DRUCK MARKT
impressions 60
18. Dezember 2012
Das PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing
worldwide published

Der Verpackungsmarkt wächst – und das nicht nur vor Weihnachten

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das PDF-Magazin Druckmarkt impressions.

Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Future Summit: Print hat Zukunft. Seite 10.
Prepress & Print: Kundenindividuelle Massenkommunikation. Seite 12.
Print & Finishing: Die Zeitung mit neuen Ideen stärken. Seite 20.
Packaging: Verpackungsdruck mit Hindernissen. Seite 38.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 48.

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch

Know-how aktuell!

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

Rettungsanker Verpackung?

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

Inhalt

Markt & Zahlen
04 Nachrichten
07 Mathias Bäuerle wird doch weitergeführt
10 Future Summit: Print hat Zukunft

Prepress & Print
12 Kundenindividuelle Massenproduktion
16 Nachrichten

Print & Finishing
20 Die Zeitung mit neuen Ideen stärken
24 Neustart für die digital gedruckte Zeitung?
26 Nachrichten
33 Auf Höchstleistung getrimmt
36 Der Verpackungsmarkt wächst
38 Verpackungsdruck mit Hindernissen
40 Large-Format-Drucker im Verpackungs-Einsatz
42 Die Rüstzeiten um bis zu 50% verkürzt
44 50 Jahre und eine Großformatmaschine
46 Für jede Verpackung den richtigen Lack

Termine, Bildung & Events
48 Terminkalender
49 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen

51 Business to Business

Die Jahreszeit ist wohl wie dafür geschaffen, über Verpackungen nachzudenken. Natürlich spielen Verpackungen in den anderen Monaten des Jahres eine ebenso bedeutende Rolle – doch wer ist nicht schon schier verzweifelt, wenn er die Geschenke für die Lieben nicht in eine adäquate Verpackung stecken konnte? Gut verpackt, besser noch, interessant verpackt kommt ein Geschenk eben besser an.

Wie im richtigen Leben. Wer seine Produkte am Point-of-Sales nicht attraktiv zur Geltung bringt, wird wenig Erfolg haben. Das haben zig Studien längst bewiesen. Da glänzen selbst beim Discounter die Verpackungen mit Metallic-Veredelungen, Folienprägungen, Spotlackierungen und vielem mehr. Was für den Käufer eine Augenweide ist, kann den Drucker jedoch leicht in den Wahnsinn treiben. Denn in dem Maße, wie die Margen dünner werden, steigen die Anforderungen an die Verpackung – und zwar nicht nur die drucktechnischen, sondern auch die gesetzlichen, wie unser Praxisbericht auf Seite 38 perfekt beschreibt. Dieser sollte all denen zu denken geben, die glauben, mal so nebenbei in den Verpackungsmarkt einsteigen zu können. Ja, der Verpackungsmarkt wächst weiter und die Margen sind möglicherweise auch besser als im Akzidenzdruck. Aber als Rettungsanker ist dieser Markt sicherlich nicht zu betrachten, denn der Einstieg bedeutet für ein Unternehmen die radikale Veränderung seiner Struktur. Und daran ändert sich auch nichts, wenn man die Aufgabe via Digitaldruck angehen will.

Doch darüber nachzudenken ist ja schließlich kein Fehler. Und vielleicht haben Sie ja beim Verpacken Ihrer Geschenke den Erfolg versprechenden Geistesblitz, den andere bisher noch nicht hatten.

Wir wünschen Ihnen schöne Festtage und alles erdenklich Gute für 2013.

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

DRUCKMARKT-REDAKTION UND VERLAG WÜNSCHEN SCHÖNE FESTTAGE UND VIEL ERFOLG IM JAHR 2013.

Die ATP und Ricoh haben ihre Partnerschaft bis 2015 verlängert. Ricoh ist somit weiterhin Platinum Partner und offizieller Lösungsanbieter für die ATP World Tour in Europa. Durch die Verlängerung der Unterstützung des professionellen Herrentennis wird 2015 das 10-jährige Jubiläum dieser Partnerschaft gefeiert.

Konica Minolta unterstützt die internationale Ski-Federation FIS bei der Ausrichtung ihres Skisprung-Weltcups als ›Official Data Partner‹. Als Sponsor wird Konica Minolta bei 31 Weltcup-Springen in neun Ländern Europas und Asiens präsent sein. Neben Deutschland sind dies auch Österreich, die Schweiz etc.

Der Versandhändler Ratioform bietet jetzt zur Prozessbeschleunigung einen personalisierten Webshop an. Das Kunden Business Center kann komplett nach eigenen Anforderungen gestaltet werden. Es bietet viele Vorteile und lässt sich mit den eigenen Warenwirtschafts- und E-Procurementsystemen verknüpfen.

Am schulfreien Buß- und Bettag bot der Druckmaschinenhersteller KBA bereits zum fünften Mal eine Betreuung für die 6- bis 14-jährigen Kinder seiner Mitarbeiter in Würzburg und Trennfeld an.
Zahlreiche Mitarbeiter und Auszubildende von Koenig & Bauer standen den Kindern beim Werken, bei Spielen, Fußball, Tanz und anderen Kreativangeboten zur Seite. In Theorie und Praxis wurde der diesjährige Themenschwerpunkt Feuerwehr den Schülern näher gebracht. So lernten sie, wie man einen perfekten Notruf absetzt oder einen wassergefüllten Feuerlöscher in Betrieb nimmt.

Steigende Papierpreise, enge Margen, hoher Wettbewerbsdruck: tägliches Brot für Druckereien. Wer sich unter solchen Rahmenbedingungen noch eine Scheibe vom Markt abschneiden will, muss seine Produktivität erhöhen. Es gilt, das Verhältnis zwischen Aufwand und Output zu optimieren. Wie sich dies in der Praxis umsetzen lässt, verdeutlicht das Kundenmagazin ›Heidelberg Nachrichten‹ in der jüngsten Ausgabe 273, die ab sofort verfügbar ist.

›Fußball-Legenden live erleben beim Onlineprinters-Cup‹ heißt es am 29. Dezember 2012 in der Westfalenhalle Dortmund. Wie beim letztjährigen Cup ist die Onlinedruckerei Onlineprinters GmbH Hauptsponsor und Namensgeber des Turniers. Mit hochkarätig besetzten Traditionsmannschaften wie Tottenham Hotspur aus London, Borussia Dortmund, Borussia Mönchengladbach, VfL Bochum, MSV Duisburg sowie Rot-Weiss Essen werden sechs Teams Derbyfieber verbreiten. Dazu verlost Onlineprinters über ihren Onlineshop 125 x 4 Eintrittskarten und 9 x 2 VIP-Tickets.

› www.diedruckerei.de
› www.diedruckerei.de/gewinnspiel

2013

Lust auf Print

Seit 2004 wurde der ‹Druckmarkt-Award› ausgeschrieben und hat stets bewiesen, dass Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder nicht die sprichwörtlichen Schuster mit den schiefen Absätzen sind, sondern mit ihren ideenreichen Eigendarstellungen zeigen, wie schön bedrucktes und veredeltes Papier sein kann.

Um dem Award noch mehr Attraktivität zu verleihen, wird die Beschränkung auf ‹Eigenwerbung von Druckereien und Agenturen› ausgeweitet. Stattdessen können nunmehr alle Druckprodukte von ‹jedermann› eingereicht werden. Damit werden alle angesprochen, die ernsthaft auf Print-Kommunikation setzen.

Ab 2013 heisst der Wettbewerb ‹Swiss Print Award›. Dazu rufen asw Allianz Schweizer Werbeagenturen, die Kaderschule «gib»Zürich, ‹viscom print&communication› 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 Verkaufsunterstützung 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

SWISSPRINTAWARDSWISSPRINTAWARDSWISSPRINTAWARDSWISSPRINTAWARD

ERGEBNISVERBESSERUNG Der Verpackungshersteller Mayr-Melnhof Karton AG, Wien, hat das 3. Quartal 2012 mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung gegenüber den Vorquartalen abgeschlossen. Trotzdem verzeichnete das Unternehmen nach eigenen Angaben nach drei Quartalen 2012 im Vergleich zum Vorjahr leichte Ergebnisrückgänge.

DRUCKFARBENHERSTELLER ERWORBEN Die Quantum Kapital AG hat die Ausgründung des Geschäftsbereichs Offset-Druckfarben der BASF am Standort Maastricht, Niederlande, abgeschlossen. Die vollständige Übernahme des nun als IMEX Printing Inks B.V. firmierenden Herstellers von Offsetdruckfarben für den Heatset-Bereich umfasst alle dem Geschäft zugeordneten ehemaligen BASF-Mitarbeiter in Maastricht. Gemeinsam mit dem Management wird Quantum Kapital eine konsequente Wachstumsstrategie verfolgen und die Marktposition im Bereich Offsetdruckfarben weiter ausbauen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. › www.quantum-kapital.com › www.imex-printing-inks.com

WACHSTUMSSCHUB Mimaki erweitert sein Geschäft in der EMEA-Region. Mehrere Abteilungen wie Vertrieb, Marketing, technischer Support und Logistik wurden personell aufgestockt. Dies soll Mimaki Europe helfen, seine Reichweite in EMEA auszubauen. Mimaki verzeichnete nach der Markteinführung zahlreicher Produkte im Jahr 2012 einen rasanten Nachfrage-Anstieg. › www.mimakieurope.com

20.000.000 CEWE FOTOBUCH

Annika Schwoll aus Düsseldorf hat das 20.000.000. Cewe Fotobuch in Auftrag gegeben. Anlässlich dieser runden Zahl überreichten ihr Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, einen Reisegutschein im Wert von 4.000 €. Die Düsseldorferin hat bereits ihr elftes Cewe Fotobuch beauftragt. › www.cewe-fotobuch.de

VOLL AUF KURS Zwölf Monate nach Gründung der MPM Medienhaus GmbH zieht das Marsberger Unternehmen eine positive Bilanz. Das Unternehmen sei was die strategische Entwicklung als auch die Auslastung angehe, voll auf Kurs. Die MPM Medienhaus GmbH war am 1. November 2011 aus der Marsberger Druckerei Joh. Schulte GmbH und der Münsteraner Agentur Press&More GmbH entstanden. Hintergrund war die Idee, Unternehmen und Organisationen aus einer Hand ein Full-Service-Medien-Angebot zu bieten. › www.mpm-medienhaus.de

NACHHALTIGKEITSINITIATIVE Die Heidelberger Druckmaschinen AG tritt der Blue-Competence-Nachhaltigkeitsinitiative des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA) bei. In dieser Gemeinschaft engagieren sich die verschiedenen Fachverbände des VDMA und andere Organisationen des Maschinen- und Anlagenbaus. Weiterhin beteiligen sich auch einzelne Unternehmen und Institutionen an der Initiative.

Kleinerer Markt

KBA INTEGRIERT WERK TRENNFELD

KBA integriert im Herbst 2013 ihr 1964 gegründetes Zweigwerk in Trennfeld (Landkreis Main-Spessart) in das Würzburger Stammwerk. Damit treibt der Druckmaschinenhersteller seine Ausrichtung auf den deutlich kleiner gewordenen Weltmarkt für Rollenoffsetdruckmaschinen voran. Diesen Beschluss gab der Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann am 4. Dezember in einer Mitarbeiterversamm-

lung bekannt. Den 220 hoch qualifizierten Spezialisten, die in Trennfeld Überbauten für Akzidenz- und Zeitungsrotationsanlagen montieren, werden im Zuge der Verlagerung neue Arbeitsplätze im nur 25 km entfernten Würzburger Stammwerk angeboten.

Das traditionelle KBA-Geschäftsfeld Rollenrotationen für den Akzidenz- und Zeitungsdruck leidet unter zu hohen Anbieterkapazitäten für den seit 2007 um weit mehr als die Hälfte geschrumpften Weltmarkt. Derzeit liegt der Umsatz weltweit (ohne Japan) bei unter 500 Mio. Euro. Entsprechend unzureichend ist die Ertragslage in diesem Bereich. Da keine Markterholung weit über die aktuelle Größenordnung hinaus erwartet wird, geht KBA von einem kleineren Neumaschinenumsatz in den nächsten drei Jahren aus. Dafür sind die derzeitigen Werksanlagen zu groß.

› www.kba.com

digi:media 2013 abgesagt

ZURÜCKHALTUNG DER ZULIEFERINDUSTRIE

Die digi:media wird nicht wie geplant stattfinden. Zwar habe die Zulieferindustrie das Konzept der Messe begrüßt, sich aber nicht in ausreichendem Maß beteiligt. Unter dem Motto ›Content trifft Technik trifft Business‹ war die digi:media 2011 angetreten, um die crossmediale, alle Medienkanäle umfassende Kommunikation abzudecken. »Die Herausforderung für 2013 bestand darin, das innovative Konzept weiterzuentwickeln und auszubauen«, sagte digi:media-Direktor Manuel Mataré. Bezogen auf das Fachprogramm sei das gelungen. Anders sehe es beim Messeteil der digi:media aus. »Absagen, Flächenreduzierungen – aber vor allem die große Zurückhaltung repräsentativer Branchenplayer lassen keine digi:media erwarten, die ihrem Qualitäts-Anspruch gerecht werden kann. Die Entscheidung, die Messe abzusagen, ist uns nicht leicht gefallen. Aber angesichts der fehlenden Perspektive auf einen radikalen Umschwung im Buchungsverhalten, mussten wir jetzt die Reißleine ziehen«, erläutert Manuel Mataré. »Die Messe Düsseldorf will immer ein verlässlicher Partner der Industrie sein. In diesem Zusammenhang war es für uns wichtig, den Ausstellern Planungssicherheit zu geben und nicht mit einer kurzfristigen Entscheidung zu konfrontieren.« Die digi:media 2013 findet demnach nicht in ihrer geplanten Konzeption statt.

Allerdings werde im Dialog mit den Kooperationspartnern geprüft, ob und inwieweit einzelne Veranstaltungselemente in Zukunft weiterhin in Düsseldorf realisiert werden können.

Auszeichnung

BAYERISCHER INNOVATIONS-PREIS 2012 FÜR OCÉ

Océ Printing Systems in Poing wurde Mitte November im Deutschen Museum in München für seine Océ ColorStream 3000 Serie ausgezeichnet. Mit der Verleihung des Bayerischen Innovationspreises möchte die Bayerische Staatsregierung die Bedeutung von Innovation für die Entwicklung des Industriestandorts Bayern unterstreichen.
Die Auszeichnung überbrachten der Bayerische Wirtschaftsminister Martin Zeil, der BIHK-Präsident Prof. Erich Greipl sowie der Präsident der Handwerkskammer von München und Oberbayern, Heinrich Traublinger.
Die Océ ColorStream-3000-Serie ist eine Familie von Hochleistungs-Inkjetfarbdrucksystemen, die von Océ Printing Systems in Poing entwickelt wurde. Mit Geschwindigkeiten von 48 bis 127 m/Min. (324 bis 1.714 Seiten im DIN-A4-Format pro Minute) werden die digitalen Drucksysteme in erster Linie für individualisierte Druckanwendungen wie termingebundene Rechnungen und Mailings sowie die Produktion von Büchern und Zeitungen verwendet.
› www.canon.de

Xerox

GLOBAL CITIZENSHIP JAHRESBERICHT

Xerox hat den Jahresbericht ›Global Citizenship 2012‹ vorgestellt. Im

Vorwort beschreibt **Ursula Burns,** Chairman und CEO von Xerox, die Ansätze zu nachhaltiger Innovation, die mit dem allgemeinen Bestreben des Unternehmens einhergehen, die Arbeitsweise von kleinen und großen Organisationen und Unternehmen weltweit zu vereinfachen. »Dabei geht es nicht um bloße Reduzierung oder Vereinfachung. Vielmehr steht für uns im Vordergrund, Prozesse zu bereinigen und überflüssige Schritte zu vermeiden, indem Technologien intelligent und strategisch eingesetzt werden«, so Burns. »Auf diese Weise sparen Unternehmen nicht nur Zeit und Geld, sondern schonen auch kostbare Ressourcen und minimieren Abfall.«
Im letzten Monat wurde Xerox für sein Engagement ausgezeichnet. Bereits im fünften Jahr in Folge hat das Unternehmen die Kriterien für soziale Verantwortung und Engagement für Interessensgruppen, Menschenrechte sowie Klimaschutz und Nachhaltigkeit nach dem FTSE4-Good-Index erfüllt, der seit 2001 besteht und Benchmarks enthält, um soziales Engagement anhand anerkannter Standards messen zu können.
› www.xerox.de

Überraschend doch noch Investoren gefunden

MATHIAS BÄUERLE GMBH WIRD NUN DOCH FORTGEFÜHRT

Die Fortführung des insolventen Herstellers von Falz- und Kuvertiermaschinen ist nun doch gesichert, wie das Unternehmen mitteilt. Der Insolvenzverwalter Martin Mucha sowie Friedhelm Brüstle, Prokurist der insolventen Mathias Bäuerle GmbH, informierten darüber, dass es nun doch noch einen Investor für das in St. Georgen im Schwarzwald ansässige Unternehmen gibt.
Die Nachricht über die Rettung von MB kam überraschend, nachdem Mitte November 2012 die Stilllegung des Unternehmens eingeleitet worden war. Zuvor hatten sämtliche Interessenten abgesagt. Nach Aussage von Martin Mucha hätten Mitbewerber auf eine Marktbereinigung gehofft, den übrigen Interessenten sei das Engagement aufgrund der angespannten Branchensituation zu riskant gewesen.
Ein (nicht genannter) Investor aus der Schweiz übernimmt nun gemeinsam mit drei ausländischen Mathias-Bäuerle-Vertretungen sowie einer Gruppe aus der MB-Belegschaft den Geschäftsbetrieb des Unternehmens rückwirkend zum 1. Dezember 2012. Sowohl der Bereich Falzmaschinen als auch der Bereich Kuvertiermaschinen werden am Standort St. Georgen von der Auffanggesellschaft fortgeführt, die künftig als Mathias Bäuerle Falzen und Kuvertieren GmbH firmieren wird. Die Auffanggesellschaft übernimmt 106 Mitarbeiter und 18 Auszubildende. Friedhelm Brüstle übernimmt die Geschäftsführung.
Die Investoren haben langjährige Erfahrungen im grafischen Markt, so die Mitteilung des Unternehmens, und seien von der Innovationskraft und dem Produktspek-

trum der Mathias Bäuerle GmbH überzeugt. Friedhelm Brüstle hält die MB-nahe Investorenlösung für konsequent und tragfähig. »Diese Leute können die Chancen und Risiken der Produkte und des Marktes am besten einschätzen und bewerten«, wird Brüstle zitiert.
› www.mb-bauerle.de

Kurz & knapp

Nach anderen Druckfarbenherstellern haben auch die **Flint Group** und **Sun Chemical** Preiserhöhungen für alle Druckfarben in Europa, Mittlerer Osten und Afrika ab dem 1. Januar 2013 angekündigt. • Anfang November 2012 wurde in Frankfurt am Main der CUG-Deutschland e. V. (**Océ** Cosmos User Group) ins Leben gerufen. Damit erhalten die Vereinsmitglieder die Möglichkeit, aktiv an der Weiterentwicklung der Software mitzuwirken. • Die **Papierfabrik August Koehler AG** mit Sitz in Oberkirch (Schwarzwald) wurde Anfang November in eine Europäische Gesellschaft (SE – Societas Europaea) umgewandelt. • **Adobe** hat im vierten Quartal seines laufenden Geschäftsjahr 1,153 Mrd. US-$ umgesetzt und damit die eigene Zielvorgabe übertroffen. • Die Prüf- und Forschungsgesellschaft Buyers Laboratory LLC (**BLI**) hat **Canon Europe** anlässlich der Winter Awards 2013 mit sechs Preisen, unter anderem für ›herausragende Leistungen‹ und dem Preis ›Produktserie des Jahres‹ in der Kategorie Energieeffizienz ausgezeichnet.

KONJUNKTURTELEGRAMM Die Einschätzungen zur Geschäftslage, die der Bundesverband Druck und Medien aktuell in seinem Konjunkturtelegramm November 2012 veröffentlicht, sind mit 12% der Antwortsalden gegenüber dem Oktober gleich geblieben. Im November 2011 waren sie mit 8% etwas geringer. Die Beurteilungen der Nachfrage und des Auftragsbestandes des Vormonats sind mit +15% beziehungsweise +7% leicht angestiegen und liegt damit über der Bewertung in der Gesamtindustrie, wo die Geschäftslagebeurteilung fast unverändert bei +3% liegt. Damit wird die Geschäftslage in der Druckindustrie den zweiten Monat in Folge besser als in der Gesamtindustrie eingeschätzt. Die etwa 40% Druckereien, die nach Angaben des ifo-Konjunkturtests im Auslandsgeschäft tätig sind, bewerten die Geschäftslage mit –12% der Antwortsalden wieder leicht besser.
Das Geschäftsklima liegt mit –9% allerdings wieder deutlich im Negativbereich. Im gleichen Vorjahresmonat war es mit –3% um 6% besser.

Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft sind mit –5% der Antwortsalden wieder schlechter geworden. Die Geschäftserwartungen, die seit Februar 2012 durchgängig positiv waren, sind den dritten Monat in Folge negativ und haben sich um 19% auf –28% deutlich verschlechtert. Im November erwarteten nur noch 7% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage in sechs Monaten, aber 35% eine Verschlechterung, 58% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen um 14% besser, aber ebenfalls negativ.

CCE INTERNATIONAL Vom 19. bis 21. März 2013 findet auf dem Münchener Messegelände erstmals die CCE International, Fachmesse für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie statt. Das Ausstellungsprogramm umfasst Rohstoffe, Wellpappen-Anlagen, Converting-Ausrüstung für Wellpappe und Faltschachteln, Druck-Equipment, Vorstufe, Materialhandling und Lagerhaltung, Abfallwirtschaft und Paketieren, Maschinen- und Anlagenkontrolle sowie dazugehörende Dienstleistungen.
Vier Monate vor der Messe haben 75 Ausstellerfirmen aus 14 Ländern 4.000 m² Nettoausstellungsfläche gebucht. »Für eine Erstveranstaltung eine beachtliche Größe. Die positive Resonanz belegt, dass der Bedarf für eine derart spezialisierte Fachmesse besteht«, erklärt Nicola Hamann, Messedirektorin CCE International, im Namen des Veranstalters Mack Brooks Exhibitions. › www.cce-international.com

Fujifilm

XMF-WORKFLOW GEWINNT GOOD DESIGN AWARD 2012

Auf Grund seiner einfachen und funktionalen Benutzeroberfläche wurde Fujifilms hybrides Workflow-System XMF mit dem anerkannten und hoch dotierten ›Good Design Award‹ 2012 ausgezeichnet.
Der weltweite Vertriebsstart von XMF erfolgte 2007. Auch danach wurden die einzelnen Module des Systems auf Basis von Gesprächen mit Anwendern und deren dabei geäußerten Wünschen ständig weiter entwickelt, sodass XMF heute eines der umfassendsten Druckproduktionssysteme mit über 3.500 weltweiten Installationen ist. Aktuell besteht die Software-Lösung aus ›XMF-Workflow‹ zur Kontrolle der Produktionsabläufe und aus ›XMF Remote‹, einem webbasierten Tool für die Jobkontrolle und Druckfreigabe an Remote-Arbeitsplätzen. So ist XMF für eine Vielzahl unterschiedlicher Anforderungen und Einsatzbereiche konfigurierbar.

Alle XMF-Elemente sind intuitiv und dank der strukturierten und funktionalen grafischen Benutzeroberfläche einfach zu verstehen. Einer der Juroren begründete die Entscheidung: »Das Ziel dieses Workflow-Systems ist die Rationalisierung der Druckproduktion. Der Hauptgrund für den Gewinn dieser Auszeichnung sind sein Aufbau und seine Benutzerschnittstelle, die für verschiedene Anforderungen seitens der Nutzer konzipiert ist. Deren einfaches und gutes Design sind ein gutes Beispiel für eine industrielle Benutzeroberfläche der Zukunft.«
› www.fujifilm.de

Stämpfli Publikationen AG

CONTENSERV STAR AWARD GEWONNEN

Die Stämpfli Publikationen AG, Spezialistin für elektronische und gedruckte Publikationen, gewinnt den diesjährigen Contenserv Star Award für den besten Partner. Bewertet wurden einerseits Zusammenarbeit sowie Kommunikation und Abstimmung mit dem Hersteller, andererseits Innovationsgrad, Investitionsbereitschaft und Projektumfang.
Um die Medien- und Publikationsprozesse der Kunden optimal zu unterstützen, hat die Stämpfli Publikationen AG die modulare Enterprise-Marketing-Management-Lösung von Contenserv in ihr Systemportfolio aufgenommen und innerhalb kurzer Zeit erste Projekte erfolgreich umgesetzt. Ende Oktober 2012 hat der Softwarehersteller Contenserv im Rahmen des jährlichen OpenHouseDays den Star Award für herausragende Projekte an Kunden und Partner verliehen. Stämpfli überzeugte die Jury und holte die internationale Auszeichnung für den besten Partner in die Schweiz. Die Stämpfli Publikationen AG verfügt im Bereich Publikationssysteme über das schweizweit umfassendste Angebot.
› www.staempfli.com

Eine begehrte Trophäe – der Contenserv Star Award.

Mehrheitsanteile

TECHNOTRANS ÜBERNIMMT KLH KÄLTETECHNIK

Die Technotrans-Unternehmensgruppe übernimmt zum 1. Januar 65% der Anteile an der KLH Kältetechnik GmbH sowie an der KLH Cooling International Pte. Ltd., Singapur, und der chinesischen Taicang KLH Cooling Systems Co. Ltd. Wie das Unternehmen mitteilte, wird damit die Kompetenz bei Temperierungslösungen ausgebaut und das Unternehmen im Bereich der Laserkühlung zum Komplettanbieter.
Bisher kooperierte Technotrans mit KLH. Der Zusammenschluss sei eine logische Konsequenz, da er die Vorteile auf der operativen Seite untermauere, sagte Henry Brickenkamp, Sprecher des Vorstands der Technotrans AG. »Wir werden die Aktivitäten in Märkten jenseits der Druckindustrie ausweiten. Unser Ziel, 30% des Umsatzes außerhalb der Druckindustrie zu erwirtschaften, werden wir aus heutiger Sicht im Geschäftsjahr 2013 erreichen.
› www.technotrans.de

Konica Minolta

ANTEILSKAUFVERTRAG MIT RABER + MÄRCKER

Konica Minolta Business Solutions Deutschland übernimmt 80% am Software- und Systemhaus Raber + Märcker in Stuttgart. Die restlichen Anteile werden weiterhin von den Altgesellschaftern gehalten. Uwe Brand und Hansjörg Schäfer werden das IT-Unternehmen auch künftig als operative Geschäftsführer leiten.
Mit der Investition verfolgt Konica Minolta das Ziel, Business-Anwendungen und IT-Infrastruktur-Lösungen zusammen mit Optimized Print Services (OPS) anzubieten. Konica Minolta und Raber + Märcker werden getrennt fortgeführt und wollen in enger Partnerschaft am Markt agieren.
Konica Minolta hat zudem auch einen Kaufvertrag mit der Raber + Märcker GmbH in Bezug auf die R+M Graphik GmbH unterzeichnet. An dem Drucktechnik-Unternehmen erwirbt Konica Minolta 100% der Anteile.
› www.konicaminolta.de

World Label Award

NEUE WETTBEWERBSSTRUKTUR

Finat, der Verband der selbstklebenden Etiketten-Industrie, strukturiert den Etiketten-Wettbewerb ›World Label Awards‹ (WLA) neu. Zudem wird der ›Best-of-the-Best‹ Wettbewerb neu eingeführt.
Das neue Format des Awards sieht 22 Klassen vor, die die ›technische Qualität‹ in den einzelnen Technologien als Hauptunterscheidungsmerkmal bewerten. Hiervon ausgenommen sind Weine und Spirituosen, für die separate Klassen vorgesehen sind. Mit dieser Struktur erhalten mehr Etikettenverarbeiter die Chance, einen Preis zu gewinnen.
Die Sieger in den 22 Kategorien des Jahres 2012 werden von einer Jury unter dem Vorsitz von Tony White (FINAT) und einem weiteren Abgeordneten eines jeden teilnehmenden Verbandes ausgewählt. Die Preisträger werden im Februar des nächsten Jahres bekanntgegeben.
› www.finat.com

bvdm richtet sich neu aus

TECHNIK + FORSCHUNG WIRD ZUNEHMEND INTERDISZIPLINÄR

Technik + Forschung (T+F) im Bundesverband Druck und Medien wird zunehmend interdisziplinär. Künftig sollen mehr Projekte über Fachbereiche hinweg angestoßen und umgesetzt werden. Der bvdm verstärkt auch seine Zusammenarbeit bei Forschungsprojekten mit der Fogra. Die gezielte Entwicklung und Umsetzung von Lösungen für die Praxis, orientiert am Bedarf der Mitgliedsbetriebe, sind Prämissen der Verbandsarbeit. Die printXmedia-Beratungsgesellschaften der Druck- und Medienverbände bringen dies künftig verstärkt in die Arbeit ein.
Im Zuge dieser Neuausrichtung will der bvdm intern schlankere Strukturen schaffen. Aus ehemals sieben Fachbereichen werden die Fachbereiche Medienvorstufe, Produktionsverfahren, Umweltschutz und Sicherheit.
› www.bvdm-online.de

RAPID TRANS UT
Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung
Neues, dynamisches Design | Höhere Produktivität | Automatische Formatumstellung | Duplex
MKW Graphische Maschinen
www.mkwgmbh.de
MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

Future Summit 2012: Print hat Zukunft

Der Future Summit 2012 ›The Power of Print‹, zu dem Print Power, Cluster Bayern Druck und Printmedien sowie die Zeitschrift w&v am 21. November nach München eingeladen hatten, war ein Erfolg. Kommunikationsexperten führender deutscher Unternehmen diskutierten mit Experten aus Marketing und Kommunikation über den idealen Medienmix und die Vorzüge von Print.

Die Eröffnungsansprache des Future Summits 2012 übernahm der bayerische Wirtschaftsminister und stellvertretende Ministerpräsident Martin Zeil. Er betonte die Wirksamkeit der bayerischen Clusterpolitik, die auch in der Druck- und Medienindustrie erfolgreich gewesen sei. Markus Peichl, Vorstandsvorsitzender der Lead Academy und Zeitschriftenexperte aus Hamburg schilderte in seiner Keynote die Qualität und Exklusivität von Print. Oliver Frenzel von Nymphenburg Consult untersuchte in seinem Vortrag worin

die psychologischen Aspekte von Kaufanreizen der Konsumenten liegen. »Mit dem gedruckten Wort kann man extrem viele Emotionen auslösen«, betonte Frenzel die psychologische Bedeutung von Print als herausragendes Kommunikationsmedium. Dass der gedruckte Reisekatalog immer noch unverzichtbar für Premiummarken ist, diskutierte Guido Wiegand von Studiosus Reisen mit dem marketing- und printaffinen Publikum in München. Wie Print die vierte Dimension von Augmented Reality beeinflusst, legte Dr. Thomas Alt von metaio dar. Benjamin Ruth, Herausgeber des Vice Magazins Deutschland, übte sich in der Kunst des neuen, emotionalen Storytellings auf allen Kommunikationskanälen.

WIRKUNG GEDRUCKTER INHALTE Silke Miksche, Leiterin Marketing Kommunikation und CRM der Audi AG, erklärte, wie sie mit progressive Formaten den klassischen Medienmix ergänzt. Mit der Säule Print hat Audi bei der Kampagne des neuen Audi A3 die avisierte Zielgruppe zu 72% erreicht. Die haptischen Eigenschaften von Papier und die Qualitätsmerkmale hochwertigen Drucks schätzen die Audi-Kunden nach wie vor bei der Lektüre des Audi-Magazins. Auf die Methodik und Messbarkeit von Print-Kampagnen ging Dr. Florian Kerkau von Goldmedia Custom Research ein. Er postulierte, dass von den visuellen Informationen, die das menschliche Auge wahrnimmt, 5% zu Veränderungen im Verhalten führten. Die gedruckten Informationen spielen dabei eine wesentliche Rolle. Dirk Huefnagels, Head of Global Marketing Family & SME UniCredit Group erklärte, warum er bei Werbekampagnen der HypoVereinsbank ›Meinungen‹ liefern möchte. Huefnagels glaubt an Print und an die Wirkung des gedruckten Inhalts. Für ihn geht es jedoch in erster Linie nicht um Print oder Online sondern um Management-Qualität und darum, dem Content Marketing den richtigen Stellenwert in der Kommunikation einzuräumen.

Silke Miksche, Audi AG, brach auf dem Future Summit 2012 eine Lanze für Print.
Die Teilnehmer des Future Summits 2012 waren sich einig, dass Print eine gute Zukunft hat.

Anders Sundt Jensen, Leiter Marketingkommunikation bei Mercedes-Benz Cars beschrieb eindrucksvoll globale Trends in der Markenführung. Für Jensen ist es elementar, ein klares und glaubwürdiges Markenversprechen aufzubauen und dieses auch global zu erfüllen. Für ihn geht es bei der Auswahl des idealen Mediums, für seine Kampagnen primär darum, welches Kommunikationsmedium er für die jeweilige Zielgruppe global ideal einsetzen kann.

VORZÜGE AUSSPIELEN Bei der rege geführten Podiumsdiskussion, die von Dr. Jochen Kalka, Chefredakteur der Werben & Verkaufen geleitet wurde, waren sich die Podiumsteilnehmer Jürgen Kindervater, CEO Brandoffice, Guido Wiegand, Studiosus Reisen, Karl-Georg Nickel, Clustersprecher Druck und Printmedien Bayern sowie Bernhard Niemela, Chefredakteur des Deutschen Druckers darin einig, dass jedes Medium seine spezifische, individuelle Stärke hat und alle Medien im Zusammenspiel ihre Berechtigung haben werden. Print wird auch in Zukunft in einem sich verändernden Medienumfeld seine Vorzüge voll und ganz ausspielen können.

› www.printpower.eu/de

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.R.623.d

Kundenindividuelle Massenproduktion

Wie Wachstum in der Druckbranche funktionieren kann, haben in den letzten Jahren die Online-Druckereien vorgemacht

In Dresden angesiedelt und im europäischen Druckgeschäft zu Hause – die Online-Druckerei Saxoprint erwirtschaftet über 35% ihres Umsatzes mit internationalen Kunden. Neben Deutschland, wo der Vertrieb im Web über saxoprint.de und cewe-print.de erfolgt, betreibt das Unternehmen Internetplattformen für Frankreich, Großbritannien, die Niederlande, Österreich, die Schweiz, Spanien, Italien und seit Anfang November 2012 Polen. 70% der rund 400 Beschäftigten arbeiten in der Fertigung, die im Dreischichtbetrieb organisiert ist. Der wöchentliche Produktionszyklus erstreckt sich von Sonntagabend 22:00 Uhr bis Samstagmorgen 6:00 Uhr.

»Wir verstehen uns als Discounter im Druckbereich, der Premiumprodukte zum günstigen Preis anbietet. Unser Geschäft ist eine Form der kundenindividuellen Massenproduktion«, erläutert **Klaus Sauer,** der als Geschäftsführer das operative Geschäft verantwortet. »Wir industrialisieren Prozesse, die präzise definiert werden und standardisiert ablaufen. Nur so lassen sich die wesentlichen Kriterien des Internet-Druckgeschäfts auf einen Nenner bringen: günstige Preise, hohe Qualität der Druck-Erzeugnisse und schnelle Lieferung mit variablen, vom Kunden wählbaren Fristen.«

Internationales Marketing und Kundenberatung werden dabei groß geschrieben. Ein Call-Center in Dresden betreut die deutschsprachige Kundschaft und von London aus kümmert sich ein multilinguales Team um die Anliegen der Kunden in anderen europäischen Ländern.

Was die angebotenen Druckleistungen betrifft, verfolgt die Bogenoffsetdruckerei eine Vollsortiment-Strategie. Für Kleinauflagen und inhaltsvariable Jobs wird auf die Digitaldruckressourcen der Mutter CeWe Color zurückgegriffen. Außerdem ergänzen der Verpackungsdruck und seit Neuestem auch der Rollenoffsetdruck das Portfolio – technisch realisiert über die Zusammenarbeit mit Partnern.

Saxoprint druckt auf 3B-Mittelformat- und Großformat-Bogenoffsetmaschinen. Während im Mittelformat hauptsächlich klassische Signaturen produziert werden, herrschen auf den großen Maschinen mit den Formaten 1.210 x 1.620 mm (7er Format) und 1.060 x 1.450 mm (6er Format) Sammelformen vor. Insgesamt misst Klaus Sauer dem Großformat aber eine wachsende Bedeutung zu: »Natürlich versuchen wir,

Die Saxoprint GmbH, seit Februar 2012 eine Tochtergesellschaft des Fotodienstleisters CeWe Color, ist eine der großen Online-Druckereien. Größtmögliche Standardisierung der Prozesse, engagierte Mitarbeiter sowie Effizienz bei Technik, Materialien, Fertigungsabläufen und Logistik bilden die Basis des Erfolgs – auch in der Druckvorstufe, wo Workflow, CtP und Platten von Kodak den Ton angeben.

Saxoprint ist einer der großen unter den Internet-Druckereien. Hier die charakteristische Startseite.

Text und Bilder: Kodak

Die beiden komplett automatisierten Kodak Magnus VLF 5570 Plattenbelichter in Aktion.

Die Thermo-CtP-Systeme von Kodak versorgen die Großformat-Bogenoffsetdruckmaschinen der Online-Druckerei mit Druckplatten.

den Bogen immer so groß wie möglich zu halten, um die höchste Wertschöpfung zu erzielen.« Großes Auftragsvolumen ist laut Klaus Sauer eine wesentliche Voraussetzung, um Sammelformen effizient erstellen und in einem engen Zeitrahmen drucken zu können. Mehrere tausend Aufträge bearbeiten die Dresdener Online-Drucker pro Tag. Zwischen 250 und 200.000 Exemplaren bewegen sich die Auflagen. Im Durchschnitt beträgt die Auflagenhöhe 2.500 Exemplare, was ein klares Indiz für häufige Jobwechsel und Rüstvorgänge ist.

Voll automatisierte Plattenbebilderung

Damit ergeben sich auch beachtliche Leistungsanforderungen an die Druckformherstellung. Täglich benötigen die Druckmaschinen etwa 1.200 Offsetdruckplatten im 3B-Format und 500 Großformat-Platten. Letztere bebildert Saxoprint seit dem Einstieg ins Großformat im Januar 2012 auf zwei Kodak Magnus VLF 5570 Plattenbelichtern – für alle verwendeten Papier- und Kartonsorten im 70er Kodak Maxtone AM-Hybridraster. Für das 3B-Format werden konventionelle UV-empfindliche Druckplatten belichtet.

Bei Saxoprint sind die Kodak-CtP-Systeme in der leistungsfähigsten X-Geschwindigkeitsversion im Einsatz. Jeder der beiden Magnus VLF gibt stündlich mehr als 33 Platten im 6er Format aus, arbeitet vollautomatisch und erfordert nur ein Minimum an Bedienereingriffen, was zur Kosteneffizienz der Druckformherstellung beiträgt. An den VLF-Plattenbelichtern sorgen Palettenlader (APL) mit zwei Magazinsegmenten für einen stetigen Nachschub von Platten, die nach der Bebilderung inline verarbeitet werden. Da pro APL-Segment eine Palette mit bis zu 500 Druckplatten einschließlich Zwischenpapier Platz hat, steht jedem Magnus VLF ein Plattenvorrat für fast zwei Tage zur Verfügung.

»Bei den CtP-Maschinen sind für unser Geschäft neben der Ausgabequalität die Betriebsstabilität und der Automatisierungsgrad maßgebliche Faktoren. Ich habe über Jahre gute Erfahrungen mit Kodak gemacht. Das Paket aus Menschen, Maschinen, Hard- und Software ist entscheidend«, sagt Klaus Sauer. »In diesem Zusammenhang verstehen wir Informationen über neueste Entwicklungen als Bringschuld der Lieferanten. Kodak-Mitarbeiter verstehen unser Geschäftsmodell und informieren uns, wenn es Verbesserungen gibt, die uns nach vorne bringen können. Und wir bevorzugen möglichst vieles aus einer Hand, damit wir nicht mehr Ansprechpartner haben als nötig.«

Dem entsprechend bezieht Saxoprint auch Druckplatten von Kodak. Zum Einsatz kommt die vorerwärmungsfreie, chemiearme Kodak Trillian SP Thermoplatte. »Diese Platte

verhält sich sehr konstant«, berichtet Druckvorstufenleiter **Torsten Müller.** »In der Plattenherstellung liegen die Vorteile der Trillian SP gegenüber dem vorher verwendeten Typ in einer längeren Entwicklerstandzeit und der geringeren Verschmutzung der Verarbeitungsanlagen.

Michael Mittelhaus
Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus
prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com

Das bedeutet: Wir verbrauchen weniger Chemie und haben weniger Reinigungszyklen.«

Effizienter Workflow

Sowohl die VLF-Plattenbelichter als auch die beiden CtP-Systeme für die Belichtung der Offsetdruckplatten im 3B-Format werden über ein Kodak Prinergy Connect Workflow-System mit Ausgabedaten versorgt. Aufgrund der Menge und Vielfalt der täglich zu verarbeitenden Daten hat Saxoprint dem Prinergy-System eine zusätzliche Datencheck- und Refine-Instanz in Form eines OneVision Asura-Systems vorgelagert.
Im Vorstufenprozess liefert die Kodak Preps Ausschießsoftware dem Prinergy-Workflow die Dateien mit den Bogenmontage- beziehungsweise Sammelform-Informationen zu. Saxoprint wickelt über Prinergy Connect auch die Verarbeitung von Kundendaten zu optimierten PDF-Files ab, die für den Digitaldruck bestimmt sind.
Die regelbasierte Kodak-Automatisierungssoftware (RBA) rationalisiert die Prepress-Abläufe und entlastet die Mitarbeiter von immer wiederkehrenden Routineaufgaben. Regeln sorgen dafür, dass das Prinergy-System Verarbeitungsprozesse ereignisgesteuert ausführt. Tritt im Prozess ein spezifiziertes Ereignis ein, löst die Software anhand von Wenn-dann-Bedingungen bestimmte Aktionen aus. So wickelt eine RBA-Regel für Offsetaufträge die Verarbeitung der zugehörigen Daten mit Refinen, Normalisieren und Trapping sowie der Generierung von Prinergy VPS-Dateien (Softproofs der gerasterten, ausgabefertigen Daten) ab. Treten während der Verarbeitung Fehler auf, werden automatisch E-Mails versendet und der Jobstatus geändert. Die Schritte der Ausgabe von Formproofs und der Druckplattenbebilderung werden hingegen manuell veranlasst.
Eine andere wichtige RBA-Regel beschreibt Torsten Müller so: »Unsere Systemregel erledigt automatisch Archivierungs- und Löschfunktionen, nachdem ein Job den Status ›Abgeschlossen‹ erlangt hat. Nach einer angemessenen Verweildauer werden die VPS-Dateien als Nachweis dessen, was auf die Druckplatten ausgegeben wurde, automatisch archiviert und der Prinergy Job vom System gelöscht.«
Mit den CtP- und Workflow-Systemen von Kodak verfügt die Online-Druckerei über leistungsfähige Lösungen, die noch Kapazitätsreserven bieten. Diese werden aber künftig vermehrt in Anspruch genommen, da Saxoprint seine großformatigen Druckkapazitäten kräftig erweitern wird. Und weil der Online-Druck in Volumen und Reichweite kaum Grenzen kennt.

› graphics.kodak.com
› growyourbiz.kodak.com

Reportagen
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Flint Group Flexographic Products

NYLOFLEX ACE WURDE DEUTLICH VERBESSERT

In der sich schnell verändernden Welt des Verpackungsdrucks sehen sich die Hersteller von Markenartikeln ständig neuen Anforderungen gegenüber. Um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu wecken, müssen sie ihre Produkte durch wechselnde Designs und Eigenschaften differenzieren. Drucker werden vor die Herausforderung gestellt, schneller zu sein und neue Bedruckstoffe sowie Technologien zu finden, die eine noch höherer Qualität, Produktivität und Konstanz ermöglichen. Die Druckvorstufe soll immer effizienter, zuverlässiger und produktiver werden. Dementsprechend müssen auch die Flexodruckplatten noch besser werden.

Die Neue nyloflex ACE zeigt einen gleichmäßigen Reliefuntergrund und hohen Farbkontrast.

Seit 2001 gibt es die nyloflex-ACE-Druckplatten von Flint Group im Verpackungsdruck, die sich im Markt bewährt hat. Als die neuen Vorstufentechnologien wie HD Flexo und ›Flat Top Dots‹ aufkamen, wurde es zunehmend wichtiger, die photopolymeren Druckplatten für diese Technologien zu optimieren. Nun hat Flint Group die nyloflex ACE neu formuliert, um weitere Vorteile wie eine präzisere Wiedergabe von Details, kontrastreichere Bilder und gleichmäßigere Vollflächen, bieten zu können. Wird die neue nyloflex ACE zusammen mit der nyloflex NExT Belichtungstechnologie eingesetzt, lassen sich nach Angaben des Herstellers signifikante Verbesserungen wie eine höhere Volltondichte, gutes Liegen der Farbe und das Erzeugen von ›Flat Top Dots‹, erkennen. Aufgrund der hohen Lösemittelbeständigkeit und ihres guten Reinigungsverhaltens sei die neue nyloflex ACE besonders langlebig. In Feldversuchen mit über 100 Drucktests weltweit hat sich nach Angaben der Flint Group gezeigt, dass bei der Druckplatte weniger Reinigungsstopps notwendig sind. Die Platten liefen zudem länger, wodurch Zeit und Bedruckstoff gespart werden könne. Außerdem sei die neue Druckplatte aufgrund der guten Transparenz einfach zu montieren. Speziell entwickelt für lösemittel- und wasserbasierte sowie für die meisten UV-Flexodruckfarben, verhalte sie sich äußerst stabil im Druck.
In der Druckvorstufe ermögliche die neue nyloflex ACE eine besser kontrollierte Rückseitenbelichtung, zeige einen gleichmäßigen Reliefuntergrund und hohen Farbkontrast. Da die gleiche LAMS-Schicht verwendet wird wie bisher, ändern sich die Lasereinstellungen nach Herstellerangaben nicht.
Als zusätzliche Vorteile für den Anwender nennt Flint Group die kürzeren Nachbehandlungszeiten (UVC) von nur noch zwei bis zehn Minuten. Sie hätten zugleich einen positiven Einfluss auf die Farbübertragung und führten zu Energieersparnis und geringerer Beanspruchung der Röhren.
› www.flintgrp.com

Quark Publishing System 9

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

NEU: App Studio für Quark Publishing System

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

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

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

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

Revolutionizing Publishing. **Again.**™

Quark

NEUER PLATTENBELICHTER Für Akzidenz- und Verpackungsdruckereien bietet Kodak jetzt den Plattenbelichter Trendsetter 1600 als eine neue großformatige CtP-Option für den Großformat-Offsetdruck. Der Belichter zeichnet sich nach Angaben von Kodak durch eine stabile und genaue Plattenbebilderung aus. Da nicht alle Druckereien eine so hohe Automatisierung benötigen, wie sie bei den Kodak Magnus VLF Quantum-Plattenbelichtern möglich ist, entwickelte Kodak den neuen Kodak Trendsetter 1600 Plattenbelichter als kostengünstigen Halbautomat. › www.kodak.com

WELTWEITE ZUSAMMENARBEIT Helios Software GmbH hat ein grundlegendes Update für ihre Web-Datei-Serversoftware WebShare UB2 veröffentlicht. Optimierter Programmcode mit verbesserter Leistungsfähigkeit und höherer HTML-Kompatibilität sind die wichtigsten Vorteile, die sich zusammen mit der Nutzung der neuen Eclipse IDE für die Java-Entwicklung ergeben, teilt das Unternehmen mit.

TESTS BESTANDEN Die Apogee 8.0 Workflow-Software von Agfa Graphics erhielt das ›Passed‹-Prädikat bei den RIP-Tests für korrektes Rendern eines sehr umfangreichen Satzes von PDF/X-4-Features. Die Testreihen wurden vom VIGC, dem Flemish Innovation Centre for Graphic Communication in Belgien durchgeführt. In einer Pressemitteilung erklärte der VIGC, dass die PDF-RIP-Ausgabe signifikante Fortschritte bei Zuverlässigkeit und Vorhersehbarkeit macht. › www.agfagraphics.de

20 JAHRE ARTPRO Esko feiert zwei Jahrzehnte ArtPro, den Editor für die Verpackungsdruckvorstufe auf Mac-Basis. »Viele Kunden nutzen ArtPro schon von Anfang an. ArtPro ist mit ihrem Geschäft und mit den Anforderungen des Marktes mitgewachsen«, sagt Bjorn Willems, Product Manager Interactive Premedia Applications bei Esko. ArtPro bietet als Editor für die Verpackungsdruckvorstufe spezielle Werkzeuge, um die wichtigsten Aufgaben der Druckvorstufe zu bewältigen. Er unterstützt alle Standarddateiformate und lässt sich in jeden Verpackungsworkflow einbinden. Seine Integration in ArtiosCAD und Automation Engine macht die Software von Esko zu einer Komplettlösung. › www.esko.com

NACHSCHLAGEWERK Die Wörterbuch-Software von Langenscheidt ist jetzt als Desktopversion für Mac und PC erhältlich. Das zweisprachige Wörterbuch mit Sprachausgabe bietet mehr als 1.180.000 Stichwörter, Wendungen und Übersetzungen. Mit der Software aus der neuen Expert-Reihe bietet Langenscheidt mit dem Technologie- und Vertriebspartner Paragon Software das derzeit umfangreichste digitale Nachschlagewerk für Übersetzer an. › www.langenscheidt.de › paragon-software.com

Wetzlardruck

INTEGRIERTE ANZEIGENPRODUKTION MIT ADMAN

Im Spätsommer entschied sich der größte Zeitungsverlag in Mittelhessen für die integrierte Anzeigenproduktion mit AdMan. Wetzlardruck wird zukünftig die Produktion von digitalen Werbemitteln für seine verlagseigenen Zeitungsobjekte, Anzeigenblätter und Onlinepublikationen mit dem Anzeigenworkflow von ppi Media durchführen. Die automatische Annahme und Zuordnung von digital angelieferten Anzeigen – mit zunehmender Formatvielfalt für Print und digitale Medien – ist ausschlaggebend, um den Verlag konkurrenzfähig aufzustellen. Mit AdMan werden auch die Integration mit dem künftigen kommerziellen Anzeigensystem (SAP IS-M/AM) sowie mit dem Preflight-Check sichergestellt. AdMan wird ebenso wie die anderen Systeme der neuen Generation von einem Outsourcing-Partner mit Rechenzentrum für Wetzlardruck betrieben.

Nachdem der Go live für die ppi Media-Produkte PlanPag, ProPag und AdPag zur Zeitungsplanung und -produktion in der ersten Septemberwoche 2012 planmäßig erfolgte, wird die Produktionsaufnahme von AdMan für Mai 2013 geplant. »Die Ausbaustufe der Anzeigenproduktion mit AdMan ist der nächste konsequente Schritt der Modernisierung und Automatisierung der Verlagsanwendungen in Wetzlar«, sagt **Stefan Weisgerber,** von Weisgerber Consulting. Er begleitet Wetzlardruck als externer Gesamtprojektleiter von der Systemauswahl über die Anforderungsspezifikation bis hin zur Projektumsetzung in Organisation und Technik.
› www.ppimedia.de

Die Lokalzeitung stirbt nicht

ERSTER KUNDE VON GOGOL MEDIEN IN DER SCHWEIZ

Mit beiUns.ch startete die beiUns Medien AG im Großraum Luzern ein komplett neues Mitmachportal sowie insgesamt 8 zweiwöchentliche Zeitungen für den Großraum Luzern im DIN A/4-Format, welche in einer Auflage von 24.000 an ausgewählten Verteilstellen ausgelegt werden. Dabei soll Vereinen und Privatbürgern die Möglichkeit gegeben werden, als sogenannte Regioporter selbst zur Berichterstattung beizutragen. Die Publikationslösung für das neue Projekt kommt dabei komplett von gogol medien.

»Die Kombination von Online und Print, die Einbindung von Lesern und die sublokale Ausrichtung ermöglicht es uns, die Region in all ihren Facetten abzubilden«, sagt Bruno Affentranger, Aufsichtsratsdelegierter der beiUns Medien AG. »Nicht zuletzt schaffen wir so aber auch eine hohe Relevanz für sublokale Anzeigenkunden. Die Lösung und Expertise von gogol medien zum Thema Lokales und Leserreporter hat den Start deutlich beschleunigt.«
› www.beiUns.ch
› www.gogol-medien.de

Fehler sind Geschichte

ENFOCUS SWITCH ERLEICHTERT LFP-WORKFLOW BEI DER THAMM GMBH

1988 von Inhaber Andreas Thamm gestartet, um mit industrieller Produktionstechnik den handwerklich geprägten werbetechnischen Markt zu revolutionieren, arbeitet Thamm heute in Nischenmärkten der Druckindustrie, vornehmlich mit digitalen Produktionsmethoden. Einsatzgebiete sind Innen- und Außenwerbung, Messe- und Ladenbau, Werbetechnik und Lkw- und Fahrzeugbeschriftungen.

Der großformatige Digitaldruck trägt inzwischen zu mehr als 80% des Gesamtumsatzes bei und bietet alle

derzeit bekannten Prozesse bis zu einer Druckbreite von fünf Metern. Ein Blick in die Produktion bei Thamm zeigt, wie das Unternehmen mit gezielten Schritten seine Arbeitsabläufe gravierend rationalisieren konnte. Denn noch bis 2011 stand der hochausgereiften Technik (unter anderem mit mehreren LFP-Hochleistungsdruckern) eine Menge Handarbeit gegenüber. Das machte den kompletten Produktionsablauf anfällig für Fehler und war enorm zeitaufwändig.

KEINE CHANCE FÜR FEHLER Aufträge unterschiedlichster Art müssen fristgerecht fertiggestellt werden. Doch schon der Dateneingang gestaltet sich oft recht chaotisch und auf dem Weg über die Druckvorbereitung und Qualitätssicherung bis zum Versand der Produkte beziehungsweise dem Abschluss des Auftrags gibt es viele Stolperfallen.

Jörg Kulasik ist Leiter des Colormanagement & Rip bei Thamm und erklärt, was sich inzwischen alles getan hat im Unternehmen: »Wir haben das Pferd von hinten aufgezäumt und uns vom Backend zum Frontend des Workflows durchgearbeitet, sodass wir heute bequem andocken können, was wir wollen – alle Teile passen zusammen. Durch die Impressed GmbH wurden wir in 2011 auf Enfocus Switch aufmerksam, denn bislang bemühten wir zum Preflighting lediglich einige Acrobat-Funktionen. Dementsprechend manuell und träge lief der Preflight bei uns ab und es gab Aufgaben, die eine einzige Person schon einmal Tage oder Wochen lang beschäftigt haben. Seit wir Switch konkret in unseren Workflow integriert haben, was Mitte 2011 der Fall war, hat sich vieles deutlich zum Positiven geändert.«

Am auffälligsten ist nach den Worten von Kulasik die Zeitersparnis, da ständig wiederkehrende Prozesse, die von Hand ausgeführt werden mussten, nun automatisiert ablaufen. »Und zwar genau so, wie wir es brauchen. Inzwischen haben wir Switch so unseren Bedürfnissen angepasst, dass die Software unsere Produktion fast selbstständig steuert. Es spielt auch keine Rolle, wie umfangreich oder kompliziert ein Auftrag ist, Switch kontrolliert über eine Datenbankschnittstelle den gesamten Ausgabe-Workflow. Fehler haben quasi keine Chance mehr, denn die Daten werden vom Eingang über den Druck bis zur Konfektion und dem Versand vollständig überwacht und in die richtige Spur geschickt.«

› www.impressed.de

Bild am Sonntag

10 MILLIONEN LESER – EIN REDAKTIONSSYSTEM

Seit 1956 informiert ›Bild am Sonntag‹ seine Leser über aktuelle Nachrichten und bietet Interviews aus Politik, Wirtschaft, Sport oder Freizeit sowie zahlreiche Ratgeberthemen für alle Lebensbereiche. Mit einer Reichweite von über zehn Millionen Lesern ist ›Bild am Sonntag‹ Deutschlands größte Sonntagszeitung – die Möglichkeit der individuellen Anzeigenregionalisierung fördert die zusätzlich die Vermarktungsaktivitäten.

Neben der Verwendung von InterRed für ›Computer Bild‹, ›Auto Bild‹ sowie der Corporate Website und der Umsetzung des konzernweiten Intranets realisierte InterRed nun gemeinsam mit der Axel Springer AG ein weiteres Projekt. Die Anforderungen waren hoch: Verfügbarkeit rund um die Uhr zur Erfüllung des redaktionellen Auftrags, Einführung parallel zur Produktion von ›Bild‹ auf dem gleichen System, eine Zeitung mit freiem Layout, eine hohe Arbeitsgeschwindigkeit und Performance bei gleichzeitiger Ausfallsicherheit, selbst bei hoher Last. Die Zusammenarbeit zwischen Axel Springer und dem Software- und Systemhaus InterRed sorgte jedoch für eine zügige und qualitative Umsetzung des Projektes.

› www.interred.de

Knapp, kurz und bündig

Pageflex, Anbieter von Lösungen für die Print-Automatisierung und das Cross-Media-Marketing, stellt Pageflex iWay nun auch als gehostete Lösung zur Verfügung. • **Adobe** Photoshop Touch 1.4 ist jetzt auch für 7-Zoll-Tablets wie dem iPad Mini und Google Nexus 7 verfügbar. Zusätzlich wurde Photoshop Touch in der aktuellen Version um neue Features erweitert. • **Quark** kündigte das Programm QuarkXPress für Dozenten an, eine exklusive Gelegenheit für alle Lehrer, ein kostenloses Exemplar der neuesten Version von QuarkXPress zu erhalten. • **axaio** software, Entwickler von Lösungen für PDF-Ausgabe-, Druck- und Redaktions-Workflows, hat über die Verfügbarkeit von MadeToPrint und MadeToCompare für **Adobe** Creative Suite 6 für **WoodWing** Enterprise 8 informiert. • Die Version 4 der **callas** software pdfaPilot unterstützt die neuen Standards PDF/A-3 sowie PDF/UA für Barrierefreiheit, exportiert PDF-Dokumente nach EPUB (mobile Publishing) und verbessert die Prozesssteuerung.

WEBCENTER 12 Mehr als je zuvor muss die Verpackung von Konsumgütern funktionale, praktische und ästhetische Anforderungen erfüllen. Mit seiner neuen Version von WebCenter reagiert Esko auf zwei unterschiedliche Verpackungs- und Verbrauchertrends. Der erste Trend betrifft die Verbreitung von Produktvarianten durch Massenanpassung und Personalisierung. Hierbei unterscheidet sich jede Variante in Design, Inhalt, Farbe und Material, während die Gesamtintegrität der Marke aufrechterhalten werden muss. Der zweite Trend bezieht sich auf den zunehmenden Druck zur Einhaltung behördlicher Vorschriften und auf die Notwendigkeit, die geforderten gesetzlichen Informationen auf Verpackungen und anderen Materialien aufzubringen. »Mit dieser Version von WebCenter wollen wir unseren Kunden helfen, die Herausforderungen zu bewältigen, die sich aus diesen Markttrends ergeben: Gewährleistung der Information, die Verwaltung langer Freigabezyklen und des Verpackungsprozesses vom Entwurf bis zum Regal sowie die Handhabung der Versionsvielfalt von Verpackungen und Etiketten«, erklärt Jijo Dominic, Produktmanager Web Solutions bei Esko. › www.esko.com

DOKUMENTENSCANNER Die Panasonic System Communications Company Europe hat zwei neue Scanner, den KV-S1015C und S1026C im Programm. Die kompakten Duplex-Farb-Scanner bieten eine Scan-Leistung von bis zu 2.000 Seiten pro Tag und sind für spezifische Einsatzszenarien optimiert. Der KV-S1015C kommt in Büros zum Einsatz und kann als Desktop-Gerät verwendet werden. Der Scanner erfasst 20 Seiten/Min. in einer Bildqualität bis zu 600 dpi, wird mit einer vollständigen Software-Lösung ausgeliefert und unterstützt Cloud-Dienste. Der KV-S1026C verarbeitet sowohl besonders dünne (20 g/m²) als auch dicke Papiere (geprägte Karten) und lange Dokumente bis 2.540 mm. › business.panasonic.de

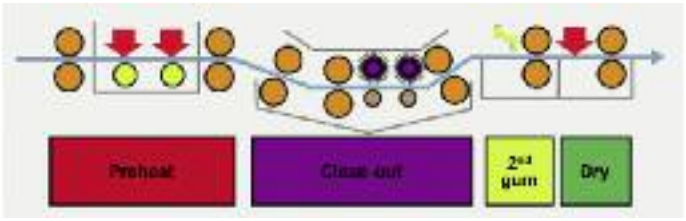
CLOUD-SCANNING Canon präsentierte drei Scan-Lösungen zur Dokumentenerfassung. Die neuen Lösungen umfassen CaptureOnTouch Mobile, eine kostenlose App für Apple iOS und Android Systeme, die mit den neuen Wi-Fi-fähigen Canon Dokumentenscannern scannen per Tastendruck und das Speichern von Dokumenten in die Cloud erlaubt, den kompakten imageFormula DR-C125W Desktop-Scanner mit integrierter Wi-Fi Karte, der die Scanergebnisse kabellos an Smartphones, Tablet-PCs und PCs überträgt und die Canon Wi-Fi Box WU10, ein optionales Wi-Fi Zubehör für die mobilen Canon Dokumentenscanner. Die Scans lassen sich sofort an vordefinierte Office-Workflows übermitteln. › www.canon.de

QUARK APP STUDIO Die neue cloud-basierte HTML5-Lösung, die Print in interaktive digitale Erlebnisse umwandelt, ist livegeschaltet. App Studio basiert auf HTML5 und senkt das Risiko des digitalen Publishings, indem die Software Designern die Flexibilität bietet, App-Inhalte für beinahe jedes Tablet oder Smartphone zu erstellen. Durch eine kostenlose Testversion und geringe Veröffentlichungskosten können Anbieter von Inhalten schnell beginnen, Apps in der verwalteten Cloud-Umgebung von App Studio zu erstellen und zu testen. › www.appstudio.net

Chemiefreie Lösung von Agfa Graphics

WEITERE REDUZIERUNG VON UMWELTEINFLÜSSEN

Agfa Graphics hat seine chemiefreie Druckplattenlösung für den Zeitungsdruck weiter verbessert. Die Einführung einer neuen Gummierung für Violett-Zeitungsdruckplatten soll den Verbrauch um 30% reduzieren und die Badlebensdauer zugleich um 30% verlängern. Damit könne die Platte Zeitungsdruckereien helfen, ihre Wartungs- und Betriebskosten zu senken, teilt Agfa mit.



Die Druckplatte N94-VCF von Agfa Graphics bietet bereits eine Reihe von Vorteilen gegenüber Druckplatten, die einer herkömmlichen chemischen Nassentwicklung bedürfen. In der Auswascheinheit VXCF85 wird eine pH-neutrale Gummierungslösung eingesetzt, um die Photopolymer-Druckplatten auszuwaschen sowie zu schützen und damit für den Druck bereit zu machen. Schwankungen der Entwicklungsparameter entfallen nach Angaben von Agfa, sie sei effizient im Gebrauch und sie reduziere den Prozessabfall ganz erheblich. Und die neue Gummierung für den Zeitungsdruck baue diese Vorteile noch weiter aus.

»Eine Regenerierung der Gummierung entfällt, was die Badlebensdauer von 1.200 m² auf 1.800 m² verlängert«, sagt Eric Elyn, Coldset Plant Manager bei Coldset Printing Partners in Brüssel, Belgien. »Dies ist ein weiterer Schritt zur Kostensenkung und Reduzierung des Abfallaufkommens – und zwar zusätzlich zu den Vorzügen, die chemiefreie Druckplatten schon bisher boten«, urteilt der Anwender.

»Chemiefreie Violett-Druckplatten vereinfachen die Abläufe erheblich«, erklärt Reinhilde Alaert, Product Marketing Manager Visible Light Plates bei Agfa Graphics. »Das Gesamtsystem ist komfortabler in der Anwendung als eine herkömmliche Entwicklungsmaschine und erfordert nur eine pH-neutrale Gummierungslösung. Mit der neuen Gummierung für den Zeitungsdruck geht das Auswaschen noch einfacher und der Wartungsaufwand ist geringer. Damit lassen sich die Produktionskosten pro Druckplatte besser steuern.«

› www.agfagraphics.de

X-Rite ColorMunki Smile

EINSTIEGSLÖSUNG FÜR DIE FARBKALIBRIERUNG

X-Rite hat ColorMunki Smile, eine neue Erweiterung seiner Farbkalibrierungslösungen der Serie ColorMunki auf den Markt gebracht. ColorMunki Smile eignet sich für Hobbyfotografen, Designliebhaber, Spielefans und andere Anwender, die auf der Suche nach einer Methode zur Korrektur ihrer Computermonitore sind. Es ist eine bedienerfreundliche Option für noch unerfahrene Farbperfektionisten.

Zu den Hauptmerkmalen gehören ein Farbmessgerät und eine einfache, bedienerfreundliche Software. Dank einer assistentengestützten Oberfläche mit Grafiken und Videoanimation müssen Anwender nur die Anweisungen auf dem Bildschirm befolgen, die sie durch den Kalibrierungsprozess leiten. Anwender müssen keine farbwissenschaftlichen Kenntnisse haben, um mit dem ColorMunki Smile qualitativ hochwertige Ergebnisse erzielen zu können.

»ColorMunki Smile zeichnet sich durch hochmoderne Farbmesstechnologien aus, für die X-Rite bekannt ist, und bietet selbst unerfahrenen Farbenthusiasten eine bedienerfreundliche Lösung für die Kalibrierung von Monitoren«, sagt Thomas Kunz, Market Manager für den Bereich Imaging bei X-Rite. »Bei dem neu eingeführten ColorMunki Smile können Anwender jetzt absolut sicher sein, dass auf ihrem Monitor immer die echten Farben ihrer Fotos, Videos, Spiele und Webbrowser angezeigt werden.«

› www.xrite.com

Quark DesignPad App

KOSTENLOSES UPDATE VERFÜGBAR

Quark veröffentlichte ein Update von Quark DesignPad. Die iPad App hilft Designern, sich mit den Grundlagen des Rasterdesigns vertraut zu machen und professionelle Layouts auf mobilen Geräten zu erstellen. Mit einfachen Touch-Gesten können sowohl Anfänger als auch professionelle Designer Quark DesignPad nutzen, um mit unterschiedlichen vorgefertigten Designtemplates für Dokumentenarten wie

Anzeigen, Poster, Newsletter und Broschüren zu experimentieren. Innerhalb der einzelnen Designs können die Anwender die Layouts einfach interaktiv per Schieberegler und intuitiven Anpassungsoptionen anpassen, Bilder und Texte hinzufügen und die fertigen Designs dann per Twitter, über Facebook oder als E-Mail mit Freunden teilen. Mit Quark DesignPad gestaltete Konzepte können sogar zur weiteren Bearbeitung in QuarkXPress 9 weiterverwendet werden.

Die aktualisierte Quark DesignPad Preview App ist zum kostenlosen Download im App Store erhältlich. Die Anwender werden gebeten, ihr Feedback auf forums.quark.com zu veröffentlichen. Das Quark DesignPad Entwicklungsteam wird alle ernsthaften Anfragen bezüglich neuer Funktionen in Erwägung ziehen.

› www.quark.com

AGFA GRAPHICS

low chem – ein Ansatz

Chemiefrei – die Lösung!

:Azura TS

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

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

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

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

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

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

Die Zeitung mit neuen Ideen stärken

In einem sich weiter veränderten Medienumfeld verliert die technische Entwicklung für die gedruckte Zeitung nicht an Bedeutung

Mit einem Anteil von 46% an den von Zeitungshäusern 2011 und 2012 vergebenen Aufträgen für neue Rotationsanlagen ist KBA nach eigenen Angaben weltweit die Nummer 1. Doch relativiert sich der beachtenswerte Marktanteil sehr schnell, betrachtet man das weltweite Volumen für Rotationsanlagen. Deshalb muss der Würzburger Duckmaschinenbauer seine Kapazitäten für den Zeitungsdruck auf das durch den Medienwandel deutlich kleiner gewordene Nachfragevolumen ausrichten.

»Gegenüber der Zeit vor der Finanzkrise 2008 ging das jährliche Investitionsvolumen in neue Zeitungsanlagen um über 60 Prozent zurück«, stellt **Claus Bolza-Schünemann** fest. Der KBA-Vorstandsvorsitzende berichtet von Wachstum auch nur noch in den bevölkerungsreichen Schwellenländern wie Indien oder China in Asien, im Mittleren Osten, in den Randregionen Europas sowie in Teilen Afrikas und Lateinamerikas.

Auch KBA-Rollenvorstand Christoph Müller wies bei seinem Marktüberblick anlässlich der World Publishing Expo in Frankfurt auf die regional doch sehr unterschiedliche Entwicklung hin. Insgesamt liege die Nachfrage bei neuen Rotationen im Jahr 2012 in vielen Ländern noch unter dem Vorjahr. Dies gelte vor allem für Südeuropa, Kaufzurückhaltung verzeichne KBA aber auch in Mittelosteuropa, Südostasien und Australien. Hinzu komme die schon länger anhaltende Investitionsflaute in den USA.

Installationen und neue Projekte verzeichnete KBA vor allem in Deutschland, Skandinavien, im Mittleren Osten, Afrika und China. Doch auch hier dauerten Entscheidungen und Finanzierungen deutlich länger als vor der Finanzkrise, führte Müller aus. »In den Industrieländern dominieren Ersatzinvestitionen. Kapazitätserweiterungen gibt es fast nur in Schwellenländern.«

Maschinenprogramm überarbeitet

Aufgrund der aktuellen Marktanforderungen hat KBA daher auch sein Maschinenprogramm im Rollenbereich überarbeitet. Es enthält neben den einfachbreiten Rotationen Continent (2/1) und Comet (2/2) die in puncto Automatisierung bei der Ausstattung flexible neue Commander CL in 4/1-, 4/2- und 6/2-Konfiguration bis zu 1.730 mm Papierbahnbreite und die beiden weitgehend

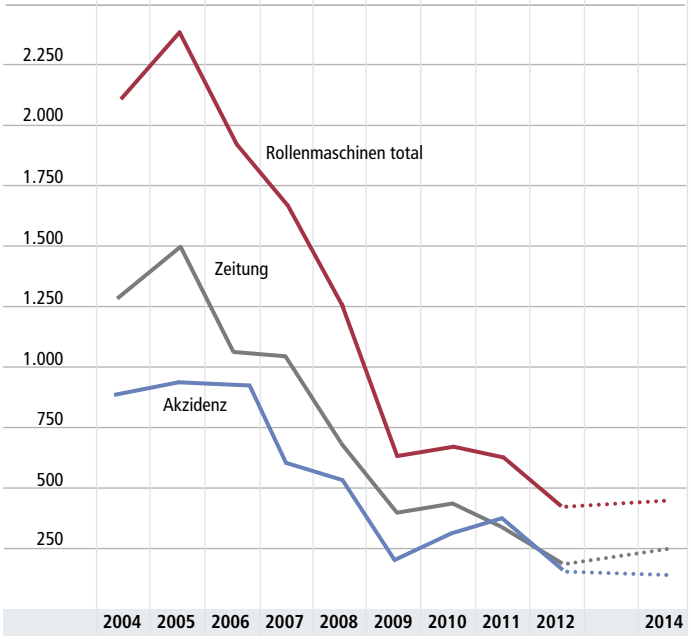
Die Königsdisziplin der Maschinenhersteller, der Bau von Rotationsmaschinen, ist seit Jahren unter enormem Druck. Eine Besserung scheint jedoch nicht absehbar. Die inzwischen mehrfach revidierten Prognosen für die nächsten Jahre gehen allenfalls von minimalen Umsatzsteigerungen, eher aber von Stagnation aus. Dennoch bleibt das Segment interessant.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Dramatischer lässt sich ein Absturz kaum darstellen. Innerhalb weniger Jahre ist das Segment des Rollenoffsetdrucks auf etwa ein Fünftel dessen geschrumpft, was der Markt noch 2005 hergab. Wenn KBA nun nach eigenen Angaben fast die Hälfte der Neuanlagen installiert, wird die Luft für die anderen Hersteller in diesem Segment noch dünner.

UMSÄTZE ROLLENDRUCKMASCHINEN WELTWEIT (ohne Japan)

in Tsd. €	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2014
Zeitung	1.323	1.498	1.050	1.027	700	400	420	300	220	Prognose 250
Akzidenz	807	860	857	648	550	220	270	330	210	Prognose 200
total	2.130	2.358	1.907	1.675	1.250	620	690	630	430	Prognose 450



Quellen: Koenig & Bauer AG, Druckmarkt-Archiv. © Druckmarkt-Grafik Dezember 2012.

automatisierten High-End-Anlagen Commander CT (Nassoffset, 4/2 und 6/2) und Cortina (wasserlos, 4/1, 4/2 und 6/2). Für die 6/2-Produktion mit Papierbahnbreiten ab 2.100 mm bietet KBA noch den in vielen Zeitungshäusern eingesetzten Commander mit 9er-Satelliten an. Ansonsten setzt man bei Neuinvestitionen auf die drucktechnischen Vorteile der Achterturmbauweise im Gummi-/Gummi-Verfahren.

Neue Aufträge

Nach der kürzlichen Produktionsaufnahme einer großen Cortina-Hybridanlage bei ›Gulf News‹ in Dubai (siehe auch ›Druckmarkt‹ 80/81) berichtete **Christoph Müller,** als Vorstand Rollendruckmaschinen für Entwicklung, Marketing, Vertrieb und Service verantwortlich, über die Bestellung einer weiteren Cortina mit drei Drucktürmen und zwei Heißlufttrocknern durch einen europäischen Anwender, dessen Name erst später bekanntgegeben werden soll.

Im Hochtechnologie-Segment führe die Commander CT mit 25 zum größten Teil bereits produzierenden Anlagen den Zeitungsmarkt bei den Neuinstallationen an, sagte Müller. Allein in den letzten zwölf Monaten seien in Deutschland, England, Österreich, Schweden und Italien zwölf Commander CT-Anlagen in doppelt- und dreifachbreiter Ausführung in Produktion gegangen. Die vor einem Jahr zur Ifra Expo in Wien vorgestellte Commander CL (= CLassic) sei unter den aktuellen Marktbedingungen ebenfalls erfolgreich gestartet. Neben fünf Anlagen für Deutschland und die USA hat sich kurz vor der Zeitungsmesse in Frankfurt auch das erste chinesische Zeitungshaus Guiyang Daily für eine Semicommercial-Anlage Commander CL mit zwei Achtertürmen und einem Heißlufttrockner entschieden.

Betreuung, RetroFits, Upgrades und neue Verfahren

Daneben hat KBA seine Dienstleistungen für die Branche kontinuierlich erweitert. Dies betrifft den Ausbau der Beratungsleistung bis hin zu schlüsselfertigen Projekten bei Neuinstallationen. Bei den zunehmend gefragten RetroFits für ältere Rotationsanlagen arbeitet KBA mit den Automatisierungsexperten von EAE in Ahrensburg zusammen. Und erfahrenes Fachpersonal der Tochtergesellschaft PHS PrintHouseService GmbH hat in mehreren großen deutschen Zeitungsdruckereien die technische Betreuung der Rotationsanlagen und anderer Einrichtungen vor Ort übernommen. Zudem bietet KBA im Rahmen individueller Servicepakete Upgrades bestehender Rotationen an, um diese technisch für neue Werbeformen auszustatten.

Denn trotz der geringeren Investitionstätigkeit, so führte Claus Bolza-Schünemann aus, bringe KBA immer wieder neue Technik und Verfahren auf den Markt, »um die gedruckte Zeitung als finanziell stabilen Marken-Carrier zu stärken, für Leser und Werbekunden attraktiver zu machen oder den Medienunternehmen ein Zusatzgeschäft mit ungewöhnlichen Beilagen und akzidenzähnlichen Produkten zu ermöglichen«.

Als Beispiele nannte er den automatischen Plattenwechsel, den wasserlosen Zeitungs-Offsetdruck, die bedienerorientierte Kompaktbauweise sowie neue Lösungen zur Inline-Veredelung der Zeitungsproduktion.

Mit Kreativität punkten

Zeitungen werden mit geringerem Textaufkommen, plakativen Bildern und Grafiken den Magazinen immer ähnlicher. Dies setzt jedoch hohe Druckqualität voraus. Darüber hinaus sucht die Zeitungsindustrie nach neuen Werbeformaten für Markenartikler und den Handel.

KBA liefert deshalb heute viele Zeitungsmaschinen mit Sonderausstattung für Heften, Leimen, Half Cover, Superpanorama oder mit der Perforationseinrichtung Zip'n'Buy, Heißlufttrocknern inklusive 3. Falz für Semicommercials und die Hybrid-Produktion Coldset/Heatset.

Nach Ansicht von Claus Bolza-Schünemann kann sich Print »durch Kreativität zusätzliche Markenwerbung sichern.« Als Beispiel zeigte er eine Beilage der Würzburger ›Main-Post‹,

NEUE WERBEFORMEN

Was zunächst aussieht wie eine ganz normale 4-seitige Tageszeitungs-Farbanzeige, entpuppt sich beim aktiven Umgang mit der Zeitung zum spannenden ›Hingucker‹. Durch kreatives Falzen, Kleben und Perforieren von drei Panorama-Seiten mit zwei Zips zum Aufreißen entstehen fünf unterschiedliche Ansichten in einem einzigen Produkt. Auffällig für den Leser ist zunächst nichts. Vielleicht fällt beim Umblättern der Titelseite das etwas höhere Gewicht auf. Die sich jetzt öffnende Doppelseite scheint auch noch nichts Besonderes zu sein. ›Wow‹ wird es erst, wenn eine der Perforationen geöffnet wird. Hinter der linken verbirgt sich eine weitere Panoramaseite mit dem Innenraum und Cockpit des beworbenen Fahrzeugs, die Perforation rechts gibt nach dem Aufklappen die Sicht auf das Fahrzeug frei, technische Details und den Preis. Verblüffender geht es kaum. Und das bei einem ›Allerweltsprodukt‹ wie einer regionalen Tageszeitung. Realisiert wurde diese kreative Beilage von der Würzburger ›Main-Post‹ auf einer KBA Commander-CT-Rotation. Natürlich erfordern solche Produktionen entsprechende technische Voraussetzungen, wie sie bei der ›Main Post‹ oder auch bei Freiburger Druck bestehen. Mit dem sogenannten ›Over Print Varnishing‹ stellen die Freiburger Zeitungsdrucker auf ihrer wasserlos produzierenden Cortina hochwertige Kundenzeitungen mit Inline-Lackierung her. Hier beispielsweise für das renommierte Fotostudio René Staud. Dies lässt sich im Coldset-Verfahren mit Dispersionslack nur im wasserlosen Offsetdruck auf der KBA Cortina realisieren. Dabei zeigen beide Beispiele, welches Potenzial der moderne Zeitungsdruck hat.

bei der nach dem Motto ›Give me 5‹ auf einer Commander CT durch Falzen, Kleben und Perforieren von drei Panorama-Seiten mit zwei ›Zips‹ zum Aufreißen bei entsprechendem Aufklappen fünf unterschiedliche Werbeanzeigen entstehen.

Das zweite Beispiel für neue Möglichkeiten im Coldset-Druck ist eine bei Freiburger Druck (›Badische Zeitung‹) im wasserlosen Offsetverfahren auf der KBA Cortina produzierte Kundenzeitung des renommierten Fotostudios René Staud in Leonberg bei Stuttgart.

Mit einem im Überbau der Cortina integrierten Lackwerk wurde die 16-seitige Zeitung im Berliner Format inline mit Dispersionslack veredelt. Das von KBA gemeinsam mit Harris + Bruno entwickelte Lackwerk kann den Wasserlack auf beide Seiten der Papierbahn in unterschiedlichen Breiten auftragen und kommt mit einer IR/TL-Trocknerhilfe anstelle des bei Akzidenzrotationen üblichen energieintensiven Heißlufttrockners aus. Das bei Coldset-Produkten mit über den Falz laufenden Bildern und hohem Farbauftrag oft unvermeidbares Abschmieren und Ablegen wird durch den Lackauftrag (Over Print Varnishing) vermieden. Das Druckprodukt hat Akzidenzqualität mit einer angenehmen Haptik. Dabei ist die Weiterverarbeitung sofort möglich sowie die Kombination lackierter mit nicht lackierten Papierbahnen und der Einsatz von normalen und aufgebesserten Zeitungspapieren. Diese von KBA in Kooperation mit SunChemical und Freiburger Druck entwickelte Form der Inline-Lackierung ist nur auf der Cortina möglich. Darin sieht KBA jedoch keinen Ersatz für den Heatset-Druck, sondern eine Möglichkeit für Cortina-Anwender, für sehr anspruchsvolle Zielgruppen kleinere und mittlere Auflagen zu drucken.

Digitaler Zeitungsdruck

Für die zur drupa 2012 vorgestellte Digitaldruckanlage RotaJet 76 verzeichnet KBA nach Aussage von Christoph Müller reges Interesse aus der Zeitungsindustrie. KBA adressiert mit der High-Volume-Inkjet-Rotation und der aktuell verfügbaren Bahnbreite von 781 mm derzeit die für den Digitaldruck geeigneten Marktsegmente Bücher-, Direct Mail- und Werbedruck. In der Zeitungsproduktion ist der Digitaldruck aufgrund der in der Regel höheren Auflagen mit einem Marktanteil deutlich unter 1% aus wirtschaftlichen Gründen bisher noch wenig verbreitet.

Dennoch will KBA die RotaJet in anderen Formaten auch Druckhäusern anbieten, die neben kleineren Auflagen auch Beilagen und Zeitungen herstellen wollen. Zu den Hunkeler Innovationdays soll ein entsprechendes Modell aufgebaut werden. Damit wird der Zeitungsdruck auch im digitalen Bereich weiter aufgewertet.

Zeitung nicht tot sparen

Denn KBA-Chef Claus Bolza-Schünemann empfiehlt, die nachgewiesene Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit der Printwerbung sowie die hohe Akzeptanz der Zeitung im lokalen und regionalen Umfeld noch kreativer zu nutzen: »Die Print-Zeitung darf nicht zu Tode gespart werden. Sie muss ihre Adressaten inhaltlich und optisch als etablierte Marke überzeugen. Zur visuellen Qualität, Zielgruppenorientierung, Aktualität, Werbewirksamkeit und Wirtschaftlichkeit kann die Lieferindustrie mit neuen Ideen und intelligenten Lösungen beitragen.« Darauf konzentriere sich KBA.

› www.kba.com

© Kodak, 2011. Kodak ist eine Marke von Kodak

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

DATENGESTEUERTE KOMMUNIKATION VON KODAK

Formular-Substitution | TransInfo | TransEd | TransPromo

Kodak

Neustart für die digital gedruckte Zeitung?

Kodak will mit erweiterten Anwendungen auf Basis der Stream-Inkjet-Technologie und mit der Prosper-Druckmaschinenplattform im kommenden Jahr den digitalen Zeitungsdruck in Farbe ermöglichen.

Seit fast 20 Jahren spricht man von der Möglichkeit, Zeitungen auf Digitaldruckmaschinen produzieren zu können. Seither hat sich von einigen Versuchen einmal abgesehen, noch nicht viel bewegt. Natürlich sind die technischen Möglichkeiten für Druck und Weiterverarbeitung vorhanden, doch sind bisher nahezu alle Projekte an fehlenden oder nicht funktionierenden Geschäftsmodellen gescheitert. Weder personalisierte Zeitungen noch der Druck digital gedruckter Zeitungssektionen konnten sich bisher durchsetzen.

ZEITUNGSDRUCK ERWEITERN Nun will Kodak, angespornt durch erfolgreiche Installationen seiner Prosper-Inkjetmaschinen überwiegend für den Druck von Direktmailings, Katalogen und Büchern, diese Anwendungsfelder 2013 verstärkt um den Zeitungsdruck ergänzen. Die auf der Stream-Inkjet-Technologie basierende Prosper-Plattform ermögliche digitale Druckproduktionen mit Resultaten auf Offsetklasse-Niveau. Dies, so Kodak, sei auch hinsichtlich Qualität, Produktivität und Kosten für die Auftraggeber gegeben. Ob dies für eine Zeitung mit einer Prosper 5000XL und ihrer Bahngeschwindigkeit von bis zu 200 m/Min. zutreffend ist, werden die Anwender entscheiden müssen. Doch ein monatliches Produktionsvolumen von bis zu 90 Millionen A4-Seiten ist durchaus beachtlich. Dabei liefert die Maschine Druck-Ergebnisse, die visuell dem Offsetdruck mit einer Rasterweite von 70/cm entsprechen.

SCHNELLE EINDRUCKLÖSUNGEN Ebenfalls auf Basis der Drop-on-Demand-Technologie sind die Eindrucksysteme der Kodak Prosper-S-Serie inzwischen für Zeitungs- und Verlagsdruckereien verfügbar und ermöglichen den variablen Inline-Digitaldruck in Offsetrotationen bei voller Produktionsgeschwindigkeit. Die Eindrucksysteme der Prosper-S-Serie haben eine Druckbreite von bis zu 10,6 cm und können für den ein- oder vierfarbigen Druck bei Papierbahngeschwindigkeiten von bis zu 900 m/Min. (15 m/s) und 600 x 300 dpi maximaler Auflösung bei Zeitungsanwendungen eingesetzt werden. Diese Lösungen eröffnen Zeitungsdruckereien die Möglichkeit, digital und im Offsetverfahren gedruckte Inhalte nahtlos miteinander zu kombinieren.
Eine entsprechende Lösung arbeitet bereits bei Axel Springer in Ahrensburg (siehe Druckmarkt 80/81) mit etwa 13 m/s. Mit der Prosper S bietet Kodak derzeit die schnellsten am Markt verfügbaren Eindrucksysteme. Bislang nur für partielle Segmente der Zeitungen für Werbeaktionen mit variablen Daten eingesetzt, könnten die Entwicklung jedoch sehr bald auch Lösungen hervorbringen, die auch redaktionelle Inhalte beinhalten.

› graphics.kodak.com

Clays, einer der größten Buchhersteller Großbritanniens, hat eine Kodak Prosper 1000 als Teil einer integrierten Buchproduktionslinie installiert.

Schweizerische Post

TEST DER PERSONALISIERTEN ZEITUNG ABGEBROCHEN

Die Schweizerische Post hat den Testversuch mit ihrer personalisierten Tageszeitung ›MyNewspaper‹ in der Schweiz eingestellt. Der Test erreichte nicht die erwarteten Werte. Die Post analysiere nun die Testergebnisse und prüfe das weitere Vorgehen. Die jetzigen Abonnenten erhalten noch bis Ende Dezember 2012 ihre Zeitungen.
Die Idee hinter dem Pilotversuch war, den elektronischen mit dem gedruckten Informationskanal zu verbinden. Die Abonnenten konnten sich im Internet ihre individuelle Zeitung zusammenstellen und dabei Inhalte aus Zeitungen auswählen, die auf ihre Interessen zugeschnitten waren – zum Beispiel den Sportteil aus Zeitung A, den Politikteil aus Zeitung B und den Lokalteil aus Zeitung C. Die Post lieferte die digital gedruckte Zeitung mit der Tageszustellung nach Hause oder frühmorgens ins Postfach. Alternativ konnte ›MyNewspaper‹ weltweit auch in elektronischer Form als E-Paper abonniert werden. Verschiedene Verlage hatten sich an dem Projekt beteiligt, indem sie die Inhalte ihrer Zeitungstitel zur Verfügung stellten.
Die Schweizerische Post hatte die personalisierbare Tageszeitung seit Dezember 2011 getestet. Nachdem die Nachfrage unter den Zielsetzungen des Markttests lag und auch die Anzahl der Abonnements nicht die erwarteten Werte erreichte, verzichtet die Post auf die Markteinführung. Bereits Ende 2010 war in Deutschland das ähnlich gelagerte Projekt ›niiu‹ gescheitert.

Océ und manroland web systemens

NEUER ANSATZ FÜR DEN DIGITALEN ZEITUNGSDRUCK

Océ hat mit seinem strategischen Partner manroland web systems neue Ansätze bei der digitalen Zeitungsproduktion mit industrieller Weiterverarbeitung präsentiert. Das Océ JetStream 5500 Inket-Farbdrucksystem druckt 5.140 DIN-A4-Seiten pro Minute oder 30.000 B2-Seiten pro Stunde auf einer 762 mm breiten Papierbahn. Mit dem multivariablen Punkturfalzwerk FoldLine VPF 211 von manroland web systems lassen sich Zeitungen im Tabloid- und Broadsheet-Format herstellen. Die Lösung produziert mehr als 8.000 24-seitige Tabloidzeitungen pro Stunde.
manroland web systems bringt damit eine robuste und flexible Weiterverarbeitungslösung für die Produktion von Zeitungen und Büchern in die

Partnerschaft ein. Mit der Integration in das JetStream-System, das eine Geschwindigkeit von bis zu 254 m/Min. erreicht, bietet die kombinierte Lösung von Océ und manroland web systems einen neuen Ansatz für den digitalen Zeitungsdruck in hoher Auflage. »Was diese Lösung so interessant macht, ist die Möglichkeit, während der Nacht Zeitungen zu produzieren und während der Tagschicht Bücher, Booklets und Zeitschriften etc. – alles auf einem System«, erklärt Michael Krebs, Mitglied der Geschäftsleitung Océ-Deutschland GmbH und verantwortlich für den Geschäftsbereich Production Printing.

MAXIMALE PRODUKTIVITÄT Océ und manroland web systems bezeichnen die Entwicklung als »Produktion im industriellen Maßstab«. Unter Verwendung der Océ DigiDot Drop-on-Demand-Inkjet-Technologie mit Multilevel-Punktmodulation wird nach Angaben des Herstellers eine Bildqualität von 600 x 480 dpi bei 254 m/Min. erreicht, die bei einer Geschwindigkeit von 200 m/Min. eine wahrgenommene Bildqualität von 1.200 dpi erziele.
Die FoldLine von manroland produziert weiterverarbeitete Zeitungen im Tabloid- und Broadsheet-Format. Mit der Geschwindigkeit von 254 m/Min. lassen sich Broadsheet-Zeitungen mit bis zu 96 Seiten und bis zu zwölf Zeitungsrubriken ausgeben. Die Lösung bietet damit hohe Flexibilität hinsichtlich der Formate und der Zahl der Zeitungsrubriken sowie in Bezug auf Schnittlängen und weitere Einstellmöglichkeiten. Anwender profitieren bei der Erstellung von Buchsignaturen und zylindergehefteten Booklets in mehreren unterschiedlichen Formaten von den kurzen Umrüstzeiten.

› www.canon.de

DIE DRUCKER-SPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebelfisch, 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 € (jeweils plus Versand).

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

arcus design & verlag oHG

Upon Paper Magazin

ULTIMATIVES WEIHNACHTS-PRÄSENT FÜR KUNSTLIEBHABER

Mit seinem Format von 49 x 69 cm hebt sich Upon Paper von üblichen Kunstjournalen ab. Ausgezeichnet mit dem ›RedDot: Grand Prix 2012‹ versteht sich das Magazin als Plattform für Kreative.

Die jetzt erschienene Ausgabe #2 hat den Schwerpunkt ›Color‹. Durch Anwendung aufwändiger Produktionsverfahren (Einsatz hochpigmentierten Farben und Leuchtfarben etc.), wird das Thema Color in besonderer Weise unterstrichen. Upon Paper ist durchgängig zweisprachig deutsch-englisch und erscheint zweimal jährlich. Beide bisher veröffentlichten Ausgaben können Online zum Preis von jeweils 49,80 € bestellt werden. Parallel zur regulären Auflage verlegt der Hatje Cantz-Verlag eine limitierte Collector's Edition des Magazins zusammen mit einem signierten und nummerierten Fine Art Premium-Print von Steve Schapiro auf Hahnemühle-Papier.

› www.hahnemuehle.de
› www.hatjecantz.de

HP

NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR VERLAGE

Neue Lösungen und Geschäftsmodelle für den Digitaldruck im Verlagswesen präsentierte HP auf der Frankfurter Buchmesse. Dort wurde der HP Digitally Printed Bookstore mit einer umfassenden Palette von Büchern demonstriert, die auf HP Indigo- und HP Inkjet-Web-Press-Systemen gedruckt wurden. Der Bookstore zeigt die Vielseitigkeit und Qualität der Digitalproduktion von Büchern. Dazu gehören Kunstbände, Belletristik, Kinderbücher, Reiseberichte sowie versionierte und personalisierte Bücher. Durch das Bedrucken von beschichteten, unbeschichteten Glanz- und Recycling-Materialien sowie tiefen Schwarztönen sind HP Digitaldrucksysteme für die meisten Arten der Buchproduktion geeignet und können mit entsprechender Finishingausrüstung für erstklassig gebundene und ausgestattete Bücher eingesetzt werden.

› www.hp.com

Der Onlineshop diedruckerei.de hat individuell bedruckbare Fototapeten in ihr Sortiment aufgenommen. Die Fototapete liegt im Trend: Digital bedruckt und mit eigenen Motiven gestaltet, könnte sie die gestrichene Wand in der professionellen Innenraumgestaltung mit individuellen Akzenten ablösen.

Neue Verdeleungsmöglichkeit

RELIEF-EFFEKTLACK FÜR DIE EISIGE WINTERZEIT

Die Achilles Gruppe hat eine neue Veredelungsvariante in ihrem Angebot: Mit dem UV-Relief-Effektlack ›Eis‹ erhalten Printprodukte eine eisige Anmutung – sowohl optisch als auch haptisch. Erzielt wird dieser Effekt durch Aufschäumen des Lackes und dessen Aushärtung. Der strahlenhärtende Siebdrucklack eignet sich zur Darstellung von Eis, Frost oder Schnee und kann sowohl zur Lackierung von Verpackungen,

Büchern, Präsentationsprodukten oder Karten eingesetzt werden. Neben gestrichenen Papier- und Kartonsorten lassen sich auch PE-, PP-, PVC- und Polyester-Folien damit veredeln. »Auf blauen Untergründen kommen die Effekte des Lackes besonders gut zur Geltung«, betont Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe. Gerade die zur Weihnachtszeit geschätzte Farbkombination aus Blau und Weiß erhält so eine neue, hochwertige Veredelungsmöglichkeit.

› www.achilles.de

Gmund hat seine Kollektionen für Verpackungen optimiert. Dazu zählen das lebensmittelechte Feinstpapier Gmund for Food, Gmund 925 und Gmund Cotton, die holzfreie Alternative aus 100% Baumwolle, die eine softe Haptik und Papiergewichte bis zu 900 g/m² bietet.

› www.gmund.com

Das Auge isst mit

DER HAHNEMÜHLE KUNSTKALENDER 2013

›Kulinarisches‹ aus aller Welt bietet der neuen Aquarellkalender der Hahnemühle, der die Gewinnerbilder des 3. Malwettbewerb in zwölf Monatsbildern zeigt. 1.500 Bilder auf Hahnemühle-Aquarellpapieren aus 22 Ländern sind eingegangen und zeigen raffinierte und regionale Köstlichkeiten, exotische Früchte oder Stillleben.

Auch für 2014 gibt es wieder einen Malwettbewerb. Die Ausschreibung ist erstmals offen für alle Mal- und Zeichentechniken. Das Thema ist ›Musik‹. Die offizielle Ausschreibung erfolgt Anfang Januar 2013.

› www.hahnemuehle.com

ICH BIN

EIN *SEHR* STARKER ANREIZ *ZUM* HANDELN

I am the power of print.
Im Durchschnitt werden mit jedem Euro der in Direct Mails investiert wird, 14 € generiert - mit manchen Kampagnen sogar bis zu 40 €. Ob Akquise, Kundenbindung oder Up-Selling - der Erfolg von Direct Mails ist direkt messbar.

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info

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

PRINT POWER
ADD PRINT, ADD POWER

SPRINTIS ÜBERNIMMT KUNDENSTAMM Der Würzburger Großhandel für Konfektionierungsartikel drückt beim Wachstum weiter aufs Gas. Dafür wurde der Kundenstamm von Druckservice Dechant aus Moritzburg, Sachsen, sowie dessen Internetadresse übernommen. Sprintis kann den Kunden des Druckservice Dechant zukünftig noch mehr Produkte anbieten. › www.sprintis.de › www.selbstklebend.com

SORTIMENTSERWEITERUNG Deutsche Papier hat das Umweltpapier-Sortiment um die neue Sorte Revive 100 Silk erweitert und reagiert damit auf die steigende Nachfrage nach hochwertigen Recyclingpapieren. Die Bilderdruckqualität Revive 100 Silk wird aus 100% Recyclingfasern hergestellt und bietet nach Angaben des Großhändlers eine sehr hohe Weiße. ISO-Zertifikate und die FSC-Zertifizierung bestätigten die Nachhaltigkeit des Papiers, das in Flächengewichten von 90 g/m² bis 350 g/m² verfügbar ist. › www.deutsche-papier.de

WHITEPAPER NANOGRAPHIC PRINTING Landa hat die deutsche Version eines Whitepapers, das einen Einblick in den Landa Nanographic Printing-Prozess gibt, veröffentlicht. Das Whitepaper erläutert, wodurch sich die Nanography von anderen Drucktechnologien unterscheidet. Darüber hinaus erläutert das Whitepaper, warum der Printing-Prozess von allen Digitaldruckverfahren die geringsten Kosten pro Seite erzielt. Das Whitepaper kann von der Landa-Website kostenlos runtergeladen werden. › http://l.landanano.com/German

VORFÜHRMASCHINE Bei Plantin, dem in Brüssel ansässigen Unternehmen der Staples-Gruppe, wurde die digitale Schneid- und Rillmaschine Euclid von Highcon im neuen Demoraum des Unternehmens installiert und dient den Unternehmen der Staples-Gruppe (dazu zählen Macchin-

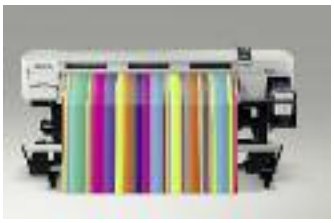
graf in Italien, Hartman in Spanien, Tetterode in den Niederlanden und BTI-Hellas in Griechenland) als europäisches Vorführzentrum für Highcon. Es ist die erste Installation in Europa nach der Unterzeichnung der Vertriebsvereinbarung von Staples Printing Systems und Highcon auf der drupa. Da sich Stanzformen erübrigen und Auftragswechsel in Minutenschnelle vornehmen lassen, trägt die Euclid zu einer drastischen Veränderung der Faltschachtel-Verarbeitung bei. › www.highcon.net

QUERFORMAT-DRUCKWERK Das Brother MFC-J4510DW ist das erste von fünf neuen Tinten-Multifunktionsgeräten mit dem von Brother entwickelten Querformat-Druckwerk. Dabei wir das A4-Papier statt an der schmalen an der breiten Seite eingezogen. Dadurch muss der Druckkopf seltener gebremst und beschleunigt werden, was ein höheres Tempo und niedrigeren Stromverbrauch ermöglicht. Gedruckt werden bis zu 20 Seiten in Schwarz-Weiß und 18 Seiten in Farbe je Minute. Über den Einzelblatteinzug wird auch A3-Papier verarbeitet. › www.brother.de

Epson SureColor SC-F Serie

EPSON STEIGT IN DEN MARKT FÜR TEXTILDRUCK EIN

Mit dem Launch von zwei Transfer-Thermosublimationsdruckern für Rollenmedien steigt Epson in den Textildruckmarkt ein. Die beiden Produkte, Epson SureColor SC-F6000 mit einer Rollenbreite von 111,8 cm und Epson SureColor SC-F7000 mit 162,6 cm sind einzigartig in der Textildruck-Branche, denn alle Bestandteile sind von Epson entwickelt und produziert. Tinte, Druckkopf, Druckergehäuse und das



optionale Zubehör kommen aus einer Hand.

Die neuen Drucksysteme erreichen eine hochwertige Druckqualität mit einer Auflösung von bis zu 720 x 1.440 dpi auf allen führenden Transfer-Papieren. Die Systeme ermöglichen die effiziente Herstellung flexibler Beschilderung und das Bedrucken von Sportkleidung, Textilien, Accessoires, kundenspezifischen Werbeartikeln und Geschenken. Beide Drucker lassen sich schnell und einfach einrichten und bedienen. Ein Austausch der Medien kann ohne Weiteres von einer Person durchgeführt werden, die Medienspannung wird automatisch eingestellt. Neue Set-Up-Funktionen wie ein intuitives Bedienfeld unterstützen die einfache Handhabung.

Jedes Modell druckt je nach Aufgabe in Geschwindigkeiten von 16 bis 57 m²/Stunde. Sie verfügen über ein integriertes, einfach nachfüllbares und großvolumiges 1,5-Liter-Tintensystem.

› www.epson.de

Großauftrag aus Großbritannien

TRADEPRINT INVESTIERT IN EINE SM XL 106

Die britische Online-Druckerei Tradeprint.co.uk investiert eine beachtliche Summe, um ihr Geschäft im Bereich Kleinauflagen auszubauen. Das Unternehmen will mit der Investition in Höhe von mehr als 4,3 Mio. Euro sein umfangreiches Angebot im lokalen Web-to-Print-Sektor ausweiten und installiert eine Speedmaster XL 106-10-P mit Wendung von Heidelberg. Zusätzlich hat sich Tradeprint für das

Die Hochleistungsmaschine Speedmaster XL 106 druckt mit einer Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 18.000 Bogen in der Stunde.

spektralfotometrische Inline-Messsystem Prinect Inpress Control und den simultanen Plattenwechsler AutoPlate XL entschieden. Im Paket enthalten sind auch ein Suprasetter 105, die Prinect Color Toolbox Software-Suite zur Bearbeitung von PDF-Dokumenten, ein Stahlfolder KH 82 und ein RA 4 Rüttelautomat vom Heidelberg-Partner Polar Mohr. Mit der Speedmaster XL 106 will Tradeprint seinen Übernacht-Lieferservice vervollständigen. Einer der Hauptgründe für den Erfolg von Tradeprint ist der firmeneigene Online-Shop: In einem einzigen Bestellvorgang können die Kunden dort verschiedene Druckprodukte neutral verpacken und an mehrere Endabnehmer verschicken lassen.

› www.heidelberg.com

Direkt das passende Papier

DER NEUE BASICS ORDNER VON PAPYRUS

Papyrus bietet eine Kompaktkollektion für Papierfachleute. Der Ordner ist ein Extrakt aus dem Vollsortiment des Papiergroßhändlers, nach Anwendungen gegliedert und übersichtlich für Anwender in der grafischen Industrie und Entscheider in Werbung und Kommunikation aufbereitet. Die Verbindung aus dem ewig jungen Medium Papier mit neuen Medien bietet noch größeren Informationsinhalt: So bieten QR-

Codes den schnellen Draht zu Papyrus, wo Papier-Know-How angeboten wird. Des Weiteren enthält der Basics-Ordner einen Grammaturfächer, um die haptische Vielfalt von Papiergewichten erleben zu können. Ergänzend sind Druckmuster zum direkten Vergleich der Qualitäten enthalten.
Der Ordner liegt in limitierter Auflage vor und kann gegen eine Schutzgebühr von 87 € + Mwst. angefordert werden.

› www.papyrus.com/de

CDS, Medford (USA)

PERFEKTES DIGITAL-READY-TEAM

»Dem Digitaldruck gehört die Zukunft«, sagt Steven A. Brown, Präsident von CDS. In Medford entstand deshalb ein topmodernes Digital Center mit 18 Digitaldruckmaschinen und zwei hochautomatisierten Digital-Ready-Weiterverarbeitungs-Systemen von Müller Martini.
Auf zwölf HP Indigo 7000 und 7500 sowie je drei Kodak Nexpress und Xeikon 5000/6000 werden unterschiedliche Produkte gedruckt. »Wir sind spezialisiert auf einfache und komplexe Printlösungen«, sagt Steve Brown. »Unsere Kunden kommen aus Bereichen wie Bildung, Technologie, Finanz- und Gesundheitswesen oder Fotobuchanbieter. Wir kombinieren digitale und analoge Technologien und unterstützen unsere Auftraggeber durch die ganze Produktionskette von der Vorstufe bis zur Auslieferung.«
Um die Druckprodukte weiterzuverarbeiten, setzt CDS auf sogenannte Digital-ready-Systeme. Als jüngste Investition wurde eine Klebebindelinie Acoro A5 von Müller Martini mit Handanlage und Dreischneider Merit S in Betrieb genommen. Die im Herbst 2010 in Betrieb genommene Buchlinie Diamant MC 35 Digital fertigt selbst 1,5 mm dünne und großformatige Bücher – Fotobücher ebenso wie Manuals oder Kataloge, mit Integral, Full-flap- oder Plastikdecken.

› www.mullermartini.com

Design-Wettbewerb

DEUTSCHLAND WRAPPT! MIT 3M FOLIE

Viele Autobesitzer haben das Bedürfnis, ihr Fahrzeug individuell zu gestalten, den Lack zu schützen oder es aufzuwerten. Mit www.carfrogger.de gibt es jetzt ein neues innovatives Portal zum Thema Autofolierung. Zum offiziellen Pre-Launch von carfrogger.de startete am 21. November 2012 unter dem Titel ›Deutschland wrappt!‹ ein spannender Fahrzeug-Designwettbewerb – gesponsert vom Folienhersteller 3M.
Carfrogger ist die Online-Community für Fahrzeugfolierung im Internet. Hier können Kunden ab sofort ihre Fahrzeuge nach Lust und Laune umgestalten. Von Farbwechsel über Schutzfolierung bis hin zum individuell gedruckten Design bietet Carfrogger Möglichkeiten selbst kreativ zu werden oder zwischen zahlreichen Designs auszuwählen.
Der Aufbau des Carfrogger Wrap Shop Netzwerks ist für das erste Halbjahr 2013 geplant, das erste gewrappte Auto soll im März einem glücklichen Kunden übergeben werden.
Frei nach dem Motto ›Mach Dein Auto zum Star und Deutschlands Straßen bunt‹ sind Designer, Auto-Fans und alle anderen kreativen Menschen eingeladen, bis zum 31. Januar 2013 ihr individuelles Fahrzeug-Design zu gestalten und auf die Online-Plattform hochzuladen.

› www.3M.de
› www.carfrogger.de

European Newspaper Awards

PREISWÜRDIGE KBA CORTINA-QUALITÄT

Das bei der belgischen Druckerei EPC in Lokeren auf der Kompaktrotation KBA Cortina gedruckte Wirtschaftsblatt De Tijd ist von der Jury des 14. European Newspaper Award in der Kategorie überregionale Zeitung zur Europäischen Zeitung des Jahres gewählt worden. Der Hauptpreis in dieser Kategorie ist 2012 doppelt belegt. Als zweiter Titel schafft es die holländische Tabloidzeitung Trouw insbesondere

Der wasserlose Offsetdruck auf der KBA Cortina beim EPC im belgischen Lokeren ermöglicht Spitzenqualität, kombiniert mit hoher Effizienz, Flexibilität und Nachhaltigkeit

aufgrund ihrer qualitativ hochwertigen Beilagen im Magazinformat auf das Siegerpodest. Auch diese werden im wasserlosen Offsetverfahren bei EPC in Lokeren produziert. Beim European Newspaper Award werden Optik und Konzept des Print-Produkts ausgezeichnet. Der Preis will dazu beitragen, den Informationsaustausch über Zeitungs-Trends, Konzeption und Design europaweit zu fördern.

› www.kba.com

Streifzug durch die Auftragsbücher

Nach fünf Aufträgen, die **KBA** aus Europa und Nordamerika erhielt, hat sich die **Guiyang Daily Media Group** in China ebenfalls für die Achterturmrotation KBA Commander CL entschieden. Die Semicommercial-Anlage mit einem Heißlufttrockner für akzidenznahe Druckprodukte soll Ende 2013 in einem neuen Druckzentrum in Betrieb gehen. • **Q.I. Press Controls,** Entwickler von Regelsysteme für Druckmaschinen, wurde beauftragt, die Rotationen von **News Limited** in Sydney und Brisbane mit den optischen Mess- und Regelsystemen mRC+ und IDS auszurüsten. Der Auftrag betrifft 60 Papierbahnen. • Die Druckerei **Headley Brothers** in der englischen Grafschaft Kent hat zwei ältere Rollendruckmaschinen durch eine neue **Goss** M-600 ersetzt. Die mit vier Druckeinheiten konfigurierte M-600 ergänzt die bereits vorhandenen Rotationen, darunter eine 24-seitige Goss Sunday 2000 sowie Bogendruckmaschinen mit Rollenanlegern.

KUNST- UND FOTODRUCK Sihl Masterclass, das Sortiment an Foto- und Künstlermedien für den Inkjet-Druck, erfüllt hohe Ansprüche an Bildqualität und Konstanz. Es gliedert sich in die Produktgruppen Glossy, Silk & Satin, Black & White und Creative Art. Highlights sind das Metallic Pearl High Gloss Photo Paper 290 mit Perlmutt-Schimmer sowie zwei matte Baumwollpapiere mit einer homogenen und leicht strukturierten Oberfläche (Smooth Matt Cotton Paper 320 und Textured Matt Cotton Paper 320). Alle Medien sind in verschiedenen Blattformaten von A4 bis A2 sowie als Rollenware erhältlich. › www.sihl-masterclass.de

ONLINE-SHOP FÜR STAPELWENDER Ende November 2012 ging der neu gestaltete Web-Shop von Baumann-Wohlenberg online. Hier bietet der Hersteller seine Stapelwender auch ›online‹ zum Kauf an – und das zu sehr interessanten Konditionen. Bis zu 20% können Kunden bei der Bestellung im Online-Shop gegenüber einem ›herkömmlichen Kauf‹ sparen. › www.baumann-mbs.de/shop

ERSTVORSTELLUNG eltromat hat das digitale Stroboskop ›Tube-Scan‹ für die Etikettenkontrolle vorgestellt und auf einem Umroller präsentiert. Dabei hätten die Vorteile gegenüber konventionellen Methoden wie dem Zählen von Etiketten mit Matrixsensoren oder der Visualisierung durch Stroboskope Maschinenhersteller und Anwender überzeugt, meldet der Hersteller. › www.eltromat.de

NEUARTIGE PDF-BEARBEITUNG Ricoh Europe hat den Total Flow DocEnhancer eingeführt – ein Plug-in für Adobe Acrobat X Pro. Es ermöglicht Druckdienstleistern, neue Services anzubieten: Beispielsweise die Nachbearbeitung von Dokumenten sowie Cross-Media-Marketing für Kunden, die als Teil ihres Adobe-PDF-Workflow-Prozesses in letzter Minute noch Änderungen an PDF-Dateien vornehmen müssen.
TotalFlow DocEnhancer bietet ein einfaches und intuitives Tool zur Indizierung von Daten im Dokument. Direct-Mail-Anwendungen können so präzise nachverfolgt und kontrolliert werden. Die Ricoh-Software bietet technologische Innovationen, die ursprünglich für den InfoPrint Process-Director entwickelt und von hochvolumigen Datenzentren und Transaktionsdruckern in der Endlosproduktion verwendet wurden. Nach Angaben von Ricoh lässt sich die Software schnell in Betrieb nehmen. Druckdienstleister und Hausdruckereien können so personalisierten Druck und digitale Mailing-Services bieten sowie PDF-Dokumente akkurat für Druck, E-Mail und SMS stapelverarbeiten. › www.ricoh.ch

Druckhaus Weppert Schweinfurt

MEHR POWER IM ONLINE-DRUCKGESCHÄFT

Die Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH setzt den eingeschlagenen Wachstumskurs fort. Seit Oktober sind zwei neue Bogen-Maschinen installiert, die eine deutliche Produktivitätssteigerung beim Druck hochwertiger Printprodukte bringen und das online-Geschäft weiter vorantreiben. Mit dem Kauf der neuen Speedmaster XL 106-4 + L von Heidelberg erhöhen die Druckexperten vor allem die Schnelligkeit und Wirtschaftlichkeit der Produktion: Rund 18.000 Bögen können nun stündlich gedruckt werden – und das bei einem Maximum an Lackier- und Druckqualität bei allen Geschwindigkeiten. Mit vier Offset-Druckwerken und einem Inline-Lackwerk ausgestattet, werden die Druckprodukte gleich in der Maschine veredelt und erhalten so effektvolle Akzente oder einen Schutzfilm für den späteren Einsatz. Deutlich rentabler arbeitet Weppert auch dank der intelligenten Automatisierung bei der neuen Digitaldruckmaschine HP Indigo 7600. Die Maschine eignet sich besonders für den hochwertigen Druck von kleineren Auflagen und personalisierten Printprodukten. Bei einer Druckgeschwindigkeit von 160 Seiten/Min. im Farbbereich erhöhen die Weppert-Drucker mit der neuen Digitaldruckmaschine das tägliche Druckvolumen deutlich und können dadurch den Umsatz nochmals steigern. Fünf Farben und zahlreiche Spezialdruckeffekte bieten den Kunden ganz neue Möglichkeiten im Digitaldruck – sei es bei personalisierten Marketing-Flyern, Mailings oder hochwertigen Broschüren und Handbüchern.
› www.druckhaus-weppert.de
› www.xposeprint.de

Majestic Digital von Papyrus

GLÄNZENDE AUSSICHTEN FÜR DEN DIGITALDRUCK

Digitale Druckverfahren sind auf dem Vormarsch, da sie in vielen Bereichen eindeutige Vorteile bieten. Gerade bei kleinen Auflagen, personalisierten oder kurzfristigen Druckaufträgen, ist die Realisierung durch den Digitaldruck immer einfacher und kostengünstiger geworden.
Majestic Digital, das irisierende und inspirierende Digitaldruckpapier von Papyrus, veredelt jeden digitalen Druckauftrag und überzeugt dank spezieller Fertigungstechnik mit hervorragender Farbtiefe. Diese Digitaldruck-Kollektion umfasst qualitativ hochwertige, farbig irisierende Papiere, die sich durch außerordentliche Glätte und Steifigkeit auszeichnen. Mit vier Färbungen in verschiedenen Flächengewichten bietet dieses FSC- und HP Indigo-zertifizierte Produkt eine ausgewogene Range für kreative Ideen. Durch seine Inkjet- und Lasereignung ist dieses Papier zudem vielseitig einsetzbar. Von Cover über Gruß- und Glückwunschkarten bis hin zu Verpackungen, Einbänden, hochwertiger Briefpost oder vielem mehr – Majestic Digital sorgt für das gewisse Etwas und ist in den Grammaturen von 120 g/m² bis 290 g/m² erhältlich. Im grafischen Sortiment Majestic sind zudem zahlreiche passende Briefhüllen und Versandtaschen in unterschiedlichen Formaten und Färbungen erhältlich.
› www.papyrus.com

RICOH
imagine. change.

Unser Know-how und die Technologie liefern kunden-orientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

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

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

Pro C
Pro C™-Serie

BDP
Business Driver Programm

Web-to-Print

Variable Data Printing

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

Antalis UPM Sol

PORTFOLIO FÜR BILDERDRUCKPAPIERE ERWEITERT

Antalis erweitert ihr Angebot im Bereich Print mit der feinholzhaltig gestrichenen Linie UPM Sol. Mit dem Holzanteil einher geht die hohe Opazität von UPM Sol: In der Folge davon sind die Papiere bestens beidseitig bedruckbar, ohne dass die Farbe durch das Papier scheint. Damit eignet sich UPM Sol gleichermaßen für den beidseitigen Offset-, Sieb- und Buchdruck sowie Spotlackierung, Laminierung und Heatset-Druck. Das Papier mit seiner bläulich-weißen Färbung besitzt außerdem eine gleichmäßige Oberfläche, wodurch der Farbverbrauch beim Drucken geringer ausfällt und die Farben schneller trocknen. Druckmaterialien erscheinen durch das Zusammenspiel von natürlicher Weiße und Opazität in leuchtenden Farben und erhalten einen erstklassigen Kontrast sowie hohe Intensität und Lesbarkeit. Durch seine Steifigkeit verfügt UPM Sol über gute Weiterverarbeitungseigenschaften, insbesondere eignet es sich für den Druck von Katalogen, Magazinen, Mailings, Preislisten, Prospekten und Zeitschriften.
UPM Sol gibt es in den Varianten seidenmatt und glänzend gestrichen. Beide Varianten sind in den portooptimierten Flächengewichten 60, 70, 80 und 90 g/m² als Format- oder Rollenware erhältlich. Das neue Papiersortiment, mit dem Antalis die Marke Rapido ablöst, befindet sich derzeit in der Umstellungsphase zur PEFC-Zertifizierung.
› www.antalis.de

Kyocera

NEUE FARBMULTIFUNKTIONSSYSTEME FÜR DIN A3

Mit dem FS-C8520MFP und dem FS-C8525MFP bringt die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH zwei neue Multifunktionssysteme (MFP) auf den Markt, die Formate bis zu DIN A3 verarbeiten können. Die smarten Alleskönner sind dabei ideal für kleinere Unternehmen und Büros geeignet.
Mehr Flexibilität beim Drucken, Scannen, Kopieren und wahlweise sogar beim Faxen versprechen die

beiden neuen Multifunktionssysteme von Kyocera: So erlauben der FS-C8520MFP beziehungsweise der FS-C8525MFP die Verarbeitung von Papierformaten bis DIN A3. Mit Druckgeschwindigkeiten von 20 beziehungsweise 25 Seiten pro Minute erledigen die beiden Systeme sämtliche Aufgaben dabei nicht nur schnell, sondern auch in hoher Qualität. Der Duplex-Originaleinzug, die standardmäßige Papierkapazität von 600 Blatt sowie die einfache Installation, Bedienung und Wartung sorgen für zusätzliche Freiheit. Die Bedienung lässt sich über eine HyPAS-Applikation individuell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Nutzers anpassen. Jeder Mitarbeiter kann dann nach Authentifizierung am System mit seinen persönlichen Einstellungen arbeiten.
› www.kyoceradocumentsolutions.de

Sprintis

NEUE WEGE NUTZEN UND HISTORIE ERHALTEN

Unter diesem Motto steht eine Aktion des Großhandels für Druckereibedarf. Jeder gedruckten Sprintis-Rechnung wird ein Flyer begelegt, auf dem der Rechnungsempfänger gefragt wird, ob er den Versand via PDF umstellen möchte. Für jeden Kunden, der zum E-Mail-Versand wechselt, wird Sprintis fünf Euro an den Förderverein Gutenberg e. V. spenden. Der Förderverein unterstützt mit Spenden sowie den Erlösen aus den Gutenbergshops in Mainz das Weltmuseum der Druckkunst.
Im Zentrum der Mainzer Altstadt gelegen, ist es eines der ältesten Druckmuseen und ein Zentrum für Touristen und Fachleute aus aller Welt. Im Jahr 1900, zum 500. Geburtstag Gutenbergs, wurde das Museum von Mainzer Bürgern gegründet, soll den Erfinder ehren und seine technischen und künstlerischen Erfindungen präsentieren.
› www.sprintis.de

Druckerei J. Humburg

NUN AUCH MIT HP INDIGO AUSGESTATTET

Mit der Druckerei J. Humburg GmbH in Berlin hat HP einen weiteren Neukunden von der Qualität seiner Indigo Druckmaschinen überzeugt. Die Akzidenzdruckerei, die aktuell 18 Mitarbeiter beschäftigt, entschied sich auf der drupa 2012 in eine HP Indigo 5600 Digital Press mit Vollausstattung, also mit den Optionen für die Verarbeitung von sieben Farben, weißer Farbe, dicken Bedruckstoffen sowie One-Shot-Druckfunktion, zu investieren. Ausschlaggebend für diese Investition war die überzeugende Druckqualität der HP Indigo Technologie sowie die Möglichkeit, neben Deckweiß auch weitere Sonderfarben einzusetzen. Die Installation erfolgte bereits Ende Juli.
Humburg arbeitet schon seit geraumer Zeit mit Digitaldruckmaschinen, ersetzt mit der HP Indigo 5600 aber in erster Linie den kleinformatigen Offsetdruck. Die auf Werbedrucke spezialisierte Druckerei fertigt für ihre Kunden, hauptsächlich Werbeagenturen, unter anderem auch Büromaterialien wie Visitenkarten, Briefpapier und Eventausstattung wie Einladungen, Menü-, Tisch- oder Moderationskarten. Das Portfolio wird durch personalisierte Mailings ergänzt, die das Unternehmen direkt weiterverarbeitet. Humburg nutzt die HP Indigo neben diesen Anwendungsgebieten auch für Vorabdrucke und die Musterproduktion für Offsetdruckaufträge in hohen Auflagen.
› www.hp.com

Neue Ricoh Systeme

GELJET-VORTEILE AUCH FÜR KLEINE ARBEITSGRUPPEN

Ricoh hat seine Geljet-Familie erweitert: Die neuen Multifunktionssysteme Aficio SG 3100SNw und Aficio SG 3110SFNw punkten mit standardmäßig integriertem W-LAN, sparsamem ECOnomy-Color-Modus, Duplexdruck, Scan-Funktionalitäten und hervorragenden TEC-Werten. Außerdem zeichnen sie sich durch ihr kompaktes Cube-Design aus. Zielgruppe sind vor allem Anwender an Einzelarbeitsplätzen und in kleinen Arbeitsgruppen.

Durch ihre neuartige Geldruck-Technologie erzeugen die Modelle ein klares und sauberes Druckbild. Das Gel zieht sofort in das Papier ein und verhindert somit ein Verschmieren. Durch den ECOnomy-Color-Modus ist es möglich, farbige Dokumente mit einer geringeren Gelintensität zu drucken. Die Qualität bleibt hierbei fast gleich, bei nahezu dem Seitenpreis eines Schwarz-Weiß-Ausdrucks. Durch ihre standardmäßige Netzwerkfähigkeit lassen sich die Systeme reibungslos in ein Netzwerk integrieren und durch W-LAN kabellos betreiben.

Pro Minute produzieren sie 29 A4-Seiten und bieten einen Papiervorrat von bis zu 850 Blatt. Beide Modelle verarbeiten Formate von A6 bis A4 und Papiergewichte bis zu 256 g/m². Aus dem Bypass lassen sich außerdem Banner bis zu einer Länge von 1.295 mm bedrucken.

› www.ricoh.ch

Digitaldruck im B2-Format

FUJIFILM VERKAUFT ZWEI JET PRESS 720 IN EUROPA

Fujifilm Europe hat den Verkauf von zwei Digitaldruckmaschinen Jet Press 720 in Europa bestätigt. Zwei Druckbetriebe in Österreich und Frankreich haben in die innovative Inkjet-Digitaldruckmaschine im B2-Format investiert. Damit beträgt die Gesamtzahl der weltweit verkauften Systeme 19 Einheiten, nachdem innerhalb von zwölf Monaten nach dem Verkaufsstart Mitte 2011 die ersten neun Systeme in Japan, USA und Kanada installiert worden waren.

»Der Verkauf von zwei Einheiten der Jet Press 720 in Europe bestätigt das Interesse, das wir hier in diesem Jahr und auch zur drupa erleben konnten«, resümiert Yasufumi Morimoto, Senior Vice President der Fujifilm

Europe GmbH. »Die beiden Käufer sind sehr von der Qualität und Produktivität der Jet Press 720 beeindruckt. Wir sind zuversichtlich, dass die Integration dieser Maschine in die Produktionsabläufe der Kunden neue Geschäftsfelder erschließen wird.«

Die Jet Press 720 ist eine Inkjet-Digitaldruckmaschine im B2-Format, die bis zu 2.700 Bogen/Stunde einseitig vierfarbig bedrucken kann. Die dabei zum Einsatz kommende Samba-Druckkopfechnologie ermöglicht eine Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi mit vier variablen Punktgrößen. Durch das Aufbringen eines Primers vor dem eigentlichen Druck können in der Jet Press 720 sowohl gestrichene Standardoffsetpapiere, als auch bestimmte ungestrichene Papiersorten eingesetzt werden. Die bedruckten Bogen können wie Offsetdrucke behandelt und in vorhandenen Finishing-Systemen weiterverarbeitet werden.

› www.fujifilm.eu

Zehnder Print AG, Will, Schweiz

EIN ZUKUNFTSSZENARIO MIT ZUSATZNUTZEN

Das Management der Zehnder Print AG hat 2010 ein Szenario entwickelt, um den 150-jährigen Traditionsbetrieb für die Zukunft auszurichten. »Wir haben erkannt, dass wir unsere Produktionsmöglichkeiten erweitern müssen, um so unsere Wertschöpfung zu steigern und neue Marktsegmente zu erschließen», erläutert Geschäftsführer Alexander Honsel und gibt zu bedenken, dass heute Drucken allein

Die RollSertDrum-Einstecktrommel kann mit vier verschiedenen Öffnungsarten und dem InFix-Modul zur Leimung ihre Flexibilität voll ausspielen.

zu wenig sei und man Produkte stärker veredeln müsse. Die technischen Grundlagen dafür wurden bei der Zehnder Print AG mit einer modularen Onlinelösung der Ferag geschaffen, die mit zahlreichen Added-Value-Funktionen für die Druckweiterverarbeitung ausgestattet ist.

Die Versandraumlösung umfasst das Inline-Heftsystem StreamStitch, die Schneidetrommel SNT-U und eine Lösung zum Aufbringen der innovativen Werbeform MemoStick. Aber auch die Möglichkeiten zur Regionalisierung wurden ausgebaut. So installierte man für die 6-in-1-Produktion eine RollSertDrum-Einstecktrommel in Kombination mit dem RollStream-Vorsammelsystem. Zusätzlich wurde die Einstecktrommel mit InFix ausgestattet, sodass Einsteckprodukte auch mit Leim fixiert werden können.

› www.ferag.com

Der SlidingGate Beihefter

DIE INNOVATION FÜR ZEITSCHRIFTENWERBUNG

Eller repro+druck hat den SlidingGate-Beihefter präsentiert, durch den ein intelligenter Schiebeffekt für emotionale Kampagnen in Zeitschriften ermöglicht wird. Der neue Beihefter eignet sich vor allem für Kampagnen, die durch eine Vorher-Nachher Darstellung zur Geltung kommen sollen.

Bei diesem Beihefter kann der Leser die obere Seite des Beihefters seitlich nach rechts aufschieben. Da-

durch wird die Sicht auf das darunterliegende Bildmotiv frei.

Bei der Verlagsanlieferung ist der Beihefter zunächst verschlossen, was eine problemlose Verarbeitung garantiert. Im Verarbeitungsprozess der Zeitschrift wird der Beihefter dann mitsamt der Zeitschrift beschnitten. Das obere Kampagnenmotiv lässt sich nun seitlich nach rechts aus der Zeitschrift verschieben. Ein Herausfallen der ›Schiebeseite‹ wird durch einen Stoppmechanismus verhindert. Oben und unten wird das schiebbare Bildmotiv jeweils in einer individuell gestaltbaren Führung gehalten.

› www.eller.de

PrintAndMore

XMPIE FÜR CROSSMEDIALE KAMPAGNEN

Die PrintAndMore Potsdam GmbH hat sich für die Einführung einer XMPie-Lösung entschieden, um Kunden ab sofort mit crossmedialen Marketing-Kampagnen zu unterstützen. Das Unternehmen, das sich seit Gründung im Jahre 1996 vom Kuvertiermaschinenanbieter zum Druckdienstleister und Entwickler von Output-Management-Software gewandelt hat, will sich durch das Angebot crossmedialer Kampagnen

zukunftsweisender aufstellen.

XMPie, ein führender Anbieter von 1:1 Marketing-Software, gehört seit der Übernahme im Jahr 2006 zur Xerox Corporation.

Die XMPie-Software verbindet die Informationen aus Kundendatenbanken mit kreativen Inhalten und ermöglicht PrintAndMore somit die Nutzung von Kundendaten zur Erstellung von personalisierten, mehrstufigen Kampagnen, die die Kommunikationsmedien Druck, Internet, E-Mail und Mobiltelefon sowie Video und Social Media bei Bedarf einschließen. Die Ergebnisse sind jederzeit messbar und bieten somit eine schnelle Übersicht über den Erfolg der Kampagnen. Gleichzeitig können Änderungen schnell und medienübergreifend während der laufenden Kampagne umgesetzt werden, sodass eine große Flexibilität gegeben ist.

› www.printandmore.com
› www.xerox.de

Französische Werbedruckerei

DRIDÉ ERFOLGREICH NEU AUSGERICHTET

Die französische Werbedruckerei Dridé, mit Sitz in Neuilly-sur-Marne, hat 2009 gemeinsam mit der Business Consulting-Abteilung der Heidelberger Druckmaschinen AG einen ambitionierten Investitionsplan entwickelt. Nach mehrmonatiger Analyse entschloss sich das Unternehmen, die Betriebsfläche zu verdoppeln, den Druckmaschinenpark im Jahr 2011 mit drei Speedmaster XL 105 komplett zu erneu-

Die Speedmaster XL 105-8 LPL ist mit Prinect Inpress Control und dem vollautomatischen Plattenwechsler AutoPlate XL ausgestattet.

ern und damit die Produktion vollständig umzustrukturieren.

Alle Maschinen sind mit dem Mess- und Regelsystem Prinect Inpress Control ausgestattet sind, das bei laufender Maschine automatisch die Farbe und den Passer steuert. Neben zwei Vierfarben-Speedmaster XL 105 mit Lackwerk und einer Geschwindigkeit von 18.000 Bogen pro Stunde, davon eine mit Wendeeinrichtung, produziert eine Speedmaster XL 105-4+LYY-P-4+L, die erste ihrer Art in Frankreich. Diese Achtfarben-Speedmaster XL 105 LPL bedruckt und lackiert beidseitig vierfarbig in einem Durchgang bis zu 15.000 Bogen pro Stunde.

Da 95% der Aufträge von Dridé mit mattem, glänzendem oder satiniertem Acryllack abgewickelt werden, hat sich das Unternehmen für die Speedmaster XL 105-8 LPL und den vollautomatischen simultanen Plattenwechsler AutoPlate XL entschieden. › www.heidelberg.com

KBA Rapida 142

LETZTE MASCHINE DIESER REIHE FÜR BELL & BAIN

Am 30. November nahm das Management der schottischen Druckerei Bell & Bain bereits die dritte KBA Rapida 142 im Werk Radebeul ab. Es handelte sich dabei um eine ganz besondere Maschine, denn die Achtfarbenanlage für die 4 über 4-Produktion ist die letzte der bei Verpackungs-, Akzidenz- und Bücherduckern erfolgreichen Rapida 142-Baureihe. Zur drupa 2012 wurde bereits die hoch automatisierte

Alan Fleming, Chefdrucker bei Bell & Bain, und Roland Gebauer aus dem KBA-Bogenvertrieb vor dem 6.000. Druckwerk der Rapida-Großformat-generation.

Nachfolgerin Rapida 145 vorgestellt.

Die Rapida 142 für den treuen KBA-Kunden Bell & Bain hat noch eine Besonderheit. Sie beinhaltet das 6.000. Druckwerk der seit 1995 gebauten Großformat-Generation Rapida 130-162a.

Auch wenn die Rapida 142 noch aus der Vorgängerbaureihe stammt, verfügt sie schon über viele Ausstattungsdetails ihrer Nachfolgerin. Dazu gehören unter anderem FAPC-Plattenwechselvollautomaten, CleanTronic Synchro für das simultane Waschen von Walzen, Gummitüchern und Druckzylindern sowie die SW-Auslage für mehr Leistung im Wendebetrieb. Hinzu kommen DensiTronic Professional und QualiTronic Color Control für die Inline-Qualitätskontrolle auf Bogenvorder- und -rückseite.

› www.kba.com

Auf Höchstleistung getrimmt

Mitte September präsentierte die Druckerei ›agensketterl‹ in Mauerbach bei Wien im Rahmen eines ›Festes der Innovationen‹ Kunden und Gästen ihre Investitionen in neueste Druck- und Verarbeitungstechnik. Dabei stand die moderne KBA-Rapida-Bogenoffsettechnik der beiden Maschinen im Mittelpunkt.

Rund 300 Gäste, darunter Kunden, Druckfachleute und Vertreter der Lieferindustrie, sahen die derzeit modernsten in Österreich installierten Bogenoffsetmaschinen live in Produktion. Dabei handelt es sich um eine Mittelformatanlage KBA Rapida 106 mit acht Druckwerken und Bogenwendung für den 4-über-4-Druck und eine großformatige Rapida 145 der neuesten Generation mit vier Farbwerken und Lackturm.

Während die lange KBA Rapida 106 mit 18.000 Bogen/h produziert, wird schon der nächste Plattenwechsel vorbereitet.

Druckdemo an der KBA Rapida 145, der dank ihrer hohen Automatisierung und bis zu 17.000 Bogen/h Fortdruckleistung produktivsten Großformatmaschine der Welt.

Jürgen Veil, Marketingleiter Bogenoffsetmaschinen bei KBA, erläuterte, wie sich die hohe Automatisierung der neuen KBA Rapidas in der täglichen Druckpraxis rechnet.

Bei der Begrüßung stellte Geschäftsführer Dr. Dieter Simon agensketterl als einen der österreichischen Leitbetriebe der Branche vor.

MODERNSTE AUTOMATISIERUNGSFUNKTIONEN Beide Bogenoffsetmaschinen verfügen mit der ziehmarkenfreien Anlage DriveTronic SIS, simultanem Plattenwechsel DriveTronic SPC, KBA Plate Ident für automatische Plattenerkennung und Vorregister sowie CleanTronic Synchro für das gleichzeitige Waschen von Walzen, Gummitüchern und Druckzylindern über modernste Automatisierungsfunktionen. Hinzu kommen bei beiden Maschinen die Ausstattung für besonders dünne Papiere und absenkbare Nonstop-Rollos in der Auslage. Die Regelung der Druckqualität erfolgt inline über KBA QualiTronic ColorControl (an der Rapida 106 auf Bogenvorder- und Rückseite). LiveView-Monitore machen jeden gemessenen Bogen in Echtzeit sichtbar und ermöglichen bei Bedarf ein schnelles Eingreifen der Drucker. Anfahrmakulatur und Bogen, die nicht den vorgegebenen Qualitätskriterien entsprechen, werden mittels Streifeneinschießgeräten gekennzeichnet und können vor der Weiterverarbeitung entfernt werden. Die Rapida 145 ist flexibel vom Dünndruck bis in den Kartonagenbereich hinein (1,2 mm Bedruckstoffstärke) einsetzbar.

Dr. Dieter Simon, Geschäftsführer von ›agensketterl‹, stellte bei der Begrüßung den Druckbetrieb als einen universellen Anbieter für Akzidenzen, Verpackungen und Bücher sowie als einen der führenden Plakatdrucker Österreichs vor. Darüber hinaus hat sich das als österreichischer Leitbetrieb ausgezeichnete Unternehmen in den vergangenen Jahren beim Thema Nachhaltigkeit und Ökologie einen Namen gemacht. Das österreichische Umweltzeichen, die Zertifizierung nach FSC, PEFC und PSO und der klimaneutrale Druck dokumentieren die ökologische Ausrichtung. Nahezu alljährlich erhält agensketterl renommierte Preise für herausragende Druckprodukte.

TECHNOLOGIEPARTNERSCHAFT Der neue Maschinenpark steigert Produktivität und Flexibilität des Unternehmens erheblich. Jürgen Veil, Leiter Marketing für Bogenmaschinen bei KBA, stellte bei der Vorstellung der Hightech-Anlagen fest: »Beide Maschinen wurden im Rahmen einer Technologiepartnerschaft zwischen agensketterl und KBA auf Höchstleistung getrimmt.« Durch die Einzelantriebstechnik verkürzen sich die Rüstzeiten gegenüber herkömmlicher Technik deutlich. Hinzu kommen die Druckleistungen von bis zu 18.000 Bogen/h bei der Rapida 106 beziehungsweise 17.000 Bogen/h bei der Rapida 145. Mit der auch für kleine Auflagen wirtschaftlich einsetzbaren Rapida 145 will agensketterl seine Marktstellung im POS- und Displaybereich deutlich ausbauen.

Schon seit dem Jahr 2002 setzt das Unternehmen vorwiegend auf Bogenoffset-Technik von KBA. Acht KBA Rapidas produzieren beziehungsweise produzierten seitdem bei agensketterl. Neben den beiden neuen Rapidas investierte der Druckbetrieb auch in einen neuen Acoro-Klebebinder von Müller Martini, der sowohl Hotmelt- als auch PUR-Bindungen ermöglicht.

› www.kba.com

Der Verpackungsmarkt wächst

Der weltweite Umsatz mit Verpackungen soll von etwa 517 Mrd. Euro im Jahr 2010 bis auf rund 630 Mrd. Euro im Jahr 2016 wachsen. Treiber der Entwicklung sind der steigende Bedarf an Verpackungen in den Schwellenländern sowie zunehmende Sortenvielfalt und mehr Wettbewerb am Point-of-Sales in den westlichen Industrieländern.

Die von der Pira prognostizierten Wachstumszahlen des Verpackungsmarktes berücksichtigen den steigende Bedarf an Verpackungen in den Entwicklungs- und Schwellenländern aufgrund zunehmenden Wohlstands und wachsender Bevölkerung, berücksichtigen aber auch den wachsenden Verpackungsmarkt in den Industrieländern. Dabei bilden Verpackungen aus Papier und Karton das größte Segment. So ist die weltweite Faltschachtelproduktion seit 2005 um etwa 2,5% pro Jahr angewachsen und soll nach einschlägigen Prognosen weiter wachsen.
Dass der Verpackungsmarkt wächst und die Kurve nach oben zeigt, ist keine neue Erkenntnis. Schließlich kam auch dieser Markt einigermaßen unbeschadet durch die Krise oder hat sich zumindest wieder sehr schnell erholt. Das belegen auch die Zahlen des Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI) für Europa (siehe Druckmarkt 80/81, Seite 8).

VERPACKUNGSDRUCK WÄCHST WEITER Verpackungen aus Papier und Karton bilden mit einem Nachfragevolumen von 201 Mrd. $ (ca. 155 Mrd. €) weltweit das größte Segment der Verpackungsindustrie. Die Experten von Smithers Pira gehen davon aus, dass Faltschachteln und ähnliche Produkte bis 2016 auf etwa 250 Mrd. $ (ca. 193 Mrd. €) anwachsen werden.
Eine weitere Erhebung des Marktforschungsunternehmens zeigt, dass die weltweite Faltschachtelproduktion seit 2005 um etwa 2,5% pro Jahr angewachsen ist – auf 43 Mio. Tonnen Karton in 2010 – und auch künftig weiter wachsen wird. 45% dieses Gesamtvolumens entfielen allein auf Asien, die restlichen 55% verteilten sich gleichermaßen auf die USA und Europa.
Innerhalb Europas nimmt die deutsche Faltschachtelindustrie mit rund 25% des gesamten europäischen Marktes und einem Produktionsvolumen von 860.000 Tonnen Platz 1 im Ranking ein. Italien und England folgen mit etwa 14% und Frankreich mit rund 12% EU-Marktanteil. Nach den Zahlen des FFI verzeichnete die Branche mit einem um 4,5% auf 1,9 Mrd. € gestiegenen Produktionswert im Jahr 2011 einen neuen Rekord. Wesentliche Produktsegmente für die deutsche Faltschachtelindustrie sind Süßwaren, Fertiggerichte, Tiefkühlkost, Tabak, Kosmetikartikel und Pharmazeutika.
Europäische Faltschachtelproduzenten, die von der Dynamik in den osteuropäischen und asiatischen Ländern profitieren wollen, müssen nach Ansicht von Branchenexperten modernes Supply-Chain-Management sowie ertragsorientierte Strategien in Einkauf, Verkauf und Marketing beherrschen, um mit den Entwicklungen im Verpackungsmarkt – wie zunehmender Sortenvielfalt und mehr Wettbewerb am Point-of-Sale – Schritt zu halten. Deutsche Verpackungshersteller sind gefordert, sich mit hoher Innovationskraft auf neue, nicht zuletzt demografisch bedingte Konsumprofile in Deutschland einzustellen wie etwa die Zunahme von Single-Haushalten.

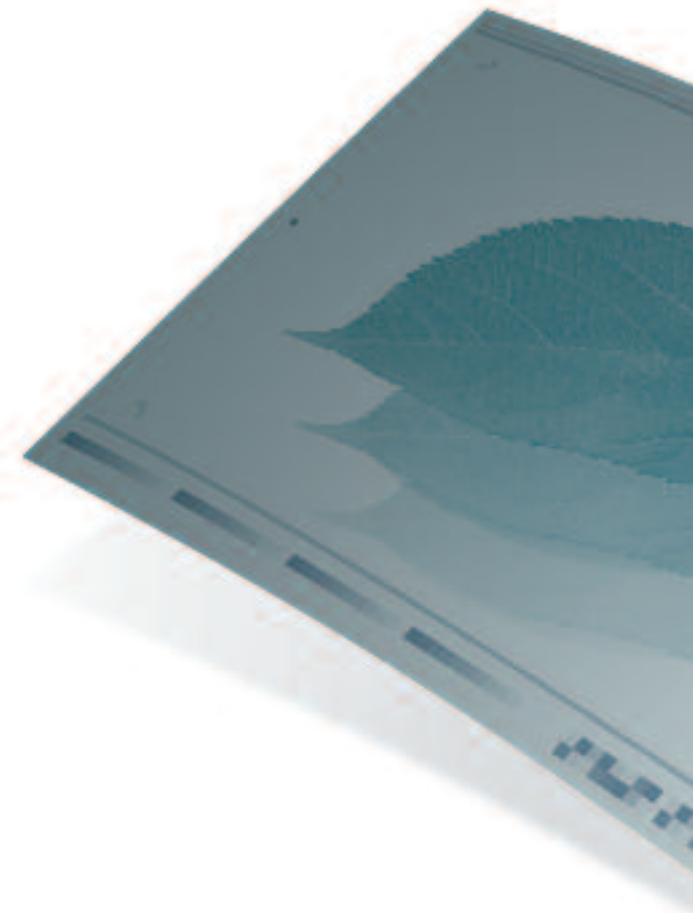
IMMER MEHR FUNKTIONEN Neben dem Kaufanreiz, der von einer Verpackung ausgehen soll, spielen auch immer mehr ökologische Aspekte bei den Endverbrauchern eine Rolle und beeinflussen die Kaufentscheidung. Durch gute Verpackungen werden die Lebensmittel länger haltbar gemacht und damit auch die Ressourcen besser genutzt, da weniger weggeworfen werden muss.
Verpackungen werden zudem künftig mehr Funktionen erfüllen, als Sicherheit und Schutz des Inhalts allein. Nach einer Studie der Brancheninitiative Pro Carton unterstützt die Verpackung die Entscheidung am Point-of-Sale, transportiert Informationen über Qualität und eine umweltfreundliche Herstellung, dient als Werbung für das Produkt selbst und stellt darüber hinaus die Verbindung zu Online-Medien her. Die Herausforderung für Verpackungsdrucker liegt dabei insbesondere darin, über die Verpackung die Entscheidung am Point-of-Sale zu beeinflussen, beispielsweise über aufmerksamkeitsstarkes Design und attraktive Veredelungen.
Für das Marketing am Point-of-Sale könnten Technologietrends wie integrierbaren oder gedruckten Elektronik, zum Beispiel Lichtelemente in Form organischer LEDs (OLEDs, organische, Licht-emittierende Dioden), zum Tragen kommen, weil sie durch ihre Wirkung Kaufentscheidungen fördern. Diese Technologien eröffnen zudem neue Segmente im Smart Packaging. Damit sind vor allem Verpackungen gemeint, die mit zusätzlichen Funktionen ausgestattet sind und einen Mehrwert für den Verbraucher bieten. Dazu gehören Frische-Indikatoren, Handhabungsverbesserungen oder interaktive Funktionen. Bei Frischfleisch, Pharmazeutika etc. wird es Weiterentwicklungen geben, um die Rückverfolgung von Produkten zu gewährleisten.
Und nicht zu vergessen: Der Digitaldruck wird eine zunehmende Rolle spielen. Nicht etwa bei großen Auflagen, jedoch bei den zunehmenden Aktionen zu Feiertagen, großen oder kleineren Events und bei Individualisierungen. Das dies mehr als eine Vision ist, beweist der Digitaldruck bereits bei der Produktion von Etiketten. *nico*

Keine E-Maschine, Chemie, Gummierung, Wasser oder Abfälle.

Die neue PRO-T3 . Einfach besser.

„Umweltfragen liegen unserem Unternehmen sehr am Herzen. Aus diesem Grund haben wir die PRO-T ausgewählt! Die prozesslose Plattenherstellung ist schon sehr lange Teil unseres täglichen Geschäftes."

Gerd Dombrowsky,
Geschäftsführer, Reset Grafische Medien GmbH



Brillia HD PRO-T3

Die beste Druckplatte aller Zeiten

Die einfachste Art der Druckplattenherstellung. Die PRO-T3 benötigt weder eine Entwicklungsmaschine noch Chemie, Gummierung oder Wasser und verursacht somit keinerlei Abfälle. Kosten- und Arbeitsaufwand werden reduziert, die Produktion beschleunigt. Gleichzeitig verbessert sich der ökologische Fußabdruck. Definitiv die umweltfreundlichste Art der Druckplattenherstellung.

Einfach grün. Einfach besser. PRO-T3.

Erfahren Sie mehr unter
WWW.PRO-T3.COM/DE
#PRO-T3

PRO T3
SETTING NEW STANDARDS

POWER TO SUCCEED FUJIFILM

Verpackungsdruck mit Hindernissen

Chesapeake Deutschland erhielt für neue Materialkombination die Unbedenklichkeitserklärung der ISEGA

Vor Jahresfrist berichteten wir über den Anlauf einer Heidelberg Speedmaster XL 105-LYY-P-9+LYYL bei Chesapeake in Stuttgart. Das Unternehmen ist auf Faltschachteln für Süßwaren, Gebrauchsgüter und Tabakwaren spezialisiert. Mit der Druckmaschine erweiterte Chesapeake sein Veredelungsangebot um die Kaltfolientechnik, die jetzt auch bei Süßwarenverpackungen aus Karton angewendet werden kann.

Der Wunsch, möglichst viele Prozessschritte bei Bogenware im Verpackungsdruck in einen Arbeitsgang zu packen, wurde schon vor vielen Jahren anlässlich eines Pro-Carton-Kongresses in Heidelberg von Wolfgang Bahmann, Geschäftsführer der Chesapeake Deutschland GmbH, an die Maschinenbauindustrie herangetragen: »Warum müssen wir eine 250 Meter lange Fabrik bauen, um Pufferstationen zwischen den einzelnen Prozessschritten vorzuhalten, wenn der Rollendruck mit vielen Veredelungsschritten und Inline-Stanzung mit einem Drittel der Fläche auskommt?«

Mit der Investition im vergangenen Jahr in eine Heidelberg Speedmaster mit insgesamt 16 Werken ist man diesem Wunsch zwar näher gekommen, aber erst auf halbem Weg, da Prägefoliendruck und Stanzen noch immer in separaten Schritten vorgenommen werden müssen. Andererseits nimmt die Komplexität in der Produktion mit zunehmender Anzahl an Prozessschritten in einem Arbeitsgang extrem zu, was das Leben eines Verpackungsdruckers nicht einfacher macht. Die vielen Komponenten potenzieren sich im Zusammenspiel und werden damit zu einer anspruchsvollen Herausforderung besonders bei der Auswahl der Farben und Lacke, den Folien und Hilfsmaterialien.

Welchen Aufwand man dabei betreiben muss, erläutert der Geschäftsführer des Stuttgarter Standortes der Chesapeake Deutschland, **Marc-Tell Klumpp**: »Über ein Jahr haben wir neben der normalen Produktion unterschiedliche Testreihen mit dem Ziel durchgeführt, nicht nur das technisch Machbare zu erreichen, sondern Ergebnisse zu erzielen, die auch exakt den gesetzlichen Vorgaben bei der Herstellung von Lebensmittelverpackungen entsprechen.«

Pflichtenheft für neue Anwendungen

Doch der Reihe nach: Ein Projektteam von Chesapeake hatte ein Pflichtenheft für eine neue Maschine erarbeitet, die folgende Produktionsschritte in einem Durchgang erfüllen sollte: Vorder- und Rückseitendruck, Trocknung, Wendung, Kaltfolienapplikation, neun Druckfarben, Lackwerk, Trocknung, Lackwerk (auch für Strukturprägungen geeignet) und verlängerte Auslage mit Trocknung – und auf Wunsch alles auch in einer UV-Version. Dabei stand nicht nur der wirtschaftliche

Chesapeake Deutschland erweiterte am Standort Stuttgart seinen Maschinenpark um eine Neunfarbenmaschine Speedmaster XL 105-LYY-P-9+LYYL mit neun Offsetdruckwerken, drei Lackwerken, Wendestation und Kaltfolie, um damit außergewöhnliche Veredelungen schnell und unkompliziert umzusetzten. Problematisch war dabei jedoch nicht die Drucktechnik, sondern das Einhalten der gesetzlichen Vorgaben für die Unbedenklichkeitserklärung der ISEGA für die Low-Migration-Anwendung konventioneller Kaltfolienkleber, migrationsoptimierter Spezial-Folie samt Überdruck mit migrationsoptimierten Offsetfarben und zweifachem Lackauftrag auf der ›dem Packgut abgewandten Seite von Lebensmittelbedarfsgegenständen‹.

Aspekt im Vordergrund, sehr viel stärker war das Verlangen, den Kunden in der Süßwaren- und Kosmetikindustrie neue Möglichkeiten der Veredelungstechnologie anbieten zu können. Heraus kam eine Speedmaster XL 105 LYY-P-9+LYYL mit einer Gesamtlänge von 35 Metern.

Kaltfolienapplikation

Die größte Herausforderung für das Projektteam war die Kaltfolienanwendung, da im Bereich der Lebensmittelverpackungen keinerlei Erfahrung mit dieser Technologie vorlagen. Viele Gespräche mit verschiedenen Herstellern fanden statt, Tests wurden mehrfach gefahren, alle mit unterschiedlichen Ergebnissen, alle nicht für den Anwendungszweck geeignet, da es am Markt keine migrationsarmen Kleber für Lebensmittelverpackungen gab und auch die UV- Trocknung für die Kunden in der Süßwarenindustrie keine Alternative ist. Bei weiteren Versuchen mit im Labor optimierten Klebern und konventionellem Überdruck war die Farbe selbst nach Wochen noch nicht trocken und zur Weiterverarbeitung ungeeignet.
Frustration machte sich breit, die Lieferung und der Aufbau der Maschine standen bevor. Hatte man auf das falsche Pferd gesetzt?

Kleber gesucht

Aufbau der Maschine im Mai 2011, danach Beginn der Trainingseinheiten für die Drucker. Der Instrukteur Bernd Wenzel gibt über Wochen sein Bestes, hitzige Diskussionen sind an der Tagesordnung und der Chesapeake-Druckereileiter Nico Tzounas erhält zwischenzeitlich den Spitznamen ›Tsunami‹. Die technikaffinen Drucker haben großes Interesse und Spaß an der technischen Herausforderung. Allerdings ist die Maschine so lang, dass man ins Schwitzen kommt. Jede Fehlermeldung bedeutet einen Sprint.
Man lernte in dieser Zeit sehr schnell dazu und erweiterte das Know-how. Versuch auf Versuch folgten, bis man den Kleber und die ideale Klebstoffmenge mit idealer Trocknungszeit gefunden hatte, der sich auch sensorisch einwandfrei verhält. Dabei spielt auch das Drucktuch im Folienwerk eine enorm wichtige Rolle für das Ausdruck- und Ablöseverhalten der Folie. Besteht das Druckbild aus einer Fläche, Schrift, Raster oder einer Kombination daraus, entscheidet dies darüber, welches Tuch zum Einsatz kommen soll.
In einer weiteren Reihe von Andrucken wurden die geeigneten Materialien und deren Kombination für Lebensmittelverpackungen eingegrenzt. Zu jedem Andruck erfolgte stets eine interne Sensorik-Prüfung sowie eine Untersuchung bei der ISEGA auf Sensorik und Migration. Headspin-Analysen aller Materialkombinationen wurden erstellt. Kleber- und Folienlieferanten entfernten einzelne Substanzen aus ihren Materialen, um den Forderungen der Gesetzgebung zu entsprechen. Der enge Kontakt zu den Lieferanten war deshalb enorm wichtig.

Lohn der Arbeit

Zu guter Letzt und nach 14 Monaten Entwicklungsarbeit erhielt Chesapeake für die optimierte Materialkombination im September 2012 die Unbedenklichkeitserklärung der ISEGA für die Low-Migration-Anwendung konventioneller Kaltfolienkleber, der migrationsoptimierten Spezial-Folie und den konventionellen Überdruck mit migrationsoptimierten Offsetfarben samt zweifachem Lackauftrag auf der dem Packgut abgewandten Seite von Lebensmittelbedarfsgegenständen.
Die zweite Herausforderung war, die Kaltfolie bei hoher Druckgeschwindigkeit (15.000 Bg/h) zu applizieren, was bei voller Veredelungsfläche erstaunlich schnell erreicht wurde. Es galt aber auch, wirtschaftlich mit den Folien umzugehen. Dazu sind in der neuen Maschinengeneration die ›Multi Reel‹ und Folientaktung enthalten. Damit sollen die Folienverbrauchskosten gesenkt werden. »Die Anwendung mit drei Rollenbahnen läuft einwandfrei, bei der Taktung haben wir sogar noch Luft nach oben«, erklärt Druckereileiter Tzounas.

Fast jede Idee umsetzbar

Dabei muss die Kaltfolien-Applikation vom herkömmlichen Verfahren des Prägefoliendrucks qualitativ klar abgegrenzt werden. In Sachen Metallglanz und Farbbrillanz schneidet der Prägefoliendruck nach wie vor wesentlich besser ab, eine Substituierung war von Chesapeake auch nicht gewollt und beide Verfahren haben ihre Berechtigung.
Die Kaltfolie eröffnet jedoch traumhafte und vergleichsweise unkompliziert zu realisierende Möglichkeiten metallischer Veredelung. Ob Silber, Gold, Kupfer oder Rost – fast jede Idee und jeder erdenkliche metallische Farbeffekt als Schrift oder Fläche lässt sich mit dem Wissen um Technik und Material sowie einer entsprechend ›fitten‹ Vorstufe umsetzen.

› www.cskdeutschland.de

Large-Format-Drucker im Verpackungs-Einsatz

Fujifilm zeigte auf der FachPack 2012 in Nürnberg mit dem LFP-System Acuity LED 1600 und einer Reihe von Mustern eine neue Form der Kreativität in der Verpackungsherstellung.

Digitale Drucktechnologien von Fujifilm decken im Verpackungswesen mehr und mehr Einsatzbereiche ab. Auf der drupa 2012 hatte das Unternehmen mit der Jet Press F, einem für die Produktion hochwertiger Faltschachteln konzipierten B2-Drucksystem, dem

großformatigen Produktionssystem Inca Onset S40i und der Acuity LED 1600 unterstrichen, wie breit das Spektrum seiner digitalen Drucktechnologien für das Packaging mittlerweile ist. Auf der FachPack 2012 legte Fujifilm mit dem großformatigen Inkjet-Drucksystem Acuity LED 1600 den Fokus auf die Herstellung kleiner Auflagen und Muster von Verpackungen, von POS- oder Schaufenster-Displays und von Etiketten in hoher Qualität.

GROSSE MATERIALVIELFALT Das Inkjetsystem lässt sich von Rollenmedien auf starre Materialien umrüsten und mit bis zu acht Farben konfigurieren – neben CMYK mit Light Cyan, Light Magenta, hochdeckendem Weiß und transparentem Lack. Der Lack erlaubt ein glänzendes Finish und kann für die Realisierung kreativer Design-Ideen genutzt werden. Von Fujifilm entwickelte, patentierte UV-LED-Lampen trocknen die Tinten und Bedruckstoffe mit kaltem Licht. So erzielt die Acuity LED 1600 nach Herstellerangaben auf starren und dünnen, hitzeempfindlichen Materialien wie Folien für den Etikettendruck, energie- und kostensparend ausgezeichnete Ergebnisse. Dabei erreicht sie eine hohe Produktivität von 20 m²/h.
Die Acuity LED 1600 arbeitet mit Uvijet LL-Tinten, die einen breiten Farbraum abdecken und durch gute Haftung auf einer Vielzahl von Medien sowie durch gute Eigenschaften für die Weiterverarbeitung bereits bewährt haben.

Auf der FachPack demonstrierte Fujifilm die Flexibilität des Drucksystems anhand verschiedener Beispiele, die auf dem als ›Cafe Impresso‹ gestalteten Messestand live produziert wurden: so unter anderem ein Untersetzer aus Karton mit einer Grammatur von 350 g/m², der mit sechs Farben (CMYK, Light Magenta, Light Cyan) bedruckt wurde. Dabei wurden einzelne Details des Druckbildes gezielt mit Lack hervorgehoben. Die Untersetzer wurden anschließend auf einem Schneidetisch Esko Kongsberg i-XE ausgeschnitten. Ein zweites Beispiel waren Karton-Verpackungen (350 g/m²) für Tee und Gebäck, ebenfalls jeweils mit sechs Farben bedruckt. Hier kam die Lackoption zum Einsatz, um ein dezentes Hintergrundmuster als besonderes Merkmal der Faltschachteln zu generieren.

MEDIEN MIT GÜTESIEGEL Passend zur näher rückenden Weihnachtszeit druckte die Acuity LED 1600 als drittes Beispiel Rentier-Schlitten-Bausätze auf 3 mm starkes Correx-Polyethylene-Material. Auch sie wurden mit dem Schneidtisch auf Format gebracht und ließen sich anschließend zum fertigen Gefährt für den Weihnachtsmann zusammenstecken.
Last but not least wurden mit der Acuity LED 1600 Plakate in Highend-Qualität mit einer hochdeckenden Farbschicht auf das selbstklebende 5-Jahres-Polymer Campaign Vinyl white von euromedia gedruckt. Deren Angebot umfasst hunderte Medien für den Großformatdruck, von denen etliche speziell für das Inkjet-Drucksystem zertifiziert und mit einem entsprechenden Gütesiegel gekennzeichnet sind.

› www.fujifilm.de

Fratelli Roda SA

MIT BOBST ACCUCHECK NEUE MÄRKTE ERSCHLIESSEN

Fratelli Roda SA, ein führendes Druck- und Verpackungsunternehmen mit Sitz in Taverne in der Schweiz, hat als erstes Unternehmen des Landes ein Bobst Accucheck-System für die Inline-Qualitätskontrolle seiner Faltschachtelproduktion installiert. Mit dieser Innovation will das Management des Unternehmens seine Position als Lieferant mit höchsten Ansprüchen an die Qualität weiter stärken

Fratelli Roda SA mit Sitz in Taverne in der Schweiz hat als erstes Unternehmen des Landes ein Bobst Accucheck-System für die Inline-Qualitätskontrolle seiner Faltschachtelproduktion installiert.

und insbesondere in Fernost neue Kunden gewinnen.
Franco Roda, Generaldirektor von Fratelli Roda SA: »Unsere Kunden streben ständig nach Perfektion. Deshalb haben wir das Accucheck-System gewählt, da es unsere gesamte Faltschachtelproduktion kontrollieren kann – und das zu hundert Prozent«.
Das in den Bobst Faltschachtel-Klebemaschinen Expertfold und Masterfold inline arbeitende Accucheck-System kontrolliert jede Schachtel auf Fehler wie Druckmängel, Öl- und Wasserflecken, Farbspritzer, Beschädigungen, Kratzer, schlechte Schnittqualität sowie Farbabweichungen und verhindert, dass Schachteln mit solchen Mängeln bis zur Abpackanlage gelangen.

› www.bobst.com

colordruck Baiersbronn

GESTEIGERTE QUALITÄT UND PROZESSSICHERHEIT

colordruck Baiersbronn bleibt auf Investitionskurs. Mit dem Kauf der neuen Speedmaster XL 106 Sechsfarben-Druckmaschine von Heidelberg erweitert das Unternehmen seinen Maschinenpark.
Seit 2010 folgt colordruck Baiersbronn einem umfangreichen Investitionsplan, in dessen Verlauf das Unternehmen den Druck- und Stanzmaschinenpark auf den neuesten Stand der Technik bringt. Mit

Qualität auf Knopfdruck: Gemeinsam nehmen zwei der Gesellschafterinnen die neue Sechsfarben-Druckmaschine in Betrieb.

der jüngsten Generation der Speedmaster XL positioniert sich colordruck Baiersbronn auch weiterhin als einer der Technologieführer der Branche. Schließlich ist die Speedmaster XL 106 Sechsfarben mit Doppellackwerk weltweit die erste ihrer Art. Das maximale Druckbogenformat beträgt 75 x 106 cm. Den Druckprozess optimieren der Color-Assistant-Pro für Selbstkalibration der Farbzonen mit automatischer Anpassung der Kennlinien sowie die individuelle Optimierung der Farbvoreinstellungen. Der programmgesteuerte Farbeinlauf und -profilabbau ergänzt die Prozesstechnik der XL 106.
› www.heidelberg.com

Metsä Board

NEUES EXPRESS BOARD CENTER IN DEUTSCHLAND ERÖFFNET

Metsä Board hat am Standort Gohrsmühle ein neues Express Board Service Center eröffnet, um für alle Kartonqualitäten von Metsä Board künftig kürzere Lieferzeiten zu realisieren. Die Schneidemaschinen laufen bereits, sodass ab Ende November für alle Qualitäten der Service angeboten werden kann. Das Express Board Center befindet sich am idealen Standort zur Versorgung der europäischen Kunden.

Der Service steht das ganze Jahr über zur Verfügung, Qualität und präziser Zuschnitt sind gewährleistet. Bei einer Schneidekapazität von zunächst 60.000 Tonnen pro Jahr besteht für Gohrsmühle künftig weiteres Ausbaupotenzial. Dabei profitiert das Werk auch von der Fachkompetenz anderer Metsä Board-Standorte. So verfügt etwa das finnische Werk Simpele bereits über die größte Schneidekapazität für Faltschachtelkarton weltweit.
»Da wir davon ausgehen, dass die Nachfrage nach unserem Karton im Bogenformat steigt, haben wir beträchtliche Investitionen getätigt, um der Nachfrage gerecht zu werden«, so Markku Romano, VP Cartonboard Sales in Europa, Naher Osten und Afrika. »Auf dem Markt wird immer häufiger mit kurzfristigen Verkaufsförderungsaktionen und Spezialangeboten gearbeitet, die mehr Flexibilität und schnellere Reaktionszeiten erfordern. Darüber hinaus ist der neue Express Board Service ideal für Nachfragespitzen und Just-in-Time-Lieferungen.«
› www.metsagroup.com

Neue Kunst aus der Schachtel

2. AUSGABE DER KUNST-SCHACHTEL ›PRESENTATION‹

Die zweite Edition der Kunstschachtel ›Presentation‹ ist erschienen. Auf der Luxepack 2012 stellte der Prägefolienhersteller Kurz das neue Sammlerstück vor. Die aktuelle Box beinhaltet Beispiele für hochwertiges Verpackungsdesign sowie ein Werk eines zeitgenössischen Künstlers. Die diesjährige Box steht unter dem Motto ›Era‹ und enthält sechs Einzelschachteln, die verschiedene Epochen wie die Jugend-

stil- oder die Flower-Power-Zeit repräsentieren. Dabei ging es den Gestaltern aus dem Kurz-Designteam nicht darum, frühere Stilrichtungen exakt zu kopieren, sondern sie in die heutige Zeit zu transportieren. Die Verpackungsschachteln sollen Anregungen bieten, wie Gestaltungselemente früherer Epochen neu interpretiert werden können und wie sich hierfür innovative Veredelungstechniken einsetzen lassen. Fünf Seiten jeder Einzelschachtel sind in Anlehnung an eine bestimmte Ära gestaltet, die sechste Seite ist ein Puzzlestück. Werden die einzelnen Verpackungen in der richtigen Anordnung in die Presentation-Box eingelegt, entsteht ein Bild der Nürnberger Malerin und Objektkünstlerin Birgit Nadrau. Das Bild Nadraus ist einem wesentlichen Aspekt jeder Ära gewidmet: der Vergänglichkeit. Gleichzeitig steht es für Aufbruch und Neubeginn, da das Ende einer immer auch den Anfang einer neuen Ära darstellt.
› www.kurz.de

Verpackungsdruck-Seminar

MÜLLER MARTINI STELLTE NEUESTE ENTWICKLUNGEN VOR

Das Interesse für Rollenoffsetdruck in der Verpackungsindustrie steigt. Wie die zahlreichen Vorteile für den Verpackungsdruck genutzt werden können, zeigte Müller Martini anlässlich eines Seminars am 20. und 21. November im Training Center Druck in Maulburg. Die Fachreferenten stellten den mehr als 100 Besuchern von der Datenaufbereitung über heutige strahlenhärtende Farbtechnologien bis hin zur VSOP

Müller Martini Verpackungsdruck-Seminar: Interessierte Seminar-Teilnehmer bei der Live-Präsentation der Rollenoffset-Druckmaschine VSOP.

und Alprinta Druckmaschinentechnologie verschiedenste Wettbewerbsvorteile vor.
Während des Seminars vertieften die Vorträge von ausgewiesenen Spezialisten bewährter Partnerunternehmen Themen wie Datenhandling und die Druckformherstellung mittels CtP, den Einsatz bewährter Farbsysteme in der Lebensmittelbranche, die Verwendung unterschiedlicher Materialien und die verschiedenen Einsatzbereiche der stufenlosen formatvariablen Rollenoffsettechnologie. Nicht zuletzt aufgrund der Live-Präsentation der beiden Rollenoffset-Druckmaschinen VSOP und Alprinta V reisten zahlreiche Seminar-Teilnehmer nach Maulburg.
› www.mullermartini.com

Die Rüstzeiten um bis zu 50 Prozent verkürzt

Mit einer Alprinta 52 setzt der Mailingspezialist SDV Winter im deutschen Weidenberg erneut auf eine Lösung von Müller Martini. Die markant kürzeren Einrichtzeiten der neuen Rollenoffset-Druckmaschine tragen maßgeblich zu einer höheren Produktivität bei.

Ein Blick in die Auftragsbücher der vergangenen Jahre verrät, dass sich das Druckvolumen der auf Mailings spezialisierten SDV Winter von 2003 bis 2012 verdreifachte. »Das spricht sicher für unser Unternehmen«, sagt Geschäftsleiter Volker Schuster. Für Volker Schuster gibt es keinen Zweifel, »dass Mailings immer noch ein Wachstumsgeschäft sind. Und da wir vertrieblich und technisch bestens aufgestellt sind, gehen wir davon aus, dass unser Unternehmen trotz schwierigem Umfeld auch in den kommenden Jahren weiter wachsen wird.«

V. r.: Benno Putz (Leiter Qualitätsmanagement), Konstantin Nickel (Maschinenführer), Produktionsleiter Alfred Wagner, Geschäftsleiter Volker Schuster und Peter Eisemann (Vertriebsbeauftragter bei Müller Martini Deutschland) vor der neuen Alprinta 52 bei SDV Winter in Weidenberg.

Möglich machen diesen Erfolg neben den 91 motivierten Mitarbeitenden die hohe Flexibilität des Unternehmens selbst bei extrem kurzfristigen Terminfenstern und die Produktpalette für die zahlreichen Kunden in Deutschland und den deutschsprachigen Nachbarländern. So sind zum Beispiel die Bedruckstoff-Grammaturen in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. »Heute bedrucken wir«, sagt Produktionsleiter Alfred Wagner, »auch regelmäßig Papiere mit 250 Gramm Flächengewicht.« Kurze Lieferfristen und immer höhere Qualitätsansprüche der Kunden erfordern einen entsprechenden Maschinenpark. Die seit 2006 zur SDV, Die Medien AG, mit Sitz in Dresden gehörende SDV Winter investierte deshalb in Weidenberg als Ersatz für eine Achtfarben-Progress mit einer Alprinta 52 erneut in eine Rollenoffsetmaschine von Müller Martini. Zusätzlich stehen noch zwei Goebel Optiforma Plus im Einsatz – eine mit neun, die andere mit acht Druckwerken. »Bei der Evaluation der neuen Maschine richteten wir unseren Fokus auf Produktionssteigerung, Rüstzeitverkürzung und Makulaturminimierung«, betont Volker Schuster. SDV Winter hat deshalb im Müller Martini Training Center Druck in Maulburg mehrere Tests mit verschiedenen Papiersorten und unterschiedlichen Drucksujets durchgeführt.

ZWEI FLEXOKASSETTEN FÜR UV-LACKIERUNG Die im vergangenen März von der Fogra offiziell abgenommene Alprinta 52 verfügt zwischen den Offsetdruckwerken über mehrere Wendestationen, die es erlauben, die Anzahl der Druckwerke für Rückseiten- und Vorderseitendruck flexibel zu wählen. Weil für den Druck von Mailings oft mehr als acht Druckwerke benötigt werden, hat sich SDV Winter für eine Zehnfarben-Maschine entschieden. »Da wir nun nur noch einmal durch die Maschine müssen«, sagt Benno Putz, Leiter Qualitätsmanagement, »gewinnen wir Zeit und haben weniger Makulatur. Und das stabile Farbwerk sorgt für eine hohe Qualität.«

Zudem ist die Alprinta 52 mit zwei Flexokassetten ausgestattet, mit der Offsetdruckwerke zu Flexodruckwerken umgestellt werden können. »Unsere Kunden verlangen verstärkt nach höherwertigen Mailings mit Sonderfarben und/oder Lackierung«, sagt Alfred Wagner. »Mit der Alprinta 52 sind wir nun in der Lage, beidseitige UV-Lackierung anbieten zu können.«

Ein wesentlicher Bestandteil der zu einer höheren Produktvielfalt beitragenden Maschinenkonfiguration ist auch die Planoauslage. Denn SDV Winter produziert mit der neuen Alprinta 52 neben den auf Großrollen gefertigten Mailings dazu auch auf Endformat geschnittene Beilagen inline über einen Querschneider QS 52 mit integriertem Stapler.

Die Einrichtzeiten wurden laut Benno Putz markant gesenkt. »Im Vergleich zu unseren beiden anderen Druckmaschinen haben wir die Alprinta 52 mindestens um 35 Prozent, teilweise um bis zu 50 Prozent schneller für einen neuen Job vorbereitet.«

Maßgeblich zur höheren Produktivität der neuen Alprinta 52, die mit einer Inline-Farbsteuerung ausgestattet ist und die dank schmaleren Spannkanälen auch den Druck angeschnittener A4-Produkte ermöglicht, trägt auch die Geschwindigkeit von bis zu 365 m/Min. bei. »Wenn es die Aufträge erlauben, gehen wir bis ans Limit«, sagt Benno Putz.

› www.mullermartini.com

HARDWARE RAUS UND DANN AN DER SOFTWARE sparen!

IT-Kosten sparen: 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

hp Hiflex

50 Jahre und eine Großformatmaschine

Im November 2012 gibt es bei der Smurfit Kappa Zedek im niederländischen Deventer das 50-jährige Jubiläum und den Beginn einer neuen Ära zu feiern. Denn bis zu diesem Zeitpunkt wird eine Heidelberger Speedmaster XL 162-Sechsfarben mit Lackwerk die Produktion aufnehmen.

Sie ist die erste Speedmaster bei der Smurfit-Kappa-Gruppe generell und die erste großformatige Speedmaster XL 162 in den Benelux-Ländern. Bisher produzierte Smurfit Kappa nur mit Druckmaschinen eines anderen deutschen Herstellers. Smurfit Kappa ist einer der führenden Anbieter von papierbasierten Verpackungen mit rund 38.000 Mitarbeitern in über 31 Ländern und einem Umsatz von über 7 Mrd. € im Jahr 2011. Seit 2008 richtet sich Smurfit Kappa Zedek strategisch neu aus und setzt auf hochwertige Wellpappeverpackungen und das Wachstumspotenzial von Displayaufstellern.
»Wir suchten nach einer hochautomatisierten Druckmaschine mit kurzen Rüstzeiten und hoher Qualität, da wir viele Jobwechsel, aber kaum Wiederholaufträge haben«, erklärt **Jeroen Dirne,** Werksleiter von Smurfit Kappa Zedek. Nach umfangreichen Tests bei Heidelberg in Wiesloch-Walldorf mit eigenen Druckjobs fiel die Entscheidung zugunsten der XL 162. Dabei wurden die Bogen gedruckt und auf Wellpappe aufgezogen und die Resultate in einem internen Benchmark-Softwareprogramm verglichen. »Die Werte sprachen für sich: Wir sind mit unseren Druckjobs aus der täglichen Praxis ohne Vorwarnung zu Heidelberg gefahren und die Maschine benötigte nur 190 Bogen für den ›Okay-Bogen‹, also weniger als bei unseren bisherigen Maschinen«, fasst Marketingleiter Gerbert de Ruiter zusammen. »Die Rüstzeiten liegen bei der neuen Maschine bei 15 bis 20 Minuten und damit weit unter den bisherigen 30 bis 40 Minuten.«

Bei Smurfit Kappa Zedek im niederländischen Deventer wird demnächst eine Speedmaster XL 162-Sechsfarben mit Lackierwerk von Heidelberg die Produktion aufnehmen. Sie ist die erste Speedmaster-Maschine bei der Smurfit Kappa Gruppe generell und die erste Großformatmaschine Speedmaster XL 162 in den Benelux-Ländern.

SCHNITTSTELLE FÜR DIE LOGISTIK Die neue Maschine ist umfangreich ausgestattet: Mit sechs Farbwerken ist sie flexibel für viele Anwendungen mit Sonderfarben, da viele Marken wie Kraft Foods ihre eigenen CI-Farben drucken lassen. Mit insgesamt sieben IR- und Heißluft-Trocknereinschüben lassen sich die Bogen auch bei einer höheren Lackmenge mit einer Geschwindigkeit von 15.000 Bogen in der Stunde verarbeiten. Der vollautomatische Nonstop-Anleger ist hochgesetzt und erhielt eine direkte Schnittstelle für die eigene Logistikanbindung. Auch umweltgerechtes Drucken, ein wichtiger Aspekt bei Smurfit Kappa, wird berücksichtigt: Mit Prinect Prepress Interface und mit Prinect Inpress Control, das bei laufender Maschine Farbe und Passer steuert, wird die Makulatur auf ein Minimum reduziert. Weiterhin ermöglicht die Speedmaster XL 162 eine Wärmerückgewinnung.

13 TIEFLADER FÜR DEN TRANSPORT »Wir haben uns auch deshalb für die Heidelberger Maschine entschieden, weil uns ein umfangreicher Servicevertrag angeboten wurde. Mit Remote-Service, E-Call-Funktionen und dem Helpdesk fühlen wir uns auf der sicheren Seite für diese Investition«, erklärt Jeroen Dirne.

Für die neue Maschine wurde eigens ein neues Fundament gegossen und die Raumplanung sieht vor, dass der Drucksaal näher an die Vorstufe kommt. Die Prepress-Abteilung wurde bereits Anfang 2011 mit einem neuen Suprasetter 162 CtP-Belichter automatisiert. Ein weiterer Suprasetter 162 (die 4.000. Maschine der Suprasetter-Baureihe) steht ebenfalls seit letztem Jahr in der Smurfit-Kappa-Niederlassung Van Mierlo im belgischen Turnhout.
Bis zur Installation der neuen Speedmaster XL 162, die dann eine bisherige Maschine ersetzt, gibt es noch einiges vorzubereiten. Die Maschine wird von Wiesloch-Walldorf aus mit 13 Tiefladern nachts und mit Sondererlaubnis nach Holland gefahren. Jedes Druckwerk bringt dabei 21 Tonnen und der Ausleger alleine 35 Tonnen auf die Waage.

› www.heidelberg.com

TinTag – Make your Drink

HP INDIGO WS4600 FÜR GETRÄNKEDOSEN

Mit dem Slogan ›Deine Dose, Dein Design, Dein Drink‹ wird klar, dass TinTag für individualisierte und selbst gestaltete Getränkedosen steht. In diesem Sinne können Kunden direkt im Internet ihre eigenen Slim-Line Dosen designen und sich zwischen 250 ml Secco-, Mineralwasser-, Energy- und Bierdosen entscheiden. Da Kundenaufträge bereits ab einer Stückzahl von 96 Dosen realisiert werden, entschied sich TinTag für eine neue Digitaldruckmaschine HP Indigo WS4600 mit Fünffarbenausstattung und White Ink Option.

Christian Gnoth, Sales Director bei TinTag, zeigt sich begeistert von der neuen Technik: »Die HP Indigo ist die einzige Maschine, die perfekt passende Schrumpffolien bedruckt. Bislang war an den Dosen immer ein unschöner Rand zu sehen.« Natürlich biete die HP Indigo noch weitere Vorteile wie eine sehr plastische Verarbeitung, hohe Druckqualität und Kostenersparnisse, sagt Gnoth.

› www.tintag.de

Faltschachtelproduktion

DER DIGITALDRUCK DRINGT IN DEN VERPACKUNGSMARKT VOR

Ende September haben Mitgliedsunternehmen der PrintCity-Allianz bei einem drupa-Follow-up-Event bei Océ Production Printing in Poing gezeigt, dass der Digitaldruck dem Verpackungsmarkt neue Möglichkeiten für die Herstellung von Verpackungen bieten kann. Dabei präsentierten Océ, Bobst, Eltosch, Esko, Kurz, manroland web systems, Merck, Metsä Board und Weilburger Graphics, welche Möglichkeiten und sogenannten Mehrwerte der Digitaldruck eröffnen kann.

Zu den Vorteilen des Digitaldrucks auch im Verpackungsmarkt zählen die offensichtlichen Nutzenmerkmale wie kleine und mittlere Auflagen, kurze Reaktionszeiten, Micro-Zoning, individualisierte und personalisierte Verpackungen. Dazu gehören auch effiziente Produktions-Workflows und neue Geschäftsmodelle, die höhere Flexibilität in der Produktion und geringere Lagerbestände bieten.

Intelligent mit den ›klassischen‹ Veredelungstechnologien wie Lackierungen, Folien und Prägungen kombiniert, können im Digitaldruck neue Geschäftslösungen entstehen. Eines der vielen Beispiele, die in Poing gezeigt wurden: Canon und Océ hatten gemeinsam eine Verpackung für die Teilnehmer eines Golfturniers gestaltet, das im Oktober 2012 stattfand. Bei dieser limitierten und mit Seriennummern individualisierten Geschenkedition kamen neue Materialien und Technologien zum Einsatz. So beispielsweise ein GD2-Substrat (ohne Primer), bedruckt mit der InfiniStream-Technologie von Océ inklusive Serialisierung, lackiert mit wasserbasiertem Lack von Weilburger Graphics, veredelt mit Heißfolien von Kurz und geprägt (unter anderem mit einer dreidimensionalen Relief-Blindprägung) mit Werkzeugen von Hinderer & Mühlich für Heißfolien- und Blindprägungen.

› www.printcity.de

Verpackungsexperten in Polen

HEIDELBERG GROSSFORMAT-MASCHINE MIT DOPPELLACK

Seit Mitte 2012 produziert Hammer Poznan, die polnische Tochtergesellschaft der Hammer GmbH in Lübeck, mit der ersten Speedmaster XL 145 Sechsfarben-Doppellackmaschine in Polen. Die Faltschachtelexperten stellen mit der Maschine anspruchsvolle Premiumprodukte für die Lebensmittelindustrie nun deutlich effizienter her. Die XL 145 bei Hammer Poznan ist mit Non-Stop-Systemen am An- und Auslager, vollautomatischer Palettenlogistik und simultanen Waschein-richtungen für schnelle Farbwechsel ausgestattet.

Geschäftsführer Wolfgang Grotmann (rechts) und sein Betriebsleiter Ralf Linnerth produzieren im Werk Hammer Poznan mit einer Heidelberg Speedmaster XL 145-6+LYYL und sind von der hohen Qualität und Produktivität beeindruckt.

› www.hammer-luebeck.de
› www.hammer-poznan.pl
› www.heidelberg.com

Rot Grün Blau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Für jede Verpackung den richtigen Lack

Auf der FachPack 2012 unterstrich Fujifilm die Breite seines Angebots hochwertiger Lacke für die Verpackungsherstellung. Angefangen bei Superglanz-, Antirutsch- und gleitfähigen Lacken über Primerlacke bis hin zu Dispersions- und UV-Lacken für den Etikettendruck. Fujifilm liefert Lösungen für praktisch alle Anforderungen.

Migrationsarme Lacke für die Herstellung lebensmittelkonformer Verpackungen bildeten einen Schwerpunkt. So zeigte Fujifilm in Nürnberg unter anderem Getränkeboxen sowie Müsli- und Keksverpackungen, die mit LM-Lacken (Low Migration) bedruckt waren. Migrationsarme Dispersions- und UV-Lacke von Fujifilm entsprechen nach Angaben des Herstellers den neuesten gesetzlichen Bestimmungen, dürfen also mit Lebensmitteln in Berührung kommen. Folglich bieten sie Sicherheit im Druck beziehungsweise in der Veredelung von Verpackungen, sofern die Druckereien ihre Prozesse auch sonst den strengen gesetzlichen Auflagen entsprechend eingerichtet haben.

VIELZAHL SPEZIELLER LACKE Fujifilm bietet für den Verpackungsdruck zudem eine Vielzahl spezieller Dispersionslacke und Sondereinstellungen an. Ein Beispiel sind Superglanzlacke für höchste Glanzgrade, die durch ihre schnelle Trocknung bei hohen Druckgeschwindigkeiten und hohen Lackauftragsmengen extrem glänzende und brillante Lackfilme ermöglichen. Unter guten technischen Bedingungen sowie je nach Bedruckstoff und Verpackungsaufbau erzielen diese Superglanzlacke nach Angaben von Fujifilm UV-ähnliche Glanzergebnisse.
Auch die Antirutsch- und gleitfähigen Lacke von Fujifilm decken alle Anforderungen der Weiterverarbeitung sowie der Befüllung von Faltschachteln ab. Hier steht eine breite Auswahl verschiedener Produkte mit abgestuftem Gleitverhalten zur Verfügung.
Ein weiteres Thema sind Primerlacke, die als Grundlage für UV-Lackierungen oder Folienlaminierungen dienen. Je nach Anwendung müssen diese Lacke unterschiedliche Anforderungen hinsichtlich ihrer Haftkraft und ihrer Optik abdecken. Zudem werden Spezialprimer zunehmend beim digitalen Bedrucken und bei Codierungen eingesetzt.

LACKE FÜR DEN ETIKETTENDRUCK müssen ebenfalls ein enorm breites Spektrum verschiedener Anforderungen abdecken. So umfasst das Angebot von Fujifilm hier Produkte für den Druck auf nicht wegschlagenden Bedruckstoffen wie alubedampfte und gussgestrichene Substrate sowie auf Folien. Zum Teil sind diese Lacke besonders beständig gegenüber Alkohol, Fett, Feuchtigkeit und Hitze, decken also auch hier bei Bedarf anspruchsvollste Anforderungen ab. Viele dieser Dispersionslacke von Fujifilm sind zudem im Flexodruck einsetzbar.
Darüber hinaus werden speziell im Etikettendruck – sowohl im Bogenoffset als auch im Narrow-Web – UV-Lacke von Fujifilm eingesetzt. Hier umfasst das Portfolio des Unternehmens verschiedene Produkte, die unterschiedliche Anforderungen an die Reaktivität, die Härtung und das Gleitverhalten erfüllen.

HIGHEND-QUALITÄT Fujifilm verwendet in der Lackherstellung grundsätzlich hochwertige Rohstoffe und modernste Fertigungstechnologie, setzt hier also konsequent auf Highend-Qualität. Alle Rohstoffe werden sorgfältig ausgewählt und miteinander kombiniert. Die Lacke eröffnen in der Produktion breite Spielräume und zeichnen sich durch perfekte Verdruckbarkeit sowie schaumfreie Verarbeitung aus. Ausgezeichnete Benetzung minimiert den Farbaufbau auf Lacktüchern und führt zu verringerten Waschstopps. Weitere wichtige funktionale Eigenschaften sind die schnelle Trocknung sowie eine hohe Scheuer- und Nassblock-Festigkeit. Damit sind die Lacke von Fujifilm vielseitig einsetzbare Allround-Lacke, die kurze Auftragsdurchlaufzeiten und hohe Prozesssicherheit sicherstellen können.

› www.fujifilm.de

Knapp, kurz und bündig

GMG, Entwickler von Farbmanagement-Softwarelösungen, hat die Software OpenColor freigegeben, mit der sich Sonderfarben mit geringem Aufwand simulieren und vorhersagen lassen. • **Rathgeber**, Spezialist für Kennzeichnungslösungen, ist mit **ClimatePartner** das zweite Jahr in Folge klimaneutrales Unternehmen. • Die Onlinedruckerei **diedruckerei.de** hat ihr Sortiment um Zubehör und Präsentationsartikel für den Werbeauftritt am Point-of-Sale erweitert. • **Durst** erhält für seine Rho Premium- und Omega 1-Tinten GreenGuard-Zertifizierungen. Die GreenGuard zertifizierten Produkte müssen strenge chemische Emissions-Kriterien für mehr als 10.000 flüchtige organische Verbindungen (VOCs) erfüllen.

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.ch

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.ch

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
26. 01. - 29. 01. 2013	**Paperworld**	Frankfurt	www.paperworld.messefrankfurt.com
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
21. 02. - 22. 02. 2013	**Fogra Symposium,** Online Print Symposium	München	www.fogra.org
19. 03. - 21. 03. 2013	**ICE Europe,** 8. International Converting Exhibition	München	www.ice-x.com
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
18. 06. - 19. 06. 2013	**Fogra Symposium,** Digitaldruck trifft Offset	München	www.fogra.org
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
23. 10. - 24. 10. 2013	**Fogra Symposium,** Verpackungsdruck	München	www.fogra.org
2014			
06. 02. - 07. 02. 2014	**Fogra Symposium,** Colour Management	München	www.fogra.org
26. 03. - 02. 04. 2014	**Ipex 2014**	London	www.ipex.org
08. 04. - 10. 04. 2014	**InPrint,** Industrial Print Show	Hannover	www.inprintlive.com
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

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 Mitteldeutschland. In diesem Jahr wurden 97 Künstler eingeladen, zwei grafische Werke nach eigener Wahl einzureichen. Zu sehen sein werden somit knapp 200 Arbeiten.

Franca Bartholomäi, Lichtgesicht, Holzschnitt, 2012.

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

ICE Europe 2013

IDEEN UND KNOW-HOW FÜR CONVERTING-SPEZIALISTEN

Die Messevorbereitungen beim Veranstalter Mack Brooks Exhibitions für die nächste ICE Europe, International Converting Exhibition, laufen auf Hochtouren. Die 8. Internationale Fachmesse für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film und Folie öffnet vom 19. bis 21. März 2013 auf dem Messegelände München ihre Tore. Vier Monate vor Messebeginn haben bereits 340 Aussteller aus 18 Ländern ihre Stände gebucht und belegen 9.300 m² Ausstellungsfläche. Das Ausstellungsprofil der ICE Europe umfasst Maschinen, Zubehör und Systeme zur Beschichtung und Kaschierung, zur Trocknung/Härtung, zur Vorbehandlung, zum Schneiden/Wickeln, zur Konfektionierung sowie Flexo-/Tiefdruck. Daneben werden Materialien, Software, Retrofits, Kontroll-, Mess- und Prüfgeräte, Betriebseinrichtung sowie Consulting- und Lohnverarbeitungs-Dienstleistungen angeboten. Während der ICE Europe 2013 wird eine dreitägige Fachkonferenz stattfinden, die von AIMCAL (Association of International Metallizers, Coaters and Laminators) in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer IVV Institut organisiert wird. Die Themen der Konferenz drehen sich um Beschichtung, Kaschierung und Druck; Handling und Converting sowie Klebstoffe und Adhäsion.
› www.ice-x.de

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

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

ONLINE PRINT SYMPOSIUM E-Business Print, Online-Shop und Web-to-Print sind die Schwerpunktthemen des Online Print Symposiums von bvdm, 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

CLIMATEPARTNER ACADEMY Die ClimatePartner Academy wird aufgrund des Erfolgs der Seminarreihe im Herbst 2012 ausgebaut und um einen weiteren Standort verstärkt. Das neue Programm startet ab dem 24. Januar 2013 mit dem Modul ›Druck, Papier, Verpackung‹. In diesen Veranstaltungen erhalten die Teilnehmer Informationen zu CO_2-Bilanzierung, Klimaschutzstrategien, klimaneutralem Druck und klimaneutralen Verpackungen, zu FSC- und PEFC-Zertifizierungen und zur Kommunikation ihres Engagements. Die erweiterte Seminarreihe findet in Kooperation mit dem FSC Deutschland und der GFA Certification GmbH in Berlin, Bern, Hamburg, Heidelberg, Innsbruck, München, Neuss, Wien und Zürich statt. › www.climatepartner.com

Top Level Seminar

SPITZENLEISTUNGEN ERBRINGEN

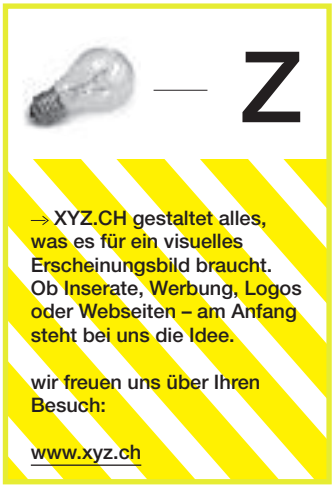
Unter dem Titel: ›Persönliche Spitzenleistungen erbringen und Menschen zum Erfolg führen‹ veranstaltet die Michael Dömer Unternehmensberatung vom 3. bis 5. Februar 2013 im Schlosshotel Reichenschwand bei Nürnberg ein Top-Level Seminar mit dem Coach, Rhetoriker und Buchautor Dieter Lange. Dieter Lange schafft in seinen Seminaren den wesentlichen Kick, den jeder braucht, um Power für sich und die Verwirklichung seiner persönlichen und beruflichen Ziele zu bekommen. Außerdem werden ganz konkrete umsetzbare Handlungsanleitungen für Erfolg gegeben. Das Seminar ermöglicht Antworten auf die Fragen: Wie verschaffe ich mir Klarheit, was und wohin ich wirklich will?; Wie stärke ich meine intuitiven, visionären Fähigkeiten?; Wo liegen meine Begrenzungen und wie kann ich mich davon frei machen?; Wie kann ich mir neue Leistungs- und Energiepotenziale erschließen?; Wie gehe ich mit hohen Belastungssituationen um?; Wie kann ich das Feuer der Begeisterung auf andere übertragen?
Dieter Lange lehrt auch als Gastdozent unter anderem an der Havard Business School und der Universität St. Gallen. Er hat neben vielen Managementteams der Wirtschaft auch namhafte Spitzensportler mit seinem Coaching beim Erfolg unterstützt und Wege aufgezeigt.
› www.michaeldoemer.de

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

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
24. 01.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	Berlin
25. 01.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	Hamburg
30. 01.	**SVI,** Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Bülach
31. 01.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	CH-Bern
01. 02.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	CH-Zürich
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
18. 02. - 19. 02.	**Fogra,** Farbmanagement – Grundlagen	München
20. 02.	**tgm,** Elektronisch Publizieren 2013 ›2. Abend‹	München
22. 02.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	A-Wien
22. 02. - 23. 02.	**tgm,** Bild-Text-Buch	München
25. 02. - 26. 02.	**Polar,** Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
26. 02.	**Fogra,** Farbmanagement für Experten	München
26. 02. - 12. 03.	**tgm,** DRUPAL für Gestalter und Konzeptioner	München
27. 02.	**Fogra,** Farbmanagement im Digitaldruck	München
28. 02.	**Fogra,** Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
01. 03.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	München
03. 03.	**tgm,** Anspruchsvolle Gestaltung trifft kleines Budget	München
04. 03. - 05. 03.	**Polar,** Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
05. 03.	**tgm,** Die unerträgliche Leichtigkeit des Design	München
06. 03.	**tgm,** Elektronisch Publizieren 2013 ›3. Abend‹	München
06. 03. - 07. 03.	**Polar,** Compucut-Kurse	Hofheim
07. 03.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	Heidelberg
08. 03.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	Neuss
12. 03.	**Fogra,** Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München
12. 03. - 14. 03.	**Management Forum Starnberg,** Ausbildung zum Key-Account-Manager	Miesbach
13. 03. - 14. 03.	**Fogra,** Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
15. 03.	**ClimatePartner,** Druck, Papier, Verpackung	A-Innsbruck
19. 03. - 22. 03.	**Fogra,** Fehler an Druck-Erzeugnissen	München
20. 03.	**tgm,** Elektronisch Publizieren 2013 ›4. Abend‹	München
22. 03. - 23. 03.	**tgm,** InDesign ›Part Zwei‹	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:
› www.climatepartner.com
› www.fogra.org
› www.polar-mohr.com
› www.svi-verpackung.ch
› www.tgm-online.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



DIENSTLEISTUNGEN

DRUCKEREIBEDARF

DRUCKFARBEN

LETTERSHOP/VERSAND

MAILINGPRODUKTION

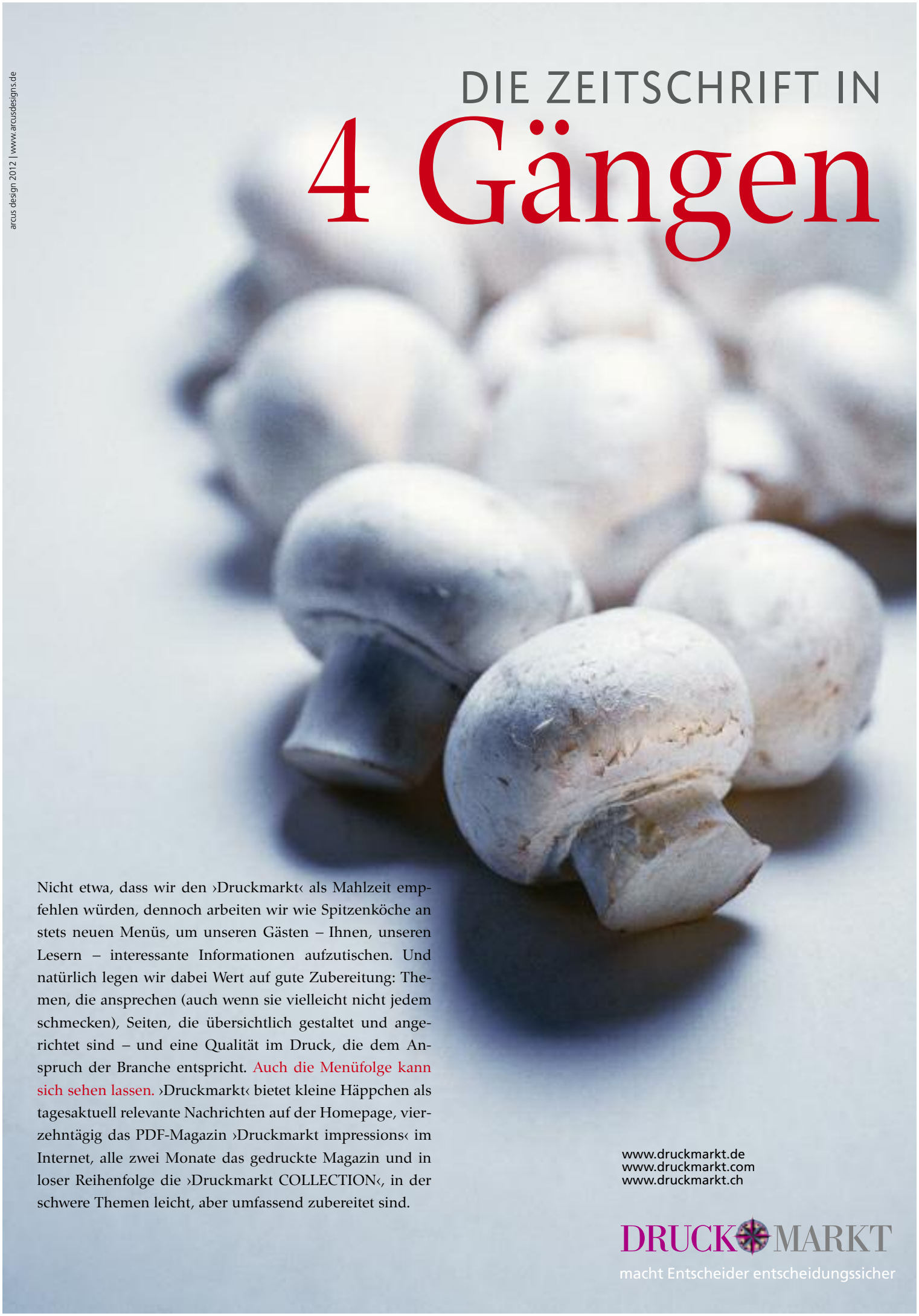
WEITERVERARBEITUNG

WEITERVERARBEITUNG

WEITERBILDUNG

arcus design 2012 | www.arcusdesigns.de

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 angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen. ›Druckmarkt‹ bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, vierzehntägig das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die ›Druckmarkt COLLECTION‹, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.

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

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher