelformatanlagen befinden sich auch zwei Maschinen der High-End-Baureihe Rapida 106.



Upon Paper magazine

»RED DOT: GRAND PRIX« FÜR HERAUSRAGENDE LEISTUNG

Bei der red dot award-Gala am 24. Oktober in Berlin wurde die erste Ausgabe des Upon Paper magazine mit dem begehrten »red dot: grand prix« bedacht, der höchsten Auszeichnung bei einem der international größten und renommiertesten Designwettbewerbe. Unter 6.823 Einreichungen aus 43 Ländern erkannte die mit Experten aus aller Welt besetzte Jury lediglich 15 einen grand prix zu.



Aus der Begründung der Jury: »Seine schiere Größe verleiht Upon Paper magazine eine enorme Stärke. Dies unterstützt auch den Content, der durch aufwändige Produktion in Kombination mit klarem typografischen Layout beeindruckt.« Upon Paper magazine – redaktionell und gestalterisch vollkommen unabhängig – ist initiiert vom traditionsreichen Papierhersteller Hahnemühle FineArt und ist Teil eines Konzeptes mit drei Säulen, die zusammen eine innovative Plattform zum Dialog mit Künstlern jedweder Kunstform, sowie Fotografen, Designern, Architekten und Kunstinteressierten weltweit bilden. So wird das Magazin durch den Upon Paper space in Berlin (aktuell die Gruppenausstellung Color) und die Online-Plattform uponpaper.com ergänzt.

➤ www.uponpaper.com

➤ www.hahnemuehle.com

Druckhaus Cramer

KUNDEN-EVENT WAR EIN VOLLER ERFOLG

Mit ausgewählten Kunden, Partnern und Lieferanten fand Ende Oktober ein Cramer-Dialog Nachmittag im Druckhaus Cramer in Greven statt. Unter der Leitung von Dr. Christina Cramer, Geschäftsleitung Druckhaus Cramer, wurde neben dem geselligen Dialog-Teil unter allen Teilnehmern das Thema »starkes Papier für starke Kommunikation« fokussiert. Stärken von Print und Print-Kommunikation wie Qualität,



Substanz, Glaubwürdigkeit oder Zielgruppengenauigkeit wurden aufgezeigt sowie Anwendungsbeispiele in der Praxis diskutiert. Unterstützt wurde das Druckhaus durch den langjährigen Papier-Lieferanten Deutsche Papier, die den Tag mit einem höchst spannenden und informativen Fachvortrag ergänzten. Neben den Vorträgen von Frau Dr. Cramer und dem Partner Deutsche Papier gab es einen detaillierten Einblick in das Greveners Familienunternehmen inklusive einer Live-Druck-Demo im Offset und Digital Druck. Die Demo passte sich thematisch an die Vorträge an. Abgerundet wurde der Cramer-Dialog Nachmittag mit innovativen und personalisierten Produkten, die den Teilnehmern zunächst exklusiv in der Druck-Demo vorgestellt und im Anschluss als Give-Away mitgegeben wurden. Bei münsterländer Schnitten, einem Glas Sekt und interessanten Gesprächen ist der Abend in gemütlicher Atmosphäre im Druckhaus zu Ende gegangen.

➤ www.cramer.de

Healeys Print Group

INVESTITION IN EINE LINOPRINT C 901 VON HEIDELBERG

Vor wenigen Wochen hat sich die Healeys Print Group für die Investition in Großbritanniens erste klimaneutral gestellte Speedmaster XL 75-5+L der Heidelberger Druckmaschinen AG entschieden, die im Dezember in Ipswich installiert wird. Jetzt plant Healeys, auch im Digitalgeschäft aufzurüsten und ersetzt seine Ricoh C 651 EX durch eine Linoprint C 901 von Heidelberg.



Die Heidelberg Linoprint C 901 und deren Integration in den automatisierten Druckerei-Workflow Prinect verschafft Anwendern ein hohes Maß an Flexibilität bei der Herstellung ihrer Druckjobs.

Die Linoprint C 901 ist serienmäßig mit dem neuen Prinect Digital Print Manager von Heidelberg ausgestattet. Dieser ermöglicht bereits ohne Integration in einen Workflow einen Digitaldruckworkflow mit Funktionen wie Managen variabler Daten, Weiterverarbeitung mit digitalen Inline-Finishing-Systemen sowie einen dokumentenorientierten Workflow.

Die neue Maschine wird anfangs nur für eine Schicht eingesetzt. Geplant ist, die Linoprint C 901 innerhalb der nächsten sechs Monate im Zweischicht-Betrieb zu nutzen. Healeys ist überzeugt, mit der Investition die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Das Unternehmen plant, seinen Umsatz im laufenden Geschäftsjahr um 20% zu steigern.

➤ www.heidelberg.com

Goss International

ERSTE SUNDAY VPAK VERPACKUNGSDRUCKMASCHINE

Nach intensiven Drucktests, die am Hauptsitz in Durham durchgeführt wurden, hat Goss International die Auslieferung der ersten Sunday Vpak Verpackungsdruckmaschine an Precision Press in Minnesota begonnen.

Das Rollenoffsetdrucksystem mit variabler Rapportlänge wird für die Herstellung von flexiblen Verpackungen und Etiketten konfiguriert und mit Sunday Vpak 500 Druckein-



Goss International hat eine Sunday Vpak 500 Rollenoffset-Verpackungsdruckmaschine mit variabler Rapportlänge aufgesetzt und getestet, bevor das System an Precision Press in Minnesota ausgeliefert wurde.

heiten sowie Goss Inline-Flexodruck- und Beschichtungseinheiten ausgestattet. Zudem verfügt die Maschine über Zusatzaggregate für UV- und EB-Trocknung.

Goss International hat die gesamte Maschine vor der Auslieferung im Werk aufgestellt und umfangreiche Drucktests durchgeführt.

Goss Sunday Vpak Druckmaschinen sind für eine Vielzahl von Anwendungen zur Herstellung von Faltschachteln, Preprint-Produkten, flexiblen Verpackungen und Etiketten konfigurierbar, und erreichen eine Produktionsleistung von bis zu 457 m/Min. Das Modell Sunday Vpak 3000 ist in Bahnbreiten bis zu 1.905 mm mit einer Rapportlänge von 700 bis 1.400 mm verfügbar, die Sunday Vpak 500 in Bahnbreiten bis zu 1.051 mm mit einer Rapportlänge von 406 bis 812 mm.

➤ www.gossinternational.com

ES IST ZEIT FÜR PRÄZISE INDIVIDUELLE ANSPRACHE **UND** BESSERE KUNDENBEZIEHUNGEN.

Es ist Zeit für zielgenauere Angebote **UND** höhere Responsequoten.

Es ist Zeit für mehr Ideen **UND** nahtlose Integration.

Möchten Sie Ihren Kunden effektivere Möglichkeiten für die Nutzung der ganzen Vielfalt von Verbraucherdaten bieten? Dann brauchen Sie eine **Kodak** Lösung. Wir bieten Ihnen alles, was Sie für eine effiziente, innovative und profitable Produktion benötigen: Tools, Erfahrung, Support und einen robusten Workflow. Es ist Zeit für Lösungen, die den Ansprüchen von Menschen und den Zielen Ihres Unternehmens gerecht werden.

Es ist Zeit für Sie **UND** Kodak

Gerne beraten wir Sie persönlich. Kontaktieren Sie Reinhold Frech, Tel. 0711.406-2610, Reinhold.Frech@kodak.com. Oder besuchen Sie kodak.com/go/connect



Deutsche Papier

KARTONSORTIMENT UM VIER NEUE PRODUKTE ERWEITERT

Die neue Qualität (GC 1) Chromocard HB zählt zu den leistungsfähigsten Kartonqualitäten in der Klasse der Chromokartone. Das neue Lagersortiment ist in den Flächengewichten 230 – 550 g/m² mit einer FSC-Zertifizierung erhältlich. Mit der Marke Tambrite ergänzt Deutsche Papier einen Chromokarton (GC 2), der laut aktuellster Opticom Studie zu den besten Kartonmarken in Europa gehört. Tambrite überzeugt mit einer exzellenten Oberflächenglätte und einer sehr guten Bedruckbarkeit. Die Kartonqualität ist deshalb auch für grafische Anwendungen geeignet. Eine hohe Biegesteifigkeit ermöglicht den Einsatz niedrigerer Flächengewichte, was wiederum zu einem Kostenvorteil führt und gleichzeitig die Umwelt schont. Tambrite ist in den Gewichten 225 – 340 g/m² ab Lager verfügbar.

Der vielfältig einsetzbare Chromoduplexkarton Magnus GD 2 ist ab Lager innerhalb von 24 Stunden in den Grammaturen 230 – 550 g/m² bundesweit lieferbar.

Mit der Qualität CKB (Coated Kraft Back) verkauft Deutsche Papier ab sofort einen Karton, der sich durch hohe Biegesteifigkeit und eine braune Kraftrückseite auszeichnet. Die doppelt gestrichene Vorderseite garantiert eine sehr gute Bedruckung. Die Kartonqualität eignet sich für die Herstellung von Displays, Deckenhängern und Verpackungen. Ab Lager sind die Flächengewichte 175 g/m² bis 390 g/m² verfügbar.

➤ www.deutsche-papier.de

Lebendiger denn je

SKIN CURIOUS COLLECTION IN NEUEN FARBTÖNEN

Die Antalis GmbH relaucht die exklusiv bei Antalis erhältliche Skin Curious Collection und erweitert die Papierkollektion durch vier subtile Farbtöne. Die Papierqualitäten, die durch ihre zarten Texturen den Betrachter unmittelbar zum Berühren einladen, liegen in den Farben Emerald, Purple, Grey und Indigo vor. Die erweiterte Farbpalette nimmt die aktuellen Trends aus Mode und Design auf. Der neue intensive Farbton Emerald mit smaragdgrüner Note eignet sich besonders für Technologie und Luxus ausstrahlendes Kommunikationsmaterial. Die Farbe Purple steht für Eleganz und gliedert sich besonders gut in die Kommunikation der Modewelt ein. Als Rückkehr zum Minimalismus, geprägt durch ein Gefühl der Ruhe, Disziplin und Distinguiertheit, lässt sich das neue Grey in der Design- und Architekturszene verwenden. Indigo passt dank seiner natürlichen tiefblauen Erscheinung gut zu Eventkommunikation und auch Direktmarketing.

➤ www.antaldis.de



Anlässlich des Skin Relaunch veranstaltet Arjowiggins bis zum 28. Februar 2013 den 2. Skin Contest: Der Wettbewerb lädt Gestalter dazu ein, eine kreative Maske aus Skin oder einem anderen Papier aus der Antalis Premiumkollektion anzufertigen.

➤ www.secondskincontest.com

solvoprint easy 180 removable DICKERE FOLIE FÜR LEICHTERES ARBEITEN

Die Neschen AG erweitert ihr solvoprint easy-Sortiment um eine neue wiederablösbare Selbstklebefolie. Bei einer Einsatzdauer von bis zu einem Jahr lässt sie sich als Innen- und Außenanwendungen von fast allen glatten Untergründen rückstandsfrei abziehen. Für die gute Wiederablösbarkeit sorgt ein semipermanenter, umweltfreundlicher Kleber auf Wasserbasis. Zudem überzeugt solvoprint easy 180 MSP



Die selbstklebende Folie solvoprint easy 180 MSP removable verfügt über eine hohe Dehnfähigkeit, und durch ihre Dicke besteht zudem eine geringe Neigung zur Blasenbildung. Aufgrund ihrer Stabilität lässt sie sich auch mit Schneideplottern optimal verarbeiten.

removable durch einfaches Handling beim Anbringen an ebenen oder eindimensional gebogenen Oberflächen. Die Folie verfügt über eine hohe Dehnfähigkeit, und durch ihre Dicke besteht zudem eine geringe Neigung zur Blasenbildung. Aufgrund ihrer Stabilität lässt sie sich auch mit Schneideplottern optimal verarbeiten.

Digital bedruckt, bietet solvoprint easy 180 removable eine hohe Farbbrillanz. Die weiße PVC-Selbstklebefolie mit matter Oberfläche ist für lösemittelbasierte, Latex- und UV-härtende Tinten geeignet. Bereits vorhandene ICC-Profile der solvoprint easy 80-Medien können dabei problemlos verwendet werden.

➤ www.neschen.com

Metsä Board

WACHSENDE NACHFRAGE NACH FALTSCHACHTELKARTON

Im Rahmen seiner Serviceverbesserungen hat Metsä Board die Kapazitäten für Faltschachtelkarton im Bogenformat erhöht. Am Standort Äänekoski wird die Schneidekapazität durch zwei Bogenschneidemaschinen vorerst um jährlich 70.000 Tonnen erhöht, wobei ein Wachstumspotenzial nach oben besteht. Mit den Bogenschneidemaschinen in Äänekoski soll ein Teil des am Standort hergestellten Faltschach-



telkartons verarbeitet werden. Dort wurden die Produktionskapazitäten durch die Modernisierung der Kartonmaschine dieses Jahr bereits erhöht. Außerdem soll ein Teil der ausgelagerten Verarbeitung in die eigene Produktion zurück genommen werden. Die am Standort Äänekoski hergestellten Produkte, Carta Integra und Carta Solida, eignen sich für hochwertige Verpackungs- und Grafikanwendungen. »Wir stellen einen Nachfragezuwachs an unserem Faltschachtelkarton in Bogenformat fest und haben daher unsere Arbeitsabläufe in Äänekoski und Gohrsmühle entsprechend ausgebaut«, sagt Markku Romano, Leiter Vertrieb Karton in Europa, Naher Osten und Afrika. Im Werk Gohrsmühle in Deutschland wird ab September ein neuer Express Board Service Center für alle Metsä Board Faltschachtelkarton-Qualitäten eröffnet. Die Schneidekapazität wird hier 60.000 Tonnen pro Jahr betragen, ebenfalls mit Potential nach oben.

➤ www.metsäboard.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



Lackieren vor und nach der Wendung

Erste klimaneutral gestellte Zehnfarben-Speedmaster XL 106 für Österreich

Zum 100-Jahre-Jubiläum geht bei der Buchdruckerei Lustenau (BuLu) im Januar 2013 eine außergewöhnliche Konfiguration einer Heidelberg Speedmaster XL 106 in Betrieb. Hinter der Typenbezeichnung XL 106-5-LYY-P-5-L verbirgt sich eine Zehnfarben-Offsetdruckmaschine, die nicht nur beide Seiten des Bogens in einem Durchgang bedruckt, sondern auch lackiert. »95 Prozent unserer Aufträge sind lackiert und ein großer Anteil davon auch beidseitig. Insofern ist die Speedmaster XL 106 in dieser Konfiguration und Ausstattung ideal für uns«, schildert die Geschäftsführerin der Geschäftsdrukerei der BuLu, Christine Schwarz-Fuchs. »Auf diese Maschine haben wir wirklich gewartet.« Eine herkömmliche Acht- oder Zehnfarben-Maschine ohne Lackwerke sei für die BuLu nicht infrage gekommen, da der Großteil der Kunden schon bisher eine Lackierung der Drucksorten wünscht. Mit der XL 106 mit LPL-Technologie könne man die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens weiter ausbauen und den Expansionskurs der letzten Jahre fortsetzen, ist die Geschäftsführerin der BuLu überzeugt.

Seit dem Jahr 2000 ist das Unternehmen enorm gewachsen und hat seine Belegschaft mehr als verdoppelt.

Für das laufende Geschäftsjahr wird ein Umsatz von 13 Mio. € angepeilt. Mit der Installation der Speedmaster kommen weitere sechs Mitarbeiter in Verkauf, Vorstufe und Finishing dazu, denn mit der Maschine erweitert BuLu neuerlich ihre Kapazität im Drucksaal. Die dazu notwendigen Aufträge will man vor allem im Export gewinnen. Dass dies möglich ist, unterstreicht das Vorarlberger Unternehmen mit einer beeindruckenden Exportquote von rund 50%. Die Kunden kommen vor allem aus dem deutschsprachigen Raum, wobei man sich auch Chancen auf dem englischen Markt ausrechnet, den man aktiv bearbeiten möchte.

Der Automatisierungsgrad macht den Unterschied

Ab Januar 2013 gehört die BuLu mit der XL 106 mit LPL-Technologie zu einem exklusiven Anwenderkreis. In Europa sind gerade einmal fünf Maschinen in dieser Konfiguration installiert. Die LPL-Technologie sei in der Abstimmung zwischen Bedruckstoff, Druckfarbe und Lack sicherlich eine Herausforderung, die man aber mit dem ambitionierten Team an Druckern gern annehme, versichert Christine Schwarz-Fuchs. »Unsere Drucker freuen sich auf die neue Speedmaster und werden das Maximum aus ihr herausholen.«

Die Buchdruckerei Lustenau setzt mit der Installation einer Zehnfarben-Speedmaster XL 106 mit LPL-Technologie ihren Expansionskurs fort. Mit der Möglichkeit, vor und nach der Wendung lackieren zu können, steigert das Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit und erschließt sich neue Möglichkeiten der Veredelung.



Umweltschutz ist seit vielen Jahren ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie des Vorarlberger Unternehmens.



Christine Schwarz-Fuchs: »Die Speedmaster XL 106 ist in dieser Konfiguration und Ausstattung ideal für uns.«

Unterstützt werden sie durch die Geschwindigkeit von 15.000 Bg/h im Wendebetrieb und ein Automatisierungspaket mit AutoPlate XL für den vollautomatischen und simultanen Plattenwechsel und das Inline-Farbsystem Prinect Inpress Control, das Farbe und Passer bei laufender Maschine misst und regelt. Eine wichtige Komponente des Investitionspakets ist der Prinect Pressroom Manager, mit dem alle Druckmaschinen vernetzt werden, und er so zur zentralen Informations- und Steuerzentrale im Drucksaal wird. Neben der Effizienzsteigerung bietet die LPL-Technologie auch deutlich mehr Veredelungsmöglichkeiten als klassische Maschinenkonfigurationen, mit denen man zusätzlich auf dem Markt punkten könne.

CO₂-Fußabdruck der SM XL 106 neutralisiert

Umweltschutz ist seit vielen Jahren ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie des Vorarlberger Unternehmens. Die Speedmaster XL 106 ist mit einem Umweltpaket ausgestattet, um so beispielsweise die Emissionen im laufenden Betrieb noch weiter zu senken. So wird über eine Rückkühlung mit Wärmerückgewinnung der gesamte Bürotrakt geheizt, wodurch sich jährlich 26 Tonnen an CO₂-Emissionen einspa-

ren lassen. Bei der Buchdruckerei Lustenau geht man aber noch einen Schritt weiter und kompensiert die gesamten bei der Herstellung der neuen XL 106 angefallenen CO₂-Emissionen.

Heidelberg hat dazu ein Programm aufgelegt und unterstützt durch den Kauf von Zertifikaten ein ökologisch und sozialpolitisch wertvolles Wiederaufforstungsprojekt von nature-Office in Togo. Der CO₂-Fußabdruck der neuen Speedmaster für BuLu wiegt rund 509 Tonnen – dabei wurden alle relevanten Parameter, von der Rohstoffgewinnung über die Materialherstellung bis hin zur Fertigung der Maschine, ihrem Testlauf und dem Transport von Heidelberg nach Lustenau, berücksichtigt. Damit ist die Druckmaschine der Buchdruckerei Lustenau auch die erste klimaneutral hergestellte XL 106, die nach Österreich verkauft wurde. »Die Neutralisierung des CO₂-Fußabdrucks unserer neuen Maschine ist ein wichtiger Schritt, um den Umweltgedanken in der gesamten Produktionskette noch stärker zu verankern«, betont Christine Schwarz-Fuchs.

➤ www.at.heidelberg.com

Fujifilm

DER LEIM SPIELT EINE SCHLÜSSELROLLE

Fujifilm bietet hochwertige Leime und Lacke für die Verpackungsbranche. Die Hochwertigkeit zeigt sich vor allem in der Kombinierbarkeit bei praktisch allen Bedruckstoffen. Das gilt auch für mit UV-Lacken bedruckte beziehungsweise veredelte Verpackungen. Fujifilm liefert komplette, in enger Zusammenarbeit mit Kunden und Herstellern von Klebstoffauftragsmaschinen entwickelte Lösungen für das Lackieren und Leimen von Verpackungen aus einer Hand.

Angefangen bei zum Beispiel Faltschachteln für Medikamente über Primär- und Sekundär-Verpackungen für Lebensmittel bis hin zu Boxen für Kosmetiktücher – im Tagesgeschäft müssen Druckereien beim Leimen von Verpackungen vielfältige Anforderungen berücksichtigen, bei denen der Leim eine Schlüsselgröße ist. Mit seinen Faltschachtelmustern unterstützt Fujifilm auf der FachPack in Nürnberg die Komplexität des Themas. Letztlich aber müssen Leime vor allem vier Eigenschaften erfüllen: »Reduzierte Produktionskosten, hohe Produktivität, beste Qualität und optimale ökologische Leistungsmerkmale – das sind in aller Regel die Kriterien, anhand derer Verpackungshersteller heute ihre Leime auswählen«, erklärt Jürgen Geyer, bei Fujifilm Deutschland Product Manager für Pressroom Solutions. Dabei macht es keinen Unterschied, ob Leime mit Hochgeschwindigkeits-Düsen, Walzen oder anderen Systemen aufgetragen werden.

Produktivität und Qualität des Leimauftrags hängen entscheidend davon ab, welche Produktionsparameter vor Ort bei Kunden gegeben sind und wie sie in den Prozessen zusammenspielen. Bei der Entwicklung der Leime werden all diese Parameter berücksichtigt. So erzielen die Kunden zum Beispiel beim Fenstereinkleben optimale Produktionsergebnisse. Zudem setzt Fujifilm bei der Herstellung seiner Leime konsequent auf sehr hochwertige Rohstoffe und Zusätze. Auch das stellt perfekte Klebeergebnisse sicher, die wiederum die Funktionsfähigkeit der Verpackungen garantieren.

Das Angebot des Unternehmens umfasst sowohl phthalatfrei formulierte Dispersions- und Heißleime (Hotmelt) als auch gelatinebasierte Leime. Für sämtliche Einsatzbereiche stellt Fujifilm darüber hinaus kundenindividuelle Klebstoffe her. Auch diese werden jeweils bestmöglich auf die vor Ort bei Kunden gegebenen Bedingungen in der Produktion abgestimmt.

So zeichnen sich die Leime unter anderem durch zuverlässige Haftung auch auf schwierigen Bedruckstoffen bei – dank feinsten Leimlinien – gleichzeitig minimiertem Leimauftrag aus. Hinzu kommen ihre ausgezeichnete Viskosität und kürzeste Trocknungszeiten. Für die jeweiligen Anwendungen optimierte Transportverpackungen minimieren den Verpackungsabfall.

➤ www.fujifilm.de



Sprintis auf der Druck+Form NEUES MESSEKONZEPT BEGEISTERT BESUCHER

Zum inzwischen vierten Mal stellte der Würzburger Großhandel für Konfektionierungsartikel auf der Druck+Form in Sinsheim aus. »Es war an der Zeit etwas Neues zu zeigen. Trotz rückläufiger Besucherzahlen auf der Messe an sich war auf unserem Stand immer etwas los«, erklärt Geschäftsführer Christian Schenk zum neuen Standkonzept auf der Druck+Form. Unter dem Werbeslogan ›Tuning für Ihre



Printprodukte« präsentierte Sprintis die Vielfalt der Konfektionierungsartikel. Für Gesprächsstoff sorgte der aufwendig renovierte VW Bulli (Baujahr 1976), der mitten auf dem Messestand als Eyecatcher platziert war. Der Bus diente als Hingucker und Besprechungsecke für die Kundenberatung.

Neben dem Bus wurde auch das komplette Sprintis-Sortiment von Buchschrauben über Displayprodukte bis hin zu Datumsweisern präsentiert. »Ein Großteil unserer Artikel wertet ein Druckprodukt in irgendeiner Form auf – ähnlich wie beim Tuning im Automobilsegment«, beschreibt Schenk die Idee hinter dem neuen Slogan, der parallel durch eine neue Anzeigenstrecke in verschiedenen Fachzeitschriften begleitet wird.

➤ www.sprintis.de

Neue Genius 52UV BESONDERE DRUCKLEISTUNG DER DRUCKEREI THIEME

Die Druckerei Thieme aus Meißen druckt seit Kurzem ihre Akzidenzdrucke auf einer Genius 52UV mit Lackwerk von KBA-MePrint. Damit erweitert der Spezialist für ungewöhnliche Druck-Drzeugnisse die Produktivität ganz entscheidend. Die Druckerei Thieme hat bereits langjährige Erfahrung mit unterschiedlichen nichtsaugenden Druck-Erzeugnissen aus Kunststoff und Papier gesammelt. Die neue Ma-



Hochwertige Akzidenzen ›made by Druckerei Thieme‹: Beispielhafte Matt Glanz oder Gold Effekte auf Flyern und Broschüren.

schine mit Lackwerk ergänzt das Portfolio nun und trägt dazu bei, dass sich das Unternehmen in einem teilweise hart umkämpften Veredelungsmarkt hervorheben und weiter spezialisieren kann. Es ist, wie Betriebsleiter Ulrich Thieme betont, »die ideale Druckmaschine« für seine Anforderungen. Das Lackmodul trägt bei Thieme zukünftig dazu bei, die hochwertigen Druck-Erzeugnisse in einem Durchgang zu veredeln. UV-Lack erreicht allgemein unter den unterschiedlichen Lacken die meisten Glanzpunkte. Da über das Lackwerk höhere Schichtdicken geführt werden können als über ein Farbwerk, eignet es sich besonders, um einen satten Weißdruck, beispielsweise für den Hinterdruck auf transparente Folie, zu drucken.

➤ www.druckereithieme.de

➤ www.kba-meprint.com

Gedruckte Elektronik EINE VIELVERSPRECHENDE KONSTELLATION

Den Beweis einer gelungenen Kooperation zwischen Hochschule und Unternehmen lieferten kürzlich Studenten der Hochschule München (Fakultät Druck- und Medientechnik). Zusammen mit Supernova Design und dem F&W Mediencenter Kienberg zeigten sie ein Beispiel dafür, dass Druckprodukten, die mit gedruckter Elektronik ausgestattet sind, eine leuchtende Zukunft bevorstehen kann.



Die Anfrage erhielt Prof. Dr. Ulrich Moosheimer auf der diesjährigen LOPE-C. Zusammen mit einer Reihe von freiwilligen Studenten konnte Moosheimer nach kürzester Zeit einen Katalog präsentieren, in dem gedruckte Leiterbahnen, eine gedruckte Batterie, ein Widerstand und drei LEDs eingearbeitet wurden.

Im diesem Katalog kommt in einer limitierten Kleinserie von nahezu 200 Stück eine Technologie zum Einsatz, mit der man elektronische Leiterbahnen direkt auf Folie drucken und mit LEDs verbinden kann. Die Gesamthöhe der Komponenten beträgt nur 0,7 mm, sodass die Elektronik mit Batterie kaum fühlbar in den flexiblen Katalogumschlag integriert werden konnte. Die ebenfalls gedruckte Batterie wiegt nur 1,4 g. Sie besteht aus umweltfreundlichen Materialien und kann im Hausmüll entsorgt werden. Die Kapazität reicht aus, um die drei LEDs auf dem Cover über 2.000 Mal eine ganze Sekunde lang zu betreiben.

➤ www.hm.edu

Ernst Nagel VERHALTENE VERKÄUFE IN SINSHEIM

Für die Ernst Nagel GmbH als Maschinenhersteller für die Druckweiterverarbeitung ist die Druck+Form in Sinsheim in diesem Jahr etwas verhaltener ausgefallen, als 2011. Trotzdem lag der Auftragseingang nach Angaben des Unternehmens nur leicht unter dem des Vorjahres. Die Druck+Form ist für Nagel eine wichtige regionale Messe, auf der das in Stuttgart ansässige Unternehmen seit vielen Jahren vertreten



ist. Auch einige Händler von Nagel waren wieder als Mitaussteller dabei und zeigten sich trotz der geringeren Besucherzahlen recht zufrieden mit den Geschäften. Wenn auch nicht die großen Umsätze getätigt wurden, nutzten Nagel und die Händler die Messe als Plattform für Informationsaustausch und die Vorstellung neuer Produktmodule oder -features.

Auf etwa 60 m² zeigte Nagel neben den neuen Maschinen, die auf der drupa vorgestellt wurden, eine Erweiterung der Broschürenfertigungsstraße um den Foldnak Compact, die Formstanze DFC (Digital-Flexo-Cut) in einer breiteren Version für erweiterte Anwendungen und ein automatisches Einzugssystem für den UV-Lackierer DigiUVL 380. Die Heft-, Bohr- und Rill-/Falzmaschinen aus dem umfangreichen Produktprogramm waren ebenfalls zu sehen.

➤ www.ernstnagel.de

Quark Publishing System 9

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

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

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

NEU: App Studio für Quark Publishing System

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

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

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

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

Revolutionizing Publishing. **Again.™**





Mehr Tempo und Qualität im Online-Druckgeschäft

KBA Rapida 106 bringt Kapazitätsschub bei DCT in Coburg

Die Kapazitäten zu erweitern war für DCT dringend erforderlich. Denn das Unternehmen wächst sehr schnell. Peter Pratsch hat es 1983 unter dem Namen Druck und Copy-Team gegründet. Als Einmann-Betrieb. Mit dem Ziel, sein gerade begonnenes Studium zu finanzieren. Sein Copyshop – damals der einzige in Coburg – hat sich jedoch zu einer stattlichen Druckerei mit 110 Beschäftigten und einem jährlichen Papierverbrauch von 5.000 Tonnen entwickelt. Heute laufen fünf Bogenoffsetmaschinen, zwei Fünffarben im Mittelformat, davon eine mit Lack, eine halbformatige Vierfarben mit Lack, die neue Rapida 106 sowie eine Genius 52UV im Dreischichtbetrieb. Dazu digitale Maschinen (sowohl im auch heute noch existierenden Copyshop in Coburgs Innenstadt als auch in der industriellen Druckerei in Coburg-Scheuerfeld), eine ganze Reihe an Stanzriegeln sowie Falzmaschinen, Sammelhefter, Schneidemaschinen, Klebebinder, Heftmaschinen und eine Verpackungsstraße.

Von der Druckerei zum Logistikunternehmen

Dass DCT Kapazität aufbaut und überproportional wächst während andere Druckbetriebe über mangelnde Aufträge klagen, liegt am Konzept von Peter Pratsch. Er hat

ganz eigene Vorstellungen von industrieller Druckproduktion: »DCT ist keine reine Druckerei, sondern ein Logistikunternehmen. Aus unbedrucktem Papier entstehen bedruckte und verarbeitete Endprodukte, die deutschlandweit verteilt werden.« Das Unternehmen produziert zu rund 70% für Internet-Druckportale und zu 30% im Vorort-Geschäft für regionale und überregionale Auftraggeber. Dementsprechend ist DCT auch strukturiert. Eine IT-Abteilung mit sieben Mitarbeitern programmiert die Anbindungen an die Druckportale und schafft die Voraussetzungen für die qualitative und zeitliche Auftragsabwicklung laut Bestellung. Neben der Sicherstellung einwandfreier Qualität gilt es, die Übersicht zu behalten, damit alle Aufträge korrekt und termingerecht geliefert werden.

Bei diesem Prozess bleibt DCT gegenüber den Endkunden anonym, nicht aber gegenüber den Zwischenhändlern. Trotz der Vielzahl unterschiedlicher Drucksachen geht es darum, individuelle Kundenwünsche abzuarbeiten – bis hin zur UV-Veredelung, Prägung, Perforierung oder Nummerierung. Man muss breit aufgestellt sein, um vom bedruckten T-Shirt bis zum Plastikdruck, von der bedruckten Fahne bis zu Kombinationen zwischen UV- und konventionellem Offset ein großes Spektrum

Vor wenigen Wochen ist bei DCT in Coburg eine Achtfarben-Rapida 106 für die 4-über-4-Produktion in Betrieb gegangen. »Sie hat uns Kapazitäten geschaffen, die unschlagbar sind«, freut sich Peter Pratsch, Geschäftsführer des Unternehmens, über die Installation der im Wendebetrieb bis zu 15.000 Bogen/h schnellen Mittelformatmaschine.



Dank der vollen Automatisierungsausstattung produziert Patrick Hellenbrandt 4/4-farbige Drucksachen effizient an der Achtfarben-Rapida 106.



Drucker Patrick Hellenbrandt (l.) und Geschäftsführer Peter Pratsch bei der Besprechung eines Druckjobs am Leitstand der KBA Rapida 106.

über die Akzidenz-Klassiker hinaus anbieten zu können.

Rapida 106 druckt knapp eine Million Bogen pro Woche

»Auch andere Mütter haben schöne Töchter!«, umschreibt Peter Pratsch den erstmaligen Einsatz einer KBA Rapida im Unternehmen. Sie steht anderen Druckmaschinen in nichts nach, überzeugt durch hohe Leistung und druckt bei manchen Sujets zum Beispiel in Flächen ruhiger als die bisher eingesetzte Anlage. Seit er eine Genius 52UV von KBA-MePrint im Einsatz hat, hat sich Pratsch auch mit den großen Bogenoffsetmaschinen von KBA beschäftigt. Überzeugt hat ihn die Rapida 106 durch ihre hohe Leistung und Automatisierung, unter anderem der simultane Druckplattenwechsel, die integrierte Mess- und Regeltechnik zur Quali-

tätsüberwachung und mit der geringen Makulatur beim An- und Fortdruck. LogoTronic Professional soll künftig für alle Maschinen zur Übertragung der Voreinstelldaten sowie als Schnittstelle zum übergeordneten MIS genutzt werden. Davon verspricht man sich Verbesserungen bei der Nachkalkulation, Kostenstellenrechnung und Produktionsplanung. Die Drucker hatten mit der Umstellung auf die Rapida 106 keine Probleme. Einige von ihnen hatten bereits an Rapidas gearbeitet. Die anderen sind im Rotationsprinzip immer wieder an der Achtfarbenmaschine, denn alle Drucker sollen flexibel an den unterschiedlichen Maschinen arbeiten.

KBA QualiTronic Professional sorgt für die Qualitätsüberwachung inline auf der Bogenvorder- und -rückseite. Mit einem Zetteleinschießgerät wird Makulatur im Stapel von Gutbogen

getrennt. Weitere Automatisierungen wie Plate Ident zur automatischen Plattenerkennung und Vorregistereinstellung oder ACR-Control für die Registereinstellung minimieren die Makulatur beim Einrichten und Drucken. Nach 50 bis 60 Druckbogen ist die Maschine unter Nutzung der Regeltechnik in Farbe. Zwischen 250 und 500.000 Bogen schwanken die gedruckten Auflagen. Und so ist es kaum verwunderlich, dass nach fünf Produktionswochen schon knapp 5 Mio. Bogen auf dem Zähler standen. Mit knapp einer Millionen bedruckten Bogen pro Woche hat sich DCT enorme Zusatzkapazitäten geschaffen.

Ökologie gehört dazu

Die Genius 52UV hat sich im Unternehmen ebenfalls gut bewährt. Mit ihr erfolgt die UV-Veredelung von Druckprodukten, der Druck auf Chromolux-Karton, der Weißvordruck auf transparenten Folien und die Produktion von Plastikkarten. Natürlich überwiegen hier die kleinen Auflagen zwischen 100 und 5.000 Bogen. Bis zu 200.000 Bogen sind im Einzelfall auf der wasserlosen Kompaktmaschine schon produziert worden. Durch die Kombination zwischen wasserlosem- und UV-Offset entstehen Druckprodukte,

die woanders deutlich schwerer herstellbar wären.

Trotz der notwendigen betriebswirtschaftlichen Ausrichtung vergisst Peter Pratsch nicht die Umwelt. Und dabei achtet er nicht nur auf möglichst wenig Makulatur. Die Abwärme aus den Druckmaschinen wird über eine Wärmerückgewinnungsanlage für die Temperierung der Produktionsräume und zur Warmwasserversorgung genutzt. Weitere Energie liefert die eigene Photovoltaikanlage. Dadurch werden 15.000 Liter Heizöl pro Jahr eingespart. Der zugekaufte Strom stammt ausschließlich aus erneuerbaren Energien. Daneben achtet man bei Investitionen auf die Energieeffizienz der Maschinen und bietet interessierten Kunden den klimaneutralen Druck an (natureOffice).

In einer Zeit, in der Druckprodukte fast schon beim Discounter zu haben sind, sieht Peter Pratsch die Zukunft für DCT darin, die Kunden zu Online-Preisen individuell bedienen zu können. Deshalb will er das Portfolio des Druckbetriebes über das Kerngeschäft hinaus weiter ausdehnen und den Warenfluss noch besser steuern.

► www.kba.com



Wie alle Maschinen ist auch die Rapida 106 in eine vollautomatische Farbversorgung eingebunden.



Neuheit im Palettenmarkt DIE NEUE RFID-PALETTE VON FALKENHAHN

In einem intensiven Entwicklungsprozess ist es der Falkenhahn AG gelungen, die RFID-Technologie in die Palettenproduktion zu integrieren, dass erstmals ein Transponder funktionsfähig und unsichtbar in einer Tauschpalette verbaut werden kann. Damit ist die Falkenhahn AG der erste Palettenhersteller, der eine Europalette serienmäßig mit RFID-Technologie ausstatten kann. Diese Weltneuheit im Palettenmarkt wur-



de erstmals auf der FachPack 2012 in Nürnberg präsentiert. Der Einsatz einer solchen RFID Palette ermöglicht die automatisierte Erfassung von Palette und Ware und somit eine automatische Warenbestandsverwaltung per Knopfdruck – ohne Sichtkontakt zwischen Datenträger und Lesegerät – und zwar mit einer Reichweite von bis zu 5 m. Da die manuelle Erfassung entfällt und so die Inventur stark vereinfacht wird, ergeben sich deutliche Effizienzsteigerungen und somit auch Kosteneinsparungen. Ein weiterer Vorteil für den Anwender ist die papierlose Wareneingangskontrolle – Lieferscheine gehören damit der Vergangenheit an. Vorteil für den Gefahrgutbereich ist, dass nicht jeder Lieferung sämtliche Begleitdokumente beigelegt werden müssen, da diese zentral hinterlegt und jederzeit abrufbar sind.

➤ www.falkenhahn.eu

Funktionsetiketten NEUE FELDER IM LEBENSMITTELMARKT

Ein handlicher Wischtest zum Nachweis von Proteinrückständen bei der Zubereitung und Verpackung von Lebensmitteln ist die jüngste Innovation, die mit Hilfe von selbstklebenden Etiketten erzielt wurde. Der Orion Clean Card Pro, der zum Patent angemeldete Schnelltest von Orion Diagnostica, einem führenden finnischen Spezialisten für Diagnosesysteme und Hygieneüberwachung, ist das Ergebnis der



Zusammenarbeit zwischen der Etikettendruckerei des Unternehmens, Auraprint Oy, und dem technischen Forschungszentrum Finnlands VTT. Die Testkarte Orion Clean Card Pro wird über eine befeuchtete Arbeitsfläche gewischt und zeigt in nur 30 Sekunden Proteinrückstände durch einen Farbwechsel an. Sollten Proteine vorhanden sein, heißt das, dass die Fläche nicht ausreichend gereinigt wurde. Damit hilft dieser Test, das Ausbreiten von Krankheitserregern und Keimen auf Lebensmitteln, Flächen und Geräten zu verhindern. Die Perfektionierung des Tests hat mehr als fünf Jahre in Anspruch genommen. Dabei hat dieses neuartige Produkt bereits zwei Auszeichnungen gewonnen: den Innovationspreis 2010 der finnischen chemischen Industrie und erst kürzlich im Rahmen des jährlichen internationalen FINAT-Etikettenwettbewerbs einen Innovationspreis 2012 für selbstklebende Etiketten.

➤ www.finat.com

Neue KBA Commander CT SCHWEDISCHE BONNIER- DRUCKEREIGRUPPE INVESTIERT

Neben dem intensiven Internet-Engagement hat die Bold Printing Group der schwedischen Bonnier-Gruppe gerade massiv in die gedruckte Zeitung investiert. Im Beisein zahlreicher Ehrengäste wurde Ende September bei der DNEX Tryckeriet in Akalla eine neue Commander CT-Rotation von Koenig & Bauer offiziell in Betrieb genommen. Zudem ist in Malmö beim Tochterunternehmen Sydsvenskan



Konfiguriert ist die KBA Commander CT bei der zur schwedischen Bonnier-Mediengruppe gehörenden DNEX Tryckeriet mit sechs doppelbreiten Achtertürmen, einem Klappenfalzwerk und automatisierter Papierlogistik.

Tryck die erste Sektion einer weiteren Hightech-Anlage dieses Typs angelaufen.

Die 96-Seiten-Rotationslinie in Akalla ist auf eine Abschnittlänge von 560 mm, eine maximale Bahnbreite von 1.590 mm und eine Produktionsleistung von bis zu 90.000 Zeitungen/h ausgelegt. Auf der neuen KBA Commander CT wird der überwiegende Teil der überregionalen schwedischen Tageszeitung Dagens Nyheter produziert. Diese auflagenstärkste Tageszeitung Schwedens wird seit 1864 herausgegeben.

➤ www.kba.com

Polar SCHNELLSCHNEIDER N 92 PRO MIT DREHSATTEL

Polar hat anlässlich der Sinsheimer Fachmesse Druck+Form angekündigt, die Schnellschneider Polar N 92 Pro mit einer neuen leistungssteigernden Option auszustatten. Es handelt sich dabei um eine modifizierte Ausführung des bislang starken Schneidgutanschlags. Dieser lässt sich nun horizontal um bis zu 1,1 mm in seiner parallelen Stellung zum Messer verschieben. Gedacht ist der Drehsattel, der sich um eine



definierte senkrechte Achse bewegt, zum Ausgleich von Ungenauigkeiten des Druckbilds, das nicht im rechten Winkel auf dem Druckbogen platziert ist. Neben den schon bekannten Vorteilen wie hohe Produktivität, kurze Rüstzeiten und Langlebigkeit ist nun – wie bei den größeren Modellen – auch der Schnellschneider N 92 Pro ab Dezember optional mit Drehsattel lieferbar.

Die Sattelkorrektur kann jederzeit manuell über eine Taste im Bedienfeld erfolgen. Bei Schneidprogrammen, die mittels Formatprogramm oder Compucut erstellt wurden, wird die Funktion automatisch hinzugefügt. Nach der Programmierung wird bei der Satzposition das Piktogramm angezeigt. Wird im »Automat-Betrieb« eine Korrektur durchgeführt, wird dieser Korrekturwert zu der Satzposition abgespeichert und beim nächsten Anfahren die Sattelposition automatisch wieder eingestellt.

➤ www.polar-mohr.com



Canon imageRunner Advance NEUE GENERATION STÄRKT UNTERNEHMEN

Canon hat seine imageRunner Advance weiterentwickelt und präsentiert neue skalierbare A3-Multifunktionssysteme. Die sechs neuen Modellreihen bauen auf der Vorgängerplattform auf, von der laut Canon seit Einführung 2009 mehr als 250.000 Stück in Europa, dem Nahen Osten und Afrika verkauft wurden. Die neuen imageRunner Advance bieten Funktionen für eine verbesserte Kontrolle, Personalisie-



rung und Service-Effizienz. Ein Softwarepaket mit Standardprogrammen und optionalen Zusatzanwendungen soll die Verbindung zu mobilen Endgeräten schaffen und bietet Anschluss an die Cloud.

Die Systeme bieten Druckgeschwindigkeiten von 20 bis 70 DIN A4-Seiten pro Minute in Farbe und 55 bis 105 DIN A4-Seiten pro Minute in Schwarz-Weiß. Alle Systeme der Serie verbrauchen weniger als ein Watt Strom im Sleep-Modus, sind Energy Star zertifiziert und besitzen nach Angaben von Canon niedrige TEC-Werte (Typical Electricity Consumption).

➤ www.canon.de

DisaPeel-Verschlussverfahren

HAFTSTOFF MIT EINMALIGEN EIGENSCHAFTEN

Werbung hat mit Neugierde zu tun. Mit DisaPeel, einem neuartigen Verschlussverfahren der WRH Marketing AG, lässt sich Neugierde jetzt noch effektvoller wecken. Ein unsichtbarer Haftstoff hält die Einzelseiten von Druck-Erzeugnissen wirksam zusammen. Erst durch ein Auftrennen der Seiten wird der Inhalt sichtbar. Der Überraschungseffekt folgt sogleich: nach dem Öffnen verliert DisaPeel seine Haftwirkung, die Seiten können nicht wieder verschlossen werden.

Bei DisaPeel handelt es sich um einen lackähnlichen, transparenten Haftstoff, der vollflächig aufgetragen wird. Der Spielraum bei der Drucksachengestaltung bleibt nicht nur erhalten, sondern wird um eine neue, spannende Komponente reicher. Mit seinen einmaligen Hafteigenschaften kommt DisaPeel der Funktion eines Siegels gleich, indem sich eindeutig feststellen lässt, ob ein Printprodukt schon einmal geöffnet wurde.

In der Wortmarke DisaPeel verbergen sich alle Eigenschaften des Haftstoffs: Verschlussene Werbung vermittelt einen Anreiz (Appeal), mehr Informationen zu einem beworbenen Produkt zu gewinnen. Das Trennen der Seiten geschieht absolut schonend (Peel) ohne Beeinträchtigung des Druckbildes. Nach dem Trennen der Seiten verschwindet die Haftwirkung von DisaPeel vollständig (Disappear). Zurück bleibt eine saubere und beschreibbare Papieroberfläche, je nach Anwendung der beiden verfügbaren DisaPeel-Sorten mit einem Seidenmatt- oder Hochglanzeffekt.

DisaPeel kann in Bogenoffsetdruckmaschinen mit dem Dispersionslackwerk vollflächig auf die Druckbogen aufgetragen werden. Die Inline-Verarbeitung im herkömmlichen Druckprozess spart Zeit und Kosten. Der Haftstoff entwickelt seine einmalige Wirkung erst durch den Kontakt von zwei mit DisaPeel bedruckten Seiten im Falzprozess. Die Stapelbildung in der Auslage der Druckmaschine ist nach Angaben von WRH Marketing problemlos und die Druckbogen lassen sich wie gewohnt weiterverarbeiten.

➤ www.wrh-marketing.com



Einmalige Eigenschaften: DisaPeel verliert nach dem Öffnen des Printprodukts seine Haftwirkung, die Seiten können nicht wieder verschlossen werden.

Anton Group

INVESTITION IN KODAK STREAM INKJET-TECHNOLOGIE

Die Anton Group in Laindon, Essex, Großbritannien, hat in 18 Kodak Prosper S5 Eindrucksysteme und zwei digitale Kodak Nexpress Produktionsfarbdruckmaschinen investiert. Die Kodak Nexpress Druckmaschinen sind mit dem fünften Druckwerk ausgestattet, das den Einsatz der neuen Neon-Pink-, Metallic- und Perlglanz-Dry-Inks ermöglicht. Damit erhöht sich die Anzahl der bei Anton installierten



Von links: Barry Knight (Anton Group), Gary Knight (Anton Group), Antonio Perez (CEO von Kodak), Phil Walsh (Kodak), John Knight (CEO Anton Group), Steve Knight (Anton Group) und Phil Gibbons (Kodak).

Nexpress Druckmaschinen auf neun. Darunter ist auch die Kodak Nexpress SX Plattform mit ihrem größeren Bogenformat. Mit den beiden Digitaldrucktechnologien baut die Anton Group ihren Wettbewerbsvorteil im variablen Daten-druck, wie bei der schnellen und qualitativ hochwertigen Produktion von Direktmailings, aus.

➤ www.graphics.kodak.com

Knapp, kurz und bündig

Die **Groupe st Finance** hat acht Rotationsmaschinen an vier Standorten mit dem **QuadTech** Farbregelungssystem und integrierter **System Brunner** Instrument Flight Graubalanceregung ausgestattet. • Anfang 2013 modernisiert die hauptsächlich auf den UV-Plastikdruck und Druckprodukte mit Spezialeffekten konzentrierte Glory Innovations Group in Taipei auf der Insel Taiwan mit einer Mittelformatmaschine der Hochleistungs-Baureihe **KBA Rapida 106** ihre Produktion. • **GMG** gibt die Markteinführung von **GMG OpenColor** bekannt, einem Softwaresystem, mit dem sich Sonderfarben mit weitaus geringerem Aufwand als bei anderen Systemen simulieren und genau vorhersagen lassen.



Die Zeit war reif

Eine Rezension des soeben erschienenen neuen Leitfadens zum ProzessStandard Offsetdruck

Der ProzessStandard Offsetdruck gilt als die Referenz für die qualitätsorientierte industrielle Drucksachen-Produktion. Dr. Friedrich Dolezalek von der Fogra war Autor der 2001 erschienenen Erstausgabe, die über den deutschen Sprachraum hinaus zu einem anerkannten Leitfaden wurde – nicht zuletzt auch deshalb, weil die ISO 12647 ihre Wurzeln bei bvdn und Fogra hat. Ab 2003 entwickelte sich der Leitfaden zu einer Grundlage für die ISO-Zertifizierung der Betriebe.

Nach nunmehr elf Jahren verlangen jedoch die mit der Produktion verbundenen Innovationen alternative Szenarien (medienneutral, CMYK, Sonderfarben etc.). Auch aktuelle Forschungsergebnisse sowie neue und aktualisierte ISO-Normen benötigen dringend ein neues Handbuch. Angesichts der komplexeren Themen war es also erforderlich, mehr ins Detail zu gehen, sodass das neue Werk deutlich umfangreicher geworden ist.

Die völlig überarbeitete und stark erweiterte Ausgabe 2012 stellt im Prinzip einen Wissensspeicher und ein Nachschlagewerk dar. Deshalb sollte das Handbuch auch unabhängig von geplanten Zertifizierungen in keinem Unternehmen fehlen, das professionell produzieren will.

Sollwerte und Toleranzen waren und sind nur ein Aspekt dieses Standardwerks. Interpretationen und Kommentare der ISO- und DIN-Vorgaben mit dem Ziel ihrer technologisch korrekten, professionellen und wirtschaftlichen Umsetzung in der Praxis sind das eigentliche Anliegen.

Kompetente Autorenschaft

Die vielen detailliert oder allgemein beschriebenen Szenarien sind besser nachvollziehbar als in der alten Edition begründet und dargestellt. Der Text liest sich keineswegs lehrbuchhaft. Zur besseren Durchdringung und Übersichtlichkeit tragen prägnante Marginalien bei, die das Wesentliche präzise in einem Satz zusammenfassen.

Dass der Leitfaden inhaltlich und stilistisch wortgewandter erscheint, ist das Verdienst von Autor Harry Belz. Bei dem staatlich geprüften Drucktechniker, seit Jahren als Offsetdruck-Referent beim bvdn tätig, lag das über mehrere Jahre laufende Mammutprojekt in den richtigen Händen. Er sorgte dafür, dass die Publikation dank vieler aussagekräftiger Farbillustrationen, Tabellen und Ablaufdiagramme sowie mehr treffenden Beispielen aus der Praxis noch verständlicher wird.

Belz' Expertise in Verbindung mit kompetenten »Zuarbeitern« haben

Den ProzessStandard Offsetdruck, der auf der ISO-Normenreihe 12647 aufbaut, gibt es seit 2001.

Seither ergänzten ihn Publikationen des bvdn, der ECI und der Fogra.

Das immer komplexere Wissen musste jedoch irgendwann in einem neuen Leitfaden zusammengefasst werden.



Von Dieter Kleeberg



eine fachlich tiefgehende und unangreifbare Publikation geschaffen. Das Impressum liest sich wie das »Who is who« der verbrieften Experten und Ideengeber der Branche – aus dem Verband sowie aus führenden Medien- und Beratungsunternehmen, die in den Landesverbänden organisiert sind, und natürlich auch wieder aus der Fogra und der European Color Initiative (ECI). Besonders erwähnt werden muss die Grafik- und Layout-Arbeit der mayart GmbH, Ingelheim. Sie setzte die komplizierten Diagramme und Prozessablaufübersichten, Tabellen und Grafiken sehr anschaulich und handwerklich perfekt um.

Erweiterter Geltungsbereich

Widmete sich der alte Prozessstandard lediglich der Produktionskette im Bogen- und Heatset-Rollenoffsetdruck (ISO 12647-2), sind im neuen Handbuch alle Offsetdruckbedingungen vereint: auch Coldset-Zeitungsdruck (ISO 12647-3) und Schmalbahn-Rollenoffsetdruck (ISO 12647-2, jedoch ohne die Charakterisierungsdaten Fogra 31 bis 38, die noch nach Positiv- und Negativkopie unterscheiden) werden jetzt einbezogen. Die 2008 nachgereichte Prüfdrucknorm ISO 12647-7 spiegelt sich in den aktualisierten Färbungstoleranzen für die Medienkeil-Auswertung sowie den umfangreichen Ausführungen zur Kontrolle von Digital-Prüfdrucken wider.

Der größere Geltungsbereich zeigt sich in der Aufnahme neuer Papiertypen und der Präzisierung der bisherigen. Positiv- und Negativkopie; das entsprechende Schreibverhalten des CtP-Systems spielt keine Rolle mehr. Wie schon länger in der Praxis gehandhabt, wird in den Fogra-Charakterisierungsdaten nicht mehr nach Papiertyp 1 (glänzend gestri-

chen) und 2 (matt gestrichen) unterschieden. Dafür werden jeweils CIE-Lab-Werte für periodische sowie nichtperiodische Fein-/Hybridrastrer ausgewiesen.

An die Stelle des Papiertyps 3 (LWC) sind drei neue, der Vielfalt der Rollenpapiere gerechter werdende Typen beziehungsweise Druckbedingungen getreten: LWC-I, LWC-S und MFC. Die ungestrichenen Papiertypen 4 und 5 wurden um SC und verbessertes Newsprint erweitert. Darüber hinaus steuerte die WAN-Ifra die Charakterisierungsdaten für den Zeitungsdruck (Ifra26) bei.

UV-Offsetdruck

Zudem werden die Besonderheiten des Offsetdrucks mit UV-härtenden Druckfarben behandelt. UV-Anwender können durchaus mit diesem Handbuch arbeiten, da die grundsätzlichen Abläufe in Vorstufe und Druck ohne weiteres übertragbar sind. Ganz bewusst gibt es hierfür keine speziellen standardisierten Charakterisierungsdaten, Sollwerte und Toleranzen. Zumindest beim Einsatz der aufgeführten Papiertypen kann mit den Werten für ölbasierten Druckfarben gearbeitet werden, sofern die verwendete UV-CMYK-Skala farbmisch der ISO 2846 entspricht und alle Komponenten des Drucksystems aufeinander abgestimmt sind. Beim Druck auf Materialien wie Folien, werden die Anwender wie bisher die Vorgaben für Tonwertzunahmen und Volltonfärbungen individuell festlegen und mit sinnvollen Toleranzen versehen. Diese Herangehensweise gilt ganz allgemein für die Tipps zur Anwendbarkeit von Sollwerten und Toleranzen auf alle anderen nicht standardisierten Druckbedingungen sowie für die Erläuterung der Voraussetzungen, die an einer Druckmaschine erfüllt werden müssen, um überhaupt standardisiert drucken zu können.

Neue Struktur

Die analoge Vorstufenproduktion wird nur noch am Rande behandelt, da sie auch in der Praxis kaum noch stattfindet. Daher bot sich eine straffere Strukturierung des Werkes an. Die früheren Punkte Prüfmethode, Arbeitsmittel, Bedruckstoff, Arbeitsablauf vom Original bis zum Endprodukt, Anforderungen an Daten und Filme, Andruck, Druckformherstellung, Auflagendruck etc. sind jetzt in die vier Sektionen Grundlagen, Arbeitsablauf, Qualitätssicherung und Übersichten gegliedert (siehe Kasten »Inhalt & Struktur«), wobei nun Tabellen mit sämtlichen Sollwerten und Toleranzen in einem einzigen Abschnitt zusammengefasst sind. Das Literaturverzeichnis erweist sich durch Kommentare als besonders wertvoll für vertiefende Studien. Erstmals liegt dem Handbuch eine CD-ROM bei. Darauf finden sich exportierbare Excel-Tabellen mit Sollwerten und Toleranzen, die den Druckbedingungen entsprechenden ICC-Profile, thematisch ausgewählte digitale Kontrollmittel, die sich der Anwender somit nicht erst mühsam selbst zusammenstellen muss, und weiteres Begleitmaterial.

ICC-Farbmanagement

Einen um so breiteren Raum nehmen ICC-Farbmanagement (2001 noch auf 20 Seiten abgehandelt) und die verwandten Themen Digital- und Monitor-Proof ein. Da durch Voreinstellungen und intuitives Arbeiten in Photoshop das frühere Reproduktionerwissen verloren zu gehen droht, werden spezielle Separationsparameter, die in den Charakterisierungsdaten und ICC-Profileinstellungen verankert sind, besonders anschaulich erläutert.



Farbwiedergabe- und Metamerieindex sind wichtige lichttechnische Größen bei der Abmusterung.



Erstmals wird der visuell-mess-technische Umgang mit aufgehellten Papieren beschrieben.



Logisch aufgebautes Schema zum Einsatz von Kontrollmitteln und Testformen.



Monitortestbilder nicht nur der Fogra, sondern auch der ECI wurden berücksichtigt.



Randglossen fassen die Inhalte in einem Satz kurz und prägnant zusammen.



Die Übereinstimmung zwischen technischer Messung und visueller Bewertung nimmt breiten Raum ein.

Wer in der Praxis unmittelbar damit zu tun hat, kennt sicherlich die auf Publikationen ›Digital Color Management‹ von Jan-Peter Homann und ›PDF/X und Colormanagement‹ von CleverPrinting. Der ProzessStandard Offsetdruck geht jedoch über diese Publikation hinaus. Kein anderes Werk bietet eine so vollständige Übersicht einschließlich konkreter Empfehlungen für Charakterisierungsdaten und ICC-Profile.

Ausgehend von der standardisierten CMYK-Produktion und den Eigenschaften von Druckfarben, werden Ratschläge zur Qualitätssteuerung beim Druck mit Sonderfarben gegeben. Dies schließt das sonderfarbenfähige und ICC-konforme PDF/X-4 (neben PDF/X-1a und PDF/X-3 aktuell empfohlener Standard) ein.

Bessere visuell-messtechnische Übereinstimmung

Mehr als früher spielen Betrachtungsbedingungen und Messverfahren eine Rolle, was den Fortschritten in der Messtechnik und den neuen Möglichkeiten des authentischen Monitorproofs unter helligkeitsangepassten Abmusterungsleuchten (unter Berücksichtigung der ISO 3664:2009) geschuldet ist. Ohnehin nimmt die bessere Übereinstimmung zwischen Betrachtungs- und Messergebnissen breiten Raum ein. Denn in der Vergangenheit wurde der visuelle Eindruck gegenüber den reproduzierbaren Messergebnissen mehr oder weniger ignoriert.

Hierzu gehört auch, dass die Auswirkungen und Bewertungsmöglichkeiten von Bedruckstoff- und Druckfarbeneigenschaften auf die Druckqualität sehr umfassend behandelt werden. Erstmals ein Thema sind optische Aufheller im Papier und Farbortverschiebungen nach dem Druck: Eine neue Generation von Farbmessgeräten berücksichtigt die

visuelle Aufhellerwirkung in Papieren durch Simulation des D50-Spektrums bis in den UV-Bereich. Und neben der Dichteänderung zwischen nassen und trockenen Drucken wird auch die farbmimetrische Trocknungsdrift diskutiert. Weitere Farbortverschiebungen sind durch Lackieren und Kaschieren möglich, wozu erst kürzlich abgeschlossene Untersuchungen in das Handbuch eingeflossen sind.

Qualitätssicherung

Detailliert und systematisch rückt die neue Ausgabe die Methoden der Qualitätssicherung in den Mittelpunkt. Sinnvoll sind dabei die erläuterten theoretischen Grundlagen der Statistik, die nicht ohne weiteres in der Praxis vorausgesetzt werden können.

Der Theorie folgt der Praxisbezug: die Interpretation von Toleranzgrenzen, das Beurteilen gedruckter Auflagen, eine Übersicht zur Fehleranalyse einschließlich Tipps zur Fehlervermeidung. Die in der Branche üblichen und empfohlenen Testbilder, Testformen und weitere Kontrollwerkzeuge werden ergänzt durch Hinweise zum Gestalten eigener Testformen und zum Anfertigen eigener Färbungsstandards.

Auch organisatorische Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden erörtert. Hierzu weist der neue Leitfaden auf die periodische, auftragsbegleitende und anlassbezogene Prozesskontrolle hin. Ausführlich beschrieben werden Linearisierung und Tonwertkorrektur im CtP-RIP mit Hilfe eines Plattenmessgeräts. Außerdem widmet sich der Standard erstmals der technischen Reklamationsbearbeitung.

Stärker als früher geht das neue Werk auf die Prozessabläufe, Messmittel und Toleranzen beim Einrichten und während des Fortdrucks an der Offsetdruckmaschine ein.

INHALT & STRUKTUR

A Grundlagen Teil dieser Sektion sind Standardisierung, Geltungsbereich und Neuerungen (1); Prüfmethoden, Abmuster, Messen und Arbeitsmittel (2); Papiertypen, optische Aufheller, Druckfarben sowie Wirkung von Lack und Kaschierung (3).

B Arbeitsablauf Dieser Bereich beschäftigt sich mit Schnittstellen und Informationsübertragung (1), der Medienvorstufe (2) samt (ICC-Farbmanagement, Druckdatenaufbereitung und Proof. Das 3. und 4. Segment behandelt die Druckformherstellung (RIP-CtP-Einstellungen, Tonwertübertragung, Prozesskontrolle) und den Druck (Druckprozess, Steuerung, Kontrollmittel, Einrichten und Fortdruck, Tonwertübertragung/-zunahme, Volltonfärbung, Trocknungsdrift, Farbbalance, Färbungsstandards).

C Qualitätssicherung Mit der Qualitätsbewertung, den Toleranzen, Auflagenschwankungen, Beanstandungen, Fehlerkosten, QS-Führungsaufgaben, Dokumentation und Kommunikation beschäftigt sich Segment C.

D Übersichten Zu diesem Bereich gehören Sollwerte und Toleranzen für Standard-Druckbedingungen, Kontrollfragen und Antworten, ein Glossar, Literaturhinweise sowie Produkte und Dienstleistungen.

›ProzessStandard Offsetdruck – Wirtschaftlich und farbsicher produzieren von der Datenerzeugung bis zum Auflagendruck‹ von Harry Belz. Herausgeber: Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm), Wiesbaden, Oktober 2012. 670 A4-Seiten im Ordner, 419 meist farbige Abbildungen, 79 Tabellen. Beiliegende CD-ROM mit Begleitmaterial. Art.-Nr. 85498; 449 € (239 € für Verbandsmitglieder) zzgl. MwSt. und Versand).

➤ www.prozess-standard.com

➤ www.point-online.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



Farbe regeln und Standards einhalten

Ein Diskussionsbeitrag zu Druckstandards und möglichen Erweiterungen

Ein typisches Beispiel: Die Druckerei ›Hoffnung‹ hat eben die Zertifizierung bestanden. Das heißt, dass man an einem bestimmten Tag auf einer bestimmten Druckmaschine mit einem Papier eine Druckform in den Toleranzen eines bestimmten Standards gedruckt hat. Vorgängig wurden mit Drucktests auf dem eingesetzten Papier und RIP-Kalibration die Druckkennlinien für die neue Druckmaschine optimiert und die Volltonfärbung ermittelt. Auf dieser Maschine hat man eine Scan-Messanlage, mit der die Vollflächen online gesteuert werden. An den weiteren Druckmaschinen stehen Handdensitometer zur Verfügung. Ab jetzt sollte es ein Kinderspiel sein, die Übereinstimmung mit den Proofs zu erreichen und standardkonform zu drucken.

Ohne Scan-Messanlagen kein kosteneffektives Drucken

Nach einiger Zeit stellen die Fachleute jedoch fest, dass bei der ermittelten Färbung die Proofs deutlich anders aussehen und man die Dichtewerte in der Abstimmphase immer wieder anpassen muss, um visuell hinzukommen. Auch während der Auflage kommt es zu farblichen Abweichungen und wiederum

müssen die Solldichten angepasst werden, um das Proof visuell besser zu erreichen. Das führt zu längeren Abstimmzeiten und Stillstandzeiten während der Produktion. Auf den Maschinen ohne Scan-Messanlagen sind kaum Einsparungen gegenüber früher festzustellen. Die erwarteten Kosteneinsparungen treten nicht ein. Was ist schief gelaufen?

Ohne Scan-Messanlagen und Software zur Steuerung/Regelung der Druckmaschine steht der Drucker auf verlorenem Posten, um kosteneffektiv nach Standards abzustimmen und zu drucken. Er kann im besten Fall Stichproben durchführen. Kosteneinsparungen sind kaum zu erreichen – und das Zertifikat an der Wand ändert nichts an dieser Tatsache.

Mehr als Volltonfärbung

Fragt man den Drucker nach seinem Standard, kommt bei zertifizierten Firmen meist die Antwort: Wir machen PSO und fahren diese BCMY-Dichten.

Ist ein Standard denn nur aus Volltonflächen definiert? Eigentlich definiert ISO/PSO neben den $L^*a^*b^*$ in den Vollflächen immerhin auch Tonwertzunahmen und die CMY-Spreizung der Einzelfarben. GlobalStandard von System Brunner geht noch weiter und definiert zusätzlich die

Standardisierung, Kalibrierung und Zertifizierung haben in den letzten Jahren ihren festen Platz in der Fachöffentlichkeit, bei Branchenverbänden und bei Druckereien gefunden. Unternehmen sollen dadurch hohe Kosteneinsparungen erzielen, weil sie sicherer und effizienter sowie materialsparend produzieren. Bestätigt sich das in der Praxis?

Von Daniel Würigler,
Geschäftsleitung
System Brunner AG.
Der Autor ist zudem
Mitglied der Initiative
swiss4color.





WESHALB VOLLTONREGELUNG ALLEINE NICHT GENÜGT

Eine Bildreproduktion besteht in erster Linie aus Rasterpunkten in unterschiedlichen Tonwerten zwischen Papierweiß und Vollfläche, die einfarbig, aber insbesondere im Übereinanderdruck zwei-, drei- und vierfarbig vorkommen. Dadurch lassen sich mit nur vier Prozessfarben tausende von Farbtönen erzeugen.

Dieser riesige Vorteil stellt gleichzeitig eine große Herausforderung an die Farbgenauigkeit im Druckprozess dar. Der Offset unterliegt vielen Einflussgrößen, die zu störenden Farbabweichungen und Schwankungen in der Bildreproduktion führen können (Druckfarbe, Bedruckstoff, Gummituch, Feuchtmittel, Feuchtmittelzusätze, Temperatur, Maschineneinstellungen etc.). Die Einflussgrößen bewirken eine Prozessdynamik, die sich in jeder Farbzone und auch während der Auflage unterschiedlich auf die Rasterpunkte und somit auf das gedruckte Bild auswirken.

So können zwei Bedruckstoffe des gleichen Papiertyps und gleichen $L^*a^*b^*$ -Messwerten, aber verschiedenen Oberflächeneigenschaften (Saugverhalten, Benetzbarkeit) bei gleicher Volltonfärbung durchaus 6% bis 8% Unterschiede in den Tonwertzunahmen und starke Unterschiede im zwei-/dreifarbigem Übereinanderliegen der Druckfarben ergeben. Dies führt zu deutlich sichtbaren Farbabweichungen, welche mit der Überwachung der Volltonfärbung in den Einzelfarben BCMY gar nicht erfasst werden.

90% aller Farbunterschiede im vierfarbigen Bilddruck entstehen durch Schwankungen an den Rasterpunkten der Einzelfarben (Tonwertzunahmen) und im zwei- oder dreifarbigem Übereinanderdruck. Daher ist eine Farbwerkregelung in Abstimmphase und Auflage nach gleichbleibenden Vollflächen (Dichte oder farbmetrisch) nur ein erster Schritt, aber kein Garant für visuell konstante Bildreproduktionen in der Auflage und sowieso nicht für farbliche Übereinstimmung zum Proof.

Farbbalance und Graubalance

Viel wichtiger als die einzelne Vollfläche ist das gegenseitige Verhalten der Prozessfarben Cyan, Magenta, Gelb sowie Schwarz in den verschiedenen Rasterstufen und Tonwertkombinationen. In jedem Farbton entsteht eine definierte Beziehung der Farbanteile, die ein Farbgleichgewicht oder eine Farbbalance darstellen. Verändert sich dieses Farbgleichgewicht durch eine der vielen Einflussgrößen im Druck, resultiert eine Farbabweichung im Bild.

Eine besondere Form der Farbbalance stellt die sogenannte Graubalance dar, welche die neutrale Grauchase im Druck definiert. Ein neutraler Grauton entsteht unter definierten Druckbedingungen aus dem Übereinanderdruck von CMY mit bestimmten Tonwerten.

Im GlobalStandard System Brunner sind die Tonwert-Triplets von den Hochlichtern bis zur Tiefe definiert, zum Beispiel im Mittelton mit C 50%, M/Y 41% oder bei G7 40%. Dabei spielt 1% Unterschied für die Prozesskontrolle keine Rolle, weil zum Beispiel der optische Aufheller im Papier die farbmetrische Messung um ein Mehrfaches beeinflusst. Zudem wird die



menschliche Farbwarnnehmung durch vorhandene Bildkontraste beeinflusst.

Untersuchungen von System Brunner haben gezeigt, dass bereits kleine Prozess-Schwankungen, welche sich auf die Farb-/Graubalance auswirken, vom Betrachter empfindlich wahrgenommen und als störend empfunden werden.

Die menschliche Farbwarnnehmung kann viel mehr Farbnuancen als Helligkeitsstufen unterscheiden. Bei korrekter Farb-/Graubalance ist die gesamte Reproduktion im Farbgleichgewicht und die Farbanmutung im Bild bleibt erhalten. Deshalb ist die stabile Farb-/Graubalance im Druck der Schlüssel zu einer visuell gleichbleibenden Druckqualität.

Weil bei Druckvorlagen aber auch Vollflächen und Rasterstufen in den Einzelfarben vorkommen, müssen auch diese bei einer bildbezogenen Farbregelung berücksichtigt und in »Balance« gehalten werden.

Graubalancen, Farbbalancen, den dreifarbigem Übereinanderdruck und $L^*a^*b^*$ -optimierte Zieldichten für verschiedene Druckbedingungen und Messbedingungen (Status E/T, mit/ohne Polfilter). Solange aber die Farbregelanlage nur die Vollflächen steuert, wird nur ein kleiner Teil eines Standards auch kontrolliert. Die Farbregelanlage kann die definierten Standardvorgaben gar nicht umfassend unter Kontrolle bringen.

Vollflächen nur ein kleiner Teil eines Standards

Theoretisch weiß der Drucker, dass Parameter wie Tonwertzunahme und Farbbalance die farbige Bildwiedergabe prioritär beeinflussen. Seit Jahren sensibilisiert System Brunner die Fachwelt über diese Tatsache. Auch im PSO wird heute erwähnt, dass die Tonwertzunahmen wichtiger für den Bildeindruck sind als die einzelnen Vollflächen.

Doch man würde den besten Drucker überfordern, wenn er unter Produktionsdruck alle Kennwerte eines Standards ständig selber überwachen müsste. Deshalb sind sich die Fachleute meist gar nicht bewusst, was sich im Prozess täglich und innerhalb einer Auflage alles verändert. Die Prozesskalibration in der





InkZone Instrument Flight steuert den Druckprozess mit Graubalance.



KBA QualiTronic Instrument Flight: Inline-Farbregelung an Bogenmaschinen mit externem Scan-Spektralgerät zur Kalibration.



Balance Navigator für schnelle, sichere Farb- und Kontrastkorrekturen.

Vorstufe kann immer nur rückwirkend aufgrund der Ergebnisse und Trends in der Vergangenheit vorgenommen werden. Deshalb braucht es intelligente Software, die dem Drucker die Farbregelung weitgehend abnimmt und den Druckprozess so steuert, dass die Standards und auch die visuelle Bildempfindung berücksichtigt werden.

Dazu wurde die Instrument Flight Technologie von System Brunner entwickelt. Kernstück ist eine Software, in der viele Jahre Druckprozess- und Anwendungserfahrung eingeflossen sind und die ständig weiterentwickelt wird.

Indirekte Bildregelung

Im Gegensatz zur Farbsteuerung nach individuellen Vollflächen bietet Instrument Flight eine »multidimensionale Farbregelung« mit Grau-/Farbbalance, die die Prozessdynamik des Offsetdrucks im Auge behält.

Die Technologie entspricht einer indirekten Bildregelung. Indirekt, weil die Messung am Kontrollstreifen erfolgt und deshalb in jeder Farbzone auf eine hohe Anzahl definierter Kontrollfelder abstützt. Bildregelung, weil durch Verknüpfung von mehr als 30 Messparametern plus farbmimetrischen Referenzen und der multidimensionalen Regelung die Farbe so gesteuert wird, wie Farbabweichungen im Bild wahrzunehmen sind.

Als Alternative zu einer Farbwerkregelung nach Volltonflächen genügt es nicht, ein Graubalancefeld farblich konstant zu halten. Wegen der Prozessdynamik im Offsetdruck laufen sonst andere Parameter, wie Tonwertzunahmen, Vollflächen oder das Trapping aus den Toleranzen laufen.

Die Zusammenhänge im Bild sind komplex und erfordern neben einer hohen Anzahl messtechnischer Einflussparameter auch einen komple-

xen Regel-Algorithmus. Instrument Flight bietet eine Balanceregulierung und setzt bildbezogene Prioritäten. Das Druckergebnis wird in Balance gehalten und ein konstanter Bildeindruck erzielt.

In der Software sind die Leitwerte für GlobalStandard System Brunner oder der Norm ISO-12647-2/PSO mit Tonwertzunahmen, $L^*a^*b^*$ -Referenzen und Dichtewerten hinterlegt. Zudem erlaubt die Software zwischen fünf Farbbalance-Regelstrategien auszuwählen, die unterschiedliche Standardisierungsvorgaben berücksichtigen inklusive ISO/PSO, G7 und GlobalStandard, für Farbproduktionen mit GCR-/Graustabilisierung oder Vollflächen-dominierte Bilder, wodurch die Farbregelung noch bildgerechter erfolgt.

Wirtschaftlicher Nutzen

Instrument Flight steht für Rotations- und Bogenmaschinen prak-

tisch aller Hersteller zur Verfügung. Druckunternehmen halten ihre Standardvorgaben in der täglichen Praxis ein und erreichen eine noch größere Farbsicherheit auch bei anspruchsvollen Bildmotiven und verschiedenen Reproduktionstechnologien. Sie können den durch die Zertifizierung proklamierten Nutzen voll erreichen. Anwender berichten von deutlichen Kosteneinsparungen in Abstimmphase und Fortdruck, höchster Farbstabilität bei optimaler Ausnutzung des Maschinenpotenzials, bessere Vorausehbarkeit der Druckergebnisse, Kosteneinsparungen durch schnelle Prozessanalyse und Beurteilung der verschiedenen Materialkomponenten. Instrument Flight ist somit ein zentraler Aspekt des übergreifenden Farbmanagements und bietet Wirtschaftlichkeit im Herstellungsprozess.

► www.systembrunner.com



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

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

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.

15,00 € / 18.00 CHF.



Know-how
aktuell!

Diese und weitere Ausgaben
der Druckmarkt Collection sind
im Internet zu bestellen:

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
22. 01. - 24. 01. 2013	Grafische Vakbeurs, Fachmesse für Grafik	Gorinchem	www.evenementenhal.nl
24. 01. 2013	Fogra Symposium, Digital Publishing	München	www.fogra.org
28. 01. - 06. 02. 2013	druckforum des Verbandes Druck und Medien Baden-Württemberg	Stuttgart	www.druckforum.de
11. 02. - 15. 02. 2013	Hunkeler Innovation Days	Luzern	innovationdays.hunkeler.ch
19. 03. - 21. 03. 2013	ICE Europe, 8. International Converting Exhibition	München	www.ice-x.com
10. 04. - 12. 04. 2013	digi:media	Düsseldorf	www.digimedia.de
17. 04. - 20. 04. 2013	Graphispag.digital	Barcelona	www.graphispag-digital.com
30. 05. - 02. 06. 2013	Mainzer Minipressen-Messe, Buchmesse Kleinverlage & Handpressen	Mainz	www.minipresse.de
19. 06. - 20. 06. 2013	mailingtage, Fachmesse für Kundendialog	Nürnberg	www.mailingtage.de
25. 06. - 29. 06. 2013	Fespa	London	www.fespa.com
04. 09. - 06. 09. 2013	PostPrint	Leipzig	www.postprint-leipzig.de
08. 09. - 12. 09. 2013	Print Chicago	Chicago	www.gasc.org
24. 09. - 26. 09. 2013	FachPack	Nürnberg	www.fachpack.de
24. 09. - 27. 09. 2013	Labelexpo Europe	Brüssel	www.labelexpo-europe.com
07. 10. - 09. 10. 2013	World Publishing Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	www.wan-ifra.org
08. 10. - 09. 10. 2013	EcoPrint Europe	Berlin	www.ecoprintshow.com
09. 10. - 12. 10. 2013	19. Druck+Form	Sinsheim	www.druckform-messe.de
09. 10. - 13. 10. 2013	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	www.buchmesse.de
13. 11. - 14. 11. 2013	InPrint, Industrial Print	Köln	www.inprintlive.com
2014			
26. 03. - 02. 04. 2014	Ipex 2014	London	www.ipex.org
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	www.interpack.com
20. 05. - 23. 05. 2014	Fespa Digital	München	www.fespa.com
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2012, World of Imaging	Köln	www.photokina.de

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcus design & verlag oHG
 Ahornweg 20
 D-56814 Fankel/Mosel

+49 (0) 26 71 - 38 36

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.



www.arcusdesigns.de

Navigations-Konferenz am 30. November 2012

DIGI:MEDIA GOES PUBLISHING

Von Cloud Publishing bis Social Reading – die Möglichkeiten für Verlage, ihr Digitalangebot zu gestalten, werden immer vielfältiger. Die Akademie des Deutschen Buchhandels / E-Publishing Academy veranstaltet in Kooperation mit der digi:media, Fachmesse für digital printing und commercial publishing, am 30. November 2012 im Düsseldorfer Congress Center »digi:media goes publishing«, eine Konferenz, die aktuelle Trends und Entwicklungen bei digitalen Geschäftsmodellen in Zeitschriften- und Zeitungsverlagen aufgreift.

Welche Folgen hat die Medienkonvergenz für die Verlags- und Druckbranche? Wie kann das digitale Business ausgebaut werden? Welche Produktstrategien vom E-Book über Onlineportal, Community und digitalem Infotool bis hin zu iPhone-App und iPad-Magazin bieten sich für welche Inhalte an? »Mit diesen Inhalten ist die Konferenz der ideale Navigationsevent im Hinblick auf die digi:media 2013 – und das speziell für die Verlagswelt. Unter dem Motto »Content trifft Technik trifft Business« stellt die Messe die Anwendungen in den Mittelpunkt und ist damit eine Plattform, sich über die Vernetzung der Medienkanäle zu informieren«, erläutert Manuel Mataré, Director der digi:media. »Wir freuen uns, die Zusammenarbeit mit der Buchakademie weiterzuentwickeln und diese Konferenz zu veranstalten.«

Auf der digi:media-Konferenz stellen Referenten aus der Branche dar, wo Medienhäuser aktuell stehen und welche Produktformate und Geschäftsmodelle umgesetzt werden. Trendforscher und Branchenberater präsentieren ihre Einschätzungen zukünftiger Marktentwicklungen und technischer Weiterentwicklungen.

»Neue Geschäftsmodelle und sichere Paymentsysteme bieten heute neue Ansätze, um das Digitalgeschäft in Verlagen zu optimieren und die Erlöse zu steigern – egal ob es sich um Zusatzservices innerhalb der Steuerberater-Community handelt oder den Vertrieb von Jogger-Apps. Bei der digi:media-Konferenz werden daher auch Produktkonzeption und Paid Content Schwerpunkte sein«, sagt Bernd Zanetti, Geschäftsführer der Akademie des Deutschen Buchhandels.

Ergänzt wird die Konferenz durch Tabletop-Präsentation von digi:media-Ausstellern mit Software-Anwendungen und Lösungen für die Publishing-Industrie. Der Startschuss zur digi:media-Konferenz fällt bereits am Vorabend mit einem Networking-Event in einem Düsseldorfer Szenelokal.

Die Veranstaltung richtet sich an Verlagsleiter, Geschäftsführer, (Chef-)Redakteure, Programmleiter, Fach- und Führungskräfte aus Fach-, Special Interest- und Publikumsverlagen sowie Medienhäusern, aber auch an Vertreter der Druckindustrie.

- › www.digimedia.de
- › www.buchakademie.de
- › www.e-publishing-academy.de

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

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

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

oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de





SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2012	Veranstaltung	Ort
21. 11.	Heidelberg PMA, Technische Aspekte Drucksacheneinkauf	Heidelberg
21. 11. - 22. 11.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
23. 11. - 24. 11.	tgm, push conference	München
26. 11.	cleverprinting, ICC-Colormanagement in der Praxis	Hannover
26. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen kompakt	München
27. 11.	cleverprinting, Acrobat 10 und PDF/X für Grafik und Prepress	Hannover
27. 11. - 28. 11.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Fehler vermeiden – Kosten senken	München
28. 11.	cleverprinting, InDesign CS4/CS5-Schulung	Hannover
29. 11.	cleverprinting, Publishing für iPad und Tablet-PC	Hannover
29. 11.	Heidelberg PMA, ProzessStandard Offsetdruck / ISO 12647	Heidelberg
30. 11. - 01. 12.	tgm, Corporate Design	München
03. 12. - 04. 12.	tgm, Farbmanagement und PDF X	München
03. 12. - 04. 12.	Fogra, Farbe im Druck messen und bewerten	München
05. 12. - 06. 12.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München
06. 12.	Heidelberg PMA, Grundlagen des Farbmanagements	Heidelberg
07. 12.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
10. 12.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
10. 12. - 11. 12.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N PRO	Hofheim
11. 12.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
11. 12.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
16. 11.	tgm, Von InDesign zum EPUB	München
Termine 2013	Veranstaltung	Ort
14. 01. - 15. 01.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
18. 01.	tgm, Schriftgeschichte ohne Filter »Part Eins«	München
18. 01. - 19. 01.	tgm, Bild und Typografie	München
19. 01.	tgm, Typograffiti-Workshop	München
19. 01. - 20. 01.	tgm, Automatisierung mit JavaScript	München
23. 01. - 30. 01.	tgm, Barrierefrei gestalten	München
30. 01.	SVI, Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Bülach
01. 02.	tgm, Schriftgeschichte ohne Filter »Part Zwei«	München
02. 02. - 03. 02.	tgm, Photoshop »Part Eins«	München
04. 02. - 05. 02.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
06. 02.	tgm, Elektronisch Publizieren 2013 »1. Abend«	München
06. 02. - 07. 02.	Polar, Compucut-Kurse	Hofheim
20. 02.	tgm, Elektronisch Publizieren 2013 »2. Abend«	München
22. 02. - 23. 02.	tgm, Bilt-Text-Buch	München
25. 02. - 26. 02.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- > www.cleverprinting.de > www.fogra.org > www.tgm-online.de
 > www.print-media-academy.de > www.polar-mohr.com > www.svi-verpackung.ch

Impressed on the Road again DIE SMART AUTOMATION ROADSCHOW MIT IMPRESSED

Auf der Smart Automation Roadshow bietet Impressed die Gelegenheit, einen komprimierten Überblick über die Automatisierungsmöglichkeiten zu erhalten, die es in der Produktion gibt. Das Zusammenspiel einzelner Tools ist dabei entscheidend. Anhand von Beispielen aus der Praxis werden Lösungen für einen Automatisierungsprozess vorgestellt. Dabei kommt ein spezielles Portfolio verschiedener Produkte und Hersteller zum Einsatz. Beleuchtet werden der Preflight, die Textprüfung, die Druckbogenoptimierung und die Ausgabe. Termine sind am 21. November in Darmstadt, 28. November in Stuttgart und am 29. November in München.

> www.impressed.de/schulungen

»Sprechen Sie haptisch?« HAPTİK ALS TRÄGER DER KOMMUNIKATIONSBOOTSCHAFT

Das Seminar »Sprechen Sie haptisch?« führt in die Welt der erfüllten Kommunikation ein. Ein theoretischer Teil klärt, was Haptik ist und wie sie sich definiert. Es wird demonstriert, wie der spontane Aha-Effekt auf den ersten Griff ausgelöst wird. Anhand von Beispielen wird erarbeitet, auf welchen psychischen und biologischen Grundlagen sich das haptische Sensorium aufbaut, was haptische Kommunikation kann, wie und warum sie funktioniert. Das branchenübergreifende Seminar am 22. November 2012 in Frankfurt ist für alle, die in einer bildüberfluteten Zeit einen neuen Weg der Kundenansprache suchen, ein Muss.

> www.koenig-konzept.com

Packaging Innovations**PREMIERE****IM JANUAR IN HAMBURG**

Für den 23. und 24. Januar 2013 hat easyFairs die Einführung einer neuen Messe auf dem deutschen Markt angekündigt. Packaging Innovations sei ein neues Messekonzept, das in anderen europäischen Ländern bereits zum Branchentreff avanciert sei, teilt der Veranstalter mit. Neben Vorträgen erwarte die Besucher und Aussteller an zwei Messtagen alles, was die innovative Verpackung betreffe.

Die Messe soll eine Plattform für alle sein, die in der Welt der Markenverpackung und des Einzelhandelsdesigns zu Hause sind. Wie gewohnt, adressiert der Veranstalter auch bei der Packaging Innovations ausschließlich Fachbesucher vor allem aus den dem Einzel- und Großhandel sowie der Industrie. Die Bereiche Design und Werbung, Druck- und Verlagswesen sollen ein weiteres Kernsegment bilden. Hier stehen nach Aussagen des Veranstalters neben Technologien und Materialien die Bereiche Brandmanagement, Marketing, Produktentwicklung und Verpackungsdesign im Vordergrund. Von der Entwicklung bis zur Vermarktung des fertigen Produkts soll hier jeder seinen Platz finden.

➤ www.easyfairs.com/PIHH

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

**32. Leipziger Grafikbörse
MUSEUM FÜR DRUCKKUNST
LEIPZIG**

Ab 19. Dezember 2012 ist die Leipziger Grafikbörse zu Gast im Museum für Druckkunst. Bis 27. Januar 2013 präsentiert die Ausstellung mit der 32. Auflage der Leipziger Grafikbörse einen Querschnitt zeitgenössischer Grafik aus Mitteleuropa. In diesem Jahr wurden 97 Künstler eingeladen, zwei grafische Werke nach eigener Wahl einzureichen. Zu sehen sein werden somit knapp 200 Arbeiten.



Michael Triegel Persephone
Mezzotinto, 2011.

Für die Anfertigung der Werke kamen vom Holzschnitt bis zum Siebdruck alle Techniken originaler druckgrafischer Kunst zum Einsatz; auch Kombinationstechniken werden gezeigt. Die Druckgrafiken stammen aus den Jahren 2011 und 2012. Die Ausstellung bietet somit einen aktuellen Blick auf die künstlerische Anwendung unterschiedlicher Drucktechniken. Alle in der Ausstellung gezeigten Arbeiten können erworben werden.

➤ www.druckkunst-museum.de

DIGI:MEDIA-FACHPROGRAMM Rund vier Monate vor dem Start der digi:media 2013 stehen die wichtigsten Säulen des Fachprogramms fest: Trendtalks und Vorträge für Druck- und Mediendienstleister und ein Themenpark rund um Nachhaltige Medienproduktion stehen ebenso auf dem Programm wie Seminare und Workshops für die Verlagsbranche, Netzwerktreffen für die Medien- und Marketingbranche oder Events für die Corporate Publishing-Branche. ➤ www.digimedia.de

HUNKELER INNOVATIONDAYS Vom 11. bis 15. Februar 2013 werden die Hunkeler Innovationdays zum zehnten Mal ausgetragen. Aufgrund des großen Interesses hat Hunkeler die im Zweijahresrhythmus durchgeführte Veranstaltung auf dem Gelände der Messe in Luzern von bisher vier auf fünf Tage verlängert. Rund 80 Hersteller von Digitaldrucksystemen, Software sowie Verbrauchs- und Veredelungsmaterialien werden auf 7.000 m² Fläche ihre Produkte präsentieren. Dabei werden Druck- und Finishing-Lösungen gezeigt und Szenarien für den Transaktions-/Transpromotionsdruck, Print-on-Demand (Bücher, Zeitungen) und die Mailing-Produktion direkt zu vergleichen sein. ➤ www.hunkeler.ch

EXLIBRIS Noch bis zum 13. Januar 2013 zeigt das Mainzer Gutenberg-Museum, das mit über 100.000 Blättern eine der weltweit größten Exlibris-Sammlungen besitzt, mehr als 300 Bucheignerzeichen bibliophiler Theaterfreunde und Stars von Bühne und Film. Es handelt sich um Gebrauchsexlibris sowie aufwändige Sammlergrafiken aus der Zeit zwischen 1760 und 2011. Im Bild rechts ist das Exlibris des Schauspielers Gustaf Gründgens in seiner Paraderolle als Hamlet zu sehen. Die Radierung entstand 1956 nach einem Bühnenfoto von Walter Steinecke. Exlibris (latein: »aus den Büchern von ...«) sind kleinformatige Druckgrafiken mit Namensvermerk, die, seit es gedruckte Bücher gibt, in diese eingeklebt werden, um sie als individuellen Besitz zu kennzeichnen. ➤ www.gutenberg-museum.de



ECHT ODER FALSCH? Bis zum 7. Dezember 2012 gibt die Ausstellung »Echt oder falsch? Geld und seine Fälschungen« im Museum für Druckkunst Leipzig anhand von rund 150 Exponaten Einblicke in die Welt des Geldes und seiner Fälschungen. In der Gegenüberstellung von Kopie und Original erfährt der Besucher viel über »falsche Fünfiger«, »Superdollars« und seltene historische Fälschungen. ➤ www.druckkunst-museum.de

ONLINE PRINT SYMPOSIUM E-Business Print, Online-Shop und Web-to-Print sind die Schwerpunktthemen des Online Print Symposiums von bvdn, Fogra und zipcon consulting. Die Konferenzveranstaltung findet am 21. und 22. Februar im Sheraton Arabellapark Hotel in München statt.

➤ www.online-print-symposium.de

➤ www.fogra.org





Postkartenwettbewerb

BEZIEHUNG ZWISCHEN MENSCH UND NATUR

Die Dr.-Ing. E.h. Hubert H.A. Sternberg Stiftung schreibt für 2013 einen Förderpreis in Zusammenarbeit mit der Stadt Heidelberg für die Gestaltung einer Postkartenserie von 4 Postkarten zum Thema ›Natürlich Heidelberg‹. Teilnahmeberechtigt sind Studierende der Studiengänge Grafikdesign, Visuelle Kommunikation oder Kommunikationsdesign, die an einer staatlich anerkannten Fachhochschule, Kunsthochschule, Universität oder Akademie immatrikuliert sind. Im Wettbewerb mit digitalen Medien zeichnen sich die Druckprodukte durch eine unmittelbare Ausrichtung ihrer Form und Gestalt für den Anwendungszweck aus. Die Aufmerksamkeit kann durch Farbe, Gestaltung und Materialeinsatz erzielt werden. Der ausgeschriebene Preis regt zu einer kreativen Auseinandersetzung mit dem Produkt ›Postkarte‹ an. Der Preis ist mit 6.000 Euro dotiert. Vorschläge können Studenten von Hoch- und Fachhochschulen sowie privaten und freien Akademien für Kunst und Gestaltung bis zum 1. März 2013 einreichen.

- www.vdma.org/druck+papier
- www.natuerlich.heidelberg.de

Live Printing Event

UMWELTFREUNDLICHES TEXTILDIREKTDRECKSYSTEM

Kornit Digital, Hersteller von Drucksystemen für den digitalen Textildirektdruck und sein Kunde, die WiesingerShirt aus Reutlingen, europaweit erster Nutzer einer Kornit Avalanche DC Pro, laden zu einer Open-house-Veranstaltung nach Reutlingen ein, um das topaktuelle Highlight im Textildruck erstmals in Europa zu demonstrieren: die ›Kornit Avalanche DC Pro‹, die nach ›Öko-Tex-Standard 100‹ um-



weltfreundlich druckt. Die wasserbasierenden Pigmenttinten von Kornit sind selbst für das Bedrucken von Baby- und Kleinkindbekleidung geeignet. Sie sind nachweislich absolut schadstofffrei und insofern nach ›Öko-Tex-Standard 100‹ zertifiziert. Durch die in die Druckmaschine integrierte Vorbehandlung der Textilien ist zudem eine außerordentlich gute Haftung der Farbpigmente auf der Textilfaser und als Folge eine hohe Waschbeständigkeit gegeben. Die Veranstaltung findet am 24. November 2012 in Reutlingen statt.

- www.oeko-tex.com
- www.wiesingershirt.de
- www.kornit-digital.com

Vertrieb 3.0

MIT NEUEN GESCHÄFTSIDEEN DEN VERTRIEB STÄRKEN

Am Anfang einer echten Veränderung steht: Gewohntes loslassen! Um in schwierigen und sich ständig wandelnden Märkten erfolgreich zu sein, braucht es Mut und Hartnäckigkeit. Viele heute erfolgreiche Ideen wurden bei ihrer Entstehung belächelt. Doch was ist sinnvoll und was nur Spielerei? Wie kann man seine persönlichen Stärken dabei nutzen, wie die geeignete Zielgruppe identifizieren und wie genau das anbieten, was dieser Zielgruppe selbst neues Geschäft generiert. Es gibt meist gerade dann die besten Chancen auf neue Wertschöpfungen, wenn man mit dem, was man besonders gut kann und gerne macht, am Ende auch noch seinem Kunden nutzt. Doch nur wer wirklich davon überzeugt ist, kann auch seinen Kunden überzeugen! Es geht um das Finden neuer Geschäftsmodelle, die perfekt zu den eigenen Fähigkeiten und Möglichkeiten passen. Einen Mehrwert für Kunden bilden. Und das zu einem Zeitpunkt, zu dem das klassische Business noch einigermaßen läuft. Wie schafft man es, seine kreativen Gedanken in Form zu bringen, weiter zu entwickeln und nächste konkrete Schritte zu definieren? Das Seminar am 29. November 2012 in Frankfurt zeigt Wege, Techniken und gibt konkrete Hilfestellungen für das weitere Vorgehen.

- www.koenig-konzept.com

Professoren, Labore und Leberkäs

DMT-STUDIENGANG BEGRÜSST KNAPP 90 NEUE STUDENTEN

Am 1. Oktober begann für rund 90 junge Frauen und Männer das Abenteuer Studium des Bachelorstudiengangs Druck- und Medientechnik im größten Vorlesungssaal der Hochschule München. Nach einer Willkommensansprache ging es in kleineren Gruppen weiter, um die Bibliothek, die Mensa, das Lernzentrum, die Drucksäle, Labore und die sonstigen Lokalitäten, zu besichtigen.



Jedem Studenten wurde zum Ende der Veranstaltung eine A4-Broschüre mit Portraits eines jeden einzelnen ausgeteilt. Dieses Heftchen ist ein perfekter Ratgeber in der Anfangszeit des Studiums mit einem geballten Überblick über alles Wissenswerte rund um das Studium. Um den Tag voller erster Erfahrungen, Eindrücke und dergleichen abzurunden, gab es zu guter Letzt noch warmen Leberkäs für alle, um sich in gemütlicher Atmosphäre schon mal beschnuppern zu können. Standesgemäß natürlich im Drucksaal.

- www.hm.edu

Knapp, kurz und bündig

Das Präsidium des **Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V.** hat sich für Hamburg als Austragungsort des ADC Festival 2013 und in den Folgejahren entschieden. • Die Fachmesse **Verpackung 2013** (www.easyfairs.com/verpackung_hh) in Hamburg öffnet vom 23. bis 24. Januar 2013 ihre Tore. Gezeigt werden Verpackungsmaschinen und -geräte, Verpackungsmittel und Packhilfsmittel, Kennzeichnungs- und Etikettiertechnik und Dienstleistungen.



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 einziehen
Wagen • Voreinstufen • Fälschen • Block-
formen • Bandenformen • Nummerieren
Falten • Handarbeiten • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen und Applikation

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-70566 VILMERSCHWILDE
Telefon 071 20 30 12-11 Fax 071 20 30 12-10

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 Kollitschwil
Telefon: 043 552 44 44
Telefax: 043 552 44 45

Letzendrop
Laserprint
Fullcolor
www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

MAILINGPRODUKTION

EZCO
switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

fordern Sie
unser
„know-how“

Wir haben eine neue Generation
von Werkzeugen für die Papierbohrung
entwickelt. Diese sind in allen Größen
und Ausführungen für die Maschinen- und
Handbohrung geeignet. Kontaktieren Sie uns.

Graph. Maschinen- und Applikation

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KUPFERNACHSTRASSE 8
D-70566 VILMERSCHWILDE
Telefon 071 20 30 12-11 Fax 071 20 30 12-10

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 Friesenheim
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

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

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 angeordnet 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.

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

DRUCK  **MARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher