

DRUCK MARKT

29. Dezember 2012

impressions 61

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



worldwide published



Guten Rutsch und einen guten Start ins neue Jahr

Foto: Michael Horn | pixelto.de

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.

Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Branchengeschehen: Review 2012. Seite 4.
Print & Finishing: Klimaneutral gestellte Finishing-Maschinen. Seite 22.
Digital- und Offsetdruck: Bingo und weitere Volltreffer. Seite 25.
Kommunikation: Typografie und Design fürs E-Publishing. Seite 34.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 38.

www.druckmarkt.com 
www.druckmarkt.ch 

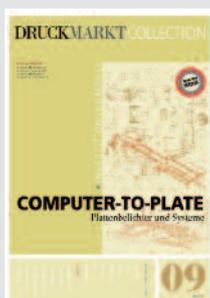
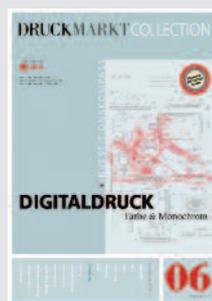
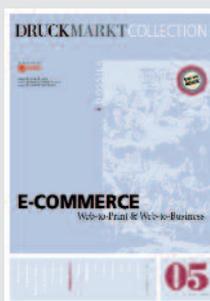


DIE Schlaumacher

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

Die »Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt »Druckmarkt« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

www.druckmarkt.com



Soeben neu erschienen ist der »Investitionskompass Digitaldruck«. 44 Seiten stark und mit Marktübersichten von weit über 200 Digitaldruckmaschinen sowie flankierenden Fachbeiträgen prall gefüllte Heft, ist das aktuellste Nachschlagewerk über die digitale Drucktechnik. Das neue Heft sowie weitere Werke und Dossiers aus der Fachschriftenreihe Druckmarkt COLLECTION sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen, jetzt reduzierten, Betrag von 15,00 Euro (18,00 CHF) zu beziehen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Strukturwandel vor allem jenseits der Branche

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

Inhalt

Markt & Zahlen

- 04 Review 2012
- 10 Nachrichten
- 11 Traditionswerk Plauen wird geschlossen
- 12 Menschen & Karrieren

Print & Finishing

- 14 Nachrichten
- 20 Bogendrucksysteme für mehr Produktivität
- 22 Klimaneutral gestellte Maschinen für die Weiterverarbeitung
- 25 Bingo und weitere Volltreffer
- 26 Digitale Bücherproduktion inline
- 30 Siemer Kartonagen installiert Expertfoil von Bobst

Kommunikation

- 34 Typografie und Design fürs E-Publishing

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen

- 43 Business to Business

Es ist wohl nicht übertrieben, wenn wir heute feststellen, dass ein schwieriges Jahr zu Ende geht. Die unerfreuliche wirtschaftliche Lage schlug dabei nicht nur auf die Branche, sondern auch auf deren Kunden durch. Schlecker oder Neckermann sind nur die prominenten Namen neben all den kleineren Unternehmen, die scheiterten. 29.500 Insolvenzen werden 2012 in Deutschland gezählt. Das ist zwar weniger als in den drei Jahren zuvor, doch sind seit 2009 etwa 125.00 Unternehmen verschwunden und mit ihnen 1,34 Mio. Arbeitsplätze. Dabei wurden seit 2009 Rechnungen in Höhe von 171 Mrd. € nicht bezahlt. Das müssen die Gläubiger (auch Druckereien) wegstecken, den Verlust der Arbeitsplätze jedoch die Mitarbeiter.

Und das soll keinen Einfluss auf die Druckindustrie haben? Wenn lamentiert wird, die Auflagen von Tageszeitungen und Zeitschriften gingen zurück, mag das an einem sich ändernden Medienverhalten liegen. Vielleicht. Weit schwerer aber wiegt doch, dass die mit jeder Insolvenz arbeitslos gewordenen Menschen ihr knappes Budget eher für Lebensmittel benötigen als für gedruckte Medien. Allein der Verzicht auf gedruckte Medien (ca. 40 € pro Kopf und Jahr) der aktuell 2,7 Mio. Arbeitslosen addiert sich auf 108 Mio. €. Und rechnet man nur einmal damit, dass jedes der in die Insolvenz geschlitterte Unternehmen jährlich nur 1.000 € für Werbung, Kleinanzeigen, Geschäftsdrucksachen etc. ausgegeben hätte, sind der Branche in den letzten vier Jahren 125 Mio. € entgangen.

Wer sich also den strukturellen Wandel der Gesellschaft nicht vor Augen hält, wird auch nicht verstehen, weshalb es hierzulande für die Druckindustrie kaum noch Wachstum geben wird. Wohl auch nicht im nächsten Jahr.



Dennoch wünschen wir Ihnen einen guten Rutsch 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



Review 2012

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Eigentlich sind Jahresrückblicke überflüssig, schließlich haben wir doch alles selbst erlebt, zumindest aber davon gehört oder gelesen. Dennoch hat eine derartige Revue den Reiz, dass sich zurückliegende Ereignisse aus der Distanz und in ihrer Abfolge besser verstehen lassen. Und wenn wir ganz ehrlich sind: 2012 war schon ein außergewöhnliches Jahr.



Schlechte Nachrichten begleiteten unsere Berichterstattung von Beginn des Jahres 2012 an. Doch es gab auch verhaltenen Optimismus bei den Zahlen, die einige Verbände vorlegten. Im Gegensatz zur herstellenden Industrie aus dem Maschinenbau hat sich das Druckvolumen in einigen Segmenten der Branche stabilisiert. Und natürlich spielte die drupa 2012 eine wichtige Rolle in unserer Berichterstattung.

Mit Ungewissheit und Unsicherheit startete das Jahr 2012. Der Schock der Insolvenz von manroland steckte noch in den Knochen, als die Meldung aus den USA rüberschwappte, dass auch Kodak insolvent ist – jedoch mit der Chance des amerikanischen Insolvenzrechts (Chapter 11), sich innerhalb einer Frist von einigen Monaten (avisiert ist das Jahr 2013) selbst zu sanieren, also am eigenen Schopf aus dem Sumpf zu ziehen. Keine guten Vorzeichen für das noch junge Jahr also. Was würde noch passieren, welche Hiobsbotschaften würden danach kommen? Für die meisten in der inzwischen krisenerfahrenen Branche hielten sich die folgenden Ereignisse jedoch im Rahmen des Erwarteten.

Rollen unter Druck

manroland wurde in Rollen- und Bogenoffset zerschlagen, gekauft von je einem deutschen und einem britischen Mischkonzern. Beide gingen getrennt und mit abgespeckter Mannschaft wieder an den Start. Wie erfolgreich lässt sich noch nicht mit Bestimmtheit sagen, denn der Offenbacher Bogenbereich hat im November weitere Mitarbeiter entlassen und wird Teile seiner Immobilien und Werkzeugmaschinen verkaufen.

Ebenso wenig lässt sich heute sagen, ob Heidelberg oder KBA die Schwäche der neuen manroland-Gesellschaften nutzen konnten. Sicherlich dürfte KBA im internationalen Rollengeschäft profitiert haben. Wenn man hier wirklich noch von Geschäft sprechen mag. Denn der Ausblick, den KBA auf den Markt der Zeitungs- und Akzidenzrollenmaschinen gibt, ist eher beängstigend. Denn der Verkauf von Rollendruckmaschinen (Zeitungs- und Akzidenzmaschinen) hat seit inzwischen gut vier Jahren dramatisch an Wert eingebüßt. Nach Zahlen von KBA wird der ehemals über 2,3 Mrd. € schwere Markt (2005) auf möglicherweise unter 500 Mio. € Umsatz sinken (Prognose 2015).

Was ja beileibe nicht bedeutet, dass nichts mehr auf Rotationen gedruckt würde. Im Gegenteil rechnet die EWA, der Zusammenschluss von Akzidenz-Rollendruckereien, für 2013 gar mit einer noch besseren Auslastung als 2012. Das Beilagengeschäft könnte nach Prognosen der EWA stabil bleiben, das Zeitschriftengeschäft müsse jedoch differenziert betrachtet werden.

Magazine machen Druck

Eigentlich verwunderlich, da es noch nie so viele Neugründungen an Magazinen gab wie 2012. Der Markt für

Lesestoff ist also ganz offenbar vorhanden. Möglicherweise sogar mehr denn je. Es gibt Ableger bekannter Printtitel, von TV-Formaten abgeleitete Magazine und neue Kundenmagazine von Internet-Kaufhäusern wie Zalando, die neben dem Internet nun auch Print entdeckt haben. Und unter den Neuerscheinungen sind viele Titel, die sich rund um Essen, Trinken, Autos und Lifestyle bewegen. Alles Themen, die Gefühle und Emotionen verbinden und nach einem haptischen Erlebnis (auf Papier) verlangen.

So tummeln sich inzwischen über 3.000 Fachzeitschriften, rund 2.000 Publikumszeitschriften und mehr als 1.000 Kundenmagazine alleine auf dem deutschen Markt. Und die wollen alle gedruckt werden. Es sind aber nicht mehr die Massenauflagen wie vor Jahrzehnten, sondern vergleichsweise bescheidene Auflagen, die durchaus auch im Bogenoffsetdruck zu bewältigen sind. Auch deshalb sind weniger neue Akzidenzrollen notwendig.

Der Markt in Unruhe

Doch trotz leichter Belegungstendenzen kommt auch der Bogenoffsetdruck und mit ihm das Geschäft rund um die Druckmaschinen offenbar nicht so richtig in Schwung. Zwar gibt es eine Reihe neuer, noch leistungsfähigerer Modelle, doch der Absatz lahmt in etlichen Ländern. Vor allem auch im Euro-Raum. Das wiederum macht den Herstellern und dem Handel so zu schaffen, dass es im zurückliegenden Jahr gravierende Veränderungen gab. Wie sehr die Händler-Szene durchgemischt wurde, haben wir in den letzten Ausgaben bereits beschrieben. Doch daneben kommt der Markt generell nicht zur Ruhe.





In der Öffentlichkeit wurden 2012 Medien-Themen ausführlich diskutiert, während branchenintern die technischen Themen in einem drupa-Jahr naturgemäß überwogen. Doch auch Themen wie Wirtschaftlichkeit einzelner Druckverfahren führten zu regen Diskussionen – ebenso wie das Thema Nachhaltigkeit eine Rolle spielte. Zwar eher unterschwellig, doch stets präsent.



Wieder einmal hat es auch im Jahr 2012 selbst namhafte Druckereien in die Insolvenz getrieben. Die Ursachen sind zwar vielfältig, gerne wird auch von hausgemachten Problemen gesprochen, doch die wahren Ursachen dürften wohl der gnadenlose Wettbewerb (nicht zuletzt durch industrielle Druckbetriebe wie »Internet-Druckereien«), die über dem Bedarf liegenden Kapazitäten in der Druckindustrie und der Sparzwang vieler Kunden sein, wodurch es, wenn nicht gar weniger Aufträge, so zumindest doch immer kleinere Auflagen gibt.

Diese aber sind mit konventionellen Arbeitsabläufen und Maschinen offenbar nicht mehr wirtschaftlich abzuwickeln. Ein Teufelskreis, denn nur noch die wenigsten Druckereien sehen sich in der Lage, umfangreich in neues Equipment zu investieren, um im Wettbewerb zu bestehen oder ihr Geschäft auszubauen.

Ja, es gibt auch Ausnahmen. Elanders Germany beispielsweise (neben einigen anderen). Elanders sticht jedoch hervor, weil das Unternehmen nicht nur die Kapazitäten im Digitaldruck verdoppelt, sondern gerade erst den Spatenstich für ein neues Kompetenzzentrum gesetzt hat. Damit baut Elanders den Standort in

Waiblingen zu einem Ort aus, der alle Dienstleistungen rund um Druck und Verpackung unter einem Dach vereint. Zig Millionen Euro nimmt Peter Sommer in die Hand, um das Unternehmen weiter zu stärken. Dabei bietet Elanders schon heute mustergültige Anwendungen im Kommunikationsmix an. Diese Lösungen sollen erweitert und das Unternehmen ein breit aufgestellter Print- und Mediendienstleister werden.

Genau das aber gelingt dem Rest der Branche offensichtlich nicht.

Print und Medien?

Die Absage der digi:media mangels Beteiligung unterstreicht diese Aussage mehr als deutlich. Nach Angaben der Messe Düsseldorf hätten sich in den für diese Messe wichtigen Bereichen Web und Mobile keine Aussteller zu einer Teilnahme bewegen lassen.

Was einerseits bedeutet, dass die Big Player im Kommunikationsgeschäft kein Interesse an der Druckindustrie haben oder sie als Partner nicht ernst nehmen. Und was andererseits nahelegt, dass der Anspruch der sogenannten Print- und Medienindustrie, Hersteller auch von nicht papiergebundenen Medien zu sein, nicht zutrifft. Medien jenseits der bekannten Drucksachen spielen zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung keine Rolle.

Print, Web und Mobile – eine Vision, die sich (zumindest bisher) nicht bewahrt hat. Denn ein Shop im Internet beweist noch längst keine Medienkompetenz.

Es wird nichts mehr gedruckt?

Apropos Öffentlichkeit und Wahrnehmung. Wenn in der Kneipe erzählt wird, heute werde doch nichts mehr gedruckt, spricht das wohl Bände. Nicht etwa, dass ich keine Antworten darauf wüsste, doch wird

deutlich, dass Drucken und Drucksachen so selbstverständlich geworden sind wie der Strom aus der Steckdose. Er ist einfach da. Warum, wie und woher weiß wohl niemand. Diese Unkenntnis wird noch genährt durch die einseitige Berichterstattung in verschiedenen Publikationen oder im Internet, wo der digitale Hype in keinem Verhältnis zur Realität steht. Alles nur noch digital, alles nur noch im Internet, auf Tablets und Smartphones? Wer die Medien (auch gedruckte) verfolgt, muss tatsächlich glauben, dass es den Druck gar nicht mehr gibt.

Twitter-Tussi

Wenn zur Wahlberichterstattung in den USA, zu Hurrikans oder anderen inzwischen zu riesigen Spektakeln aufgebauchten Medienereignissen nunmehr eine »Twitter-Tussi« (so das Medien-Portal Meedia) vom Tablet abliest, was im Web gerade »so abgeht«, fragt man sich doch, ob das Vorlesen des Internets nicht zu den Absurditäten gehört, die wir uns für unsere Gebühren gefallen lassen müssen. Zumal das Niveau solcher zum Vortrag gebrachten Informationen (»Was sagt das Netz?« oder »Das wurde jetzt in einer Minute x mal retweetet.«) eher dürftig sind.

Reportagen

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT

macht Entscheider entscheidungssicher.

Vor einigen Jahren noch wurde getwittert, was das Fernsehen gerade sendet. Heute sendet das Fernsehen, was gerade getwittert wird. Das ist doch Realsatire! Wollte ich wirklich wissen, welche Aussagekraft hinter den 140 Zeichen steht, könnte ich doch selbst twittern!

Zeitungsmarkt

Genau so, wie ich Zeitung lese, um mich zu informieren.

Doch auch hier scheinen einige Dinge durcheinander geraten zu sein. Für mich ist im Laufe der vielen Diskussionen um die Geschäftsmodelle der Zeitung der Eindruck entstanden, dass es nur noch um das Vermarkten der Zeitungen, nicht mehr um das Vermitteln von Informationen geht.

Da werden schier endlose Diskussionen über Qualitäts-Journalismus geführt und die Redaktionen gleichzeitig weiter ausgedünnt. Dabei liegen die Kosten einer Redaktion bei 25% der Blattherstellung, also deutlich unter den Herstellungs- und Vertriebskosten.

Aber drücken wir es einmal ganz vorsichtig aus: Die Zeitungsindustrie sucht seit geraumer Zeit nach Möglichkeiten, ihre Produktionsumgebungen zu optimieren und gleichzeitig ein ausgewogenes sowie profitables Verhältnis zwischen Druckproduktion und digitalem Publishing zu realisieren. Dass dabei Welten aufeinander prallen, ist in fast jedem Verleger-Interview nachzulesen.

Zwar sagen alle übereinstimmend, das Digitalgeschäft, Paid-Content und Apps seien richtig und wichtig, doch unterscheiden sich die Einschätzungen massiv, wenn es um die Perspektiven von Print geht. Für die einen ist Print weiterhin die tragende Säule auch für das zukünftige Geschäft, für andere ist Print ein Auslaufmodell: im Moment noch re-

levant (weil umsatzträchtig und profitabel), tendenziell aber immer weniger interessant. Nach dem Niedergang der ›Frankfurter Rundschau‹ und der Einstellung der ›Financial Times‹ dürften die Hardliner in Sachen Digitalisierung wohl die Oberhand gewinnen.

Zeitungsland Deutschland

Nun könnte man leicht ins gleiche Horn blasen wie die gesamte aufgeschneute Medienszene und dem Internet, dem Management oder wem auch immer die Schuld geben. Doch darf man nicht übersehen, dass die ›FR‹ nie wirklich eine überregionale Zeitung war und schon seit Jahren Schlagseite hatte. Und die ›FTD‹ war, wenn man so will, nichts anderes als eine Fachzeitschrift mit Wirtschafts- und Börsenmeldungen für eine begrenzte Zielgruppe.

Daraus nun abzuleiten, die gesamte deutsche Zeitungsbranche stünde am Abgrund, ist vermessen. Passt aber in die Kommentare derer, die es sich so wünschen.

Dabei erreichen Zeitungen mit ihren Printausgaben und Online-Auftritten nach Angaben der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, des Marketing-Dienstleisters der Zeitungsverlage, 79,3% der deutschsprachigen Bevölkerung. Nach der Verbraucher-Analyse lesen 55,7 Mio. Menschen in Deutschland regelmäßig Zeitung. Nach einer Erhebung des Verbandes WAN-Ifra sind es weltweit 2,5 Mrd. Menschen, die regelmäßig gedruckte Zeitungen lesen. Dabei seien die Auflagen im vergangenen Jahr auf 512 Mio. Exemplare gestiegen, zwischen 2007 und 2011 sei der Markt um 4,2% gewachsen. Dies sei auf das Wachstum in Asien zurückzuführen, das die Auflagenverluste in anderen Teilen der Welt mehr als ausgeglichen habe. Na gut, werden einige sagen, das hilft mir hier aber nicht weiter.

LESETIPP

Zeitungen 2012/2013: Zahlen, Daten, Fakten

Zeitungsverlage können als Sieger aus dem digitalen Wandel hervorgehen, wenn sie das analoge Geschäft stärken, Investitionen in neue Geschäftsfelder tätigen und den Digitalbereich ausbauen. Das ist die zentrale Aussage des Jahrbuchs des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV).

Anhand von internationalen Best-Practice-Beispielen und Studien präsentieren darin 23 Wissenschaftler, Digitalexperten und Verlagsmanager Ansätze für die Verlagsagenda. Dabei gehen sie unter anderem den Fragen nach, wie erfolgsversprechende Ansätze für hyperlokalen Journalismus aussehen können, welche medienpolitischen Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit multinationalen Großkonzernen benötigt werden und wie Leser, Nutzer und Anzeigenkunden langfristig an das Medium Zeitung gebunden werden können.



Der Medienjournalist Christian Meier analysiert: »Verlage müssen ihr Businessmodell ändern. Es geht nicht länger um den Verkauf gedruckter Zeitungen, sondern um den Vertrieb von Reichweiten über viele Kanäle«. Dafür bedürfe es jedoch neuen Know-hows, speziell im Technikbereich. Sein Rat ist daher: »Technologieexperten müssen überall im Verlag mitreden.« Neue Wege gelte es auch im Online-Geschäft einzuschlagen, zeigt sich Verlagsberater Gregor Waller überzeugt. Er empfiehlt: »Bezahlschranken im Netz und Mobile-Angebote müssen ein Teil der Gesamtverlagsstrategie sein. Losgelöste Ideen sind kontraproduktiv und zum Scheitern verurteilt.«

Wie lassen sich einzigartige Inhalte herstellen, die den Lesern einen besonderen Wert bieten? Aus Sicht von Prof. Stephan Weichert heißt die Lösung: »In den Redaktionen müssen sich interdisziplinäre Teams aus Video- und Printjournalisten, Programmierern und Gestaltern bilden, die zusammen ein publizistisches Projekt begleiten.«

Überzeugende Bestandteile von ›Zeitungen 2012/13‹ sind außerdem Fachaufsätze sowie der ausführliche Bericht zur wirtschaftlichen Lage der Verlage mit Schaubildern und Tabellen.

Das Jahrbuch kann zum Preis von 24 € bestellt werden.

► www.zv-online.de

drupa-Löcher

Ach ja, und dann war dieses Jahr ja auch noch drupa.

Für viele mit Spannung erwartet, ob sie nun eine Inkjet- oder Digitaldruck-drupa würde, brachte sie noch mehr und noch komplexere Technik in allen Bereichen – und im Vorfeld

Investitionszurückhaltung, was bisher als ›drupa-Loch‹ bekannt war. Dass die Hersteller auf der drupa selbst Geschäfte machen würden, war absehbar, doch konnten diese den Umsatz-Rückstand nicht kompensieren. So verhandelte die Investi-



BUCHTIPP

Kunst aus Büchern

Wem Gedrucktes tatsächlich nichts mehr bedeutet, dem gibt das Buch ›Kunst aus Büchern‹ genügend Anregungen. Jason Thompson beweist, dass Bücher auch außerhalb eines Regals noch eine Funktion erfüllen können. Durch Falten, Rollen, Zerschneiden und Heften entstehen neue Objekte dekorativer oder funktionaler Art, die mit dem ursprünglichen Buch nichts mehr gemein haben. Die Verwendungsmöglichkeiten reichen von Briefumschlägen und Postkarten bis hin zu Visitenkartenhaltern, Handtaschen oder Uhren. Dabei liefert



Thompson in einem Kapitel Hintergrundinformationen zu verschiedenen Materialien, Utensilien und Techniken der Buchbinderei und macht den Leser mit der Anatomie eines Buches vertraut.

Da könnte man glatt auf die Idee kommen, weniger Makulatur einzusparen und stattdessen die bedruckten Bogen an Kunstbe-

flissene zu verkaufen. Oder auch einfach mehr drucken, um es anschließend zu recyceln. Aber im Ernst: Das Buch bietet zumindest Bastlern Vergnügen mit ausrangierter Literatur.

Jason Thompson: Kunst aus Büchern. 28 Projekte für Recycling
Haupt Verlag,
152 Seiten, durchgehend farbige Abbildungen, Klappenbroschur
24,90 € (Deutschland), ISBN 978-3-258-60052-9

tionszurückhaltung vor der Messe dem einen oder anderen so richtig die Bilanz (zum Beispiel Heidelberg oder MB Bäuerle), was für den Hersteller aus dem Schwarzwald zuerst die Insolvenz und dann fast das Aus bedeutete, hätte sich nicht in letzter Sekunde noch ein Investor gefunden. Auch mit dem Geschäft nach der Messe zeigten sich einige Hersteller wenig zufrieden. Vom ›Strohfeuer drupa‹ war gar die Rede.

Doch auch was sich auf der Technik-Seite abspielte, ist im Rückblick zum Teil ernüchternd. Es gab zwar vieles aus dem Maschinenbau, was sofort kaufbar war und auch in der Praxis funktioniert, doch die drupa-Renner wie Nano-Ink oder der Highspeed-Inkjetdruck waren eher ein Hype, denn kaum etwas ist marktreif.

Ohnehin täuschte die nahezu allgegenwärtige Präsenz des digitalen Drucks über die Tatsache hinweg, dass der Offsetdruck noch immer das beherrschende Druckverfahren ist. Doch auch wenn der Digitaldruck bei den Volumen noch immer ein Nischendasein fristet, ist er in allen Bereichen des Drucks auf dem Vormarsch. Und er wird mittelfristig genügend Anwendungen bieten, die wirtschaftlich zu betreiben sind, wenn das betriebliche Umfeld stimmt.

Vergiss es!

Jetzt, wo das Jahresende erreicht ist, steht fest: 2012 wird sicherlich nicht als das Jahr des großen Aufbruchs der Branche gefeiert, sondern von den meisten wahrscheinlich nach

dem Motto ›Vergiss es!‹ abgehakt werden. Dabei werden die endgültigen Zahlen, die jetzt noch nicht vorliegen, das Ausmaß des ›printmedialen Zustands‹ erst im Laufe der nächsten Monate offenbaren.

Auch wir Fachmagazine haben 2012 wieder geblutet. Denn selbst wenn in jedem Lehrbuch für Marketing steht, man solle antizyklisch werben (insbesondere dann, wenn es andere nicht tun), ist dergleichen nicht passiert. Noch nicht einmal in einem Jahr, in dem eine drupa stattfand und die Messe früher einmal für Mehrumsatz beim Anzeigengeschäft gut war und sowohl die Seitenzahlen als auch die Auflagen der Fachmagazine in die Höhe trieben.

Nichts von alledem. Und warum? Weil in Krisenzeiten nicht das Marketing, sondern das Controlling den Stift in der Hand hat – den Rotstift. So haben viele Unternehmen ihre Ausgaben für Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit massiv zurückgefahren.

Die Zurückhaltung bei den Werbegeldern hat aber auch Konsequenzen

für die Branche selbst. Denn mit jeder Drucksache, die zwar geplant, dann aber nicht gedruckt wird, bröckelt ein Stück mehr aus der Fassade der Branche.

Ende des Monopols

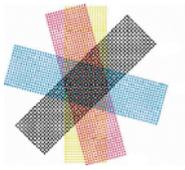
Waren es nach der Revolution durch Desktop-Publishing Mitte der 1980er Jahre die Veränderungsprozesse innerhalb der Branche, die alles schneller, besser und günstiger werden ließen, sind es nun andere Medien, die schneller und günstiger sind als bedrucktes Papier.

So gesehen ist die grafische Branche ein Paradebeispiel dafür, wie sich einst blühende Geschäfte mit der Kontrolle über und der Verbreitung von Bildern und Informationen dezimieren können. Die Branche wird deshalb nicht verschwinden, aber das Monopol der Informationsverteilung ist durch die neuen Möglichkeiten der Kommunikation gebrochen. Der Markt der Drucksachen aller Art wird langfristig weiter darunter leiden. Diesem Prozess ist nur wenig entgegenzuhalten. Und zu glauben, dieser Trend könne verändert oder gar umgekehrt werden, ist reines Wunschdenken.

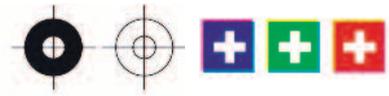
Und so endet das Jahr 2012, wie es begonnen hat: mit Ungewissheit. Mit der Ungewissheit, wie lange das alles noch gut geht. Aber mit der Sicherheit, dass 2013 abermals Veränderungen mit sich bringen wird. Die (digitale) Revolution wird in weitere Bereiche vordringen und dabei viele Märkte in kurzer Zeit völlig verändern oder ganz neue entstehen lassen.

Das könnte Trost und Hoffnung zugleich sein. Denn in einem ist die Branche seit Jahrzehnten erfahren: im Wandel.





2013

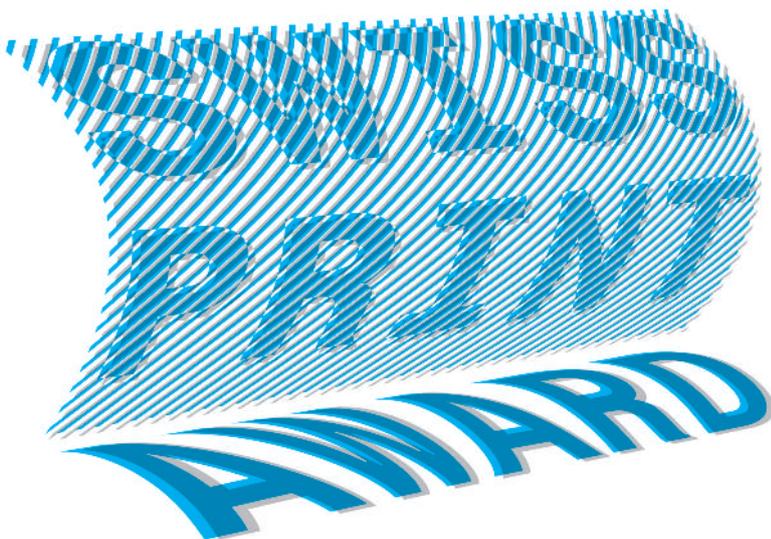


Lust auf Print

Seit 2004 wurde der «Druckmarkt-Award» geschrieben 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 Verkaufunterstützung eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse, Technik etc. spielen dabei keine Rolle.

Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Technologie- und Materialhersteller sowie Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung einer Drucksache beteiligt ist. Die Teilnahme am «Swiss Print Award» 2013 ist letztmalig kostenfrei, ab 2014 wird eine Teilnahmegebühr erhoben.

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

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

› www.druckmarkt-schweiz.ch





WECHSEL BEI POLAR MOHR Der langfristig geplante Wechsel in der Geschäftsführung der Polar-Mohr-Gruppe steht vor seinem Abschluss.



Dr. Markus Rall tritt in die Geschäftsführung des Herstellers von Schneid- und Stanzsystemen ein. Alfred Henschel, der vor Kurzem seinen 63. Geburtstag feierte, übergibt als bisheriger Sprecher der Geschäftsführung seine Aufgaben an Dr. Rall, der seit 1. Oktober 2012 im Unternehmen tätig ist. Er verantwortet neben den Bereichen Finanzen, Personal und Einkauf der Polar-Mohr-Gruppe auch die Forschung und Entwicklung sowie Konstruktion und Technik. Jürgen Freier, seit Ende des vergangenen Jahres im Unternehmen, verantwortet als Geschäftsführer die Bereiche Vertrieb, Marketing und Service. ▶ www.polar-mohr.com

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT Die Glunz & Jensen A/S hat ihren Geschäftsbereich Registerstanzen und Biegegeräte an die Nela Ternes Register Group in den USA verkauft. Dies sei Teil einer strategischen Partnerschaft der beiden Unternehmen mit dem Ziel, gemeinsam Druckvorstufenlösungen für Zeitungen anzubieten. Nela wird Glunz & Jensen Entwicklungsgeräte und Glunz & Jensen im Gegenzug Registerstanz- und Biegesysteme von Nela vertreiben. Die beiden Unternehmen haben nach eigenen Angaben gemeinsam mehr als 3.000 Inline-Systeme für die Druckplattenherstellung in Zeitungsdruckereien installiert und seien die führenden Anbieter in ihren Geschäftsfeldern. ▶ www.nela.de

AUFGABE ERFÜLLT Zum Jahreswechsel zieht sich Alfred Rothländer aus der Geschäftsleitung von manroland Sheetfed zurück. Er war nach der Übernahme durch die Langley-Gruppe als Interims-Geschäftsführer in das Unternehmen gekommen. Der 67-jährige Rothländer war im Februar 2012 aus dem Ruhestand geholt worden, als der britische Industrielle Tony Langley den Druckmaschinenhersteller kaufte. »Meine Aufgabe ist erfüllt. Wir haben alles unternommen, um manroland wieder zukunftsfähig zu machen und ich bin überzeugt, dass das Unternehmen jetzt gut aufgestellt ist«, wird Rothländer in einer Unternehmensmitteilung zitiert.

WETZEL-GRUPPE ÜBERNOMMEN Die Matthews International Corporation hat die Wetzel Holding AG, Wetzel GmbH und Tochtergesellschaften der Wetzel-Gruppe übernommen. Wetzel ist Anbieter von Prepress Services und Tiefdruckformen. Neben dem Hauptsitz der Wetzel Gruppe in Münchenstein (Schweiz) unterhält das Unternehmen Produktionsstätten in Deutschland und Polen. Wetzel wird Teil des grafischen Geschäftsbereichs von Matthews International. Mit etwa 400 Mitarbeitern wurde 2012 ein Umsatz von rund 40 Mio. € erzielt. Mit dieser Akquisition baut Matthews seinen Bereich Rotogravur weiter aus, zu dem schon das Unternehmen Saueressig gehört. ▶ www.matthewsbrandsolutions.com

Pro Carton

CO₂-FUSSABDRUCK IN DREI JAHREN UM 5% REDUZIERT

Seit 2005 erhebt Pro Carton regelmäßig Daten über die Umwelteinflüsse aus der Produktion von Karton und Faltschachteln in Europa. Der jüngste Bericht enthält die Lebenszyklus-Daten aus dem Jahr 2011, einschließlich Frischfaserkarton, Recycling-Karton und gedruckter Faltschachteln.

Vergleicht man die Zahlen aus dem Jahr 2011 mit denen aus 2008, ergeben sich Verbesserungen in mehreren Umwelteinflusskategorien. Viele davon sind auf effizienteren Einsatz von Elektrizität, vermehrte Nutzung von Bio-Energie und verbesserte Messung und Kontrolle des Wasserverbrauchs zurückzuführen. Der Durchschnittswert des CO₂-Fußabdrucks für die Karton- und Faltschachtelindustrie liegt nunmehr bei 915 kg/t fossiler CO₂-Äquivalente.

Dieser neue Wert des CO₂-Fußabdrucks zeigt, dass die Industrie ihre umweltrelevanten Leistungen kontinuierlich verbessert. Bereits der 2008 veröffentlichte Wert des CO₂-Fußabdrucks von 964 kg/Tonne CO₂-Äquivalenten zeigte eine Verringerung von 7% gegenüber 2005. Die ISO arbeitet nach wie vor an der Definition eines ISO-Standards für den CO₂-Fußabdruck. Die Erzeuger von Produkten aus Holz, einschließlich der Kartonindustrie, können ein einzigartiges Argument in die Diskussion über den CO₂-Fußabdruck einbringen, das auf der Erneuerbarkeit ihres Ausgangsmaterials beruht.

Bäume nehmen im Wachstum Kohlendioxid auf und setzen durch die Photosynthese Sauerstoff frei. In diesem Filterungsprozess entsteht ein erneuerbares, biologisches Rohmaterial, das für Papier- und Karton-

produkte verwendet wird. Dieser Vorgang wird in biogenem Kohlenstoff gemessen. Das schwedische Umweltforschungsinstitut IVL hat im Jahr 2009 eine Methode entwickelt, um den biogenen Kohlenstoff im CO₂-Fußabdruck von Faltschachteln zu berücksichtigen. Diese Methode verknüpft die Kohlenstoffaufnahme des natürlichen Rohmaterials mit der Kartonverpackung. Das IVL zeigt eine positive Verbindung zwischen der Nettoaufnahme von Kohlenstoff in nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und dem Verbrauch von Faltschachteln: Die Nachfrage nach Faltschachteln stimuliert die Nachfrage nach Holz (in Form von Holzfasern für die Kartonproduktion), wodurch wiederum die nachhaltige Forstwirtschaft gefördert und damit die Nettoaufnahme von Kohlenstoff im Wald. Die IVL-Studie kommt zu dem Schluss, dass durch die Nachfrage nach Faltschachteln in Europa 730 kg biogenes Kohlendioxid pro Tonne Faltschachteln aus der Atmosphäre absorbiert werden.

Das Ergebnis der IVL-Studie ergänzt die Daten von Pro Carton über die bei der Herstellung von Karton und Faltschachteln anfallen Kohlendioxid-Äquivalente. Im sogenannten »Cradle-to-gate«-Ansatz wird der von Pro Carton für das Jahr 2011 ermittelte CO₂-Fußabdruck für Faltschachteln von 915 kg/Tonne fossilen CO₂-Äquivalenten zu einem bedeutenden Teil durch den Wert von -730 kg biogener CO₂-Absorption kompensiert.

▶ www.procarton.com



Patent-Verkauf an Konsortium KODAK EBNET DEN WEG AUS DER INSOLVENZ

Kodak macht mit dem Verkauf von Patenten einen großen Schritt auf dem Weg aus der Insolvenz. Ein Konsortium, geführt von den Patentverwaltern Intellectual Ventures und RPX, kaufte dem Unternehmen Patente für die digitale Bilderfassung für etwa 525 Mio. US-\$ ab, heißt es übereinstimmend in verschiedenen Medienmitteilungen. Dem Konsortium gehörten einige der weltgrößten Technologiefirmen wie Amazon, Apple, Facebook, Google, Microsoft und Samsung an, die die Patente lizenzieren oder kaufen werden. Diese Vereinbarung beendet auch aktuelle patentrechtliche Rechtsstreitigkeiten, nachdem Kodak Anfang des Jahres eine Reihe wichtiger Smartphone-Anbieter auf Patentverletzung verklagt hatte. Kodak musste die etwa 1.100 Patente für mindestens 500 Mio. \$ abstoßen, um die Bedingungen für eine Kreditlinie über 830 Mio. \$ zu erfüllen. Ursprünglich war der Wert der Patente auf bis zu 2,6 Mrd. \$ geschätzt worden. Diese hohen Erwartungen haben sich aber nicht erfüllt.

Kodak hatte im Januar 2012 Insolvenz angemeldet. In der ersten Jahreshälfte 2013 will der Konzern den Gläubigerschutz wieder verlassen und sich dann auf Produkte und Dienstleistungen für Geschäftskunden konzentrieren – vor allem im Bereich des Druckens.

Kein Interesse am manroland-Standort

DAS TRADITIONSWERK IN PLAUEN WIRD GESCHLOSSEN

Für das ehemalige manroland-Werk in Plauen im Vogtland ist Schluss. Der Betrieb müsse geschlossen werden, teilte Insolvenzverwalter Werner Schneider mit. Obwohl bei den Verhandlungen mit Interessenten viele Zugeständnisse gemacht wurden, seien diese aufgrund der schwachen Auslastung des Werkes gescheitert. Die noch vorhandenen



Aufträge würden abgewickelt. Mit mehr als 700 Mitarbeitern vor der manroland-Pleite Ende November 2011 war der Standort einer der größten Arbeitgeber der Region. Das Werk, das als Plamag bekannt ist, hatte im Februar 2012 unter Federführung Schneiders mit etwa der Hälfte der ehemals 700 Mitarbeiter den Neustart gewagt und sich zunächst vor allem mit Lieferverträgen für die beiden anderen ehemaligen manroland-Betriebe, für die je ein Käufer gefunden wur-

de, über Wasser gehalten. Für die noch verbliebenen Mitarbeiter (nach Angaben des Insolvenzverwalters sind es 250) soll eine Beschäftigungsgesellschaft mit einer Laufzeit von sechs Monaten eingerichtet werden.

Das Werk wurde 1881 als J. C. und H. Dietrich Stickereimaschinenfabrik gegründet. 1886 wurde dort die

erste Druckmaschine entwickelt und gebaut, 1912 entstand in Plauen die erste Rollenoffset-Maschine der Welt, konstruiert von Caspar Herrmann. 1946 wurde aus dem Werk die Plamag. In dem einstigen Vorzeigebetrieb der DDR waren zeitweise mehr als 2.000 Menschen beschäftigt. Anfang der 1990er Jahre hatte der Druckmaschinenhersteller manroland den Traditionsbetrieb übernommen.

Papyrus Deutschland VERTRIEBSSTRUKTUR MODERNISIERT

Seit Dezember 2012 hat Papyrus Deutschland eine modernisierte Vertriebsstruktur. Der produktorientierte Aufbau wurde in eine kundenorientierte Organisation überführt. Während der Vertrieb bisher nach verschiedenen Sortimenten gegliedert war, richtete sich die neue Organisation an den Bedürfnissen der Kunden aus, teilt der Papiergroßhändler mit. Hätten diese bislang mit Ansprechpartnern unterschiedlicher Produktbereiche zu tun gehabt, könnten sie nun auf einen persönlichen Berater vertrauen. Ein wesentlicher Schritt in der Entwicklung einer kundenorientierten Vertriebsstruktur ist nach Angaben von Papyrus die zielgerichtete Ansprache auf jeweilige Bedürfnisse und Erfordernisse. Dies bedeute eine Evolution in der Steuerung des Vertriebs. Papyrus habe sich daher entschlossen, die bisherige regionale Organisation in eine funktionale Organisation mit kurzen Entscheidungs- und Kommunikationswegen umzuwandeln.

Die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit und Serviceorientierung sowie kostenoptimaler Entwicklung aller Logistikdienstleistungen werde durch einen eigenen Geschäftsführer aufgewertet. Ab dem 1. Januar 2013 übernimmt Frank Weithase die Verantwortung für den Bereich Logistik Deutschland.

➤ www.papyrus.com

Kurz & knapp

Der Outdoor-Ausrüster **Jack Wolfskin** wurde auf dem **Deutschen Nachhaltigkeitstag** mit dem diesjährigen Sonderpreis Recyclingpapier ausgezeichnet. Das Unternehmen integriert im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie Recyclingpapier in allen Unternehmensbereichen und setzt das Papier mit dem **Blauen Engel** für seinen auflagenstarken Produktkatalog ein. • **Södra** und **Mayr Melnhof Karton** haben eine Absichtserklärung über die Übernahme von Södras CTMP-Werk Follafoss in Norwegen unterzeichnet. Mayr Melnhof Karton wird danach 100% der Anteile von Södra Cell Folla AS erwerben. • Seit 1. November 2012 ist Eltosch America offizieller Vertragspartner des IR-Experten DeVries Drying Systems Inc. Zukünftig ist Eltosch alleiniger Lieferant für DeVries-Ersatzteile und Servicepartner für DeVries Systeme in den USA, Kanada und Mexico.



Menschen & Karrieren



OLIVER BECKER, in den vergangenen Jahren als Geschäftsführer bei KBA Polska und deren Nachfolgesellschaft KBA Central Eastern Europe tätig, wechselte Anfang November zu Hostmann-Steinberg, Celle. Hier wird er den Vertrieb für Bogenoffsetfarben leiten.

• **LUISE SUPE-DIENES**, Nachfolgerin von Firmengründer Karl Rudolf Dienes, feierte ihren 90. Geburtstag. Nach dem 2. Weltkrieg hatte sie die Dienes Werke mit großem Erfolg weiterentwickelt. Sie gehörte damit zu den ersten weiblichen Unternehmensleitern Deutschlands.



• Nach 34 Jahren gab es einen Wechsel in der Führungsspitze bei Renz in Heubach. Inhaber **PETER RENZ** schied altersbedingt zum 1. November 2012 als Geschäftsführer aus und wechselte in den neugegründeten Beirat der Chr. Renz GmbH.

MICHAEL SCHUBERT wurde zum neuen geschäftsführenden Gesellschafter ernannt. Er kam 2006 als internationaler Vertriebsleiter zu Renz.



• **HELMUT DANGELMAIER** beendet zum 31. Dezember 2012 seine Tätigkeit als Präsident der Printcity-Allianz. Zwölf Jahre lang hatte er dieses Amt inne. Dangelmaier war bereits seit der Gründung der Allianz dabei und übernahm nach der drupa 2000 die Rolle beim Aufbau des Printcity-Teams und der weltweiten Aktivitäten.

• **ANDREA MUNK** verstärkt im Herma Geschäftsbereich Haftmaterial seit Anfang Dezember 2012 den Vertrieb Deutschland. Die Industriefachwirtin ist dort für die Betreuung von Etikettendruckereien in der Region Südwest verantwortlich. Seit 2006 war sie bereits bei Herma in der Auftragsbearbeitung für den Export von Haftmaterial tätig.

• Seit 1. November 2012 ist **BILLY MAHON** der neue Geschäftsführer von Eltosch America Inc., der amerikanischen Tochterfirma des Hamburger Trocknungsspezialisten Eltosch Torsten Schmidt GmbH.

• Die Ricoh Schweiz AG begrüßt per 4. Februar 2013 **DANIEL TSCHUDI** als neuen Sales Director und Mitglied der Geschäftsleitung.



• Tecco trauert um **WERNER BRAUN**. Der Tecco-Firmengründer und Visionär verstarb am 10. Dezember 2012 im Krankenhaus Leverkusen, fünf Wochen vor seinem 79. Geburtstag. Den Slogan ›Tecco – Living Paper‹ hat Werner Braun zeitlebens vorgelebt und sich damit in der Druckbranche ein hohes Ansehen erworben.



Erweiterte Kompetenz
**INGENIEURBÜRO
FÜR DIE GRAFISCHE INDUSTRIE**

Das Ingenieurbüro mauser, seit Kurzem ingenieurbüro mauser-kaiser, ist in der Prozess- und Betriebsplanung für die grafische Industrie aktiv.



Das von **Jürgen Mauser** gegründete Unternehmen hat sich auf Projekte spezialisiert, bei denen Lösungen für eine optimale Maschinen- und Gebäudewahl sowie die gesamte Wirtschaftlichkeit das Ziel sind.

Im Oktober trat **Christian Kaials** Teilhaber in das Ingenieurbüro ein. Der Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) ist seit über 25 Jahren in der Druckbranche zu Hause und war die letzten Jahre als Technischer Leiter und Betriebsplaner tätig. Neben Erfahrungen bei Investitionsprojekten in Vorstufen-, Rotations- und Versandraumtechnik verstärkt Kaiser das Know-how bei Machbarkeitsstudien, Prozessanalysen, Retrofit-Projekten sowie Um- und Neubau.



Im Oktober trat **Christian Kaials** Teilhaber in das Ingenieurbüro ein. Der Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) ist seit über 25 Jahren in der Druckbranche zu Hause und war die letzten Jahre als Technischer Leiter und Betriebsplaner tätig. Neben Erfahrungen bei Investitionsprojekten in Vorstufen-, Rotations- und Versandraumtechnik verstärkt Kaiser das Know-how bei Machbarkeitsstudien, Prozessanalysen, Retrofit-Projekten sowie Um- und Neubau.

Im Oktober trat **Christian Kaials** Teilhaber in das Ingenieurbüro ein. Der Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) ist seit über 25 Jahren in der Druckbranche zu Hause und war die letzten Jahre als Technischer Leiter und Betriebsplaner tätig. Neben Erfahrungen bei Investitionsprojekten in Vorstufen-, Rotations- und Versandraumtechnik verstärkt Kaiser das Know-how bei Machbarkeitsstudien, Prozessanalysen, Retrofit-Projekten sowie Um- und Neubau.

► www.mauser-kaiser.de

WECHSEL ZU REA JET

Jan Hessing (beim Handshake zur Vertragsunterzeichnung in der Bildmitte mit REA-Geschäftsführer Michael Neuschäfer) und Thomas Algaba sind ab 1. Januar 2013 Vertriebspartner der REA Elektronik GmbH für Kennzeichnungstechnik und Code-Prüfsysteme. Hessing und Algaba bringen 16 Jahre Erfahrung als Händler für hochauflösende Drucksysteme mit. In ihrer neuen Position bei REA werden sie im Vertriebsgebiet Deutschland, Österreich und Schweiz die Tintenstrahldrucker von REA JET und die Verifier Code-Prüfsysteme verkaufen. ► www.rea-jet.de

manroland Web Systems
**GOC CONSULTING
IST NEUER VERTRIEBSPARTNER**

GOC Consulting mit Sitz im schweizerischen Derendingen ist seit Anfang November 2012 Vertriebs- und Servicepartner von manroland Web Systems. Betreut werden Kunden in der Schweiz, Vorarlberg und Baden-Württemberg. GOC betreut Rollenoffsetkunden bei Fragen zu Equipment und Verbrauchsmaterialien, Service, Retrofits und Upgrades bei Belangen. Hinter dem Kürzel GOC stehen die Namen **Piet von Gun-**



ten und Gianluca Orsatti. Piet von Gunten begann seine berufliche Laufbahn 1981 bei der Maschinen AG in Kirchberg als Druckinstruktor. Nach 17 Jahren als Serviceleiter und Mitglied der Geschäftsleitung übernahm er 2005 die Geschäftsführung der manroland Swiss AG.



Der gelernte Offsetdrucker **Gianluca Orsatti** war Abteilungsleiter bei einem Zeitungsbetrieb in Lugano und arbeitete danach als Druckinstruktor bei einem italienischen Händler für Druckmaschinen. Später wechselte er als Produktmanager Anwendungstechnik zur manroland Swiss.

► www.manroland-web.com





Mitsubishi HiTec Paper

MITGLIED IM NETZWERK FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Die Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH ist neues Mitglied des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V. Durch die Mitgliedschaft unterstützt das Unternehmen die Bemühungen um einen ganzheitlichen und vorbeugenden Umweltschutz. »Mit unserer Mitgliedschaft sind wir einem großen Netzwerk beigetreten, dessen Mitglieder sich dem Umwelt- und Naturschutz verpflichtet haben und unterstreichen unser Engagement für die Umwelt«, sagt Dr. Bernd Gerecht, Umweltmanager bei Mitsubishi HiTec Paper. Der Schutz der Umwelt hat bei dem Unternehmen eine lange Tradition und prägt die tägliche Arbeit ebenso wie die grundsätzlichen strategischen Entscheidungen. So setzt das Unternehmen moderne Gas-Turbinen-Kraftwerke in Kraft-Wärme-Kopplung ein und betreibt ISO-zertifizierte Umwelt- und Energiemanagementsysteme.

➤ www.mitsubishi-paper.com

Designpreis für Kyocera

FS-4300DN-SERIE ERHÄLT IF PRODUCT DESIGN AWARD 2013

Fünf Schwarz-Weiß-Laserdrucker von Kyocera haben den iF product design award 2013 in der Kategorie »Office/Business« gewonnen. Seit 60 Jahren ist der iF product design award ein weltweit anerkanntes Markenzeichen, wenn es um ausgezeichnete Gestaltung geht. Zu den Bewertungskriterien der Jury gehören Gestaltungsqualität, Verarbeitung, Materialauswahl, Umweltverträglichkeit, Funktionalität, Ergonomie, Visualisierung, Sicherheit, Markenwert und Branding sowie Aspekte des universellen Designs. Die DIN-A4-EcoSys-Drucker der Serie FS-4300DN überzeugten die Jury durch reduziertes, außergewöhnliches Design und ihre Umwelteigenschaften. Die Systeme bieten niedrige TEC-Werte und sind mit einer Ressourcen schonenden EcoSys-Hochleistungs-keramik-Trommel ausgestattet, die mit einer Laufleistung von bis zu 500.000 Seiten einen neuen Rekord bei A4-Systemen aufstellt.

➤ www.kyoceradocumentsolutions.de

Mehr Platz für neue Ideen

LASERLINE ERWEITERT WERBETECHNIK-SORTIMENT

An Ideen hat es dem Berliner Druckunternehmen Laserline noch nie gemangelt – nur an Platz. Doch auch dieses Problem ist seit dem Sommer behoben, und mit der neuen Produktionsstätte im Berliner Norden konnte das Unternehmen nun sein Ideenkästchen ein wenig leeren und das Sortiment erheblich erweitern.

Ein Messestand aus einer Hand? Vom Notizblock bis zum Werbebanner? Das ist jetzt alles möglich. Denn Laserline hat ganz erheblich in die Werbetechnik investiert. Und damit sich die Kunden die neuen Produkte besser vorstellen und im wahrsten Wortsinn begreifen können, hat Laserline die BlackBox-Familie mit einer Mustersammlung für die Werbetechnik komplettiert. Rund acht Millionen Euro hat das Druckunternehmen in diesem Jahr in den neuen Maschinenpark investiert, um lang gehegte Ideen umzusetzen. Ganz vorn dabei war ein Plattendrucker und -schneider, dem

von Papier bis Plexiglas kein Material fremd ist. Mehr als 750 neue Artikel gibt es aus dem Bereich Plattendruck. Dass da noch Wünsche offen bleiben, kann sich bei Laserline niemand vorstellen. Vor allem, weil die Qualität der Produkte nach Aussagen der Druckerei stimmt. Laserline garantiert brillante Farben, feinste Tonwertabstufungen und eine lange Haltbarkeit.



Damit sich die Kunden ein Bild von den neuesten Mitgliedern

der Produktfamilie machen können, hat das Unternehmen eine neue BlackBox entwickelt: Darin befinden sich – schön zum Anfassen – zahlreiche Muster.

➤ www.laser-line.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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



**Felix Schoeller
FOTOPAPIERE IM SORTIMENT
DER PAPIER UNION**

Mit dem Vertrieb von E-Photo Lustre, E-Feel und E-Pure des Fotopapier-Herstellers Felix Schoeller unterstreicht die Papier Union ihre Angebotsstärke im Digitaldruck. E-Photo Lustre gleicht in Optik und Haptik einem seidenmatten Fotopapier und ist als »Best Performing Substrate« von HP zertifiziert. Die Polyethylen-Beschichtung macht es beständig gegenüber Flüssigkeiten, Schmutz und Fingerabdrücken. Dabei wird nach Angaben der Papier Union eine exzellente Tonerhaftung, brillante Farbwiedergabe und hervorragende Drucktuchkompatibilität erreicht. Die Alterungsbeständigkeit von E-Photo wird mit 200 Jahren angegeben.

E-Feel und E-Pure sind ungestrichene, beidseitig bedruckbare Papiere für Trockentoner-Maschinen. E-Pure bietet eine glatte Oberfläche und hohe Reinheit und unterstreicht damit die Wertigkeit einer Drucksache. Für zusätzliche Effekte sorgt E-Feel mit den ein- oder beidseitigen Prägungen Canvas und Pyramid.

➤ www.papierunion.de



HP hat die ersten Drucklösungen mit Web-Anschluss präsentiert. Die HP Designjet T120 und T520 ePrinter ermöglichen den Großformatdruck über die Cloud von praktisch überall und bieten mobilen Benutzern einfache und preiswerte Drucklösungen. Die Serie bietet Breiten von 61 cm und 91 cm.



Pantone 17-5641 Emerald, ein lebhaftes, strahlendes, sattes Grün, ist von Pantone zur Farbe des Jahres 2013 gewählt worden. Mit der Assoziation wertvoller Edelsteine wirkt Emerald anspruchsvoll und luxuriös. Seit der Antike galt dieser Farbton in vielen Kulturen als Farbe der Schönheit und Sinnbild neuen Lebens. Auch heute noch verkörpert Grün als Farbe des Wachstums, der Erneuerung und des Wohlstands den Begriff der Regeneration stärker als jede andere Farbe. Grün ist zudem in vielen Ländern Symbol für Heilung und Einheit.

➤ www.pantone.de

**systemform Datenbelege
ENDLOSPAPIERKALENDER
ALS PRÄSENT**

Die Formulardruckerei systemform Datenbelege GmbH hat sich zu Weihnachten etwas Besonderes einfallen lassen. Sie verschickte den weltweit ersten Endlospapierkalender als Weihnachtspost an ihre Kunden. Damit setzt systemform die Tradition fort, für seine Kunden etwas selbst zu basteln.

Der spezielle Kalender ist 95,40 m lang, besteht aus gestapeltem Endlospapier mit Führungslochrand



und gibt viel Platz für Termine und Notizen. Der Clou: Nägel und Hammer zum Aufhängen werden gleich mitgeliefert. Der Kalender wird in einem Graukarton versendet. Da soll er auch bleiben. Zum Aufhängen muss nur die Schachtel vor eine freie Wand gestellt werden und das erste Blatt des Kalenders am rechten und linken Loch des Führungslochrandes angenagelt werden.

➤ www.systemform-datenbelege.de



Die britische Druckerei York Mailing hat eine 48-seitige Goss Sunday 4000 Rollenoffsetdruckmaschine im liegenden Format in Auftrag gegeben. Die Rotation ist zur Aufstellung im Druckbetrieb von Pindar Scarborough vorgesehen, wo vornehmlich hochwertige Kataloge für den Einzelhandel gedruckt werden.



Zeitloses Design mit einer Verbindung aus Klassik und Moderne – so inszeniert sich das neue Duft-Duo »Established Man & Woman« von Tom Tailor. Edelmann komplettiert den Faltschachtelauftritt mit Relief- und Strukturprägung sowie einer aufmerksamkeitsstarken Farbgebung. Für Promotions und Geschenksets steuert Edelmann als



Systemlieferant über seine Kooperationspartner Liner und Kunststofftiefziehteile bei.



Denken Sie in größeren Dimensionen.
Denken Sie an Wettbewerbsvorteile.

Denken Sie digital.

Drucken Sie mehr mit einer digitalen Kodak NexPress SX Produktionsfarbdruckmaschine.

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

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



Kodak NexPress SX Produktionsfarbdruckmaschine

www.kodak.com/go/commg





NEUE VERTRIEBSTOCHTER Auch in Japan verstärkt KBA mit der neuen Tochtergesellschaft KBA Japan Company Ltd. in Tokio die Vertriebs- und Serviceaktivitäten. Die Neuaufstellung im japanischen Markt trägt bereits Früchte. Taisei Co. Ltd., ein renommierter Verpackungsdrucker in Tokio, erhält nach dem Jahreswechsel die erste hoch automatisierte Mittelformat-Bogenoffsetmaschine Rapida 106 mit acht Druckwerken, Folien- und Kartonagenpaket sowie Ausstattung für den UV-Mischbetrieb. > www.kba.com

PSO-ZERTIFIKAT Das Hanauer Werk von DS Smith Packaging ist vom Sächsischen Institut für die Druckindustrie mit dem PSO-Zertifikat ausgezeichnet worden. Damit wird dem Verpackungs- und Displayhersteller ein hoher Qualitätsstandard und eine überdurchschnittliche Sicherheit in der Produktion bescheinigt. 2009 hatte das Werk erstmalig das Zertifikat erhalten. > www.dssmith-packaging.de

ZERTIFIZIERT Nachdem der Heidelberger Mediendienstleister Baier Digitaldruck 2010 erstmals nach PSO ProzessStandard Offsetdruck zertifiziert wurde, hat das Unternehmen in diesem Jahr die Re-Zertifizierung erfolgreich abgeschlossen. Gleichzeitig wurde mit der Xerox iGen4 eine Digitaldruckmaschine der ProzessStandard Digitaldruck Prüfung gemäß ISO 12467 ValidationPrint unterzogen und zertifiziert. > www.baier.de

HOCHWEISS UND GLATT DNS color print ist der Neuzugang im professionellen Druckportfolio von Mondi. Das neue Papier gehört zum Sortiment glatter, hochweißer Papiere des Unternehmens und eignet sich für eine breite Palette von Anwendungen, in denen hohe Farbsättigung gewünscht wird. Das Papier bietet einen hohen Weißegrad (170 CIE) und eine nach Angaben des Herstellers besonders glatte Oberfläche. Mondi empfiehlt DNS color print vor allem für Anwendungen auf Laserdruckern, Kopiergeräten und Digitalfarbdruckmaschinen. Außerdem beinhaltet das Papier Zusätze, die die Druckqualität von Tintenstrahldokumenten verbesserten und kürzere Trocknungszeiten ermöglichten. > www.mondigroup.com



HIGHLIGHT DRUCKERTROMMEL Kyocera Document Solutions bringt eine neue Drucker-Familie für 40 bis 60 Seiten A4 auf den Markt. Die fünf neuen Drucker-Modelle FS-2100D, FS-2100DN, FS-4100DN, FS-4200DN und FS-4300DN bringen laut Kyocera vor allem positive Umwelteigenschaften mit. So bietet das Quintett geringe Seitenpreise und niedrige Stromverbrauchswerte (TEC-Werte). Als besonderes Highlight nennt der Hersteller die neue Keramik-Trommel, die mit einer Laufleistung von bis zu 500.000 Seiten einen neuen Weltrekord bei A4-Systemen aufstellt. Durch die Ecosys-Technologie fällt Toner als einziges Verbrauchsmaterial an und halbiert die Betriebskosten. Den Energieverbrauch senkte Kyocera im Vergleich zu den Vorgängermodellen deutlich und erreichte eine um bis zu 30% bessere Ökobilanz. > kyoceradocumentsolutions.ch

**Trendumkehr bei Verpackungen
IMMER MEHR MARKEN-
ARTIKLER BEVORZUGEN PAPIER**

Aufgrund der steigenden Nachfrage nach faserbasierten Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Rohstoffen erweitert Stora Enso Speciality Papers das Angebot von MediaSet um neue Flächengewichte. MediaSet ist ab sofort in Flächengewichten von 80, 90 und 100 g/m² erhältlich. Das speziell für die Hochgeschwindigkeits-Verarbeitung entwickelte Papier eignet sich für die Herstel-



MediaSet eignet sich für verschiedene Verpackungs- und Etikettier-Anwendungen.

lung von Verpackungsumwicklern von zum Beispiel Süßwaren genauso wie für die (Banderolen-)Etikettierung von Dosen und Gläsern. Markenartikler, Drucker, Abpacker und Abfüller profitieren dabei von einer Reihe wichtiger Eigenschaften dieses geleimten, einseitig gestrichenen Papiers. Die hochweiße, glänzende Oberfläche von MediaSet, in Verbindung mit einer exzellenten Bedruckbarkeit im Offsetdruck, unterstützt eine Qualitäts- und Frische-betonte Warenpräsentation am Point-of-Sale. Das hohe Volumen, hervorragende Laufeigenschaften sowie eine sehr gute Leimannahme ermöglichen hohe und höchste Geschwindigkeiten im Druck, in der Verarbeitung, beim Abpacken und Etikettieren. MediaSet steht deshalb auch für Wirtschaftlichkeit in der Verpackungsherstellung und Etikettierung.

> www.storaenso.com

**Print-Leeds
NEUE DRUCKMASCHINE UND
CTP-SYSTEM VON HEIDELBERG**

Im Anschluss an die Akquisition des Etikettenherstellers S&C Labels in Huddersfield Anfang des Jahres hat sich Print-Leeds für einen weiteren Ausbau des Geschäfts entschieden: Das Unternehmen mit Sitz in Leeds, Yorkshire, investiert mehr als 3,5 Mio. € in eine neue Speedmaster CX 102-Siebenfarben-Maschine mit Lackwerk und einen Suprasetter 106 der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Maschinen werden



Mit dem Lackwerk der Speedmaster CX 102 können sowohl UV-Lack als auch wasserbasierte, Glanz-, Matt- und Effektlacke aufgetragen werden.

während der Weihnachtsferien in einem neuen Gebäude installiert. Print-Leeds zentralisiert seine Produktion in Leeds und vergrößert die Produktionsfläche von rund 930 auf knapp 1.800 m². Die Speedmaster CX 102-7+L mit Prinect Inpress Control soll bei Print-Leeds zu 80% für die Etikettenproduktion genutzt werden, aber auch für das Bedrucken von Kunststoffen, hauptsächlich verkaufsfördernde POS-Materialien. Für die Belichtung der Platten wird der neue Suprasetter 106 eingesetzt. Der CtP-Belichter ersetzt einen älteren Topsetter und erhöht den Plattendurchsatz erheblich. Das System versorgt alle Druckmaschinen bei Print-Leeds mit Platten – nun auch im Format 70 x 100. Die Produktivitätssteigerung durch die neuen Maschinen erlaubt es dem Unternehmen, rund um die Uhr zu produzieren.

> www.heidelberg.com



Fujifilm erweitert Modellpalette ACUITY ADVANCE SELECT BAUREIHE

Fujifilm erweitert die kürzlich gestartete Modellreihe von UV-Flachbettdruckern der Acuity Advance Select Serie um vier weitere Varianten. Die neuen Geräte bieten nach Angaben von Fujifilm hohe Qualität, verbesserte Produktivität und eine größere Vielseitigkeit. Die neuen Modelle erweitern die Möglichkeiten der Acuity Advance Select Einheiten durch die Nutzung von vier, sechs oder acht unabhängigen



Tintenkanälen in Kombination mit zwei unterschiedlich großen Flachbettischen und einer Upgrademöglichkeit, um auf veränderte Anforderungen reagieren zu können.

Die vierfarbige Acuity Advance Select HD4004 nutzt die CMYK-Kanäle für Anwendungen, bei denen Lack oder weiße Tinte nicht erforderlich sind. Das Modell HD4006 umfasst sechs unabhängige Tintenkanäle, von denen die ersten vier für den CMYK-Druck konfiguriert sind. Der fünfte und der sechste Kanal können für maximale Flexibilität genutzt werden: entweder Lack und Weiß oder Weiß und Weiß.

➤ www.fujifilm.eu/de

RZ-Druckhaus setzt auf Ferag-Technik

NEUE FUNKTIONEN IM VERSANDRAUM UNTERSTÜTZEN WACHSTUMSKURS

Der Mittelrhein-Verlag hat 42 Mio. € in ein neues Druckzentrum in Koblenz investiert. Mit der neuen Technik will der Verlag die Stärken der lokalen Berichterstattung noch besser ausspielen und seinen Lesern und Werbekunden aktuelle und qualitativ attraktive Produkte bieten.

Mit einer Auflage von 200.000 Exemplaren ist die ›Rhein-Zeitung‹ eine der größten deutschen Regionalzeitungen, die mit ihren 15 Ausgaben im Großraum Koblenz werktags rund 640.000 Leser erreicht. Mit zwei neuen, dreifach breiten Rotationen Commander CT 6/2 von KBA können pro Stunde 90.000 vierfarbige Zeitungen mit bis zu 48 Seiten gedruckt werden. Bei der Konzeption des Versandraums standen die Prozessoptimierung, die Produktivität sowie die Reduzierung der laufenden Kosten im Vordergrund. Hier konnte die Ferag sowohl bei der Bewertung der einzelnen Komponenten als auch der Gesamtlösung sowie dem Projektmanagement überzeugen.

Um die Produktion von Semicommercials auszubauen, wurde auch die Funktionalität im Versandraum erweitert. So wurden Aggregate für das Schneiden und Heften in eine der beiden Versandraumlinien der Ferag integriert. Produkte können jetzt mit einem Umschlag und einer Akzidenzheftung veredelt werden – Aufgaben, welche die SNT-U-Schneidetrommel und das StreamStitch-Heftsystem inline übernehmen und eine effiziente Produktion ermöglichen. Zusätzlich hat man in Koblenz mit zwei MultiSertDrum-Einstecktrommeln und RollStream-Vorsammelsystemen die Voraussetzungen für eine weitere Regionalisierung der ›Rhein-Zeitung‹ geschaffen. Insgesamt können zwei Vorprodukte und bis zu sechs Beilagen eingesteckt werden. Angetan ist man in Koblenz von der hohen Nettoleistung der Einstecktrommel von über 40.000 Exemplaren in der Stunde.

➤ www.ferag.com



Mit der SNT-U-Schneidetrommel werden im RZ-Druckhaus Produkte veredelt.

Gezielte Papierauswahl NEUE DIGITALDRUCKMAPPE VON BERBERICH

Die Carl Berberich GmbH hat eine Mustermappe entwickelt, in der das Papierangebot zusammengefasst ist, das für den Digitaldruck geeignet ist. Die Mappe des Heilbronner Papiergroßhändlers bietet eine Auswahl passender Papiere nach Optik, Haptik und nach Eignung für die verschiedenen Drucksysteme: 31 Qualitäten für Trockentonergeräte und 16 Qualitäten für HP Indigo. Darüber hinaus ist jedes Muster mit



Kurztexten zur Maschineneignung, Produkteigenschaften und Einsatzgebieten versehen. Die Druckmuster von A wie ›Allegro‹ bis V wie ›Vivus Silk‹ sind auf vergleichbaren Grammaturen gedruckt und mit identischen Bildmotiven sowie einer Weißfläche ausgestattet, um das Leistungsspektrum der Papiere wie Druckbild, Opazität, Struktur, Oberfläche oder Glätte schnell beurteilen können.

➤ www.berberich.de

Knapp, kurz und bündig

Der Berliner Digitaldruckdienstleister und Xerox Premier-Partner **Polyprint** hat die neue Zertifizierung des Prozessstandard Digitaldruck (PSD) der **Fogra** erhalten. Damit wurde zum ersten Mal auch die digitale Drucktechnologie der Xerox iGen4 PSD-zertifiziert. • Nur wenige Monate nach der Installation einer Speedmaster XL 105-5+L mit der MIS-Lösung Prinect Business Manager und eines CtP-Systems von **Heidelberg** steigt **Aaron Printing** im britischen West-Molesey mit einer Linoprint C 751 in den Digitaldruck ein. • **GMG** hat die Version 2.0 von ProofControl vorgestellt, die eine vertragsverbindliche Überprüfung von Proofs erlaubt und Farbgenauigkeit objektiv messbar macht.



**Cartes 2012 in Paris
MIT SICHERHEIT EIN GUTES
STÜCK BESSER**

Regelmäßig zum Ende der 2. Jahreshälfte treffen sich Fachleute aus dem Bereich Sicherheits- und Kartentechnologien für ID-Systeme, Prepaid-Anwendungen, Entry- und Membercards zur Messe Cartes in Paris. Als fester Bestandteil dieser Gemeinschaft aus Kartendruck und Personalisierung zeigte sich auch dieses Jahr wieder die KBA-MePrint AG und präsentierte technische Raffinessen.



Mit der OC 200 können Karten bis zu 1,2 mm Stärke bedruckt werden. Auch Karten mit Chipvertiefungen, Mini SIM oder Magnetstreifen können verarbeitet werden.

Die KBA-MePrint AG stellte ihre Genius 52UV mit integriertem Irisdruckwerk in den Vordergrund – in Verbindung mit Sicherheitsdruckmerkmalen wie UV-lesbaren Farben und Mikrotexen im wasserlosen UV-Offsetdruckmaschine. Der Messestand der KBA-MePrint AG bot jedoch noch ein weiteres Messehighlight: Das Druckwerk der OC200 Reihe. Geringe Makulatur beim Andruck und der Wegfall der sonst üblichen Farbregulierung während der Druckproduktion sind zeit- und kostensparende Faktoren, die auch im Sicherheitsdruck eine erhebliche Rolle spielen.

➤ www.kba-meprint.com

**Develop ineo 1052/1250
LEISTUNGSTRÄGER
IM PRODUKTIONSDRUCK**

Produktivität ist eine entscheidende Voraussetzung für ein profitables Geschäft im Produktionsdruck. Wie leistungsfähig und produktiv ein System wirklich ist, zeigt sich daran, wie schnell, effizient und wirtschaftlich es verschiedenste Druckaufträge ausführt. Die neue ineo 1052/1250, jüngste Erweiterung des Develop-Portfolios, schneidet dabei nach Angaben der Anbieter hervorragend ab.



Unterschied beider Drucksysteme ist ihre Druckgeschwindigkeit: Die ineo 1052 bringt eine Maximalleistung von 105 A4-Seiten pro Minute, 6.300 pro Stunde, die ineo 1250 druckt bis zu 125 A4-Seiten pro Minute, 7.500 pro Stunde. Die hohe Qualität der ineo 1052/1250 basiert auf einer Vielzahl innovativer Eigenschaften, teilt Develop mit: Angefangen bei der vollen Druckgeschwindigkeit bei nahezu jedem Druckjob über die LED-Belichtung mit einer Auflösung von 1.200 dpi bis zu automatischen Sensoren im Drucksystem, die für eine größtmögliche Genauigkeit und Bildstabilität sorgen. Für ein hochwertiges Druckergebnis wichtig ist zudem die präzise Übersetzung der CIE-Farbdaten in die entsprechenden Graustufenwerte. Der polymerisierte HD-Toner gewährleistet dabei gestochen scharfe Abbildungen und Text bei einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi.

➤ www.develop.de

Nordost-Druck in Neubrandenburg

**ZIELGRUPPENORIENTIERTE
LOKALAUSGABEN DES ›NORDKURIER‹**

Der ›Nordkurier‹ erreicht mit seinen 14 Regionalausgaben eine Druckauflage von rund 100.000 Exemplaren. Sonstige Verlagsprodukte wie Beilagen und Magazine sowie externe Lohnaufträge runden das Auftragspektrum ab. Mit der Investition in den Standort Neubrandenburg will der Verlag den gestiegenen Anforderungen in puncto Qualität, Produktivität und Flexibilität Rechnung tragen und den Druckstandort Neubrandenburg langfristig absichern. Im Druck hat im Mai 2012 eine Commander CT von KBA das Kommando übernommen.

Die Kleinteiligkeit der Auflagen und das gleichzeitig steigende Beilagenvolumen verlangen heute ein hohes Maß an Planung und Organisation, was



Das FlyStream-Vorsammelsystem ist für die 20-in-1-Produktion ausgelegt und bewältigt das gestiegene Beilagenvolumen.

nur mit einem modern ausgerüsteten Versandraum zu bewerkstelligen sei, betont der Geschäftsführer von Nordost-Druck, Lothar Pehn. Ferag präsentierte Nordost-Druck ein Konzept, das durch seine modulare Konfiguration, die bedarfsorientierten Leistungskriterien und Produktionsvielfalt überzeugt habe.

Im Zentrum der neu installierten Versandraumlinie steht dabei eine RollSert-Drum-Einstecktrommel, die maximal 36.000 Exemplare in der Stunde verarbeitet. Ihr wurde ein Fly-Stream-Vorsammelsystem zur Seite gestellt, das für die 20-in-1-Produktion ausgelegt ist und so das gestiegene Beilagenvolumen bewältigt.

Einen klaren Fokus legte man bei Nordost-Druck darauf, die neu geschaffenen Ressourcen neben der Tageszeitungsproduktion durch die Herstellung von Magazinen und Beilagen auszulasten. Die Voraussetzung dafür schaffte man durch die Integration einer SNT-U-Schneidetrommel sowie des Inline-Heftsystems StreamStitch in die Versandraumlinie. Mit dem dadurch erweiterten Produktspektrum lassen sich die Wirtschaftlichkeit und die Präsenz auf dem Markt verbessern und praktisch alle Anforderungen des Markts abdecken.

➤ www.ferag.com



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



Mehr Produktivität für den Bogendruck

Xerox erweitert seine Nuvera Produktfamilie um das Nuvera 157 EA Production System und das 314 EA Perfecting Production System. Mit den neuen Drucksystemen können Dokumente auf verschiedenen Papierformaten und Medientypen produziert werden.

Die Nuvera Systeme zählen mit 157 beziehungsweise 314 Seiten pro Minute zu den produktivsten Schwarz-Weiß-Bogendruck-Systemen auf dem Markt. Anwender können dabei zwischen dem Single Engine-System und dem hochleistungsfähigen Dual Engine-System wählen, das beidseitige Drucke doppelt so schnell produziert. Ein neuer Produktionsstapler sammelt die fertigen Druckaufträge während des laufenden Druckvorgangs. Das ergonomisch in Taillenhöhe positionierte Ablagefach erlaubt die Produktion größerer Kapazitäten ohne manuelle Intervention. Ein zusätzlicher optionaler Hubwagen erleichtert den Transport größerer Papiermengen innerhalb der Druckerei.

Die neuen Drucksysteme verarbeiten zudem eine Vielzahl von Grammaturen ohne Geschwindigkeitseinbußen. Damit können Arbeitsabläufe beschleunigt und die

ERWEITERTE FUNKTIONEN Zusätzlich zu dem neuen Produktionsstapler und der größeren Auswahl an einsetzbaren Papierformaten verfügt die gesamte Nuvera Produktfamilie über weitere neue Funktionen:

- Updates zum Xerox FreeFlow Print Server: Neue Sicherheitsstandards, optimierte Benutzeroberfläche und verbesserte Verarbeitung von TIFF-Dateien auf dezierten Mainframe Datenströmen.
- Die auf der drupa vorgestellte Xerox IntegratedPlus Finishing Solution für Broschüren erledigt Druckaufträge von der Eingabe bis zum fertigen Endprodukt mit sehr geringem Bedienungsaufwand.

Beim reibungslosen Workflow in der Druckvorstufe entfallen manuelle Eingriffe, sodass die Betriebszeiten gesteigert werden können. So gelangen Broschürenaufträge automatisch in die Preflight-Prüfung und werden den



Das Xerox Nuvera 157 EA Produktionssystem und das Nuvera 314 EA Perfecting Production System (Bild) sind über den Xerox Direktvertrieb sowie zertifizierte Reseller und Konzessionäre bestellbar.

Produktivität der Prozesse gesteigert werden. Durch ein maximales Papierformat von 320 mm x 490 mm kann im Mehrfachnutzen eine größere Anzahl an Bildern pro Seite gedruckt werden. Anwender können somit zusätzlich Kosten sparen.

»Mit den neuen Drucksystemen der Nuvera Produktfamilie können sich Druckdienstleister mit jedem Einsatz über eine solide Rendite freuen«, sagt Renate Becker-Nauen, Leiterin Integrated Marketing Organisation, Xerox GmbH. »Das Xerox Nuvera 157 EA Production System und das Nuvera 314 EA Perfecting Production System bieten herausragende Schwarz-Weiß-Bildqualität, Produktivität, Modularität sowie eine breite Palette an Endverarbeitungsmöglichkeiten.«

individuellen Anforderungen nach bearbeitet. Inline-Endverarbeitungssysteme können außerdem für mehrere Drucksysteme eingesetzt werden, um die Produktivität und Flexibilität weiter zu steigern. IntegratedPlus ist für alle Nuvera Systeme erhältlich, die nach Oktober 2009 installiert wurden.

- Das Production-Information-Management-System sammelt Leistungsinformationen wie Maschinenstatus und Produktivitätskennzahlen und ermöglicht es Anwendern, die Auslastung von verschiedenen Xerox Drucksystemen in Echtzeit zu verwalten, unabhängig vom Standort (optionale Funktion).

› www.xerox.de

Europapremiere

GROSSORMAT-LAMINATOR 65 PRO MD VON SEAL

Der Seal 65 Pro MD war europaweit erstmals auf der Viscom in Frankfurt zu sehen. Das Großformat-Laminiersystem verfügt über ein Easy Operator Interface (EOI). Nutzer geben dabei über einen Touchscreen Steuerungsbefehle ein wie Temperatur, Arbeitsgeschwindigkeit und -richtung, Kühlung sowie Walzenabstand. Damit ist die vollständige Überwachung eines Arbeitsvorgangs möglich.



Das EOI ist zudem frei schwenkbar, sodass der Benutzer die Steuerung sowohl an der Gerätevorder- als auch an der Geräterückseite leicht bedienen kann. Da der Seal 65 Pro MD außerdem in zwei Richtungen arbeitet, wird das EOI bei Bedarf einfach nach hinten geschwenkt. Als Vorteil bietet das bidirektionale Arbeiten einen schnellen Wechsel zwischen heißen und kalten Applikationen. Darüber hinaus sind beim Seal 65 Pro MD auch alle vier Material-Zuführachsen ausschwenkbar. Die Materialbeschickung beziehungsweise das Austauschen der Rollen geht dadurch bequem von der Hand.

Das Modell Seal 65 Pro MD verarbeitet Materialien bis zu 50 mm Dicke. Die Maschine bietet eine Arbeitsbreite von 65 Zoll, die Geschwindigkeit beträgt 4,25 m/Min.

› www.sealgraphics.com



Leissing Druckveredelung

EXPERTFOIL 142 VON BOBST IN BETRIEB GENOMMEN

Mit der Expertfoil 142 verfügt die Leissing Druckveredelung GmbH & Co. KG jetzt über die weltweit erste Prägefoliendruckmaschine für das 6er-Format. Nachdem der renommierte Druckveredler die Maschine im Frühjahr 2012 bei Bobst bestellt hatte, wurde sie kürzlich am Sitz von Leissing in Landau in der Pfalz angeliefert und in Betrieb genom-

men. Die Expertfoil 142 zeichnet sich nach Angaben von Bobst durch ihre hohe Energieeffizienz aus, da sie im Vergleich zu den bisher größten Prägefoliendruckmaschinen mit dem doppelten Bogenformat arbeitet. Weitere Stärken der Expertfoil 142 seien der extrem hohe Prägedruck von 600 t (6.0 MN) und ihre Produktionsgeschwindigkeit



men. Die ersten mit der neuen Großformat-Prägefoliendruckmaschine produzierten Aufträge wurden bereits Anfang Dezember ausgeliefert.

Für Leissing und die anspruchsvollen Kunden wie Markenartikler der Süßwaren-, der Kosmetik-, der Pharma- und der Zigaretten-Industrie zählen vor allem die wirtschaftlichen Vorteile der Expertfoil 142. Geschäftsführer Norbert Schulz:

»Wir können ab sofort durchgängig im 6er Format arbeiten.« Das bedeute einen signifikanten Produktivitätsgewinn und könne insbesondere bei Aufträgen mit knapp kalkulierten Margen sogar über deren Wirtschaftlichkeit entscheiden. Zudem kann Leissing mit seiner neuen Prägefoliendruckmaschine viele großformatige Druck-Erzeugnisse wie Aufsteller in einem Arbeitsschritt veredeln.

von 5.000 Bogen pro Stunde, die in Kombination mit dem großen Format ihre hohe Produktivität ausmache. Sie verarbeitet eine breite Palette unterschiedlicher Bedruckstoffe: von Papier ab einem Flächengewicht von 100 g/m² und Vollkarton bis 2.000 g/m² bis hin zu Wellpappe bis zu einer Stärke von 2 mm.

► www.bobst.com

Papier Union

SYNTHETISCHES PAPIER YUPOBLUE

Mit YupoBlue hat die Papier Union jetzt ein synthetisches Papier ins Lagersortiment genommen, das speziell für den Druck auf HP Indigo Digitaldruck-Maschinen entwickelt und mit 3 Sternen zertifiziert wurde. Das hochweiße Material ist 100% wasserfest, reißt und zerkratzt nicht, splittert nicht ab und weist keine Schlieren auf. Im Drucksaal überzeugt YupoBlue durch seine Dimensionsstabilität und weil es



sich ohne zusätzlichen Primer bedrucken lässt.

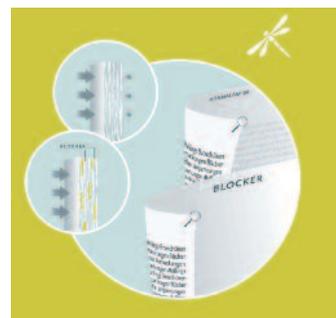
Ob kleine Auflagen oder personalisierte Drucke, mit YupoBlue und HP Indigo ergibt sich eine überlegende Synergie, die den härtesten Ansprüchen und hohem Termindruck standhält. YupoBlue ist bei der Papier Union in 5 Stärken von 150µ bis 350µ ab Lager innerhalb von 24 Stunden verfügbar.

► www.papierunion.de

Die Evolution des Papiers

GMUND ERFINDET DAS WEISSE PAPIER NEU

Die Gmunder Papiermacher vom Tegernsee sind der Meinung, das weiße Papier neu erfunden zu haben. Der 1829 gegründete Familienbetrieb hat ein weißes Papier mit dem Namen Blocker im Programm. Was sich wie eine Banalität anhört, entpuppt sich jedoch als papiertechnisches Neuland. Durch weißes Papier – wenn es nicht gestrichen oder beschichtet ist – ist immer etwas transparent.



Generationen von Designern und Druckern sind diesem Nachteil des Papiers mit umständlichen Seitenlayouts oder Hilfsmitteln wie dem Innendruck von Briefhüllen begegnet.

Mit einer speziellen Vakuumtechnik gelang es den Gmunder Papiermachern neuartige Partikel, sogenannte Blocker, ins Papier einzuschließen. Schon bei einem Papiergewicht von 100 g/m² lässt Blocker daher garantiert nichts mehr von der Rückseite eines Blattes trotz satter Druckfarben durchscheinen. Und ein Briefumschlag, der aus Blocker gefertigt wird, verrät rein gar nichts über die innenliegende Botschaft.

► www.gmund.com

Investieren Sie in Familie.

SOS KINDERDORF

Als SOS-Pate investieren Sie schon mit 1 € am Tag in wahre Werte: zum Beispiel ein liebevolles Zuhause.

Jetzt SOS-Pate werden!
www.sos-kinderdorf.de



Klimaneutral gestellte Maschinen für die Weiterverarbeitung

Heidelberg weitet das Engagement im Umweltschutz aus und bietet klimaneutral gestellte Weiterverarbeitungsmaschinen an. Dazu zählen Falzmaschinen und Auslagen der Stahlfolder TH/KH-Familie in allen Arbeitsbreiten, sämtliche Sammelhefter Stitchmaster sowie die gesamte Eurobind-Klebebinderfamilie.

Die Menge des durch die Herstellung und den Versand verursachten Treibhausgases wird maschinenspezifisch durch Heidelberg ermittelt. Für die entsprechende Kompensationsmenge wird ein CO₂-Zertifikat erworben. Heidelberg bietet diese Leistung bereits für alle Druckmaschinen an. Das maschinenspezifische Zertifikat wird dem Kunden zusammen mit der Maschine geliefert. Heidelberg führt die Kosten für das Zertifikat an die TÜV-geprüfte Klimaschutzorganisation natureOffice ab, die damit Klimaschutzprojekte in Togo unterstützt. Dabei wird für die Menge des Treibhausgases CO₂, die bei Herstellung und Versand der Maschine entstanden ist, eine entsprechende Anzahl Bäume in einem geschützten Aufforstungsgebiet gepflanzt, die über ihre Lebensdauer wiederum diese Menge CO₂ der Atmosphäre entziehen.

KLEINER BEITRAG – GROSSE WIRKUNG Der Mehrpreis eines CO₂-Zertifikats für eine Weiterverarbeitungsmaschine von Heidelberg ist vergleichsweise gering, da nur etwa 0,1% des Kaufpreises auf den Wert des Klimazertifikates entfällt. Für eine Kombifalzmaschine im Format 70 x 100 cm fällt durchschnittlich eine Menge von zehn Tonnen CO₂ an, was eine Kompensation in Höhe von 200 Euro bedeutet. In diesem Beispiel werden dann konkret 27 Bäume gepflanzt.

Zu den ersten Kunden, die klimaneutrale Weiterverarbeitungsmaschinen von Heidelberg gekauft haben, gehört das österreichische Familienunternehmen Bösmüller, das rund 75 Mitarbeiter beschäftigt. »Wir bieten unseren Kunden seit einiger Zeit die klimaneutrale Herstellung von Drucksachen an und die Nachfrage wächst kontinuierlich«, begründet Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller ihre Entscheidung für die ökologische Investition. »Klimaschutz ist ein zentrales Thema, das sich quer durch unser gesamtes Unternehmen zieht. Es spielt auch bei langfristigen Investitionsentscheidungen eine wichtige Rolle. Heidelberg ist bisher der einzige Anbieter von Weiter-



Doris Wallner-Bösmüller bietet ihren Kunden die klimaneutrale Herstellung von Drucksachen an. Die Druckerei ist eine der ersten, die einen CO₂-neutral gestellten Sammelhefter Stitchmaster ST 450 von Heidelberg gekauft hat.

verarbeitungsmaschinen, der klimaneutrale Maschinen anbietet. Wir haben uns für einen Sammelhefter Stitchmaster ST 450 und eine Falzmaschine Stahlfolder KH 66 entschieden. Dass die beiden neuen Maschinen primär unsere Produktionsanforderungen abdecken müssen, ist selbstverständlich. Umso positiver war es, dass Heidelberg unsere Klimaschutzambitionen unterstützt. Solche Faktoren beziehen wir verstärkt in unsere Investitionsentscheidung mit ein.«

Heidelberg erweitert mit den Postpressmaschinen konsequent seine Angebotspalette für klimaneutral

gestellte Produkte und vereinfacht dazu auch die internen Produktionsprozesse. »Es war uns von Anfang an wichtig, klimaneutrales Denken und Handeln in unsere täglichen Arbeitsprozesse zu integrieren«, bestätigt Christian Elsner, Produktmanager bei Heidelberg Postpress Commercial. »Folgerichtig kann eine Maschine nun genauso einfach klimaneutral konfiguriert und geliefert werden wie jede andere Serienmaschine auch. Unser Ziel ist, klimabewusste Entwicklung und Vermarktung unserer Produkte zur täglichen Normalität werden zu lassen.«

› www.heidelberg.com



Unser Know-how und die Technologie liefern kundenorientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

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

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

Pro C

Pro C™-Serie

BDP

Business Driver Programm

Web-to-Print

Variable Data Printing

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



Kyocera Document Solutions NEUE ECOSYS-FARBDRUCKER FÜR DIN A3

Kyocera Document Solutions bietet zwei neue A3-Farbdrucksysteme an. Die Maschinen bieten Druckgeschwindigkeiten von 50 Farb- beziehungsweise 55 Schwarz-Weiß-Seiten pro Minute (FS-C8650DN) sowie 45 Seiten (FS-C8600DN). Die Papierkapazität beträgt maximal 7.650 Blatt, wobei unterschiedliche Papiergrößen und -arten aus bis zu acht unterschiedlichen Papierquellen verarbeitet werden können.



Finishing-Optionen wie Heften, Lochen oder Falzen sind dabei ebenso nützlich wie der Broschüren- oder Bannerdruck. Mit der optionalen Mailbox können Ausdrücke in sieben Fächer ausgegeben werden. Über das Bedienfeld besteht zudem die Möglichkeit, sich am System mit einem PIN-Code zu authentifizieren, ehe die Ausgabe des Druckauftrags erfolgt. Auf diese Weise ist die Sicherheit beim Drucken von sensiblen Dokumenten gewährleistet. Wie bei allen Ecosys-Systemen fällt auch bei den neuen Maschinen als einziges Verbrauchsmaterial Toner an. Dies resultiert in sehr niedrigen Betriebskosten.

➤ www.kyoceradocumentsolutions.de

Gutenberg AG in Schaan

MIT INKZONE INSTRUMENT FLIGHT INS GUINNESS-BUCH DER REKORDE

Als erste Druckerei regelt die Gutenberg AG in Schaan die Farbführung mit InkZone Instrument Flight. Prompt verhalf die Regelsoftware dem Unternehmen zu einem Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde. Die Druckerei im Fürstentum Liechtenstein hat eine zehnjährige Speedmaster SM 74-5-P mit der von Digital Information und System Brunner gemeinsam entwickelten Software InkZone Instrument Flight farbbregeltechnisch auf den modernsten Stand gebracht. Im August 2012 hat die Gutenberg Druck AG gemeinsam mit der Philatelie Liechtenstein einen Guinness World Record aufgestellt. Aus Anlass des 100-Jahr-Jubiläums seit der ersten Briefmarke für das Fürstentum wurde eine Sondermarke hergestellt. Nur 57 Minuten und 50 Sekunden dauerte die gesamte Produktion, von der Bekanntgabe des aus drei Vorschlägen ausgewählten Motivs bis zum Kauf der ersten Briefmarke durch den Chefredakteur des Guinness World Record Craig Glenday auf der LIBA 2012 (Liechtensteinische Briefmarkenausstellung) in Schaan.



Tanja Vetsch von der Gutenberg AG präsentiert stolz das Zertifikat.

»InkZone Instrument Flight hat maßgeblich dazu beigetragen, den bisherigen Rekord aus Österreich von einer Stunde und 25 Minuten derart deutlich zu unterbieten«,

sagt der Geschäftsleiter der Gutenberg AG, Remi Nescher. InkZone Instrument Flight ergänzt die vor vier Jahren installierte Pre-set- und Closed-Loop-Software InkZone von Digital Information. Gegenüber der bislang praktizierten Regelung nach Dichten berücksichtigt die neue Regel-Software zahlreiche weitere, für eine stabile Farb- führung innerhalb enger Toleranzgrenzen relevante Einflussgrößen. Dazu zählen Tonwertzunahme und Tonwertspreizung, die Graubalance im Übereinanderdruck der drei Buntfarben Cyan, Magenta und Yellow, die Farbbalance der Einzel- farben CMY im Mittelton (50%) und im Vollton (100%), das Trapping der drei Buntfarben im Vollton (100%) sowie die Volltonfärbung gemäß den farbmetrischen Werten $L^*a^*b^*$ (Best Match).

Ein Schwerpunkt der Gutenberg Druck AG ist der Bücherdruck. Dass im Jahr 2010 gerade zwei der im Rahmen des Wettbewerbs »Schönste Bücher Liechtensteins« ausgezeichneten Fotobildbände in diesem Unternehmen gedruckt wurden, zeugt vom ausgeprägten Sinn für Schönheit und Qualität. Diese Leidenschaft findet ebenso in der Briefmarkenherstellung seine Entsprechung. Es sind vorwiegend Sonderbriefmarken in kleineren Auflagen, welche die Gutenberg Druck AG für die Liechtensteinische Post, die Schweizer Post und weitere Postunternehmen Europas produziert. Für die Perforation wurde eigens in eine Spezialstanzmaschine investiert.

➤ www.digiinfo.com

Metsä Board

NEUEN OFF-FLAVOUR-WERT FÜR KARTONQUALITÄTEN

Metsä Board kann nach Verbesserungen bei Simcote, Avanta Prima und Carta Elegia für alle Kartonqualitäten einen neuen Off-Flavour-Wert für Geschmacksneutralität garantieren. Für Produkte, die in der Originalverpackung gelagert werden, liegt der nach der Norm EN 1230-2 (vergleichbar mit dem Robinson-Test) über die Dauer von zwölf Monaten erreichte Wert jetzt bei <1. Bei Carta Integra und Carta



Solida erfüllt Metsä Board diesen Wert bereits. »Off-Flavour« bezieht sich auf Geschmacksübertragungen von Verpackungen auf Lebensmittel.

Metsä Board hatte zuvor umfassende Maßnahmen zur Untersuchung und Optimierung der organoleptischen Eigenschaften seiner Kartonqualitäten eingeleitet. Zum Nachweis dieser Qualitätsverbesserung wurden unter anderem regelmäßige sensorische Analysen und Langzeituntersuchungen auf Geschmacksübertragungen vorgenommen. Die Faltschachtelkartonqualitäten von Metsä Board werden aus Frischfasern hergestellt, die von Natur aus einen sehr hohen Reinheitsgrad aufweisen und keine bedruckten Recyclingfasern enthalten. Sie werden gemäß der guten Herstellungspraxis produziert und die Management-Systeme sind nach ISO 9001, ISO 14001 und ISO 22000 zertifiziert.

➤ www.metsagroup.com



Bingo und weitere Volltreffer

Geld und Sachpreise in der Zeitung abstauben? Die Chance lässt sich fast kein Leser entgehen. Entsprechend populär wurden integrierte Inkjet-Anwendungen bei Gewinnspielen. Doch der Inkjet-Zeitungseindruck bietet noch mehr Facetten und Einsatzgebiete.

Für den Inkjet-Eindruck in der Zeitung war 2012 ein gutes Jahr: Die Applikation erreichte durch Gewinnspiele in der ›Bild‹-Zeitung erstmals deutsche Lesermassen. Jetzt wächst das Interesse in Europa. Bei einem Event Ende 2012 im Druckhaus Ahrensburg, weltweiter Pilotanwender von Integrated Inkjet, informierten sich 70 Zeitungsexperten aus zehn Staaten. In Ahrensburg hat Axel Springer zwei seiner sechs Colorman-Zeitungsdruckrotationen mit einem Inkjet-Eindruckssystem von Kodak für den variablen Datendruck ausgestattet, zwei weitere Installationen sind im Druckhaus Spandau in Betrieb. Für die Gäste produzierte die Colorman eine internationale Zeitungs-Ausgabe mit Inkjet-Eindrucken von variierenden Bildern und Verlosungsnummern. Thematisiert wurde ebenso die Ergänzung von statischen Zeitungsinhalten um variable Informationen. Wechselnde QR-Codes, Grafiken oder Textinformationen bieten zielgruppengenaue Werbung, aktuellste Nachrichten, eine Plattform für crossmediale Kampagnen und Unterstützung in der Logistikorganisation.

ATTRAKTIVER Durch den variablen Einsatz von Zahlencodes ist Integrated Inkjet prädestiniert für Gewinnspiele mit eindeutigen Losnummern. In ›Bild‹ Hamburg ging es ab Anfang April 2012 für sechs Wochen um die ›CashMillion‹. Das Handling überzeugte, denn die individuellen Spielscheine waren anstatt von separaten Beilegern in die Zeitung eingedruckt.

Mit Integrated Inkjet können Werbekunden lokale, örtlich maßgeschneiderte Anzeigen schalten. Das gleiche Anzeigenmotiv bewirbt für eine Bäckerkette in Filiale A das Tagesangebot, in Filiale B deren Angebot – Preis und die Filialadresse sind angepasst.

Wie in der Handelswerbung sind Inkjet-Eindrücke für lokale Veranstaltungstermine und -orte ideal, so bei Konzert- oder Theatertourneen.

Wie wird das Wetter? Eine Frage, die mit spät eingedruckten Wetterprognosen sicherer beantwortet wird. Auch die letzten Top-News und Sportergebnisse zeigen: Inkjet macht die Tageszeitung aktueller.



Integrated Inkjet: hier spielt die Musik bei der Werbung für Veranstaltungen.



Variable Werbeanzeigen in der Zeitung, mit Inkjet eingedruckt, finden ihre Zielgruppen exakter.



Gewinnspiele: Der Inkjet-Eindruck in der Zeitung ist das Los und ersetzt separate Beileger.

Inkjet-Barcodes vermitteln passgenaue Zusatzinhalte. Über die Verknüpfung von Print und Internet-Dokumenten erhält der Leser mit einem Handyclick Gewinnspiele, Produktbeschreibungen oder Filme.

Eingedruckte Barcodes unterstützen die Logistikorganisation von Druckprodukten. Der Barcode hilft dabei, die Distribution und Lkw-Beladung der Produkte zu planen oder Rückläufer zu erfassen. Sequentielle Erfassungsvorgänge werden rationalisiert, menschliche Fehler beim manuellen Eingeben von Nummern sind ausgeschlossen.

EINE HIGHTECH-KOMBINATION Integrated Inkjet lässt sich in alle Zeitungsdrucksysteme nachrüsten. Das Inkjeteindruckssystem Prosper S30 von Kodak mit einer Arbeitsbreite von 105,6 mm und 600 x 200 dpi Druckauflösung wurde im Druckhaus Ahrensburg als Zusatzaggregat im Überbau der Colorman eingebaut. Damit kann das Inkjet-System je nach Bahnführung verschiedene Papierbahnen bedrucken – bei voller Produktionsgeschwindigkeit mit bis zu 15 m/Sek. »Wir haben über Inkjet im Zeitungsdruck in den Jahren der Entwicklung und Feldtests enorm viel Erfahrung gesammelt«, erklärt Anton Hamm, Leiter Service und printcom bei manroland web systems. »Dies zahlt sich jetzt aus, schließlich müssen im Workflow Steuerungstechnik ebenso wie Mechanik und Drucktechnik aufeinander abgestimmt sein. Die Integration und die Modifikationen bei Bahnwegen erfordert spezifisches Know-how. Daraus haben wir patentrechtlich geschützte Verfahren entwickelt, die inzwischen auch zahlreiche Applikationen im Zeitungsdruck beinhalten.«

› www.manroland-web.com



17 MultiStack für Johannesburg CAXTON & CTP PUBLISHERS & PRINTERS LTD.

Über die vergangenen Jahre hinweg hat Caxton & CTP am Standort Industria die Versandraumkapazitäten auf den neusten Stand der Technik gebracht und die Materiallogistik und Produktionsabläufe gestrafft. Ein wesentlicher Teil des Erneuerungsprojekts war der Austausch der Technik für die Paketherstellung mit entsprechender UTR-Linienführung. Auf zwei Geschossebenen hat Ferag 17 neue Paket-



Mit der Investition in 17 MultiStack hat Caxton & CTP sich für hochwertige Ferag-Qualität aus der Schweiz entschieden.

kreuzleger MultiStack installiert. Der Investition lagen zuverlässige Erfahrungswerte zugrunde. Drei dieser Paketkreuzleger gingen vor rund drei Jahren in Produktion, sie halten über lange Produktionszeiträume auch extremen Belastungen stand. In Kapstadt wird seit Sommer 2010 auf zwei Einstecklinien mit dem EasySert-Verfahren gearbeitet. Die Herstellung der Pakete ist auch dort auf MultiStack-Technologie gesichert. Die Druckerei in Industria bei Johannesburg bildet die Hauptzentrale der Unternehmensgruppe, die in Südafrika an insgesamt neun Standorten produziert. Eigenen Angaben zufolge fertigt Caxton & CTP allein in Johannesburg 103 verschiedene Printobjekte, mit einem Jahresvolumen von 540 Mio. Exemplaren.

➤ www.ferga.com

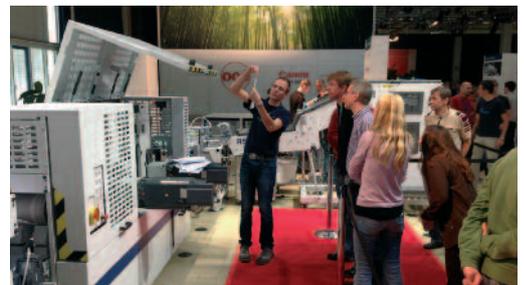
Digitale Bücherproduktion inline

Océ präsentierte Ende September Lösungen für den industriellen Digitaldruck mit dem Schwerpunkt der Verarbeitung variabler Daten im Verlagsdruck. Dabei war manroland web systems als Océ-Partner maßgeblich beteiligt.

Im Sommer hatten Océ und manroland web systems innerhalb ihrer strategischen Allianz mitgeteilt, dass die französische Druckerei Rivet Press Edition in Limoges ein umfangreiches Projekt zur digitalen Zeitungsproduktion angestoßen hat. »Wir haben unsere Zusammenarbeit durch die Entwicklung eines Digitaldrucksystems für die Zeitungsproduktion mit integrierter Weiterverarbeitung mit Leben erfüllt«, erklärte Alwin Stadler, Leiter Digitaldruck bei manroland web systems.

Nun zeigten die Augsburger ihr Know-how im digitalen Bücherdruck. »Unser Part bestand in der Realisierung der Weiterverarbeitung und der Entwicklung einer integrierten Workflowlösung«, sagt Stadler. Denn inzwischen hat manroland web systems der digitalen Bücherproduktion mit der Steuerungs-Software printnetwork Bridge einen weiteren Impuls gegeben. Diese setzt mit einer JDF/JMF-basierten Softwarelösung eine Vollautomatisierung bis in die Weiterverarbeitung um.

FORMERLINE Bei der Veranstaltung in Poing steuerte printnetwork Bridge die Buchdruck-Weiterverarbeitung einer JetStream 5500 mono mit der Falzlinie »FormerLine VFF« sowie dem Kreuzleger Rima RS-34S zur Buchblockbildung und integrierten Verleimung. Die JetStream 5500 mono druckte mit einer Bahngeschwindigkeit von 254 m/Min., die FormerLine falzte die Signaturen inline und setzte die Buchblöcke im Stapel ab. Die produzierten Buchblöcke mit 368 Seiten entstanden durch Sammeln von 46 Signaturen à 8 Seiten. Weitere Buchblöcke von 304 Seiten wurden aus 38 Signaturen à 8 Seiten inline hergestellt. Dabei zeigte die Produktionslinie ihre Variabilität: Die zwei in Folge produzierten Bücher hatten sowohl unterschiedliche Formate als auch Papiersorten. Für Effizienz bei Auftragswechseln wurde die automatische Umstellung der FormerLine während dem laufenden Einzug der neuen Papierbahn durchgeführt. Das spart Papierverbrauch und Rüstzeit.



Produktiv und bedienerfreundlich: So zeigte sich in Poing der digitale Buchdruck mit der Falzlinie FormerLine von manroland web systems.

PRINTNETWORK BRIDGE Wie ist die Falzlinie in den digitalen Workflow eingebunden? Die FormerLine wird von der Software printnetwork Bridge angesteuert. Diese stellt die Komponenten der Weiterverarbeitung entsprechend des gerade in Druck befindlichen Jobs vollautomatisch ein und kommuniziert mit dem Drucker-Frontend Océ Prismaproduction per JDF/JMF. printnetwork Bridge prüft die Parameter eines Druckauftrags und veranlasst bei Bedarf eine Korrektur. Ein Stopp der Produktionslinie wird so verhindert. manroland web systems zeigt sich dabei offen bei den Schnittstellen. In Zukunft soll eine Anbindung von Komponenten von Fremdherstellern an printnetwork Bridge möglich sein. Unter anderem soll printnetwork Bridge zur Auswertung und Nachkalkulation die Produktionsdaten der Weiterverarbeitung an MIS Systeme liefern.

➤ www.manroland-web.com

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!

Aficio SP C830DN und C831DN RICOH PRÄSENTIERT NEUE FARBLASERDRUCKER

Mit den Systemen Aficio SP C830DN und Aficio SP C831DN hat Ricoh sein Portfolio um zwei netzwerkfähige Farblaserdrucker erweitert. Vielfältige Finishing-Optionen, ein großer Papiervorrat und eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 45 beziehungsweise 55 Seiten pro Minute sind wesentliche Merkmale der Systeme. Der neue GWNX-Controller sorgt für anwenderfreundliche Bedienung, Sicherheit und



mehr Produktivität. Die standardmäßigen USB-Stick- und SD-Karten-Steckplätze ermöglichen überdies, Dateien ohne Umweg über den Rechner auszudrucken. Bei den neuen Systemen legt Ricoh außerdem besonderen Wert auf Nachhaltigkeit. Funktionen wie Ruhemodus, Duplexdruck, automatischem Ein/Aus-Timer und ECO Night Sensor, der die Stromversorgung abschaltet sobald die Lichtintensität im Raum unter ein bestimmtes Level sinkt, gehören zu den energieeffizienten Maßnahmen. Die mit Energy Star konformen Systeme sind dank eines großen Papiervorrats von bis zu 4.400 Blatt, der Verarbeitung von Grammatoren bis zu 300 g/m² und Papierformaten von A6 bis A3 sowie zahlreichen Finishing-Optionen für anspruchsvolle Druckaufgaben bestens gerüstet.

➤ www.ricoh.de

Flint Group NEUE, WEICHE NYLOPRINT DRUCKPLATTE WS-S DIGITAL

Mit dem nyloprint Programm bietet Flint Group Flexographic Products eine breite Palette an leistungsfähigen Produkten für Buchdruck-Anwendungen. Nun wurde das Portfolio durch die neu entwickelte, stahlbasierte digitale Druckplatte nyloprint WS-S ergänzt, die optimal für Lackierungen und spezielle Anwendungen geeignet ist, zum Beispiel für fluoreszierende Farben im Sicherheitsdruck.



Die neue, weiche nyloprint WS-S Digital Druckplatte für den Buchdruck.

Die weiche Reliefschicht der neuen wasserauswaschbaren Platte ermöglicht eine hervorragende Farbübertragung und bringt so eine verbesserte Flächendeckung. Ein weiterer Vorteil ist die gute Haltbarkeit der Platte bei hohen Auflagen. Sie ist sowohl im rotativen Buchdruck als auch in Lackwerken und auf Spezialdruckmaschinen einsetzbar. Digitale nyloprint Druckplatten können mit einer Auflösung bis zu 10.160 dpi bebildert werden. Einen Vorteil bietet die neue Platte bei der Wiedergabe feinsten Details, da durch den Film verursachte Qualitätsprobleme, wie Kratzer und Knicke etc. nicht mehr auftreten können. Eine bessere Reproduzierbarkeit bei Wiederholaufrägen und eine höhere Dimensionsstabilität tragen zu einer weiteren Verbesserung der Druckqualität bei. Die Druckplatte wird standardmäßig in einer Stärke von 0,73 mm angeboten, daneben sind andere Plattenstärken auf Anfrage erhältlich. ➤ www.flintgrp.com



: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



**Nic Oud Direct Mail, Holland
HOCHLEISTUNGSTECHNIK
ALS MITTEL ZUM ZWECK**

Nic Oud Direct Mail in Heerhugowaard ist im niederländischen Direktwerbeversand führend. Rund 180 Millionen beträgt bei der Folienverpackung das jährliche Volumen. Das Unternehmen will seine Marktanteile weiter ausbauen. Dazu wurde im Februar 2012 eine kombinierte PolyStream-/EasySert-Linie von Ferag installiert. Das neue Hochgeschwindigkeitssystem erbringt mindestens jene Leis-



Die kombinierte PolyStream-/EasySert-Linie bildet bei Nic Oud Direct Mail den Schlüssel, um im Direktwerbeversand weitere Anteile zu gewinnen.

tung, für die früher zwei ältere Anlagen notwendig waren. Für den Geschäftsleiter Patrick Oud ist das der Schlüssel, um im Markt weitere Anteile zu gewinnen, allein für Holland schätzt er das Gesamtvolumen auf 600 Millionen. »Das Direktwerbe-geschäft können wir nur durch die hohen Mengen und mit industriellen Prozessen rentabel betreiben. Mit der Polybagging- und Einstecklinie hat Ferag dazu die einzig richtige Lösung entwickelt«, sagt Patrick Oud und verweist auf den hohen Nutzen, der aus der Integration des Folierungs- und Einsteckprozesses in einem System resultiert. »Dank der im System integrierten EasySert-Einstecktechnik haben wir Aufträge dazugewonnen, vornehmlich Beilagenpakete, die den Sonntagsausgaben beigelegt werden.«

➤ www.ferag.com

Verlagsdruckerei Pollina

**»BOOK-ON-DEMAND« AUF EINER
HEIDELBERG GROSSFORMATMASCHINE**

Die französische Verlagsdruckerei Pollina in Luçon bei Nantes hat sich für eine Speedmaster XL 162-Achtfarbigen Schön- und Widerdruckmaschine von Heidelberg entschieden. In dieser Maschine sind technische Innovationen und eine leitstandgesteuerte Papierdehnungskompensation enthalten. Dadurch wird die bedruckbare Fläche vergrößert, die



Bedruckstoffkosten reduziert und eine absolute Passergenauigkeit umgesetzt. »Zudem haben uns die kurzen Rüstzeiten der Speedmaster XL 162 überzeugt, und wir wollen mit dieser Maschine kleine bis kleinste Buchauflagen produzieren, also Book-on-Demand anbieten«, begründet Laurent Pollina die Investition im mittleren einstelligen Millionen-Euro-Bereich. Die 1968 gegründete Druckerei mit heute 240 Mitarbeitern stellt auf einer Fläche von 45.000 m² hochqualitative Bücher mit komplexer Weiterverarbeitung sowie Magazine und Kataloge her. Die Druckerei Pollina genießt einen exzellenten Ruf im europäischen Markt und produziert jährlich 68 Mio. Bücher, wobei täglich bis zu 30 Titel hergestellt werden. Pollina verfügt bisher über acht großformatige Druckmaschinen, ab Frühjahr 2013 soll die erste Bogenoffsetmaschine von Heidelberg die Produktion aufnehmen.

Im Bereich »Book-on-Demand« sind extrem kurze Produktionszeiten ge-

fragt, da letztendlich die Stückkosten auf ein Minimum zu reduzieren sind. Mit der Speedmaster XL 162-8-P lassen sich nach Angaben von Heidelberg bereits Auflagen von wenigen 100 Bogen gemessen an den Stückkosten wirtschaftlich produzieren.

Die Speedmaster XL 162-8-P wurde zur drupa 2012 eingeführt und wur-

de seither bereits an fünf Druckereien in Europa verkauft. Ein technisches Alleinstellungsmerkmal der Maschine ist die Doppelgreiferauslage, mit der der Bogen gleichzeitig an Vorder- und Hinterkante berührungsfrei vom letzten Druckwerk bis zum Auslagestapel geführt wird. Durch diese Technologie sind im Schön- und Widerdruck keine Bogenbremsen und keine druckfreien Korridore mehr notwendig. Dadurch vergrößert sich die verfügbare Druckfläche und die Bedruckstoffkosten reduzieren sich signifikant. Weiteres Alleinstellungsmerkmal ist die leitstandgesteuerte Papierdehnungskompensation während des Fortdrucks, die eine absolute Passergenauigkeit von der Bogenvorder- bis zur Bogenhinterkante erzielt.

Seit dem Start der Serienproduktion hat Heidelberg über 75 Maschinen der Großformatbaureihe Speedmaster XL 145 und XL 162 verkauft.

➤ www.heidelberg.com

**Atlantic Zeiser
PRODUKTSCHUTZ UND
PRODUKTIONSFLUSS**

Für den erfolgreichen Kampf gegen die stark wachsende Produktpiraterie bietet Atlantic Zeiser skalierbare PMP-Lösungen sowie spezielle Track + Trace Codiereinheiten für Pharma und Kosmetik.

Produktrückverfolgung, Fälschungsschutz und Graumarktschutz: Das bildete das Herzstück des Produktportfolios von Atlantic Zeiser auf der Emballage, die vom 19. bis 22. November in Paris stattfand. Der Hersteller von industriellen Kennzeichnungslösungen zeigte seine neuesten Systeme zum Produktschutz beim variablen Codieren, Serialisieren und Bedrucken von Verpackungen, Produkten sowie Booklet-Etiketten. Ein besonderer Schwerpunkt lag dabei auf dem Track + Trace Codiermodul sowie der PMP (Production Management Plattform) Softwarelösung, die im Kampf gegen Produktfälschungen und Produktpiraterie ein Höchstmaß an Vielseitigkeit bieten.

Gerade Verpackungsanwendungen im Hinblick auf die Pharma- und Kosmetikindustrie profitieren von Atlantic Zeisers Lösungsangebot für die umfassende Produkt Rückverfolgung und Transparenz während des gesamten Produktionsworkflows. Das schließt die Steuerung des kompletten Produktions-, Kennzeichnungs-, Versand- und Retourenprozess gemäß den höchsten Sicherheitsstandards mit ein. Die Verpackung ist dabei das Informationsmedium und der Träger unterschiedlicher Codes und Merkmale von Markenprodukten.

➤ www.atlanticzeiser.com

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.

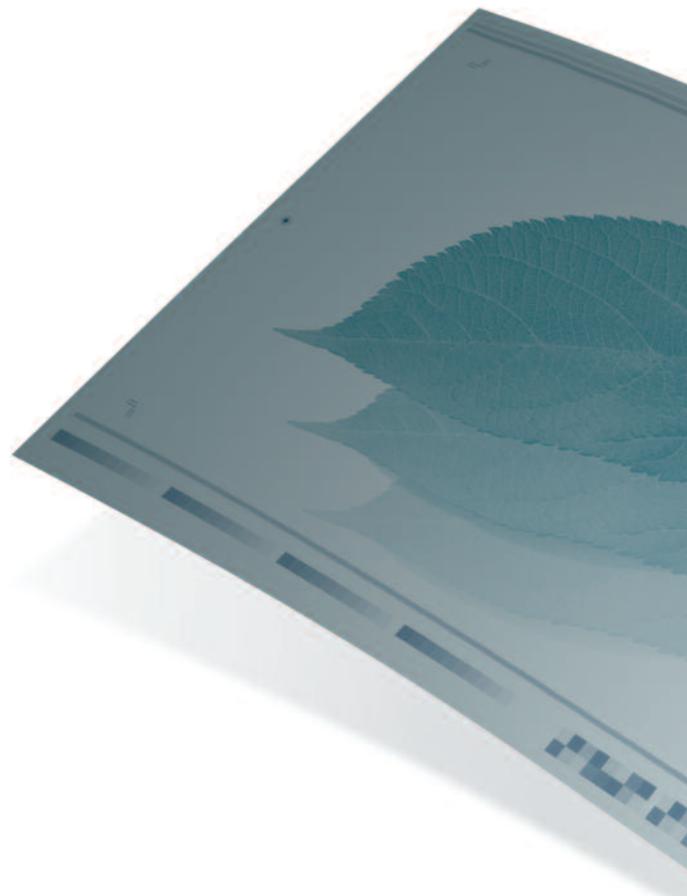


Erfahren Sie mehr unter
WWW.PRO-T3.COM/DE
#PRO-T3

PRO T3
SETTING NEW STANDARDS

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM





redigiert: 122012

Mehr Faltschachtel-Varianten denn je

Mit der Installation einer Expertfold 110 von Bobst hat Siemer Kartonagen die Faltschachtelherstellung auf ein neues Niveau gehoben.

Die Ernst Siemer Kartonagen GmbH mit Sitz in Laatzen bei Hannover hat Ende Oktober 2012 eine Faltschachtel-Klebmaschine Expertfold 110 von Bobst in Betrieb genommen. Mit dieser während der drupa getroffenen Investitionsentscheidung hat der Full-Service-Dienstleister, der auf eine mehr als 100-jährige Geschichte zurückblicken kann, in diesem wichtigen Prozessschritt seine Produktivität erhöht und gleichzeitig sein Dienstleistungsangebot ausgebaut. Darüber hinaus kann Siemer Kartonagen seinen Kunden – in erster Linie Markenartikler der Biobranche – mit der Expertfold 110 eine fehlerfreie Produktion garantieren.

»Wir wollten höhere Auflagen schneller liefern und unseren Kunden dabei konstant perfekte Qualität garantieren können. Zudem sind im Markt heute mehr Faltschachtel-Varianten denn je gefragt«, formuliert Maren Grondey wichtige Hintergründe der Investitionsentscheidung. »Bobst ist seit Jahrzehnten auf den Verpackungsmarkt spezialisiert«, spricht Laura Grondey einen zentralen Aspekt an, der in der Faltschachtelproduktion für die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Maschinenbauer sprach. »Das spiegelt sich auch in der ausgefeilten Konstruktion, dem modularen Aufbau und der Bedienungsfreundlichkeit der Expertfold 110 wider.« Als geschäftsführende Gesellschafterin widmet sich Laura Grondey bei Siemer Kartonagen in erster Linie der technischen Ausstattung, während ihre Schwester Maren als ebenfalls geschäftsführende Gesellschafterin mehr das Vertriebliche steuert.

»Mit der Expertfold 110 sind wir state-of-the-art und können in der Herstellung von Faltschachteln für unsere Kunden alle Register ziehen«, fasst Laura Grondey die



Haben die Faltschachtelherstellung ihres Unternehmens mit der Installation einer Expertfold 110 von Bobst auf ein neues Niveau gehoben: Laura (links) und Maren Grondey, geschäftsführende Gesellschafterinnen der Ernst Siemer Kartonagen GmbH.

können Versandtaschen dieser Art inline produziert werden. Zusätzliche Flexibilität bedeutet auch der Plasma-Treater, der das Haftvermögen des Klebstoffs auf metallisierten, UV-lackierten, laminierten und aus Kunststoff hergestellten Verpackungen mit Hilfe der Plasmatechnologie optimiert. So reduziert dieses Modul bei perfekter Verleimungsqualität den Klebstoffverbrauch und erlaubt den Einsatz kostengünstiger Dispersionsklebstoffe. Die Expertfold 110 verarbeitet Papier, Karton und halbsteife Kunststoffe bis zu einem Flächengewicht von 800 g/m² bei Geschwindigkeiten bis 450 m/Min. und bietet durch des beliebig in der Maschine positionierbaren mobilen Rotationsfalzhakens Wonderfold maximale Flexibilität.

Die Installation dieser Maschine ist Bestandteil einer umfassenden Investitionsstrategie, in deren Rahmen Laura und Maren Grondey weite Teile der technischen Ausstattung ihres Unternehmens auf den neuesten Stand bringen und dabei konsequent auch auf einen weiteren Ausbau des Dienstleistungsspektrums achten.

➤ www.bobst.com

FSC-Zertifizierungsgruppe

WEITERE TEILNEHMER AUFGENOMMEN

Mitte Dezember wurden 11 weitere Teilnehmer in das FSC-Zertifikat der Zertifizierungsgruppe Deutschland (ZGD) aufgenommen. Seit Zertifikatsvergabe im Juli 2011 hat sich die Anzahl der Teilnehmerbetriebe fast vervierfacht. Mit nunmehr 57 Verarbeitungs- und Handelsunternehmen ist die ZGD die größte FSC-Zertifizierungsgruppe Deutschlands. Das Gruppenzertifikat wird zentral verwaltet und erleichtert unabhängigen kleinen Unternehmen den Zugang zur FSC-Zertifizierung. Die ZGD ist spezialisiert auf Druckereien, nimmt aber auch andere papierverarbeitende Betriebe und Handelsunternehmen auf.

Als Teilnehmer der ZGD haben die Firmen die gleichen Möglichkeiten zu Produktion, Handel und Kennzeichnung FSC-zertifizierter Ware wie bei einer Einzelzertifizierung. Darüber hinaus profitieren sie von zahlreichen Vorteilen. Durch das bereits vorhandene Zertifikat ist ein vereinfachter und meist schneller Zugang zur FSC-Zertifizierung möglich. Interne und externe Kosten sind geringer als bei der Einzelzertifizierung. Durch die Verwendung standardisierter Dokumente und bewährter Methoden kann das FSC-Zertifikat mit minimalem Personal- und Zeitaufwand erlangt werden. Die Teilnehmer werden von der Gruppenleitung geschult und hinsichtlich der praktischen Umsetzung der Regularien beraten. Somit erhalten sie große Sicherheit bezüglich der Erfüllung der Zertifizierungsanforderungen und minimieren das Risiko, die erforderlichen Verfahren zum Erstaudit falsch oder unvollständig eingeführt zu haben.

➤ www.zert-gruppe.de



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



Hiflex



Erstmalig in Europa

B2-INKJET-BOGENDRUCKMASCHINE TRUEPRESS JETSX VON SCREEN

Bei der in Retford, Nottinghamshire, Großbritannien, ansässigen Akzidenzdruckerei RCS wurde europaweit die erste Inkjet-Bogendruckmaschine Truepress JetSX im B2-Format von Screen installiert. Laut Aussage von Geschäftsführer Michael Todd ist diese Neuerwerbung »eine umwälzende Neuerung für das Unternehmen, ein einzigartiges Produkt, das den Weg für speziellere Anwendungen ebnet und Geschäftsmöglichkeiten mit höherer Rentabilität eröffnet wird«.

RCS bietet eine umfassende Palette von Druck-Erzeugnissen. Allein auf der firmeneigenen Website werden über 50 verschiedene Produkte angeboten, die über ein landesweites Netz von Wiederverkäufern wie Copyshops, Druckereien und Designern verkauft werden.



Mit dem Kauf der Maschine und weiteren Investitionen will RCS seine Position als Anbieter personalisierter Druck-Erzeugnisse in kleinen Auflagen festigen.

Mit einer Tropfengröße von zwei Pikolitern gibt die neue Generation des Inkjet-Druckkopfes der Truepress JetSX Texte und Bilder in einer Auflösung von 1.440 x 1.440 dpi aus und könne so der Qualität des Offsetdrucks das Wasser reichen. Aufgrund ihres maximalen Bogenformats von 740 x 530 mm ist sie vielseitig und unterstützt den Druck von Standard-DIN-Formaten über Kalender, Prospekte und Bucheinbände bis zu Postern im A2/B2-Format. Dank ihres geringen Energie- und effizienten Tintenverbrauchs sowie der geringen Makulatur erfüllt die Druckmaschine die strengen Umweltauflagen von RCS. Zu den weiteren Funktionen der JetSX zählen eine Vielzahl unterstützter Materialien ab einer Stärke von 0,08 mm bis 0,6 mm. Das präzise Vakuum-Flachbett-Papiertransportsystem kommt auch bei Offsetdruckmaschinen zum Einsatz.

➤ www.screeneurope.com

Océ Arizona 480 UV-Flachbettdrucksysteme

PROFESSIONELLES WERKZEUG FÜR PROFESSIONELLE ANWENDER

Die neuen Drucksysteme Océ Arizona 480 GT und Océ Arizona 480 XT bieten mit acht unabhängigen Tintenkanälen und zusätzlichen Funktionen eine bemerkenswerte Anwendungsvielfalt und eine höhere Produktivität bei hoher Qualität. Ausgestattet mit der mehrfach ausgezeichneten VariaDot Bildtechnologie bieten die Modelle eine erhöhte Anwendungsvielfalt und Produktionseffizienz.



Beide Arizona-Modelle sind mit acht unabhängigen Tintenkanälen ausgestattet, wobei die ersten vier Kanäle für den Standard-CMYK-Druck reserviert sind. Kanal fünf und sechs lassen sich separat für verschiedene Anforderungen konfigurieren wie etwa Lack und Weiß oder Doppelweiß.

Mit den Kanälen sieben und acht lässt sich die Druckqualität weiter steigern. Unter der Bezeichnung CM² wird eine zusätzliche Cyan- und Magenta-Düsenkapazität möglich, die den qualitätsorientierten Druckmodi in Bezug auf Schärfe, Homogenität und Halbtönen kaum nachstehen. Die zusätzliche Düsenkapazität ermöglicht zudem einen

Produktionsdruckmodus, der um fast 25% schneller ist als bei Modellen ohne CM².

Die Océ Arizona 480 GT bietet ein Tischformat von 1,25 m x 2,5 m und die Océ Arizona 480 XT das extragroße Format 2,5 m x 3,05 m. Beide Modelle können auf starrem Material bis zu einer Stärke von 50,8 mm drucken. Eine Rollendruck-

option, mit der flexibles Material

bis zu 2,2 m Breite bedruckt werden kann, steht für beide Systeme zur Verfügung.

Mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 25,3 m² pro Stunde in hoher Produktionsqualität steht professionellen Anwendern, die zwischen 5.000 m² und 10.000 m² pro Jahr produzieren, ein adäquates Werkzeug zur Verfügung.

Die Océ Arizona 480 GT ist als OEM-Produkt auch bei Fujifilm unter dem Namen Acuity Advance Select UV erhältlich.

➤ www.oce.de

DRUCKMARKT
impressions

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

Sie finden die Hintergrundartikel und Nachrichten des ersten PDF-Magazin der Branche auch im Impressions-Archiv.

www.druckmarkt.com

›BNN‹, Karlsruhe
**PRÄSENZ AUF DEM
 PRINTMARKT GESTEIGERT**

Die ›Badischen Neuesten Nachrichten‹ (BNN) profitieren von den Vorteilen einer modernen Versandraumlösung und konnten dadurch die Effizienz und Flexibilität steigern. Darüber hinaus bietet die Technik der Ferag über alle Prozesse hinweg höhere Produktionssicherheit und Transparenz. Mit einer verkauften Auflage von zirka 130.000 Exemplaren und über 400.000 Lesern sind die BNN eine



Die BNN haben sich für zwei Versandraumlinien der Ferag entschieden.

der großen Tageszeitungen in Baden-Württemberg. Gedruckt wird auf einer ›Commander CT‹ Rotation von KBA mit einer Geschwindigkeit von 45.000 Exemplaren in der Stunde. Die jüngste Investition im Druck führte zu einer erheblichen Kostenreduktion.

Im Zuge der technischen Neuausrichtung haben die BNN auch den Versandraum komplett neu gestaltet. Die BNN haben sich für zwei Versandraumlinien der Ferag entschieden, in deren Zentrum jeweils eine MultiSertDrum-MSD2-C-Einstecktrommel der 40.000er-Generation steht. Beide Linien sind mit dem Auf- und Abwickelsystem MultiDisc und einem DiscPool sowie einem RollStream-Vorsammlersystem mit sieben Anlegern ausgestattet. Im Bereich der Paketierung sind pro Linie drei Einheiten mit MultiStack inklusive Deckblattherstellung und entsprechende Folier- sowie Bindemaschinen im Einsatz.

› www.ferag.com

**Kodak Digimaster HD
 NACHFRAGE NACH DIGITALEM
 SCHWARZ-WEISS-DRUCK**

Nach Informationen von Kodak hat sich die Digimaster HD für den Schwarz-Weiß-Druck bei Druckereien, Verlagen und Rechenzentren etabliert. Seit der Markteinführung Anfang 2012 wurden diese Hochleistungssysteme auf der ganzen Welt installiert und werden für die Produktion von unterschiedlichsten Aufträgen, darunter Bücher, Transaktionsdokumente und Direktmailings, eingesetzt.

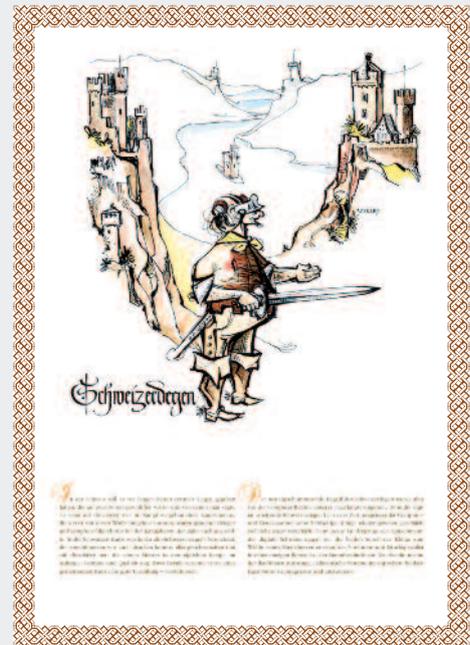


Die HD-Plattform bietet neben dem Modell HD300, das 300 A4-Seiten pro Minute druckt, noch zwei weitere Optionen: die Modelle HD125 und HD150 mit Geschwindigkeiten von 125 beziehungsweise 150 A4-Seiten/Min.

Das moderne Konzept des Fixiersystems trägt zur Senkung von Wartungskosten und Steigerung der Produktionsverfügbarkeit bei. Toner mit kleineren Partikeln sowie Verbesserungen bei Bebilderungskomponenten und bei Software befähigen die Systeme der HD-Serie zu einer besseren Wiedergabe von Grafiken und Bildern bei einer um 25% höheren Ausbeute je Tonerflasche. Die Digimaster HD-Plattform bietet eine effiziente Papierführung und unterstützt eine breite Palette von Bedruckstoffen sowie einen großen Online-Papiervorrat. Druckereien können ihr System mit optional erhältlichen, modularen Weiterverarbeitungskomponenten zu vielseitigen Lösungen aufrüsten.

› graphics.kodak.com

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

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





Typografie und Design fürs E-Publishing

Designer müssen beim Umgang mit den aktuellen Medien zunehmend (programmier-) technisch denken

Auch jenseits der Printgestaltung soll und muss Typografie informieren, emotionalisieren oder unterhalten. Dennoch wird typografische Gestaltung beim Vermitteln der Inhalte häufig vernachlässigt. Und das, obwohl immer mehr hochwertige und lesenswerte Inhalte im Internet veröffentlicht werden.

Ganz offensichtlich wird das Potenzial von Schriften gerade beim Webdesign (und bei anderen Medien) zu wenig genutzt oder die Fonts werden falsch eingesetzt. Typografie in audiovisuellen Medien, für Tablets, Smartphones oder im Web-Design sollte ohnehin nach anderen Prinzipien eingesetzt werden als beim gedruckten Medium. Genauso wie ein Umdenken bei der Entwicklung von Inhalten für Publikationen im Internet oder auf Tablets notwendig ist, muss die Typografie angepasst werden. Automatisch geht das allerdings nicht.

Und das hat einen ganz banalen Grund. Während Drucksachen, Magazine oder Zeitungen generell im Hochformat angelegt werden, sind Bildschirme, Monitore und Displays querformatig (was nie dazu verleiten sollte, die Zeilenlänge entsprechend zu erweitern). Umso problematischer wird es für ein Design,

wenn sich die Darstellung der Ausrichtung des Gerätes (Tablet-PC, Smartphone) anpassen soll, in der das Gerät gehalten wird. Das mag bei Fotos noch gut funktionieren, bei einer durchdachten Gestaltung wird es jedoch schwer.

Eine eigene Art des Layoutens

Design für Display-Medien ist also eine in vielen Dingen andere Art des Layoutens. Dabei spielt die Typografie eine ebenso wichtige Rolle wie die Navigation. Vor allem sollte immer berücksichtigt werden, dass Monitore nie als Lesemedien für längere Zeiträume gedacht waren, auch wenn heute oft mehr am Monitor als auf Papier gelesen wird.

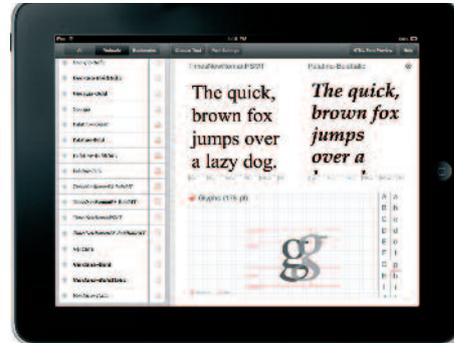
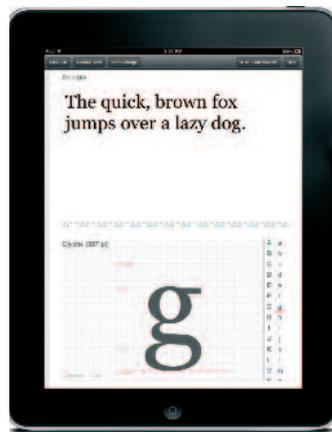
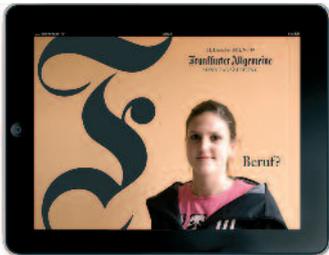
Selbst Verbesserungen der Display-Technologie und höhere Auflösungen ändern nichts an der Tatsache, dass das Auge schneller ermüdet als beim Lesen gedruckter Texte auf Papier. Schon aus diesem Grund muss beim Webdesign und der Display-Gestaltung die Lesbarkeit ganz weit oben stehen.

Bleiben wir erst einmal beim Screen-design für Internet-Seiten. HTML als Internet-Basisssprache wurde geschaffen, um strukturierte Textinformationen und Verknüpfungen zu ermöglichen, nicht um Informationen zu gestalten. Daher sind nicht nur die Schriftenauswahl und typografi-

In jeder Größe, auf jeder Plattform, für jedes Genre – aktuelles Design soll alle Medien bedienen. Am liebsten auch noch ohne manuellen Eingriff und vollautomatisch. Natürlich lässt sich der Umgang mit Layout und Schrift durch Computer automatisieren. Aber geht es für die vielen unterschiedlichen Formate wirklich auf Knopfdruck?

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Mit dem iPad haben die Designer wieder ihre Freiheit bei der Gestaltung und Typografie zurückbekommen. Einschränkungen beim Schrifteneinsatz gibt es nicht mehr.

schen Möglichkeiten von HTML eher beschränkt, der Webdesigner hat darüber hinaus nur begrenzten Einfluss darauf, wie die Seite beim Anwender dargestellt wird. Dieser Nachteil setzt sich (theoretisch) bei iPad, Tablet-PCs und E-Book-Readern fort. Die Typografie wechselt aus der Hand des Gestalters in die des Users oder Hardware-Herstellers, in dessen System eben nicht Palatino oder Frutiger, sondern Verdana, Arial und Times angeboten werden. Wechselt der Text in einen fluiden Umbruch, der den Text den jeweiligen Bildschirmbedingungen anpasst, kann das Lesen zum typografischen Albtraum werden. Durch die Kombination von HTML mit Cascading Style Sheets (CSS) haben sich die Gestaltungsmöglichkeiten jedoch erweitert. CSS ist eine Formatierungssprache, die vom W3C (World Wide Web Consortium) zum Standard erklärt wurde und von quasi allen Browsern unterstützt wird. Wenn man so will, ist CSS mit Stilvorlagen oder Formaten bei Layoutprogrammen zu vergleichen, da es Regeln zur Formatierung und Zuweisung enthält, bei denen der Aufbau der Seite unverändert bleibt. Mit diesen Regeln kann auf Textattribute, Darstellungsoptionen oder auch auf die Platzierung von Objekten Einfluss genommen werden.

Hürden nehmen

In den Anfängen von HTML wurden die Schriftarten ausschließlich durch die jeweiligen Einstellungen der Webbrowser bestimmt. Es gab keine Möglichkeit, die auf einer Website angezeigten Schriften zu beeinflussen. Eine definierte Schriftart musste auf dem Benutzerrechner installiert sein, ansonsten wurde der im Browser eingestellte Standard-Font verwendet. Wer also ein Design im Internet exakt so darstellen wollte, wie es gestaltet war, musste Schriften (ebenso wie ein Logo oder eine Wortmarke) bis vor einiger Zeit als Bild oder Grafik in die Seite einbinden. Mit dem Nachteil, dass sich die Ladezeiten erheblich verlängerten, der Text, der dann kein Text mehr ist, nicht kopiert werden kann und von Suchmaschinen unerkannt bleibt. Dies hat sich bei Schriften jedoch grundlegend geändert. Inzwischen gibt es tausende Web-Fonts. Diese sorgen für ein vielfältigeres und angenehm lesbares Internet und sind ausschließlich für den Einsatz im Internet angefertigt. Damit sind Webdesigner nicht mehr auf die wenigen Systemschriften angewiesen, die bei allen Website-Besuchern installiert sind. Die neuen Web-Fonts werden so mit den Elementen einer Website verknüpft, dass HTML-Texte für alle

Besucher die gleiche Typografie aufweisen können. Dies erlaubt nicht nur das freie typografische Gestalten von Internet-Seiten, sondern versetzt Unternehmen nun in die Lage, Drucksachen und Webseiten im gleichen Stil zu gestalten.

HTML5 als Problemlöser

Seit Erfindung des Internets werden Online-Inhalte in HTML (Hyper Text Markup Language) formatiert. Anfang der 1990er Jahre waren die Gestaltungsmöglichkeiten auf Textformatierungen wie fette oder kursive Darstellung beschränkt. Im Laufe der Zeit kamen dann die Darstellung von Bildern, Tabellen, Formulare und deren individuelle Gestaltung mit Hilfe von Cascading Style Sheets (CSS) hinzu. Doch für die Darstellung von Animationen und Videos sind Browser auf Plug-ins angewiesen. Zwar boten Windows Media oder Apples Quicktime-Plug-in Möglichkeiten, Bewegtbilder im Internet zu betrachten, doch erst Macromedia mit ihrer Entwicklungsumgebung Flash konnte das Format-Durcheinander beseitigen. 2005 kaufte Adobe Macromedia und entwickelte den Flashplayer zum Internet-Standard für Animationen und Videos. Da die Internet-Ver-

bindungen zeitgleich immer schneller wurden, entstanden zahlreiche Multimedia-Portale wie YouTube, die ihre Inhalte mit Hilfe des Plug-ins darstellen lassen. Trotzdem sieht sich Adobes Flashplayer immer wieder harscher Kritik ausgesetzt: Das Plug-in laufe nicht schnell und stabil genug und sei zudem nicht sicher gegen Angreifer. Derartige Probleme löst nun HTML5, denn der Internet-Standard kann Videos, Musik und Spiele völlig ohne Zusatzsoftware direkt im Browser darstellen.

Frei von Zwängen

Ein PDF ist die Umsetzung eines freigestalteten Printdokuments in ein plattformübergreifendes Darstellungsformat. Ähnliches gilt für das E-Pub-Format, ein Format für E-Books, das eine dynamische Anpassung des Textes an die jeweilige Bildschirmgröße des Lesers zulässt. Projekte mit PDF und E-Pub-Readern sind vergleichsweise schnell realisierbar und gut geeignet für Textdokumente. Die Anwendungen haben die klassische Blätterlogik. Sollen die eigentlichen Printinhalte aber mit multimedialen Inhalten kombi-



Neben der Typografie spielt bei den Display-Medien die Navigation eine dominierende Rolle.



niert werden, entsteht ein vergleichsweise hoher Produktionsaufwand.

Eine andere Situation zeigt sich bei Anwendungen auf Tablets. Hier ist der Gestalter wieder frei von technischen Zwängen und kann die aus den Layoutprogrammen bekannten Tools wieder nutzen. So wird das Editorial Design auf iPad & Co. maßgeblich von der typografischen Gestaltung bestimmt. Ohne eine durchdachte Typografie besäßen diese Publikationen keinen Charme und keine Individualität. Leser eines Magazins aber identifizieren sich mit ihm, und zwar nicht nur mit dem Inhalt, sondern auch mit der Gestaltung des Magazins. Designer müssen sich also auch bei Publikationen auf Tablets intensiv mit der Typografie beschäftigen.

Schriftgrad, Laufweite und Zeilenabstand

Dabei sind die Regeln für eine gute Gestaltung und Typografie nicht allzu weit entfernt von der Gestaltung einer Drucksache.

- Es gilt die Faustregel der klassischen Typografie, dass die Gestaltung mit einem Minimum an Schriften auskommen sollte. Idealerweise wird nur eine Schriftfamilie mit ihren Schnitten (Condensed, Bold etc.) genutzt. Wobei Vorsicht geboten ist mit Light-Versionen und Kursiven.
- Die Wahl der Schriftart gehört ohnehin zu den schwierigsten Entscheidungen des Designs. Ob serifenlose Schriften auf dem Monitor immer gut lesbar, während Typen mit Serifen problematisch zu lesen sind, muss im Einzelfall geprüft werden. Dies hängt auch von der Schriftgröße, vor allem aber von der Auflösung eines Displays ab. Aber auch hier beständigen Ausnahmen die Regel.
- Die Schriftgrade für Tablets unterscheiden sich nicht sehr von denen im Printdesign. Fließtext zwischen 8 und 12 Punkt sind üblich, wobei 12 Punkt meist schon sehr dominant wirkt.
- Der Zeilenabstand beträgt nach der Faustregel 120% des Schriftgrades. Dies kann aber variieren. Aufgrund der weniger scharfen Konturen der Schriften als bei gedruckten Medien kann der Zeilenabstand durchaus auf 140% bis 180% erhöht werden.

In einigen Fällen wie bei Überschriften lässt sich die Lesbarkeit durch ein Erhöhen der Laufweite der Schrift erhöhen.

- Schriften auf dem Bildschirm werden mit Kantenglättung (Antialiasing) dargestellt. Das bedeutet, dass nicht nur die reine Schriftfarbe verwendet wird, sondern an den Kanten entsprechende Graustufen für einzelne Pixel generiert werden, um abgerundete Kanten zu simulieren. Die Kantenglättung bestimmt die Lesbarkeit der Schriftarten.
- Die Lesbarkeit von weißer Schrift auf dunklem Grund lässt sich in vielen Fällen durch einen hellen Grauton erhöhen. Zwar laufen die Schriften nicht zu, wie es im Druck bei Negativschriften der Fall sein kann, doch sollte auch hierbei mit dem Schriftgrad experimentiert werden. Zudem liegt es an der Qualität des Ausgabegerätes, ob graue Schriften ein besseres Leseergebnis liefern als 100% schwarzer oder weißer Text.

Designer müssen technischer denken

Das Internet basiert auf Textinformationen. Auch wenn multimediale Inhalte wie Videos, Sounds oder Bilder mittlerweile feste Bestandteile

sind, nimmt das Geschriebene immer noch den Löwenanteil ein. Darum ist die Typografie bei der Gestaltung von Webseiten eine zentrale Herausforderung.

Lange Zeit galten kleine Schriften im Webdesign als besonders schick. Die Lesbarkeit musste hinten anstehen. Doch mit der Verfügbarkeit von Webfonts, der damit verbundenen größeren Freiheit bei der Gestaltung und der allgemeinen Weiterentwicklung des Webdesigns mit dem Fokus auf verbesserte Nutzbarkeit auch auf mobilen Geräten wird das Thema Schriftgröße derzeit von vielen Designern überdacht. Eine großzügigere Typografie entpuppt sich immer mehr zum Webdesign-Trend.

Aber von den typografischen Regeln einmal abgesehen, sollten beim Webdesign die Rechte für den Schrifteinsatz geklärt sein, ob Browser oder Reader mit der Schrift zurechtkommen und ob das Resultat suchmaschinenfreundlich ist. Aufgrund dieser technischen Vorgaben wird von den Designer nicht nur Kreativität im Umgang mit den neuen Medien verlangt, sie müssen zunehmend (programmier-)technisch denken.



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



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
20. 09. - 22. 09. 2013	Týpo St. Gallen	St. Gallen	 www.typo-stgallen.ch
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.





Antalis ›d2b‹-Roadshow

›PAPIER IST AUCH NICHT MEHR DAS, WAS ES MAL WAR‹

Unter dem Motto ›Papier ist auch nicht mehr das, was es mal war‹ startet Antalis im Februar 2013 seine ›d2b‹ Digital-to-Business-Roadshow in sechs deutschen Großstädten. Den Anfang macht Köln am 19. Februar, gefolgt von Hamburg am 26. Februar, Berlin am 28. Februar, Stuttgart am 5. März, München am 7. März und schließlich Frankfurt am 19. März. Die Antalis d2b-Roadshow bildet den



Auftakt zu einer neuartigen Informationsplattform und Vernetzung zwischen Marketing und Werbung, Agenturen, Mediendienstleistern und Druckereien. Die halbtägigen Veranstaltungen bieten einen Mix aus Vorträgen, einer Podiumsdiskussion, einer Mini-Messe mit externen Spezialisten und Meet & Greet Sessions. Besucher können sich über die neusten Trends im Digitaldruck, neue Anwendungsvarianten und über aktuelle Produkte bei Antalis und den Partnern arvalo, HP, Kodak, Konica Minolta, Iocr, Margreff Druck und Medien, Print digital, Printechnologies, Scodix, Siegfried Vögele Institut und XMPie vor Ort informieren.

Die ›d2b‹-Roadshow ist Teil der von Antalis initiierten ›d2b‹ Digital-to-Business-Initiative. Im Rahmen der dieser hat Antalis eine Exklusivpartnerschaft mit Print digital – einer Initiative des f:mp – geschlossen, um gemeinsam über die dynamisch wachsende Zahl der Möglichkeiten auf dem Digitalsektor zu informieren.

› www.antaldis.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:

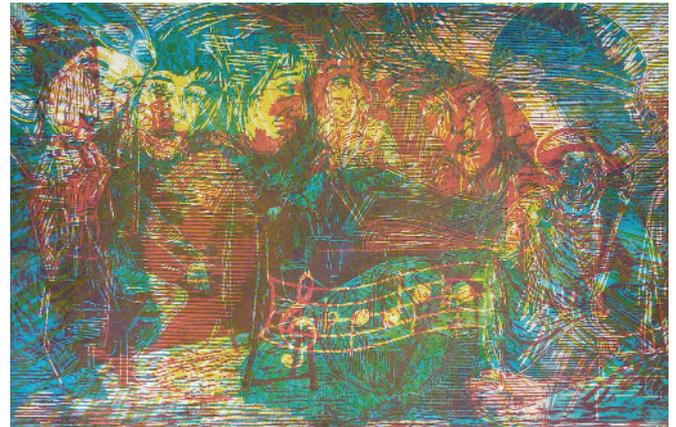
In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail: nico@druckmarkt.com

HUNKELER INNOVATIONSDAYS 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

LEIPZIGER GRAFIKBÖRSE Seit 19. Dezember ist die Leipziger Grafikbörse zu Gast im Museum für Druckkunst. Bis 27. Januar 2013 präsentiert die Ausstellung in der 32. Auflage einen Querschnitt zeitgenössischer Grafik aus Mitteldeutschland. In diesem Jahr wurden 97 Künstler einge-



Christl Maria Göthner: Die Wiederentdeckung, Holzschnitt, 2012.

laden, zwei grafische Werke nach eigener Wahl einzureichen. Zu sehen sind somit knapp 200 Arbeiten.

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

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





POSTKARTENWETTBEWERB Die Dr.-Ing. E.h. Hubert H.A. Sternberg Stiftung hat für 2013 einen Förderpreis in Zusammenarbeit mit der Stadt Heidelberg für die Gestaltung einer Postkartenserie von 4 Postkarten zum Thema ›Natürlich Heidelberg‹ ausgeschrieben. Teilnahmeberechtigt sind Studenten der Studiengänge Grafikdesign, Visuelle Kommunikation oder Kommunikationsdesign, die an einer staatlich anerkannten Fachhochschule, Kunsthochschule, Universität oder Akademie immatrikuliert sind. Der Preis ist mit 6.000 € dotiert. Die Arbeiten können bis zum 1. März 2013 eingereicht werden. ▶ www.vdma.org/druck+papier

EXLIBRIS Noch bis 13. Januar 2013 zeigt das Mainzer Gutenberg-Museum, das mit über 100.000 Blättern eine der weltweit größten Exlibris-



Sammlungen besitzt, mehr als 300 Bucheigenerzeichen 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 links 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

SPITZENLEISTUNGEN ERBRINGEN ›Persönliche Spitzenleistungen erbringen und Menschen zum Erfolg führen‹ ist der Titel einer Veranstaltung, die die Michael Dömer Unternehmensberatung vom 3. bis 5. Februar 2013 im Schlosshotel Reichenschwand bei Nürnberg durchführt. Das Seminar wird gemeinsam mit dem Coach und Buchautor Dieter Lange durchgeführt. Lange lehrt als Gastdozent unter anderem an der Harvard Business School und der Universität St. Gallen. Er hat neben vielen Managementteams der Wirtschaft auch Spitzensportler mit seinem Coaching beim Erfolg unterstützt und Wege aufgezeigt.

In dem Seminar sollen konkret umsetzbare Handlungsanleitungen für Erfolg gegeben werden. Dazu sollen Fragen wie ›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?‹ oder ›Wie kann ich das Feuer der Begeisterung auf andere übertragen?‹ behandelt werden. ▶ www.michaeldoemer.de

Emil Stahl
TIEFER EINBLICK
IN DIE VERPACKUNGSBRANCHE

Wenn Schüler an Ausbildungsberufe denken, fällt ihnen alles Mögliche ein – aber kaum der Beruf des Packmitteltechnologien. Der Verpackungsspezialist Emil Stahl GmbH & Co. KG aus Fürth wollte das ändern und lud 18 Mittelschüler aus Nürnberg für eine Woche ins Unternehmen ein. Die Jugendlichen sollten einen realistischen Einblick in den Beruf des Packmitteltechnologien erhalten. »Das funktioniert am



Achim Klaba (rechts), Produktionsleiter der Emil Stahl GmbH & Co. KG, präsentiert zusammen mit dem Organisator des Schülerprojekts, Dr. Reinhard Bauer, einen der von Schülern produzierten Pappstühle.

besten mit einem Praxisprojekt«, sagt Achim Klaba, Produktionsleiter bei Emil Stahl. Die Schüler erhielten die Aufgabe, Kinderstühle aus Wellpappe herzustellen. Ihre Produkte sollten sie anschließend in zwei Kindergärten an die Kleinen verschenken.

Vier Auszubildende von Emil Stahl hatten die Aufgabe, die Schüler anzuleiten und zeigten dabei, dass sie Verantwortung übernehmen können. Bei der Abschlussveranstaltung präsentierten die Schüler ihre Kinderstühle, die sie mit Stanzmustern verziert hatten. Als Referenz für künftige Bewerbungsgespräche erhielt jeder der Schülerinnen und Schüler ein Zertifikat von Dr. Reinhard Bauer, Inhaber des gleichnamigen Fürther Instituts und Organisator des Schülerprojekts.

▶ www.emil-stahl.de

Druckforum 2013 in Filderstadt
DIGITALDRUCK IM B2-FORMAT
MIT DER HP INDIGO 10000

Am 30. Januar 2013 lädt HP zu einem Vortragsabend über die neueste HP Digitaldrucktechnologie im Bereich des B2-Formats ein. Druckdienstleister, Produktionsagenturen und Lieferanten der Druckindustrie sind herzlich zu der Veranstaltung eingeladen, die im Rahmen des Druckforums 2013 in der Filharmonie in Filderstadt – Bernhausen stattfindet.

Im Fokus wird die HP Indigo 10000 Digital Press stehen, eine digitale Druckmaschine für das B2-Bogenformat. Hierzu referieren Wolfgang Kochan, Country Manager HP Indigo Deutschland, und Erik Brammer, European Produktmanager HP Indigo EMEA, über die Bedeutung der Einführung der neuesten HP Drucktechnologie für den deutschen Druckmarkt. Zudem wird Peter Sommer, Geschäftsführer des Druckdienstleisters Elanders Germany, als Referent von seinen Erfahrungen mit der Beta-Installation der Digital Press im Tagesgeschäft berichten. Der Digital-Druckdienstleister, der heute acht HP Indigo Druckmaschinen einsetzt, gewährt live per Videoübertragung nach Waiblingen Einblicke in die digitale Druckproduktion im B2-Format.

Was man dort zu sehen bekommt, wird dafür sorgen, dass jeder Teilnehmer seinen ganz persönlichen ›Ein-Druck‹ der innovativen Technologie mit nach Hause nimmt: Die HP Indigo 10000 Digital Press wird Fotos von den Gästen drucken, die zu Beginn des Abends aufgenommen und nach Waiblingen übertragen werden. Bis zum Ende der Veranstaltung werden die Bilder per Kurier in die Filharmonie gebracht und den Gästen überreicht.

▶ www.hp.com



Packaging Innovations kommt nach Deutschland

EASYFAIRS VERANSTALTET MESSE FÜR INNOVATIVE VERPACKUNGEN

Amsterdam, Birmingham, London, Warschau und jetzt auch in Hamburg: Mit der ›Packaging Innovations‹ feiert ein international erfolgreiches Messeformat vom 23. bis 24. Januar 2013 Deutschland-Premiere. Die Fachmesse rund um innovative Verpackungslösungen richtet sich an die Kreativen der Branche wie Gestalter, Entwickler, Markeninhaber, Produktmanager, Brandmanager, Marketingverantwortliche, Produzenten, Händler sowie Verpackungstechnologen und Budgetverantwortliche. Mit der Packaging Innovations erweitert easyFairs thematisch die Parallelveranstaltungen ›Verpackung‹ und ›Logistik‹ in Halle A3 der Hamburg Messe. Insgesamt haben bisher mehr als 165 Unternehmen ihre Teilnahme bestätigt. Was sind die Trends der Verpackungsbranche in 2013? Welche neuen Konzepte und zukunftsweisenden Lösungen für Primär- und

Sekundärverpackungen gibt es? Fragen, für die easyFairs mit der Packaging Innovations einem weitgefächerten Expertenfeld, das sich mit Verpackungsdesign, -lösungen und Markenbildung befasst, eine interaktive Messeplattform bietet. Von Packstoffen/Packmitteln über Druck/Veredelung bis hin zu Dienstleistungen oder Networking mit Agenturen in der ›Design Avenue‹: Die Packaging Innovations bietet ein buntes Themenangebot und viel Raum zum Informieren, Austauschen und Netzwerken. An beiden Messetagen erwartet die Besucher außerdem ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Vorträgen zu aktuellen Trendthemen und Zukunftsfragen. Darüber hinaus präsentiert easyFairs die Sieger des renommierten Preises Pro Carton/ECMA Awards 2012 in einer Sonderschau. Der jährliche Preis für hervorragende Kartonverpackungen auf dem Markt wird von Pro Carton verliehen. Auf der Packaging Innovations berichtet der Gewinner über sein Projekt – von der ersten Idee bis hin zum Sieg.

› www.easyfairs.com

Konica Minolta HAUSAUSTELLUNGSREIHE ›BRENNPUNKT DIGITALDRUCK‹

Konica Minolta startet nach dem Ausfall der PostPrint 2012 eine Neuauflage der Hausausstellungsreihe ›Brennpunkt Digitaldruck‹. Erstmals erhalten Besucher die Möglichkeit, ihre eigenen Druckdaten mitzubringen, die dann geprüft, korrigiert und entsprechend fehlerbereinigt ausgegeben werden. Die Hausausstellung begleiten die Partner Be.Beyond GmbH & Co KG, Callas Software GmbH sowie Caddon printing & imaging GmbH. An drei repräsentativen Standorten in Langenhagen (7. Februar 2013), Hamburg (14. Februar 2013) und Berlin (21. Februar 2013) präsentiert sich Konica Minolta im Februar 2013 mit seinen aktuellen Farbproduktionssystemen bizhub Press C8000 und bizhub Press C7000 und dem Schwarz-Weiß-Produktionssystem bizhub Pro 951 in verschiedenen Workflows für Datenprüfung, Datenkorrektur, Auftragsmanagement und Nutzenmontage. Mit Be.Beyond, Callas Software, Printgroove JT Suite 5 sowie Caddon printing & imaging werden zudem Lösungen zur Druckdatenkontrolle und Aufbereitung, Auftragsmanagement, und zur visuellen Farbbeurteilung gezeigt. Außerdem werden Web-to-Print-Lösungen im B2C- und B2B-Geschäft präsentiert.

› www.konicaminolta.de

›Sprechen Sie haptisch?‹ SEMINAR ZUM THEMA HAPTIK

Das Basisseminar ›Sprechen Sie haptisch?‹ führt in die Welt der erfüllten Kommunikation ein. Denn haptische Wahrnehmung geschieht oft unbewusst und kann auch kontraproduktiv sein. Fühle ich etwas anderes als ich sehe oder höre? Passen alle Aspekte der Botschaft zusammen oder wird eine sanfte Botschaft rau verpackt, eine klare Aussage ›verweichtlicht?‹ Ein ausführlicher theoretischer Teil klärt auf, was Haptik überhaupt ist und wie sie sich definiert. Es wird demonstriert, wie der spontane Aha-Effekt auf den ersten Griff ausgelöst wird und was den Unterschied zwischen gewollt und gekonnt ausmacht. Anhand von praktischen Beispielen wird erarbeitet, auf welchen psychischen und biologischen Grundlagen sich das haptische Sensorium aufbaut, was haptische Kommunikation kann und wie und warum sie funktioniert. Damit ist das Seminar, welches am 24. Januar 2013 in Köln stattfindet, ein Muss für alle, die in einer bilderüberfluteten Zeit einen neuen Weg der Kundenansprache suchen.

› www.koenig-konzept.com

Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

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

*Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com*





Mobile Kommunikation

TRENDTHEMA IM FOKUS DES F:MP.-CAMPUS

Das erfolgreiche f:mp.-Campus-Seminar ›Online- und Mobile Publishing‹ war so erfolgreich, dass es nun die Fortsetzung gibt. Am 26. Februar 2013 geht es in Köln weiter.

Nicht nur die Welt wird immer mobiler, auch die Kommunikation. Internetfähige Tablets, Smartphones, PDAs und Netbooks sind im Informationszeitalter unverzichtbarer Bestandteil des Alltags geworden.



Im gleichen Maß steigt auch das Interesse der Werbungtreibenden am Online- und Mobile Publishing. Dennoch bleiben viele Fragen offen, die das Seminar des Fachverbands Medienproduktoren e. V. (f:mp.) beantworten möchte.

›Gerade die mobile Kommunikation stellt viele Herausforderungen an Kreative und Medienproduktoren‹, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. ›Das gilt sowohl für die technische Umsetzung als auch für die Auswahl der Inhalte.‹ Ein Beispiel gibt Christina Fuchs, f:mp.-Vorstand für den Bereich Aus- und Weiterbildung: ›Die Botschaften müssen schon einen konkreten Nutzen beinhalten – und das gilt für den Empfänger, und nicht nur für den Werbenden. Nur so werden sie von der Zielgruppe überhaupt erst wahrgenommen.‹

› www.f-mp.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.management-forum.de
- › www.polar-mohr.com
- › www.svi-verpackung.ch
- › www.tgm-online.de



DESIGN & TYPOGRAFIE

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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Blockloimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENECKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 50

LETTERSHP/VERSAND

MEDIA MAIL
Ihr Partner für Direct Mail

MEDIA MAIL AG
Hertistrasse 23
CH-8304 Wallisellen

Lettershop
Laserprint
Fulfillment

Telefon 043 233 44 44
Telefax 043 233 44 45

www.mediamail.ch
info@mediamail.ch

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID
TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung

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

MAILINGPRODUKTION

EZCO
switzerland

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

Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

arcusdesigns.de

TECHKON

Wir messen Farbe
und mehr ...

• Farbmessung
• Densitometrie
• Qualitätskontrolle

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

WEITERVERARBEITUNG

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „know-how“

Mit den von uns hergestellten Hochleistungs-Papierbohrern in allen Größen und Beschichtungen für alle Maschinen-Fabrikate beliefern wir prompt ab Lager die Weiterverarbeiter weltweit.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com foellmer@foellmer.com

JOSEF FOELLMER GmbH
KLIPPENECKSTRASSE 8
D-78056 VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 80

WEITERBILDUNG

gib
Zürich

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

DRUCKFARBEN

EPPLE Druckfarben

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

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

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

NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com

FINISHINGPROZESSE IN PERFEKTION

Schär Druckverarbeitung AG
Bernstrasse 281 • 4852 Rothrist
Tel. 062 785 10 30 • Fax 062 785 10 33
info@druckverarbeitung.ch
www.druckverarbeitung.ch

schär

binderhaus
BINDMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstrasse 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711-35845-45 · Fax 0711-35845-46
e-mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

Gütesiegel

Q
Publikation
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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

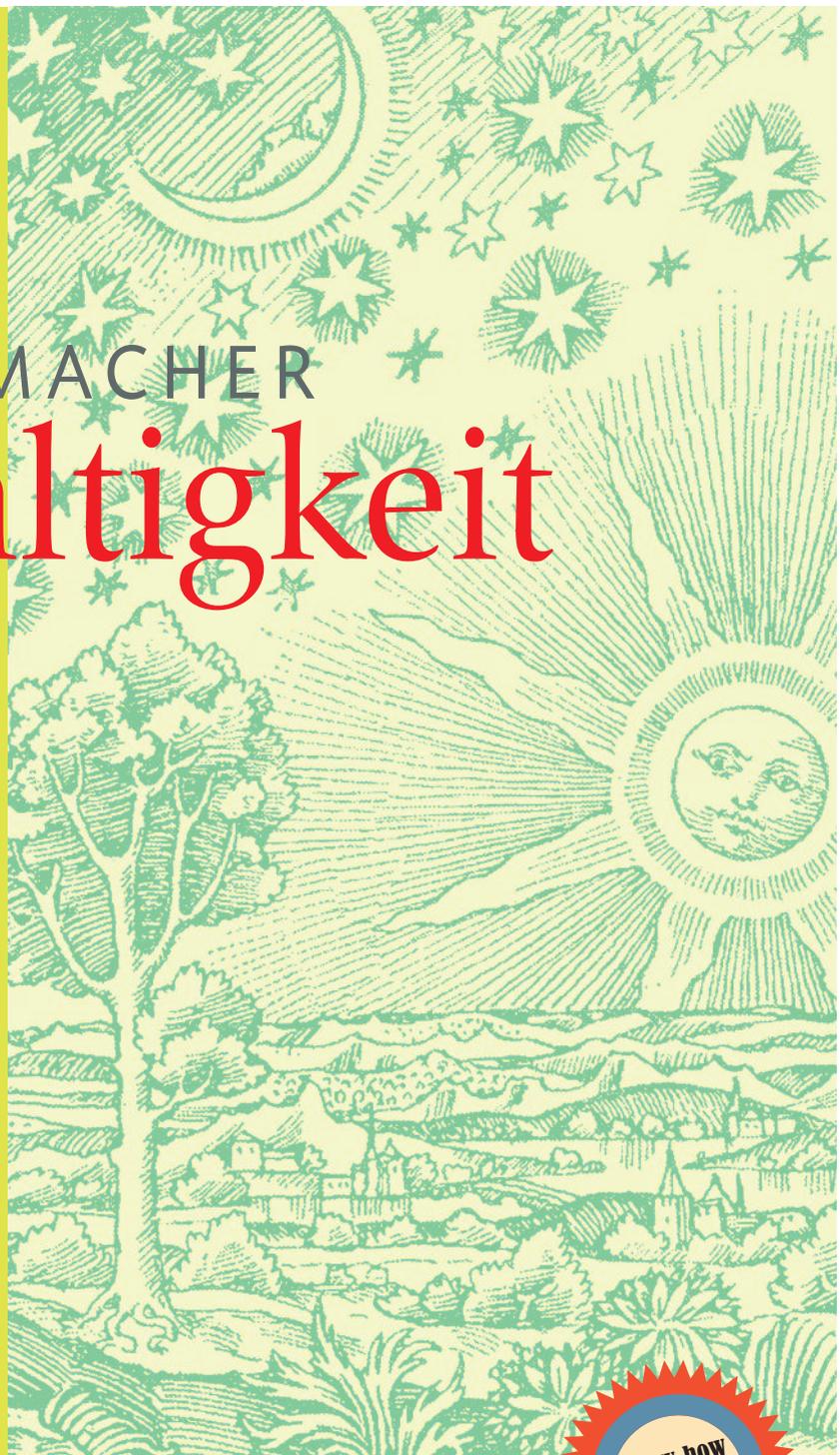
DER SCHLAUMACHER Nachhaltigkeit

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