

DRUCK  MARKT

6. Februar 2013

impressions 62

Das PDF-Magazin für Kommunikation Design, Print & Publishing

Swiss Edition 

Digitaldruck-Feuerwerk in Luzern: Hunkeler Innovationdays

Foto: Michael Horn | pixelto.de

Alle 14 Tage!

Ergänzend zum Heft: das
PDF-Magazin Druckmarkt
impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Ipex zieht die Reissleine. Seite 10.

Digitaldruck: Über den Wert von Print. Seite 18.

Digital- und Offsetdruck: Bingo und weitere Volltreffer. Seite 25.

Publishing: Hobbybasteln war einmal. Seite 32.

Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 42.

www.druckmarkt.ch 

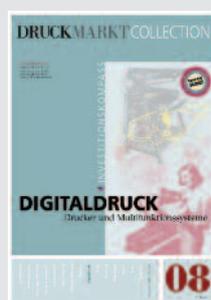
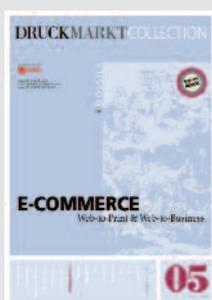


DIE Schlaumacher

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

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

www.druckmarkt.com



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 18.00 CHF zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Mehr Raum für mehr Informationen

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 «Basler Zeitung»: künftig von Tamedia gedruckt
- 10 Ipex zieht die Reissleine
- 12 850.000 Tonnen weniger grafische Papiere
- 14 Océ-Deutschland GmbH wird Canon Deutschland GmbH
- 16 Menschen & Karrieren

Print & Finishing

- 18 Über den Wert von Print
- 20 Hype oder echte Alternative?
- 24 Neustart für die gedruckte Zeitung?
- 25 Bingo und weitere Volltreffer
- 26 Hunkeler Innovationdays 2013: «Das Papier muss da durch»
- 27 Messevorschau
- 34 Nachrichten
- 37 Siebte KBA Commander CL geht zur «Heilbronner Stimme»
- 38 Ricohs neue Produktreihe Pro C901 Graphic Arts+
- 40 Wenden und lackieren im Renntempo

Publishing & Prepress

- 32 Hobbybasteln war einmal

Termine, Bildung & Events

- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen

Es ist längst keine Neuigkeit mehr, sondern wurde im letzten Jahr eher zur Dauer-Nachricht: Im Druck- und Verlagswesen hat der Rotstift das Sagen, wenn nicht gleich der Insolvenzverwalter. Pleiten und Schliessungen von Druckereien sind nahezu an der Tagesordnung, Zeitungen und Zeitschriften werden reduziert, eingestellt oder nur noch im Internet publiziert, Verlage drucken nicht mehr selbst, sondern lassen drucken, Verlagshäuser kooperieren oder fusionieren. Alleine in Deutschland stieg die Zahl der Akquisitionen im vergangenen Jahr auf 246 Übernahmen und Beteiligungen an. Dabei ist das Volumen der Kaufobjekte von 3,5 Mrd. € auf 6,2 Mrd. € gestiegen (siehe auch den Beitrag auf Seite 15).

Was dem noch alles folgen mag, können wir nicht wissen. Wir wissen allerdings, dass wir im abgelaufenen Jahr in den Ausgaben «Druckmarkt» und «Druckmarkt Schweiz», in unserem PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» und den Ausgaben der «Druckmarkt Collection» über 1.200 Seiten publiziert haben – gedruckte Seiten, aber auch Online im Internet.

Und wir wollen den «Druckmarkt» in diesem Jahr noch weiterentwickeln. Sie haben es vielleicht schon bemerkt: Wir haben das Layout des «Druckmarkt» modifiziert. Aber bitte – von einem Relaunch ist hier nicht die Rede. Wir haben das Layout für die genannten Publikationen damit weitestgehend vereinheitlicht. Und wir wollen uns noch mehr als Magazin mit Blick auch auf branchennahe Entwicklungen präsentieren, um erklärungsbedürftige Dinge besser darstellen zu können. Inhaltlich wie gestalterisch. Für diese zusätzlichen Informationen brauchen wir einfach mehr Raum.

Was schlicht und einfach bedeutet: Wir wollen nicht an der Qualität oder beim Umfang sparen. Einsparpotenziale gibt es auch an Stellen, wo es Ihnen als Leser nicht auffällt. Damit haben wir uns für die nächsten Monate einiges vorgenommen und hoffen, dass Sie uns als Leser dabei begleiten werden. Denn nur mit einer treuen und für eine treue Leserschaft lässt sich das bewerkstelligen.

Dazu wünschen wir Ihnen viel Spass bei der Lektüre, auch wenn die Meldungen nicht alle wirklich spassig sind.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



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 2013



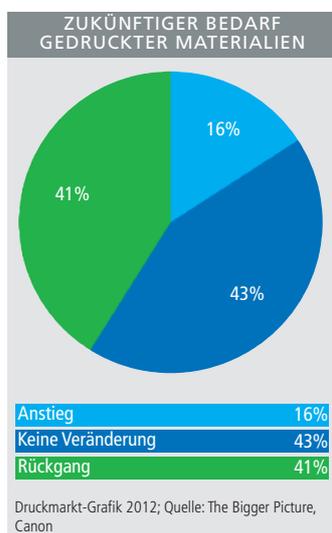
«TOUCHING MOMENTS – STRATEGISCHES SEHEN» ist der Titel des Jahreskalenders 2013, den Koenig & Bauer vor Weihnachten an Kunden und Geschäftsfreunde in aller Welt verteilt. In dem mit Matt- und Glanzlack veredelten Kalender im Hochformat 49 x 68 cm hat der für seine Arbeiten vielfach ausgezeichnete Fotograf Manfred Zimmermann 13 Motive kreativ «veredelt», die er in der Druckmaschinenproduktion des KBA-Stammwerkes in Würzburg aufgenommen hat. Die farblich an der Jahreszeit orientierten Bildmotive entstanden in der Giesserei, Zahnrad- und Grossteilefertigung, in der Lackiererei, der Montage und anderen Stellen in der fränkischen Wiege des Druckmaschinenbaus.

Typisch für die jährlich erscheinenden Bildeditionen des Hannoveraner Fotokünstlers ist das fehlende Kalendarium. Der Betrachter soll sich, losgelöst von Tagen und Wochen, ganz auf die persönliche Interpretation der Bilder konzentrieren können. Auch KBA hat bei dem dekorativen Wandkalender ganz bewusst auf das Kalendarium verzichtet und nur die Monate der einzelnen Kalenderblätter in einem zurückhaltenden Grauton eingedruckt.

Der Kalender umfasst insgesamt 14 Blätter und wurde im Kundenzentrum Radebeul auf einer grossformatigen Rapida 145 und einer Mittelformanlage Rapida 106 produziert. Um die Farbintensität der beeindruckenden Fotografien zum Ausdruck zu bringen, wurde mit frequenzmoduliertem Raster und hochpigmentierten Farben gedruckt. Durch die damit bewirkte Farbraumerweiterung entstand ein fotorealistischer Eindruck, der durch eine gezielte UV-Spotlackierung seine Vollendung findet.

Der Wert von Print

In einer Studie hat Canon untersuchen lassen, wie Drucksacheneinkäufer in Europa den Wert von Print einschätzen. Darin wird festgestellt, dass Print trotz der Verbreitung neuer Medien seine Position im Medienmix gut behauptet. Die Studie fördert aber auch Schwachstellen der Branche zutage, denn viele Printeinkäufer fühlen sich zu wenig über die Möglichkeiten des Digitaldrucks informiert. Lesen Sie mehr dazu auf **Seite 18**.



Vom 11. bis 15. Februar 2013 werden die Hunkeler Innovationdays auf dem Gelände der Messe Luzern zum zehnten Mal ausgetragen. Die wachsende Internationalisierung und das grosse Interesse der Hersteller und Besucher hat Hunkeler zum Anlass genommen, den Event von bisher vier auf fünf Tage zu verlängern. Gegen den Trend, denn andere Messen verlieren an prominenten Ausstellern oder finden erst gar nicht mehr statt. Was es aus technischer Sicht in Luzern zu sehen gibt, finden Sie ab **Seite 20**.

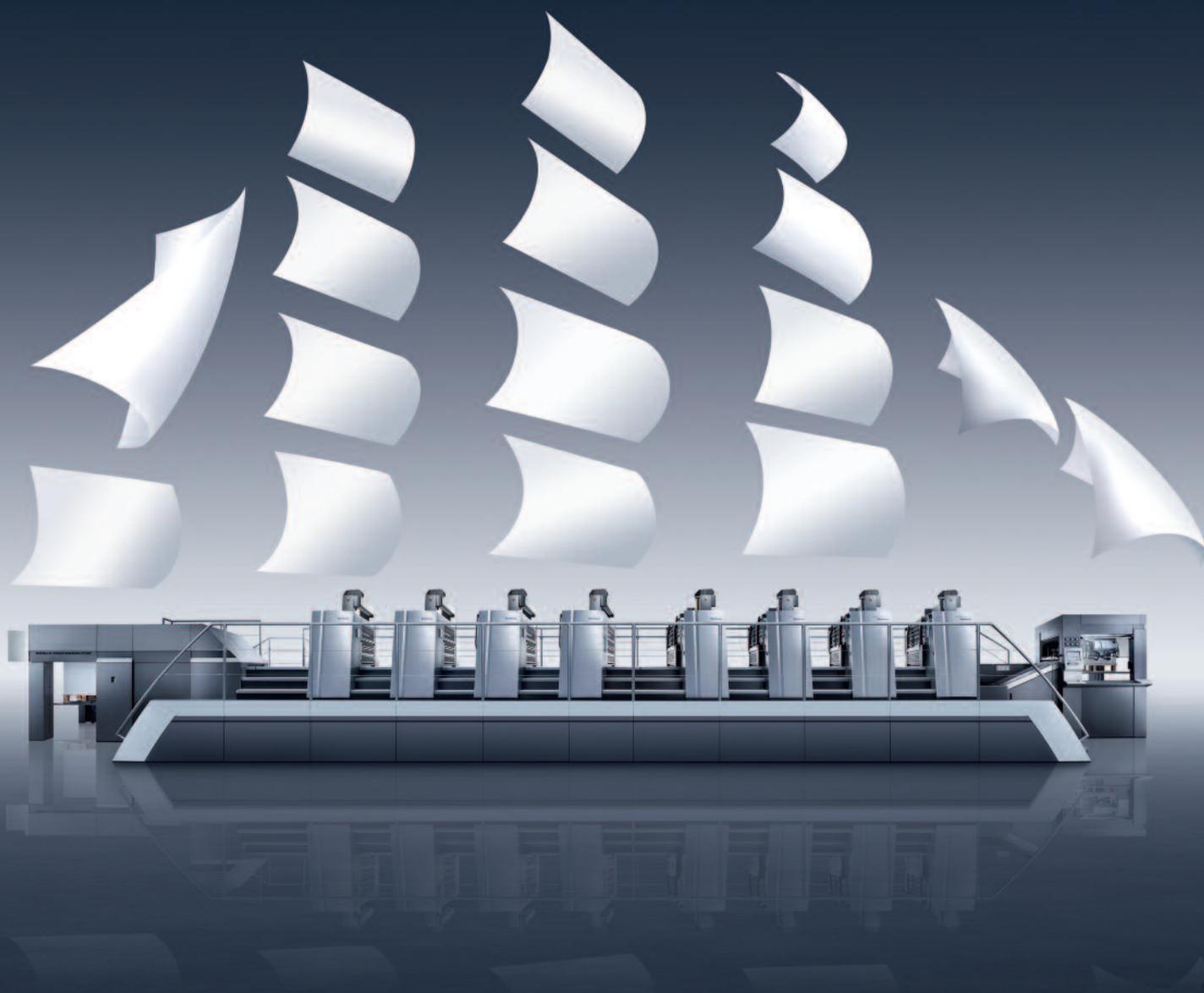


Cewe hat den Einsendetermin für seinen Fotowettbewerb «Europe is beautiful» bis zum 31. März 2013 verlängert. Fotobegeisterte können sich für das internationale Projekt registrieren und in vier Themenschwerpunkten bis zu zehn eigene Bilder hochladen. Bei den Kategorien handelt es sich um «Menschen», «Stadt und Land», «Geschichte und Kultur» und «Sport». Mitte 2013 werden die Gewinner durch eine fachkundige Jury ausgewählt. Die Teilnahme lohnt sich: Den Siegern winken Gewinne im Wert von über 30.000 Euro. Hauptgewinn ist eine Luxus-Kreuzfahrt für zwei Personen, zudem gibt es mehrtägige Reisen in europäische Hauptstädte, Fotokameras sowie Gutscheine für das Cewe Fotobuch zu gewinnen.



Metsä Board Kemi feiert die Produktion der dreimillionsten Tonne des gestrichenen White-Top-Kraftliners Kemiart. Nach dem Umbau der Streichmaschine und der Einrichtung eines zweiten Streichaggregats war das Werk Anfang des Jahres mit den neuen doppelt gestrichenen Qualitäten Kemiart Graph+ und Kemiart Lite+ in die Produktion gegangen. Abgerundet wird das Sortiment, das für jedes Druckverfahren den geeigneten Kraftliner bietet, durch Kemiart Ultra.

DAS FLAGGSCHIFF DER PEAK PERFORMANCE CLASS: DIE NEUE SPEEDMASTER XL 106



Heidelberg setzt wieder einmal Maßstäbe in der Peak Performance Class. Nehmen Sie Kurs in Richtung Zukunft mit einer Druckmaschine, die Sie entscheidend nach vorne bringt: mit der Speedmaster XL 106. Die Spitzenproduktivität, die innovativen Lösungen und die nahezu unbegrenzte Anwendungsvielfalt der Speedmaster XL 106 ermöglichen einzigartige Höchstleistungen – und das mit der höchsten Energieeffizienz ihrer Klasse. So kann Ihr Geschäft richtig Fahrt aufnehmen. www.ch.heidelberg.com

HEIDELBERG

GUTER START IN LATEINAMERIKA Die jüngste KBA-Tochter KBA Latina SAPI de CV mit Hauptsitz in Mexico-City verbuchte im ersten Geschäftsjahr mit 47 Druckwerken einen sehr guten Auftragseingang, meldet der Druckmaschinenhersteller. Danach habe das Unternehmen «vom Zusammenbruch der manroland-Gruppe zu Beginn des Jahres 2012 profitiert». Ehemals hundertprozentige manroland-Anwender seien zu KBA gewechselt. KBA Latina ist auch für die Märkte Venezuela, Kolumbien, Ecuador, Peru und Bolivien verantwortlich. » www.kba.com

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

XEIKON VOR DER ÜBERNAHME? Der Hersteller von Digitaldruckmaschinen und CtP-Systemen, Xeikon, steht möglicherweise vor einer Übernahme. Wie die niederländische Gesellschaft mitteilte, stehe sie in Verhandlungen mit einem nicht genannten Interessenten, der alle Xeikon-Aktien übernehmen wolle. Aktuell würden zwischen den Parteien weitere Verhandlungen geführt.

GUTES JAHR FÜR SPRINTIS Ein aufregendes Jahr hat der Würzburger Grosshändler für Druckereibedarf nach eigenen Angaben hinter sich. Der Umsatz stieg im zweistelligen Prozentbereich und die Anzahl der Beschäftigten ist weiter gewachsen. Auch das im Jahr 2011 gebaute Hochregallager sei schon wieder bis zum letzten Platz gefüllt. Um dem weiteren Wachstum Raum zu geben, will sich Sprintis 2013 weiter vergrössern. Der Bau eines neuen Bürogebäudes sowie einer weiteren Lagerhalle mit über 1.700 Palettenplätzen ist bereits in Planung. Auch das Produktportfolio wird bei Sprintis erweitert. «Durch den ständigen Dialog mit Kunden entwickelt sich Sprintis immer weiter», kommentiert Christian Schenk die Sortimentserweiterungen wie Prospekthalter, Flaschenringe oder Scheibenmagnete aus Neodym. » www.sprintis.de

REGULUS GEHT AN FOLEX Die Unternehmensgruppe Folex hat zu Jahresbeginn das Erlangener Beschichtungsunternehmen Regulus GmbH übernommen. Folex will damit seine Position als Spezialist für die Veredelung und Beschichtung von Folien und anderen Materialien für den Digital- und Grossformatdruck ausbauen. Folex produziert nunmehr an drei Standorten (Seewen in der Schweiz, Köln und Erlangen) mit unterschiedlichen Produktionsschwerpunkten. » www.folex.de

DRUCKFARBENHERSTELLER ERWORBEN Die Quantum Kapital AG hat die Ausgründung des Geschäftsbereichs Offsetdruckfarben der BASF in Maastricht, Niederlande, abgeschlossen. Der nun als Imex Printing Inks B.V. firmierende Hersteller von Heatset-Farben übernimmt alle dem Geschäft zugeordneten Mitarbeiter in Maastricht. Quantum Kapital will eine Wachstumsstrategie verfolgen und die Marktposition bei Offsetdruckfarben ausbauen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. » www.quantum-kapital.com » www.imex-printing-inks.com

Basler Zeitung Medien schliesst ihre Druckerei

«Basler Zeitung» wird künftig von Tamedia gedruckt

Die Basler Zeitung Medien-Gruppe (BZM) schliesst ihre Druckerei «Die Zeitungsdrucker Schweiz AG» per Ende März 2013. Damit verlieren 74 Angestellte ihren Job, elf werden früh pensioniert und zehn weiteren werden zusammen mit drei Lehrlingen Jobs beim Verlagskonzern Tamedia angeboten. Dieser soll künftig auch die «Basler Zeitung» (BaZ) drucken.



Für die Gewerkschaft Syndicom ist die Schliessung der Druckerei eine Katastrophe, die sich jedoch abgezeichnet habe. Verantwortlich seien vor allem Fehler der Vergangenheit: Die Druckerei sei von Anfang an zu gross gewesen. Die 2003 installierte Druck- und Versandanlage leidet unter schwacher Auslastung. Bis 2007 wurden noch 300 Mio. Zeitungen im Jahr gedruckt, 2012 waren es nur noch 160 Mio. Exemplare. Der Umsatz schrumpfte gleichzeitig von 75 Mio. CHF auf 23 Mio. CHF. So resultierte zuletzt jedes Jahr ein hoher einstelliger Millionenverlust. Die BZM nennt als Gründe den Verlust grosser Druckaufträge (darunter eine Teilaufgabe der Coop-Zeitung) sowie sinkende Zeitungsauflagen und schwindende Umfänge. Rolf Bollmann, CEO der Basler Zeitung Medien, sagte in einem Interview, dass die Druckerei nur die «Basler Zeitung» und den «Baslerstab» als eigene Produkte für die

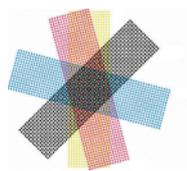
Auslastung der Druckmaschine habe, was lediglich einen Anteil von etwa 10% am derzeitigen Druckvolumen ausmache. Die Druckerei müsse also zu 90% mit Fremdaufträgen ausgelastet werden, was beim aktuellen Preisverfall und dem herrschenden starken Wettbewerb nicht mehr möglich sei.

Der Auflageschwund der «BaZ» wird von Kritikern allerdings auch als hausgemacht bezeichnet. Unter dem neuen Chefredakteur, dem Blocher-Biographen Markus Somme, und dem von ihm eingeschlagenen harten Rechtskurs sowie nach dem heimlichen Einstieg von SVP-Nationalrat Christoph Blocher als faktischer Eigentümer hagelte es seit 2010 Abo-Kündigungen. Akzeptanz und Auflage der Zeitung sind seither geschwunden.

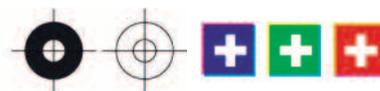
Die Druckereischliessung hatte Blocher bereits Ende Oktober 2012 persönlich angekündigt. In einem Interview mit der Schweizer «Sonntagszeitung» sagte er, er strebe eine BaZ pur an, eine unabhängige Zeitung ohne andere Konzernteile. Sei die Druckerei nicht ausgelastet, müsse sie dicht machen.

Zwar forderte die Mediengewerkschaft Syndicom einen Aufschub der Schliessung, um Alternativen eine Chance zu geben, diese Alternativpläne haben sich aber offenbar zerschlagen.

Der Verwaltungsrat der Nationalzeitung und Basler Nachrichten AG hat nun beschlossen, den Betrieb der Zeitungsdrucker Ende März definitiv zu schliessen, nachdem während des Konsultationsverfahrens keine realisierbaren Vorschläge zur verlustfreien Weiterführung der Zeitungsdrucker Schweiz AG eingereicht worden seien, teilten die Basler Zeitung Medien mit. Die «Basler Zeitung» kommt also definitiv ab 1. April 2013 aus Zürich.



2013

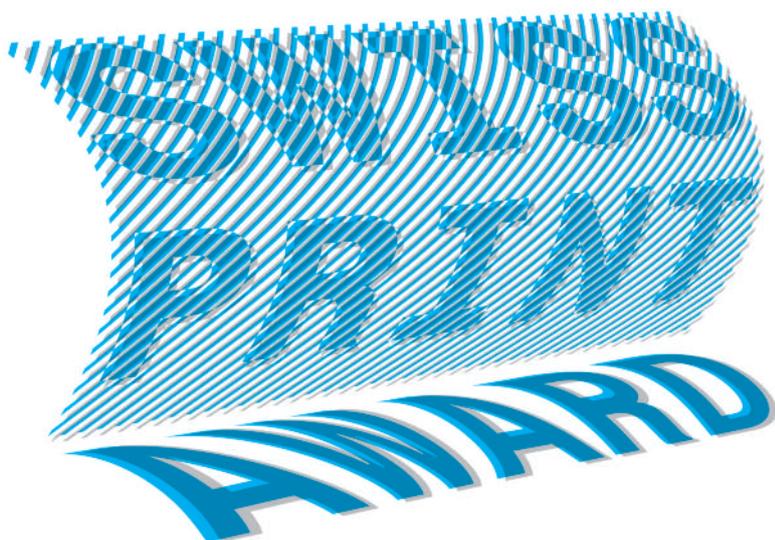


Lust auf Print

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

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

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



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

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

Die eingereichten Arbeiten müssen im jeweils abgelaufenen Kalenderjahr (bis zum Anmeldeschluss) aktiv als Imagewerbung, für Marketing, Werbung oder als Verkaufsförderung 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 12. 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



HÖNLE ÜBERNIMMT GRAFIX Die Hönle Gruppe hat am 21. Dezember 2012 alle wesentlichen Vermögensgegenstände der insolventen Grafix GmbH übernommen. Erwerber ist eine Tochtergesellschaft der Dr. Hönle AG, die die Geschäfte zukünftig unter dem etablierten Namen Grafix GmbH fortführen wird. Als Kaufpreis wurde ein niedriger einstelliger Millionenbetrag vereinbart. Der Erwerb wurde Anfang Januar 2013 rechtskräftig. Die Grafix GmbH in Stuttgart, die am 15. Oktober 2012 Insolvenz beantragt hatte, ist Hersteller für Peripheriegeräte wie Trocknungs- und Bestäubungssysteme, Systeme für die Feuchtmittelaufbereitung und die Farbwerkstemperierung. Grafix beliefert mit diesem Produktprogramm Druckereien und Druckmaschinenhersteller.

GMG-PARTNERSCHAFT Die Unternehmen GMG und Matchmycolor LLC haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Die Kooperation betrifft Lösungen beim Farbmanagement mit Spektralfarbdaten. Dadurch soll eine Optimierung der Farbproof-Qualität erreicht werden. Matchmycolor wurde 2009 im Rahmen eines Management-Buyouts des Colibri-Geschäftsfelds von Ciba Specialty Chemicals (heute BASF) gegründet. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Basel bietet Services und Lösungen beim Colormangement.

BERTSCH ÜBERNIMMT E-PRO Die Bertsch Group hat zum 1. Januar 2013 die E-Pro Solutions GmbH mit ihrem Produktportfolio (PIM- und E-Katalog) übernommen. Mit der Übernahme erweitert die Gruppe den Ausbau ihrer Bereiche PIM (Product Information Management) und DAM (Digital Asset Management). Zudem erhofft man sich Entwicklungspotenziale in neuen Geschäftsfeldern wie Mobile und Social Commerce sowie Marketing- und Vertrieboptimierung.

Die Bertsch Group umfasst derzeit 20 Unternehmen aus IT, Publishing, Agenturen, Sport, Musik und Fashion. Insgesamt arbeiten rund 400 Mitarbeiter an sieben Standorten in Deutschland, die einen Jahresumsatz von über 35 Mio. € erwirtschaften. Bertsch hatte im März 2012 zusammen mit der Evers-Frank-Gruppe PPI Media übernommen.

STANDORT AUSGEBAUT Die Achilles Gruppe, Papierveredler und Anbieter individueller Präsentationsprodukte, hat ihren Standort in Flörsheim ausgebaut. «Durch Investitionen in neueste Technologien können wir unseren Kunden jetzt neue Veredelungsmöglichkeiten bieten», erklärt Thorsten Drews, Geschäftsführer der Achilles Gruppe. Dadurch könnten zudem die Produktionszeiten verkürzt und lösemittelhaltige Farben sowie Farben auf wässriger Basis auf Materialien bis drei Millimeter Stärke verarbeitet werden. Schwerpunkt der Veredelungen ist neben der Folienkaschierung vor allem der Siebdruck. > www.achilles.com

«SCHWEIZ AM SONNTAG» ENTSTEHT Das Aargauer Verlagshaus AZ Medien und die Bündner Südostschweiz Medien kooperieren bei ihren Sonntagszeitungen. «Der Sonntag» und «Die Südostschweiz am Sonntag» erscheinen ab dem 24. März unter dem gemeinsamen Titel «Schweiz am Sonntag». Damit entsteht nach Angaben der beiden Verlagshäuser die grösste abonnierte Sonntagszeitung der Schweiz mit einer Auflage von knapp über 200.000 Exemplaren und einer Leserschaft von 441.000 Personen. Die Sonntagszeitung mit der grössten Auflage ist weiterhin der «Sonntags-Blick» mit 224.260 Exemplaren. Die «Sonntagszeitung» des Tamedia-Konzerns kommt auf rund 176.000 und die «NZZ am Sonntag» auf 131.000 Exemplare.

Kleinerer Markt

KBA WEITER

AUF RESTRUKTURIERUNGSKURS

Seit Ausbruch der Finanzkrise im Herbst 2008 hält der Strukturwandel in der Branche an. Wachsenden Teilmärkten wie dem Verpackungs- und Digitaldruck stehen deutlich geschrumpfte Segmente wie Publikations- und Zeitungsdruck gegenüber. Das traditionelle Geschäftsfeld Rollenrotationen für den Akzidenz- und Zeitungsdruck leidet unter zu hohen Anbieterkapazitäten für den seit 2007 um weit mehr als die Hälfte geschrumpften Weltmarkt. Entsprechend unzureichend ist die Ertragslage. Da keine Markterholung erwartet wird, geht KBA von einem kleineren Neumaschinenumsatz in den nächsten drei Jahren aus. Darauf hatte KBA zwar schon früh reagiert, ist aber weiter auf Restrukturierungskurs.

So hat KBA die Arbeitsteilung zwischen den Werken neu strukturiert und integriert im Herbst 2013 das 1964 gegründete Zweigwerk in Trennfeld ins Würzburger Stammwerk. Die Kapazitäten bei Bogen- und Rollenmaschinen wurden um etwa 25% reduziert und die Zahl der Beschäftigten ist von gut 8.200 Mitarbeitern im Jahr 2007 auf nun 6.300 reduziert worden. Durch Altersteilzeit und anderen Massnahmen soll der Personalbestand auf unter 6.000 sinken.

Zur besseren Abfederung von Auslastungsschwankungen hat KBA zum 1. Januar 2013 für die Standorte Würzburg und Radebeul tarifliche Sonderregelungen vereinbart, die bis Ende 2014 befristet sind. Im Gegenzug erhalten die betroffenen Beschäftigten die Garantie, dass betriebsbedingte Kündigungen bis 30. Juni 2015 ausgeschlossen sind. Der KBA-Vorstand erwartet sich von den vereinbarten Regelungen Kostenentlastungen und mehr Spielraum bei Nachfrageschwankungen. > www.kba.com

Onlineprinters

TRANSPARENTER BERECHNUNG

UND KOMPENSATION VON CO₂

Die Onlineprinters GmbH, eine der grössten Onlinedruckereien in Europa, bietet ihren Kunden in Kooperation mit dem Klimaschutzspezialisten ClimatePartner die Möglichkeit, ihre Printprodukte klimaneutral zu drucken. Hierfür werden die CO₂-Emissionen jedes einzelnen Druckauftrags automatisch ermittelt und auf Wunsch durch die Unterstützung von international anerkannten Klimaschutzprojekten kompensiert. Dieser zertifizierte



Zertifikatsübergabe: Martin Betz (r.), technischer Betriebsleiter der Onlineprinters GmbH, hat mit Moritz Lehmkühl, Geschäftsführer der ClimatePartner, den richtigen Partner gefunden, um das Klimaschutz-Engagement der Onlinedruckerei weiter auszubauen und Kunden in ganz Europa klimaneutrale Druckprodukte anzubieten.

Service (TÜV Austria) ist seit dem Jahreswechsel 2012/2013 für die Kunden der Onlinedruckerei unter der Marke diedruckerei.de und der internationalen Marke Onlineprinters in 30 Ländern Europas verfügbar.

Den klimaneutralen Druck können sich die Kunden der Onlinedruckerei mit einer Urkunde ausweisen lassen. Für maximale Transparenz werden bei jedem klimaneutralen Druckauftrag eine individuelle ID-Nummer und ein QR-Code generiert. Der Kunde bekommt seine Urkunde, welche die Kompensation von Treibhausgasen durch zusätzliche Klimaschutzmassnahmen bescheinigt, zum Download. Zusätzlich steht das Druck-ID-Logo «ClimatePartner – klimaneutral» zum Download bereit und kann in die Druckdaten integriert werden.

> www.climatepartner.com

> www.diedruckerei.de

CCE International MESSEPREMIERE IN MÜNCHEN PARALLEL ZUR ICE

Vom 19. bis zum 21. März 2013 findet in München die CCE International statt. Die Messe für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie wird zum ersten Mal veranstaltet. Rohstoffproduzenten und Anbieter von Maschinen und Zubehör für die Herstellung und Verarbeitung von Wellpappe und Faltschachteln stellen eine umfassende Palette an Produkten und Lösungen vor. Das Ausstellungsprogramm umfasst Rohstoffe, Wellpappen-Anlagen, Converting-Ausrüstungen für Wellpappe und Faltschachteln, Druck-Equipment, Vorstufe, Materialhandling und Lagerhaltung, Abfallwirtschaft, Paketieren, Maschinen- und Anlagenkontrolle sowie dazugehörige Dienstleistungen. Die CCE findet parallel zur ICE Europe 2013 statt, der Leitmesse für die Converting-Industrie. Die ICE Europe belegt die Hallen A5 und A6, die CCE die Halle B5, direkt gegenüber auf dem Münchner Messegelände. Die Eintrittskarten gelten für beide Messen.

➤ www.cce-international.com

Media-Mundo-Beirat EMPFEHLUNG: NACHHALTIGES KOMMUNIKATIONSDESIGN

Medienproduktion kann nur dann nachhaltig sein, wenn auch das zugrundeliegende Kommunikationsdesign von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt diesen Anspruch erfüllt. Damit fällt dem Design eine verantwortungsvolle Aufgabe zu. Die veröffentlichte 6. Media Mundo-Empfehlung gibt konkrete Handlungsempfehlungen für Auftraggeber, Designer, Konzeptioner und Medienproduktionsunternehmen. «Technisch ist die Makulatur heute fast auf Null zu fahren. Konzeptionell sind wir leider noch weit davon entfernt. Design kann und muss hier Verantwortung übernehmen», sagt Oliver Schuh, als Mitglied im Media Mundo-Beirat maßgeblich für die Erarbeitung der Empfehlung verantwortlich. Die Empfehlung «Nachhaltiges Produktionsdesign» beleuchtet die gesamte Wertschöpfungskette eines Designs und zeigt die wichtigsten Stellschrauben auf dem Weg zu wirklich gutem und nachhaltigem Design.

➤ www.mediamundo.biz/beirat/empfehlungen

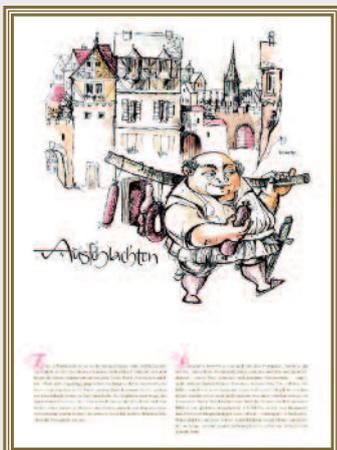
Elanders stärkt USA-Präsenz EXPANSION BEI GRAFISCHEN KOMMUNIKATIONSLÖSUNGEN

Die schwedische Druckereigruppe Elanders AB hat die Midland Information Resources in Davenport, USA, übernommen. Der langjährige Geschäftspartner von Elanders soll unter Beibehaltung seines Namens vom bisherigen Management weitergeführt werden. Der Kaufpreis beläuft sich laut Elanders auf etwa 23 Mio. US-\$. Midland ist Anbieter von Content-Management-Diensten, bedarfssynchronen Liefersystemen für Digitaldrucksachen sowie Fulfillment- und Distributionsdienstleistungen im Printmanagement. Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet das Unternehmen, das derzeit 180 Mitarbeiter beschäftigt, mit einem Umsatz von 29 Mio. \$. Elanders ist bereits seit 2008 in den USA aktiv und baut mit der Akquisition seine Präsenz in Nordamerika aus. Der US-amerikanische Markt für Print und grafische Kommunikationslösungen sei mit einem geschätzten Jahresnettoumsatz von 200 Mrd. \$ der grösste der Welt, heisst es. Als Wachstumsmotor sehe man hier den Digitaldruck, der bei Midland derzeit rund 10% des Jahresumsatzes ausmacht und stark wachse.

flyeralarm PREMIUM-PARTNER DER DFB- FRAUEN-NATIONALMANNSCHAFT

Die Online-Druckerei flyeralarm ist neuer offizieller Premium-Partner der Frauen-Nationalmannschaft. Der Vertrag, der die Zusammenarbeit bis 2015 besiegelt, gilt auch für die weiblichen DFB-Nachwuchsmannschaften. Die Partnerschaft garantiert flyeralarm unter anderem die Präsenz auf der DFB-Sponsorenwand bei Pressekonferenzen. Im Vertrag enthalten sind zudem umfangreiche Rechte zur werblichen Nutzung der Frauen-Nationalmannschaft. Darüber hinaus hat flyeralarm ein Bandenwerbepaket für die Länderspiele der Frauen-Nationalmannschaft mit Infront Sports & Media, dem Vermarktungspartner des DFB, abgeschlossen. Parallel dazu verlängerte das Unternehmen mit Infront auch sein Engagement als Bandenwerbepartner bei der A-Nationalmannschaft der Männer und wird daher mit seinem Logo weiterhin bei zahlreichen Freundschafts- und Qualifikationsspielen der Mannschaft von Bundestrainer Joachim Löw vor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014 präsent sein.

➤ www.flyeralarm.de



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und Texten von Hans-Georg Wenke. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten. Zu beziehen im Internet-Shop www.druckmarkt.com.

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



Ipex 2014 zieht die Reissleine

Nach erneuten Absagen prominenter Hersteller sehen sich die Veranstalter der Ipex 2014 gezwungen, das Konzept und die Grösse der Messe zu verändern. Die Organisatoren reagieren nun mit einschneidenden Massnahmen: Die Messe wird um zwei auf sechs Tage verkürzt, die Ausstellungsfläche um 40.000 m² reduziert und das Konzept umgeworfen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Nachdem Agfa, Heidelberg, HP, KBA, Kodak, Kolbus, Komori, Landa, manroland Sheetfed und Xerox dem ursprünglich vom 26. März bis 2. April 2014 geplanten Event fern bleiben werden, zog der Veranstalter jetzt die Reissleine und hat beschlossen, die Laufzeit der Ipex 2014 von acht auf sechs Tage zu verkürzen. Die Messe soll jetzt vom 24. bis 29. März 2014 in London stattfinden. Als Konsequenz aus den Absagen der grossen Hersteller wird die Ausstellungsfläche von den zunächst geplanten 100.000 m² auf 60.000 m² reduziert. Und auch beim Messekonzept werden Konsequenzen gezogen, da kein namhafter Hersteller von Offsetdruckmaschinen und die bedeutenden Digitaldruckmaschinenanbieter nicht präsent sein werden.

Absagen nicht verstanden?

«Es ist zu erkennen, dass sich die geschäftlichen Anforderungen der Aussteller und Besucher in unterschiedliche Richtungen bewegen», sagte Ipex-Messedirektor Trevor Crawford gegenüber dem britischen Fachmagazin «Printweek». Inhaltlich werde der Schwerpunkt von einer druckorientierten Veranstaltung in Richtung eines Cross-Media-Events verschoben. Dabei soll die wichtige Rolle des Drucks in der Gesamtkommunikation aufgezeigt werden, was durch den Kongress «World Print Summit» unterstrichen werde. Damit zieht Informa Exhibitions, der Veranstalter der Ipex 2014, zwar die

Konsequenzen aus den Absagen, scheint die Begründungen der Hersteller aber nicht verstanden zu haben. Denn trotzig sieht man sich nach wie vor als die grösste englischsprachige globale Technologieveranstaltung für Druck und Medien und verweist auf eine eigene Untersuchung, nach der die Ipex hohe Bedeutung für Investitionsentscheidungen habe. Die Studie zeige zudem, dass digitales Publizieren an Bedeutung gewinne. Die Neuausrichtung der Ipex zu einem «Digital- und Cross-Media-Event» sei eine Reaktion auf die Studie.

Veränderte Kundenansprache

Doch genau darum geht es doch gar nicht. Die Lehre für die Messeveranstalter (nicht nur in London) muss doch die sein, dass sie vor einer völlig neuen Situation stehen. Es gehen immer weniger Besucher zu Messen und die Messekonzepte (ob traditionell oder neu) werden offenbar nicht angenommen.

Neben der PostPrint, die im September 2012 in Leipzig stattfinden sollte, wurde auch die für März 2013 geplante digi:media, deren Konzept ebenfalls die crossmediale Einbindung von Print in den Mix aus unterschiedliche Medien vorsah, mangels Ausstellerbeteiligung und dem dadurch nicht zu haltenden Qualitätsniveau von der Messe Düsseldorf abgesagt.

Die Gründe dafür sind mit Sparmassnahmen jedoch nur unzurei-

chend, wenn nicht gar falsch, beschrieben. Vielmehr haben sich wohl die Vorzeichen bei den Kundenbeziehungen geändert

HP hatte im Juni 2012 als erster der prominenten Hersteller den Reigen der Messeabsagen eröffnet und darauf verwiesen, man werde sich mehr auf lokale und anwendungsspezifische Veranstaltungen konzentrieren. Heidelberg begründete seine Absage damit, dass man die Notwendigkeit sehe, sich im europäischen Markt anders zu präsentieren, als in Ländern, wo Messen noch wichtig seien, um einen Markt aufzubauen und neue Kunden zu finden. Messen in Europa seien daher

nicht mehr so relevant wie in der Vergangenheit. Diesen Standpunkt vertritt auch Agfa.

Doch ein anderer Punkt, den Heidelberg anführt, erscheint weitaus interessanter. Die sinkende Zahl der Druckereien und die gleichzeitig wachsende Fokussierung auf eine immer komplexer werdende Technik führe dazu, dass Technologien und deren Zusammenhänge in den eigenen Democentern besser präsentiert und erklärt werden könnten als auf einer Messe. Dies sieht auch Kodak so und führt als Begründung für seine Messe-Abstinenz an, dass sich Interessenten immer häufiger im Internet über die Funktionsweisen neuer Maschinen und Technologien informiert und weniger an Messeständen.

Persönliche Kommunikation

Was deutlich macht, dass internationale Lieferanten statt auf aufwändige Messen auf übersichtlichere Veranstaltungen, eigene Events und auf mehr persönliche Kundenkommunikation setzen.

Schliesslich hat auch Xerox festgestellt, dass die Kunden auf anderen Wegen mit dem Unternehmen in Kontakt treten wollten als auf Messen. Dies habe eine Analyse gezeigt, in der Xerox untersuchte, wie Kunden und Interessenten am besten zu erreichen sind. In vollen Messehallen ganz offensichtlich nicht.



DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com



Guerilla-Seminar PaperChecker

ein Meilenstein in der Papiermessung, Papierprüfung und Papierbewertung

Donnerstag, 28. Februar 2013, ab 18.00 Uhr

Die Papierindustrie kennt und nutzt eine ganze Reihe von Messverfahren, die Materialeigenschaften unter statischen Bedingungen messen – also ohne Berücksichtigung des Zeitverhaltens. Die Druckereien ihrerseits ermitteln Tonwertzunahme- und Farbwiedergabeeigenschaften bezüglich konkreter Papiere. Der PaperChecker schliesst eine bisherige Kommunikationslücke zwischen Papierherstellern und Druckern.

Der PaperChecker misst die Benetzungseigenschaften des Papiers oder des Kartons. Dadurch lassen sich die Bedruckbarkeit und das jeweils optimale Material im Vorfeld bestimmen. Die Möglichkeit, Messergebnisse schon im Vorstufenprozess zu verwenden, gewährleistet nicht nur eine geringere Makulatur, sondern auch kurze Einrichtzeiten.

Druckplatten werden gleich mit dem richtigen Profil produziert.

Am GFZ-Guerilla-Seminar referiert der Offsetdruckexperte Roger Bourquin über die Vorteile und den Nutzen des PaperCheckers für Druckereien und stellt den PaperChecker live vor. Nutzen Sie die Möglichkeit, sich live von den Funktionalitäten des Paper Checkers zu überzeugen und Ihre Fragen direkt an den Referenten zu richten.

Der Referent

Roger Bourquin, Offsetdruckexperte, Geschäftsführer der Papierex GmbH in Kappel, hat das System PaperChecker erfunden und besitzt eine grosse Erfahrung in der Beurteilung der entsprechenden Messergebnisse.

Ort

Berufsfachschule für Gestaltung
medien form farbe
Ausstellungsstrasse 104
8090 Zürich

Kosten

Mitglieder und Partnermitglieder:
CHF 20.– pro Person
Nichtmitglieder:
CHF 40.– pro Person
Lehrlingsmitglieder:
kostenlos

Grafisches Forum Zürich

Vereinigung für Weiterbildung
in der grafischen Industrie
Postfach 485, CH-8034 Zürich
Telefon: 044 380 53 10
Fax: 044 380 53 09
www.gfz.ch info@gfz.ch

28. 2. 2013 PaperChecker – ein Meilenstein in der Papiermessung, Papierprüfung und Papierbewertung

Name/Vorname

Beruf/Funktion

Mitgliedschaft gfz ASW «gib» comm-on IRD Viscom VSD VSMI

Telefon

E-Mail

Korrespondenzadresse

Rechnungsadresse

Firma

Strasse/Postfach

PLZ Ort

Anmeldung auch unter www.gfz.ch

Anmeldeschluss: 26. Februar 2013

Kapazitätsreduzierungen bei UPM

850.000 Tonnen grafische Papiere weniger in Europa

Die anhaltend schwierige europäische Wirtschaftslage hat den Papierverbrauch nach Einschätzung von UPM signifikant beeinträchtigt. Verstärkt durch strukturelle Veränderungen habe dies zu einem weiteren Nachfragerückgang bei grafischen Papieren in Europa geführt. Das gleichzeitig hohe Kostenniveau und die enormen Überkapazitäten stellten die Papierbranche vor grosse Herausforderungen.

UPM plant daher die dauerhafte Reduzierung seiner Kapazitäten in Europa um weitere 580.000 Tonnen. Anfang Januar schloss UPM bereits das Werk Stracel nahe Straßburg und nahm damit 270.000 Tonnen gestrichener Magazinpapiere vom Markt. Das Werk wird möglicherweise von einem Joint-Venture der belgischen VPK Packaging Group und den deutschen Klingelge Pa-



Im Werk Ettringen soll eine der beiden Papiermaschinen Mitte des Jahres stillgelegt werden.

pierwerken übernommen, die im Juli 2012 angekündigt haben, künftig Karton auf Basis von Recyclingpapier herstellen zu wollen.

Nach den Plänen von UPM werden die Papiermaschine 3 des Werks UPM Rauma in Finnland und die Papiermaschine 4 des Werks Ettringen südlich von Augsburg zum Ende des ersten Halbjahrs 2013 abgestellt. Auf beiden Maschinen können jährlich insgesamt 420.000 Tonnen ungestrichene Magazinpapiere hergestellt werden. Die Papierfabrik UPM Docelles in Frankreich mit einer jährlichen Produktion von etwa 160.000 Tonnen ungestrichenem holzfreien Papier soll verkauft werden. Damit nimmt UPM eine Kapazitätsreduzierung von insgesamt etwa 850.000 Tonnen grafischer Papiere vor. Die Umsetzung würde die Anzahl der Mitarbeiter um etwa 860 reduzieren. Einschliesslich UPM Stracel werden laut UPM Einsparungen von 90 Mio. € pro Jahr und einmalige Aufwendungen von 100 Mio. € erwartet.

«Ziel der Massnahmen ist es, den effizienten Einsatz der verbleibenden Produktionskapazität von UPM sicherzustellen. Die von den Schliessungen betroffenen Papiermaschinen sind entweder technisch veraltet, verfügen über eine nur begrenzte Produktflexibilität oder sind unprofitabel. Für die Mitarbeiter ist die Situation ausserordentlich bedauerlich. Wir sind jedoch gezwungen, unsere Kapazität an ein profitables Niveau der Kundennachfrage anzupassen», sagt Jyrki Ovaska, President, UPM Paper Business Group.

➤ www.upmpaper.de

Fujifilm-Spende

PROZESSLOSE DRUCKPLATTE HILFT

Fujifilm Europe hat im zweiten Quartal seiner für ein Jahr geplanten Unterstützung von WaterAid, einer international aktiven Wohltätigkeitsorganisation zur Verbesserung des Zugangs zu Wasser, sanitärer Grundversorgung und Hygiene in den ärmsten Ländern der Welt, weitere 16.077 € gespendet. Damit ist die Gesamtsumme auf bisher 26.757 € gestiegen.

Als Teil der Initiative, die im Mai 2012 begann, spendet Fujifilm



einen Teil des Umsatzes von jedem in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika verkauften Quadratmeter der prozesslosen Offsetplatte Brillia HD PRO-T3 an WaterAid. Die Tatsache, dass für die Verarbeitung dieser Druckplatte kein Wasser erforderlich ist, hat Fujifilm zu dieser Aktion veranlasst. Dabei hat man zu Beginn der Aktion nicht so schnell mit solchen Zahlen gerechnet. «Rückblickend haben wir mit 30.000 € für zwölf Monate geplant», sagt Yasufumi Morimoto, Senior Vice President Fujifilm Europe GmbH. «Dass der zu spendende Betrag schon nach einem halben Jahr mehr als 26.000 Euro erreicht hat, ist ein überwältigendes Ergebnis. Fujifilm ist bei seinen Aktivitäten der Umwelt verpflichtet. Daher freut es uns, WaterAid mit unseren Spenden unterstützen zu können.» Susie Kennedy, Corporate Account Manager von WaterAid, fügt hinzu: «Wir sind glücklich, mit dem Geld den Bau von Sanitäreinrichtungen an Schulen oder der Installation von Wasserpumpen das Leben in einigen der weltweit ärmsten Gemeinden mit dem Zugang zu sauberem Wasser zu erleichtern.»

➤ www.pro-t3.com

Zeller+Gmelin

NEUE HALLE FÜR MIGRATIONSARME FARBEN

Am 29. November 2012 hat die Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG eine neue Produktionshalle am Stammsitz Eisingen eingeweiht. Die neue Halle erweitert die Produktionsfläche um 2.000 m² und schafft die Voraussetzungen für eine Trennung der Produktion von nicht-migrationsarmen und migrationsarmen UV-Farben. Migrationsarme Produkte sind nach Überzeugung von Zeller+Gmelin ein Zukunftsmarkt, wie Dr. Uwe Dreyer, Bereichsleiter



140 Gäste kamen zum Kundenevent von Zeller+Gmelin anlässlich der offiziellen Einweihung der neuen Produktionshalle in Eisingen.

Druckfarben, erläuterte. Wesentlicher Grund seien die vielfältigen Forderungen seitens des Gesetzgebers nach sicheren Verpackungen im Lebensmittelbereich.

Auf diese Anforderungen hat Zeller+Gmelin in der Vergangenheit bereits mit dem Aufbau eines eigenen Analytik-Centers reagiert. Mit der Produktionserweiterung ermöglicht das Unternehmen eine Verbesserung der logistischen Prozesse. Das erlaubt in Zukunft sowohl das separate Lagern der Komponenten als auch die getrennte Fertigung von migrationsarmen UV-Druckfarben. Diese Farbserien stellen in Eisingen inzwischen fast ein Viertel des Produktionsvolumens dar, während der Anteil im Jahr 2006 noch unter 3% lag.

➤ www.zeller-gmelin.de

Mitsubishi/Ryobi**BOGENOFFSET-JOINT-VENTURE
IN PLANUNG**

Die beiden japanischen Druckmaschinenhersteller Mitsubishi Heavy Industries Printing & Packaging Machinery und Ryobi prüfen derzeit eine mögliche Zusammenlegung ihrer Bogenoffsetparten in einem Joint-Venture. Wie Mitsubishi mitteilt, sind entsprechende Verhandlungen aufgenommen und ein Letter-of-Intent unterzeichnet worden.

Beide Unternehmen produzieren und verkaufen Bogenoffsetmaschinen, sind aber vom rückläufigen Absatz der Maschinen in den industrialisierten Ländern betroffen. Andererseits erwarten beide Hersteller einen steigenden Bedarf an Druckmaschinen in den Entwicklungs- und Schwellenländern und wollen sich daher im insgesamt wachsenden Weltmarkt besser präsentieren. Eine abschliessende Vereinbarung soll bis Ende Juni 2013 getroffen werden. Bis dahin werden mögliche Synergien und Kosteneinsparungen bei den Produktlinien, in der Produktion sowie beim Vertriebs- und Servicenetz überprüft.

Die 2004 gegründete Mitsubishi Paper & Packaging baut neben Bogenoffsetmaschinen auch Heatset-offset-, Zeitungs- und Converting-Maschinen. Ryobi ist als 1943 gegründetes Unternehmen als Mischkonzern Zulieferer für die Automobilindustrie, stellt Werkzeuge, Bauzubehör etc. und Druckmaschinen her.

Branchenverband WKM**«System der Kopier-Urheberrechtsabgabe
ist nicht mehr zeitgemäss»**

«Die jährlich fällige Betreiberabgabe auf Vervielfältigungen mit digitalen Drucksystemen ist verzichtbar. Die gesetzliche Grundlage soll aus dem Urhebergesetz verschwinden, die einmal fällige Herstellerabgabe ist ausreichend.» Das zumindest fordert der Wirtschaftsverband Kopie & Medientechnik mit Sitz in Frankfurt am Main. Der Verband erachtet den ungeheuren Verwaltungsaufwand bei der Abgabenerhebung als unwirtschaftlich. «Das schreit nach Reform», so die Meinung von WKM-Geschäftsführer **Achim Carius**. Das Urheberrechtsgesetz sei dringend änderungsbedürftig. Die aktuellen Gesetzesfassungen hinken nach Ansicht vieler betroffener Print-Dienstleister hinter der technologischen Entwicklung sowie dem Nutzerverhalten hinterher. Nach Auffassung des WKM behindert das Urhebergesetz den zeitgemässen Umgang mit Dokumenten in einer IT-geprägten Kommunikationsgesellschaft. «Grosse Teile des Urheberrechts atmen noch den Geist der 1960er und 70er Jahre», sagt Carius.

Gesetzesanpassungen der letzten Jahre hätten die Stellung der Verwertungsgesellschaften zulasten der Druckdienstleister weiter ausgebaut. Dabei entwickelten sich diese Institutionen zu ungebremsten «Abgabengenerierungsmaschinen». Für Drucker, Scanner, Kopierer,



PCs, Faxgeräte, CDs, Speicherkarten und USB-Sticks müssten viele Millionen Euro an die VG Wort bezahlt werden, was den Standort Deutschland zu einem teuren Kommunikationsplatz mache. So fordere die Verwertungsgesellschaft Wort trotz rückläufigem Vervielfältigungsvolumen auf Kopierern und Druckern immer höhere Tarife.

Das passe nicht zusammen, glaubt der WKM. Dieser hat kürzlich mit anderen Betreiberverbänden zwar eine 636-prozentige Erhöhungsforderung der VG Wort abwehren können, doch zeige die Verwertungsgesellschaft kein Verständnis für die Lage der Digitaldruck-Dienstleister. «Digitaldrucksysteme ergänzen mehr und mehr Offsetdruckmaschinen, die nicht abgabepflichtig sind. Doch der Umstieg von analogen auf digitale Drucksysteme löst wegen integrierter Scanner eine Zahlungspflicht bei der VG Wort aus», erklärt Achim Carius. Das will der Verband nicht mehr hinnehmen.

«Bis der Gesetzgeber diesen Missstand beseitigt hat, müssen Ausnahmetatbestände vereinbart werden», fordert Carius. Das Urhebergesetz behindere den technischen Fortschritt und führe zur Erhöhung der Produktionskosten. Im Ergebnis treffe es somit die Autoren, weil sich die Kleinauflagenproduktion ihrer Publikationen auf digitalen Systemen verteuere oder hohe Auflagen mit Absatzrisiko im Offset gedruckt werden müssten.

➤ www.reprografie.de

Fujifilm**NEUE PRODUKTIONSANLAGE
FÜR DRUCKTINTEN**

Fujifilm hat eine neue Produktionsanlage für Tinten in Broadstairs in Grossbritannien eröffnet. Die Investition in die Fertigungsanlage sowie die Modernisierung der Forschungs- und Entwicklungsabteilung sollen das Engagement im digitalen Grossformatbereich unterstreichen. Planung und Fertigstellung der Einrichtung für Digitaltinten erfolgten über zwei Jahre mit Mitteln von mehr als 4 Mio. €, wobei weitere 2,5 Mio. € in die Modernisierung des Forschungs- und Entwicklungsbereichs investiert wurden.

Auf einer Grundfläche von 1.800 m² soll der neue Fertigungsbereich der prognostizierten 56%igen Produktionsausweitung von UV-Tinten in Chargengrößen von bis zu 4.000 Litern Raum bieten. Diese Umsatzprognose spiegelt die Nachfrage nach Fujifilm Inkjet-Lösungen für den grossformatigen Inkjetbereich wider und bestätigt, wie erfolgreich das Unternehmen seine Kunden bei der Umstellung auf die sich auch weiter expandierende Digitaltechnologie berät und begleitet. Jährlich können bis zu 6.000 Tonnen Tinte in der neuen Anlage produziert werden, wobei verschiedene Verpackungsgrößen, von 250 ml Beuteln mit RFID-Tags über Kartuschen für Digitaltinten bis hin zu 10-Liter Gebinden für hochleistungsfähige Grossformatplattformen, angeboten werden.

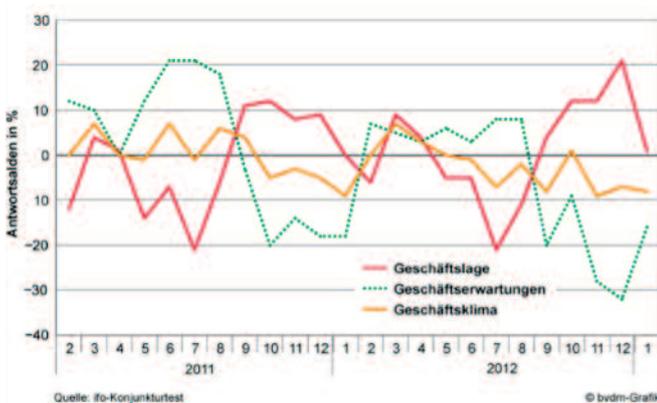
➤ www.fujifilm.eu

KURZ & BÜNDIG

Das Unternehmen **Stamagraf** Grafische Maschinen ist seit 1. Januar 2013 offizieller Vertriebs- und Servicepartner der **MB Bäuerle** GmbH für den Raum Bayern. • Im Rahmen der jährlichen Weihnachtsfeier der **IST METZ**-Gruppe gab es für 38 Mitarbeiter der zugehörigen Unternehmen eine besondere Bescherung: Sie wurden für ihre langjährige Betriebszugehörigkeit geehrt. • **Ilford** vertreibt ab sofort die Proofmedien aus der Matchprint-Serie von **Kodak**. Das Unternehmen wird alleiniger Anbieter weltweit und bietet die Tintenstrahl-Medien in Lizenz an. • Die **Konica Minolta** Business Solutions Deutschland GmbH ist seit Kurzem Mitglied des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (**B.A.U.M.**) e. V. Der Verein ist mit rund 550 Mitgliedern die grösste Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa. • Die Ulmer Agenturgruppe **ProzessPiraten** hat sich 2012 vergrössert und mit der Design-Agentur **Gute Aussicht** eine weitere Expertise unter ihr Dach geholt. Die Agentur gehört seit Oktober 2012 zu 50% der Agenturgruppe.

AUS FÜR VIRTU LFP-DRUCKER Nach gut zwei Jahren beendet Wifag-Polytype sein Engagement im Large-Format-Printing und gibt nach einem Bericht der «Freiburger Nachrichten» das LFP-Geschäft mangels Rentabilität auf. Der Produktionsstandort der Virtu-Grossformat-Flachbettsysteme im schweizerischen Fribourg wird geschlossen, elf Mitarbeiter sollen die Kündigung erhalten haben. Erst 2010 hatte die Polytype AG das Unternehmen von Spühl übernommen und zur drupa 2012 das Virtu-Flaggschiff Quantum in den Markt eingeführt.

KONJUNKURTELEGRAMM Entsprechend dem typischen Saisonmuster nach dem Weihnachtsgeschäft sank die Einschätzung zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie im Januar 2013 um 20% auf 1% der Antwortsalden, liegt damit allerdings den fünften Monat in Folge im Positivbereich. Die Beurteilungen der Nachfrage und des Auftragsbestandes des Vormonats haben sich saisongemäß wieder verschlechtert.



In der Gesamtindustrie ist die Geschäftslagebeurteilung weiterhin positiv und mit +6% nun wieder besser als in der Druckindustrie. Die Geschäftserwartungen für das nächste Halbjahr sind den fünften Monat in Folge negativ, haben sich allerdings um 16 Prozentpunkte auf -16% verbessert. Eine Verbesserung der Geschäftslage erwarten 11% der Druckunternehmer, 27% eine Verschlechterung, 62% erwarten weiterhin keine Veränderung. > www.bvdm-online.de

UNTER DEN NACHHALTIGSTEN Ricoh gehört zum neunten Mal in Folge zu den Global 100, den hundert nachhaltigsten Unternehmen der Welt. Dies wurde auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos bekanntgegeben. Die Auszeichnung würdigt Unternehmen, die am besten aufgestellt sind, um in einer Welt des «sauberen Kapitalismus» Wachstum zu erzielen. Der wiederum berücksichtigt soziale, ökonomische und ökologische Aspekte. Seit Bestehen der Liste im Jahr 2005 wurde Ricoh jedes Jahr unter den Top 100 geführt. Ricoh sieht dies als Bestätigung dafür, dass der Fokus auf einen nachhaltigen Geschäftsbetrieb tatsächlich etwas bewirkt. > www.ricoh.de

Geschäfte zusammengeführt

Océ-Deutschland GmbH wird Canon Deutschland GmbH

Nach erfolgreichem Abschluss der Integration von Canon und Océ in Deutschland hat das Krefelder Unternehmen nun auch das Geschäft zusammengeführt. Dabei geht die Océ-Deutschland GmbH komplett auf die Canon Deutschland GmbH über: aus der Océ-Deutschland GmbH wird die Canon Deutschland GmbH. Das Océ-Logo findet als Produktmarke unter dem Dach von Canon ein neues Zuhause.

Nachdem Canon Inc., Tokio, am 22. Dezember 2011 bekannt gegeben hatte, die Majorität der Anteile von Océ übernommen zu haben, startete die Integration von Canon und Océ in Deutschland im Mai 2012. Ein Management-Team, bestehend aus Führungskräften beider Organisationen, hat die Struktur und die Prozesse des neuen Unternehmens festgelegt.

Die Verwaltungen von Canon in Krefeld und Océ in Mülheim bleiben erhalten und werden parallel genutzt. Hauptsitz ist Krefeld, Vertrieb, Marketing und kaufmännische Bereiche werden in Krefeld operieren. Service und Support, Trainingscenter und Showroom werden sich in Mülheim befinden. Aufgrund einer effizienteren Kostenstruktur, der Bündelung von organisatorischen Ressourcen und der Schaffung von repräsentativen Showrooms, fasst Canon den regionalen Direktver-

trieb im Business-Geschäft auf acht Hauptstandorte in Hamburg, Berlin, Dresden, Dortmund, Mülheim an der Ruhr, Frankfurt/Neu-Isenburg, Stuttgart/Leinfelden-Echterdingen und München/Poing zusammen. Jeppe Frandsen ist weiterhin Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH mit der Consumer Imaging Group (CIG), der Business Imaging Group (BIG) und der Production Printing Group (PPG). Bei der Consumer Imaging Group und dem dazugehörigen Service im Regional Competence Center hat es keine Änderungen gegeben. Der Bereich wird von Jürgen Schmitz geleitet.

Die Business Imaging Group ist in zwei Kundenkanäle geteilt: Direct Sales unter der Vertriebsleitung von Tuncay Sandikci und Partnerchannel unter der Leitung von Fabian van Hoegee. BIG umfasst die Produktgruppen Office und Professional Print (Cut Sheet/Einzelblattsysteme).

Die Production Printing Group umfasst Wide Format unter der Leitung von Thomas Haep. Wide Format vereint die Canon Grossformatdrucker und die Océ Wide Format Printing Systeme. Hinzu kommt Commercial Print mit den typischen Océ Endlosdrucksystemen, geleitet von Michael Krebs. Der dritte Bereich ist das zusammengefasste Dienstleistungs- und Beratungsgeschäft von Canon und Océ. Leiter dieses Bereiches Business Services ist Raik Spänkuch.

Beide Unternehmen zählten zum Ende des Jahres 2012 inklusive ihrer Tochtergesellschaften insgesamt 2.340 Mitarbeiter. Aufgrund von Synergieeffekten und strafferen Prozessen sei ein Personalabbau von etwa 140 Stellen nicht zu vermeiden, teilt Canon mit. Ein entsprechender Sozialplan wurde im Januar 2013 unterzeichnet.

> www.canon.de



Rekord bei Fusionen

ÜBERNAHMEN IN DER DEUTSCHEN MEDIENBRANCHE

Die Fusionen und Übernahmen in der deutschen Medienbranche haben im vergangenen Jahr ein Rekordniveau erreicht. Die Zahl stieg laut einer Studie der Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie um 10% auf 246 Übernahmen und Beteiligungen an. Noch deutlicher zugelegt hat das Gesamtvolumen gemessen am Umsatz der Kaufobjekte, das von 3,5 Mrd. € auf 6,2 Mrd. € gestiegen ist. Für die steigende Zahl der Übernahmen und Fusionen sind in erster Linie die grossen Verlagsgruppen Axel Springer, Holtzbrinck, Bertelsmann und Gruner + Jahr verantwortlich. Bertelsmann etwa avancierte durch die Fusion der Buchverlage Random House und Penguin zum grössten Buchverlag der Welt.

Aber auch die Konsolidierung bei den regionalen Tageszeitungen ist weiter fortgeschritten. So schluckte die «Rheinische Post» die «Saarbrücker Zeitung» und Aschendorff übernahm das «Westfalen-Blatt». Der Anteil der Printmedien bei den Übernahmen und Beteiligungen nimmt aber seit Jahren ab. Im vergangenen Jahr betrafen die Hälfte der Deals die Printformate, vor fünf Jahren waren es noch zwei Drittel der Fusionen.

Mit 56 Übernahmen und Beteiligungen entfallen die meisten Transaktionen im Jahr 2012 auf die Fachmedien. Bei den Publikumsverlagen waren es 51 und im Bereich Special Interest 39. Speziell in der zweiten Jahreshälfte hätten die Deals infolge des positiven Konjunkturklimas deutlich an Fahrt gewonnen, teilte das Beratungsunternehmen mit.

Deutsche Zeitungleser

71% GREIFEN REGELMÄSSIG ZUR GEDRUCKTEN ZEITUNG

Eine Reichweite von 49,8 Mio. Lesern bescheinigt die ZMG den gedruckten Zeitungen in der neuesten Ausgabe ihrer jährlichen Studie «Zeitungsqualitäten» – trotz sinkender Auflagen ein Zeichen für die anhaltende Relevanz als zentrales Informationsmedium. Das Gesamtangebot der Zeitungen im Internet erreichte pro Monat 27,2 Mio. Unique User. Insbesondere im lokalen oder regionalen Bereich halten nach der Studie 69% der Bundesbürger die Zeitung für unverzichtbar.

Die Zeitungs Marketing Gesellschaft bündelt in der Studie die neuesten Ergebnisse aus repräsentativen Studien der ZMG, aber auch externe Forschungsergebnisse. So widmen beispielsweise die Leser ihrer Zeitung im Wochendurchschnitt 40 Minuten pro Tag, der Samstagsausgabe sogar 44 Minuten. Eine besondere Stärke des Mediums ist der Studie zufolge ihre lokale und regionale Kompetenz: 90% der Leser nutzen den Lokalteil. Praktisch jeder Leser einer lokalen oder regionalen Tageszeitung ist der Meinung, dass seine Zeitung eine feste Grösse in der Region darstellt.

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft ist der zentrale Marketing-Dienstleister der Zeitungsverlage. Die Studie «Zeitungsqualitäten 2013» kann als gedruckter Berichtsband oder PDF-Datei bestellt werden.

» sek@zmg.de

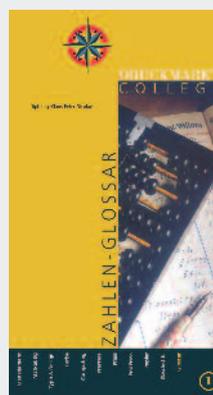
Zahlen

BITTE

Wir leben in einer Welt, die von Zahlen und Ziffern beherrscht wird. Nichts geht mehr ohne Zahlen, Berechnungen und Kalkulationen. Aber über Ursprung, Sinn, Bedeutung oder Anwendung der Zahlen wissen wir nur wenig.

Im Druckmarkt «Zahlenglossar» erfährt man beispielsweise, wie Zahlen und Ziffern entstanden sind, welche Bedeutung Zahlen haben, wie man Umfänge oder auch die Rückenstärke einer Broschüre berechnet, was es mit den Proportionen auf sich hat, wie schwer eine Drucksache bei welchem Format und Papier werden kann, mit welchen Auflösungen oder Rasterweiten man es zu tun hat, ob und wie sich Farbsysteme

umrechnen lassen oder wie man welche physikalischen Formeln einsetzen kann und muss.



Druckmarkt College

Zahlenglossar

Wichtiges, Unwichtiges und Interessantes über Zahlen und Ziffern.

170 Seiten, 11,5 x 21 cm
12,80 € / 19,80 CHF

Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com

**Saint-Paul-Gruppe
DRUCKHAUS STELLT
ZEITUNGSDRUCK EIN**

Die schlechten Nachrichten aus dem Zeitungsmarkt reissen nicht ab. Die Schweizer Saint-Paul-Gruppe will Ende 2014 ihre Zeitungsdrukerei in Fribourg schliessen. Grund für die Entscheidung sei der Wegfall des wichtigsten Druckauftrags, ohne den sich die Druckerei nicht kostendeckend betreiben liesse. Die «Freiburger Nachrichten» hatten angekündigt, den Druck des Blatts ab 2014 zu günstigeren Konditionen anderweitig zu vergeben. Entsprechend verärgert ist die Gewerkschaft Syndicom, die die Aktionäre der «Freiburger Nachrichten» auffordert, die Entscheidung des Verwaltungsrats rückgängig zu machen. Die Gewerkschaft Medien und Kommunikation zeigt sich empört, dass die Schliessung der rentablen Druckerei erzwungen wurde, weil eine andere Druckerei ihre Überkapazitäten nutzt, um ein für den gesamten Schweizer Drucksektor ungesundes Preisdumping zu betreiben. Die Druckerei Saint-Paul druckt verschiedene regionale deutsch- und französischsprachige Tageszeitungen sowie Wochenzeitschriften und Werbebeilagen. Der Rollen- und Bogendruckbetrieb beschäftigt rund 140 Mitarbeiter. Von der Schliessung der Zeitungsdrukerei sind etwa 50 Mitarbeiter betroffen.

**Neue Strukturen bei Heidelberg
NEUES GESCHÄFTSFELD
VERY LARGE FORMAT**

Heidelberg führt seit Jahresbeginn den Geschäftsbereich «Very Large Format und Postpress Packaging», in dem alle Aktivitäten rund um die Grossformatmaschinen Speedmaster XL 145 und XL 162 sowie die Weiterverarbeitungssysteme für den Verpackungsdruck gebündelt



sind. Mit der Führung wurde **Stefan Hasenzahl** betraut, der schon für den Aufbau des chinesischen Heidelberg-

Produktionsstandorts in Qingpu bei Shanghai verantwortlich war und diesen bis zum Sommer 2012 leitete. Vor der Übernahme seiner neuen Aufgabe führte Hasenzahl in der Heidelberg-Zentrale ein internes Strategieprojekt durch. Hasenzahl ist bereits seit seinem Abschluss als Dipl.-Ing. im Jahr 1988 bei Heidelberg tätig.



Ebenfalls zum Jahresbeginn hat **Jason Oliver** die Leitung des Bereichs «Digitaldruck» übernommen und verantwortet die Linoprint-Systeme für den Werbe- und Verpackungsdruck. Oliver folgt auf Dr. Christian Compera, der das Unternehmen verlassen hat. Oliver kommt von EFI, wo er zuletzt für den weltweiten Vertrieb der digitalen Inkjet-Drucksysteme Jetriion zuständig war. Bei Heidelberg soll er das Digitalgeschäft ausbauen.

➤ www.heidelberg.com

Menschen & Karrieren



DR. WOLFGANG JOSTEN wurde am 1. Januar 2013 Geschäftsführer der Actega Colorchemie GmbH in Büdingen. Actega Colorchemie gehört zur Business Line



Graphic Arts von Actega, einem Geschäftsbereich des Spezialchemiekonzerns Altana. • **BRIAN FILLER** wurde zum Präsidenten von Screen Europe benannt. • Die Ricoh Schweiz AG begrüsst per 1. Januar 2013 **URS**

HONEGGER als neuen Account Manager Production Printing National Accounts. Honegger ist ein langjähriger Branchenprofi und war zuletzt als Document Consultant bei Triumph Adler tätig. In seiner künftigen Funktion wird er für die Betreuung der Kunden in der Region Zürich



zuständig sein. • **MANOJ GEORGE** verstärkt seit Dezember 2012 als Sales Director den Bereich Document Messaging Technologies bei Pitney Bowes. Er verantwortet die strategische Ausrichtung des Direkt- und Channelgeschäfts in Zentraleuropa mit besonderem Fokus auf Wachstum und Profitabilität. Zudem wird er die Wachstumssegmente «Produktion Print» und «Software» leiten.



• Seit dem 1. Januar 2013 leitet **FRANK WEITHASE** den Bereich Logistik von Papyrus Deutschland. Neben **STEFAN PETER**, Vertrieb, und **ROBERT MATZKE**, Finanzen, ist er dritter Geschäftsführer der Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG.



• Seit August zeichnet **MARIE-FRANÇOISE RUESCH** als Head of Corporate & Marketing Communications von Canon (Schweiz) AG verantwortlich für die gesamte interne und externe Kommunikation des Unternehmens. Vor ihrem Wechsel zu Canon war sie



als Global Head Integrated Product Promotions Wealth Management bei UBS tätig. • **MARKUS FUCHS** hat am 1. Januar bei der Schneider & Co. AG in Muri und der EBA-Graphimex SA in Le Mont-sur-Lausanne die Geschäftsführung übernommen. Zuvor war er bereits fünf Jahre im Verkauf tätig. Markus Fuchs hat sich durch persönlichen Einsatz, Fach- und Sozialkompetenz einen ausgezeichneten Ruf erarbeitet. Er tritt die Nachfolge des Unternehmens-Inhabers Robert Barrer (jun.) an, der jedoch Geschäftsführer der Multigraf AG bleibt.

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher



Die neue KBA RotaJET 76 Inkjet-Digitaldruck von Offsetprofis

Die KBA RotaJET 76 ist eine Inkjet-Rotation der neuesten Generation für industrielle Digitaldruckanwendungen mit hohen Anforderungen in puncto Leistung, Qualität und Wirtschaftlichkeit. Sie verbindet das umfassende Know-how von KBA im Druckmaschinenbau mit den intensiven Erfahrungen eines global tätigen Druckereikonzerns mit digitalen Drucksystemen. Gerade weil wir im Offsetdruck stark sind, wissen wir, worauf es im Digitaldruck ankommt. Wir verstehen die Sprache der Drucker und legen Wert auf Qualität und Verlässlichkeit. Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf den **Hunkeler Innovationdays**, Stand S09 vom 11.-15.02. in Luzern



Über den Wert von Print

Zur drupa hatte Canon den vierten Insight Report «The bigger Picture» vorgestellt. Darin wird festgestellt, dass Print trotz der Verbreitung neuer Medien seine Position im Medienmix gut behauptet. Die Studie fördert aber auch Schwachstellen der Branche zutage, denn viele Printeinkäufer fühlen sich zu wenig über die Möglichkeiten des Digitaldrucks informiert.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Während sich die ersten drei Canon-Studien mit Prognosen und Erwartungen von Druckereien weltweit beschäftigten, wird in der vierten Studie die Frage beantwortet, wie die Kunden der Druckereien, die Drucksachenbesteller oder Printbuyer den Markt einschätzen. Was ist ihnen wichtig angesichts der vielen neuen Technologien und der Vielzahl an Kommunikationskanälen? Wie schätzen sie den Stellenwert von Druckprodukten im Medienmix ein und wie gut fühlen sie sich durch die Druckereien beraten?

Diskussionsbeitrag

Europaweit befragte das mit der Untersuchung beauftragte Marktforschungsunternehmen RS Consulting 420 Drucksachen-Einkäufer aus unterschiedlichen Branchen und Tätigkeitsbereichen wie Marketing und Kommunikation, aus dem produzierenden Gewerbe, aus öffentlichen und ehrenamtlichen Organisationen, aus Dienstleistung, Gross- und Einzelhandel. Allesamt sind oder waren Entscheidungsträger und Meinungsführer bei Entscheidungen, welche Medien im Kommunikationsmix zum Einsatz kommen. Die vorgelegte Studie soll in erster Linie zur Diskussion anregen. «Es geht dabei nicht um unverrückbare Wahrheiten, sondern um eine Momentaufnahme des Marktes und hier speziell um die Einschätzung der Printeinkäufer. Deren Aussagen sollten Drucker dazu ermutigen, sich

mit ihrem Geschäft, ihren Produkten und ihrer Kundenkommunikation intensiver auseinanderzusetzen und das eigene Handeln zu hinterfragen», sagt **Heike Börsch**, Channel Marketing Manager für den Bereich Professional Print bei Canon Deutschland.



Der Wert von Print

Eine der wesentlichen Erkenntnisse der Studie ist, dass 87% der Printeinkäufer Druck-Erzeugnissen in professioneller Qualität noch immer einen hohen bis sehr hohen Wert beimessen. 47% der Befragten beantworteten die Frage, wie wichtig Print-Kommunikation für ihr Unter-

nehmen sei, mit «sehr wichtig», 25% mit «wichtig» und 15% mit «entscheidend». Nur 13% halten Druck-Erzeugnisse für «nicht sehr wichtig».

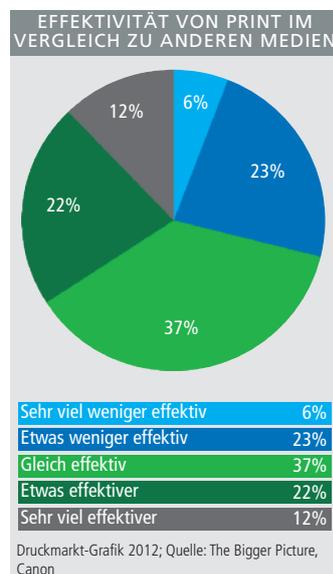
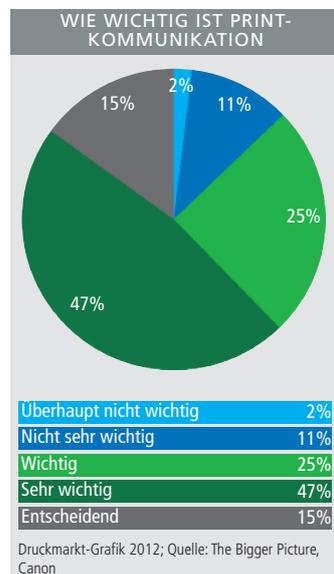
Ein deutliches Signal also an all jene, die Print im Wettbewerb mit anderen Medien im Hintertreffen sehen und den nahen Untergang prognostizieren. Denn gerade im Zusammenhang mit den Diskussionen um die Effizienz von Print und anderen Medien sahen europaweit nur 29% gedruckte Informationen im Nachteil. Die Mehrzahl schätzt Drucksachen also als gleich effektiv oder effektiver als andere Medien ein. Dies wird zu einem immer wichtiger werdenden Argument bei der aufkeimenden Diskussion um den ROI, den Return on Investment, bei den

unterschiedlichen Medien. Schliesslich gehen 60% der Befragten davon aus, dass die gedruckte Kommunikation in den nächsten zwei Jahren mindestens so wichtig bleiben wird wie heute, 11% glauben sogar daran, dass die Relevanz von gedruckter Kommunikation noch leicht beziehungsweise deutlich gewinnen wird.

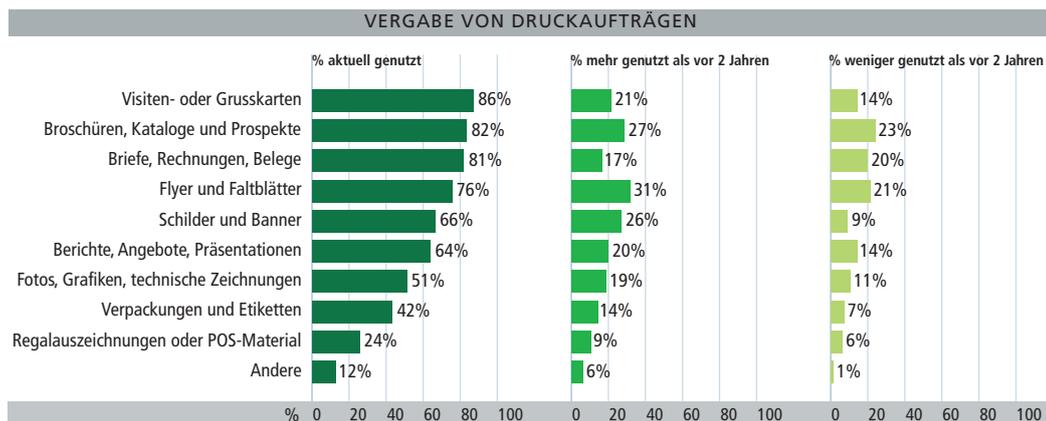
Diejenigen, die Print in den nächsten Jahren auf dem Rückzug sehen, begründen dies mit einer Verlagerung von Budgets in die virtuellen Medien, die schneller und kostengünstiger seien als Drucksachen, mit der Tendenz zum umweltbewussten Umgang mit Papier und dem Trend zum papierlosen Büro. Letztere Begründung beweist einmal mehr, dass sich manche Thesen einfach nicht aus der Welt schaffen lassen, auch wenn sie bewiesenermassen nicht stimmen.

Keine verlässlichen Messgrössen

Ähnlich gelagert dürfte es auch sein, wenn es um die Messung und Bewertung von Medien geht. So wird dem Internet immer wieder attestiert, es liesse sich einfacher messen und in Statistiken darstellen. Aber eine quantitative Bewertung hat noch nichts mit Qualität zu tun. Da gleichen sich Internet und Print. Zu erheblichen Teilen ist es daher eher das Bauchgefühl, das zur Beurteilung der Effektivität zu Rate gezogen wird.



Trotz eines gewissen Rückgangs bei einigen Produktgruppen wird Drucksachen nach wie vor hohe Bedeutung und grosse Effektivität bescheinigt.



Druckmarkt-Grafik 2012; Quelle: The Bigger Picture, Canon

Berücksichtigt man aber, wie wichtig Print für die Mehrzahl der Unternehmen ist und welche Summen für Drucksachen ausgegeben werden, besteht eines der frappierendsten Ergebnisse der Studie darin, wie wenig Gewicht der Effektivität beimessen wird. Weniger als 10% der Befragten verfügen über einen formalisierten Prozess für die Bewertung der Effektivität eingekaufter Druckdienstleistungen. Tatsächlich geben mehr als ein Viertel der Unternehmen an, dass sie die Wirkung oder Rentabilität von Printprodukten überhaupt nicht messen, objektiv analysieren und zu bewerten. Entweder, weil sie gar nicht wissen, wie effektiv gemessen werden kann, oder sie sind bei einem entsprechenden Versuch gescheitert. Daher erklären viele, dass sie sich mit der Situation abgefunden haben und akzeptieren, dass der Wert von Print nur sehr schwer zu quantifizieren ist. Diejenigen, die auf irgendeine Art versuchen, die Rentabilität von Print zu messen, tun dies unsystematisch oder mit rudimentären Messwerten. Die üblichen Messgrößen umfassen das Nachverfolgen von plötzlichem Umsatzwachstum, das Messen der Anzahl von Anfragen, die Zuordnung von Marktforschungsergebnissen zur Einführung von Printkampagnen und die Verfolgung von Veränderungen in der Nutzung von Social Media oder die Zugriffszahlen von Webseiten.

Damit greift die Studie allerdings einen Punkt auf, der es den Printme-

dien seit Jahren erschwert, sich gegen das Internet zu behaupten. Es gibt zwar immer wieder Studien über die Wirksamkeit von Anzeigen oder Drucksachen, doch kein verlässliches Messinstrument. Ohne entsprechende Messgrößen wird es für Druckdienstleister aber immer schwerer, den Wert ihrer Produkte herauszustellen und die Auftraggeber zu überzeugen.

Kunden gezielt informieren

Es sei denn, man beschäftigt sich mehr mit den wichtigsten Kunden, deren Märkten, Anforderungen und den sich ändernden Kommunikationsmustern. Eine gezielte Beratung, wie sich ein Druck-Erzeugnis mit einfachen Mitteln, einer besonderen Verarbeitung oder Veredelung aufwerten lässt und so zu einer höheren Responserate führen kann, kann sehr hilfreich sein, rät Heike Börsch. Um gezielter auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können, sollte man allerdings mehr über seine Kunden wissen.

Denn gerade hier zeigt die Studie, dass Druckereien Möglichkeiten ungenutzt lassen, das Bewusstsein ihrer Kunden für die Fähigkeiten des Digitaldrucks zu schärfen. Drucksachen-Einkäufer sind sich nach der Erhebung offenbar nicht im Klaren, welche Vorteile der Digitaldruck bieten kann. So wussten zum Beispiel mehr als ein Drittel der Befragten nichts über Print-on-Demand, auch wenn die schnelle Umsetzung von

Marketingaktionen ein wesentliches Kriterium bei der Auswahl von Kommunikationskanälen ist. Einem Drittel der Befragten waren die Möglichkeiten für Print-on-Demand unbekannt und fast die Hälfte nutzt keine gezielte personalisierte Direktwerbung. Mehr als die Hälfte der Befragten gaben an, von ihren Dienstleistern nichts über neue Entwicklungen beim Druck oder bei möglichen Alternativen zu erfahren.

«Das Ergebnis hat uns schon überrascht», sagt Heike Börsch. Doch bei näherem Hinsehen stellt sich heraus, dass Printeinkäufer die Möglichkeiten des Digitaldrucks nicht in ihrer Gesamtheit verstehen und oft nicht erkennen können, welche Bedeutung die eine oder andere Anwendung für das eigene Unternehmen hat. Was auch daran liegen mag, dass gelegentlich unterschiedliche Begriffe verwendet werden. Beste Beispiele dafür sind sicherlich die Begriffe Duplex beziehungsweise Schön- und Widerdruck oder aber auch, wenn der eine von Transpromo spricht, der andere von White-Space-Marketing. Auch hier gilt: Sich dem Kunden anpassen und ohne Kauderwelsch gezielt informieren.

Mit den Druckern zufrieden

Dennoch bestätigt die Studie aber auch eine Tatsache, die bei den Diskussionen der jüngsten Zeit eher untergegangen ist: Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist der wichtigste Faktor bei der Auswahl eines Druck-

Es wird nicht nur eine breite Palette an Kommunikationsmassnahmen in Auftrag gegeben, auch gibt es mehr Befragte, die erklären, dass sie mehr drucken lassen. 31% aller Befragten sagen, dass sie heute mehr Flyer und Faltblätter in Auftrag geben als vor zwei Jahren. Die Ausnahme von diesem Trend bilden Briefe, Rechnungen und Belege. 20% erklären, dass sie weniger in Auftrag geben. Im Vergleich dazu sagen 17%, dass sie mehr von diesen in Auftrag geben. Trotz eines gewissen Rückgangs bei einigen Produktgruppen wird den Drucksachen nach wie vor hohe Bedeutung und grosse Effektivität bescheinigt.

dienstleisters. Nur 10% der Befragten nennen den niedrigsten Preis als wichtigstes Auswahlkriterium, 20% priorisieren die Druckqualität.

In Bezug auf Servicequalität berichteten 97% der Befragten, dass die Druckereien ihrem Bedarf gerecht werden, und ein ähnlich hoher Prozentsatz bestätigt, dass Druckereien, mit denen sie zusammenarbeiten, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

Mehr Werbung für Drucksachen

Was lässt sich nun aus den Ergebnissen des Canon Insight Reports 2012 ableiten? «Druckereien müssen als Dienstleister ihre Kundenbeziehungen genauer analysieren und ihre Kunden besser kennenlernen», resümiert Heike Börsch. Druckereien müssten mehr denn je verstehen, was ihre Kunden wollen und wie sich deren Anforderungen permanent weiterentwickeln.

Eine weitere Empfehlung ist es, den Wert und die Rentabilität von Druck-Erzeugnissen klarer zu kommunizieren und zu demonstrieren. Dabei müssten die Anbieter von Drucksachen auch schneller und flexibler reagieren und neue Anwendungen oder Dienstleistungen am Markt intensiver kommunizieren und stärker bewerben.

➤ www.canon.de

Wahrzeichen der Stadt Luzern:
die Kapellbrücke mit den fantas-
tischen Giebelgemälden.

Foto: Aura Fotoagentur, Luzern.



DAS DRUCKEN VERÄNDERT SICH IN HOHEM TEMPO. Der digitale Druck und die spezifischen, auf den Digitaldruck abgestimmten Finishing-Verfahren gewinnen weltweit an Stellenwert. Kaum ein Ereignis spiegelt die Dynamik besser wider, als die Hunkeler Innovationdays. Rund 80 Aussteller werden auf 7.000 m² Fläche ihre Produkte präsentieren. Und einige von ihnen werden den Rahmen des im Zweijahresrhythmus durchgeführten Branchentreffens für Weltpremierer nutzen. Vom 11. bis 15. Februar 2013 werden die Hunkeler Innovationdays auf dem Gelände der Messe in Luzern zum zehnten Mal ausgetragen. Die wachsende Internationalisierung und das grosse Interesse der Hersteller und Besucher hat Hunkeler zum Anlass genommen, den Event von bisher vier auf fünf Tage zu verlängern.

Die Veranstaltung soll Klarheit bringen bei den aktuellen Trends und stellen die neuesten Entwicklungen übersichtlich in einen praxisorientierten Zusammenhang. Nahezu alle wichtigen Hersteller von Digitaldrucksystemen, Software-Lösungen sowie von Verbrauchs- und Veredelungsmaterialien treffen zusammen und zeigen unterschiedliche, praxisrelevante Lösungsszenarien für den Transaktions- und Transpromoddruck, für Print-on-Demand von Büchern und Zeitungen sowie die Mailing-Produktion.

Einige dieser Trends und neuen Techniken haben wir uns im Vorfeld bereits näher angesehen und stellen sie auf den Seiten 24 bis 32 vor.

Hype oder echte Alternative?

«Satte Zuwachsraten» schwärmen die Hersteller, Messeveranstalter sprechen von «Inkjet-Events» und auch in den Redaktionsstuben wird der Tintenstrahldruck hochgejubelt. Dabei sieht die Realität anders aus: Denn trotz des Hypes ist der Highspeed-Inkjet-Druck in der Druckindustrie noch nicht wirklich angekommen. Doch das kann sich ändern.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Dem Inkjet-Druck wird eine grosse Zukunft vorhergesagt. Prognosen der Forschungsgesellschaft Smithers Pira gehen davon aus, dass sich der Markt von 33,4 Mrd. \$ im Jahr 2011 bis 2017 auf 67,3 Mrd. \$ verdoppeln wird. Aber Vorsicht: Inkjet ist keine in sich geschlossene Einheit. Man denke nur an Textil- und Keramikdruck, Anwendungen auf Glas und viele andere Substrate, die nicht zwingend der grafischen Industrie zuzuordnen sind. Dabei ist der Anteil am weltweiten Printvolumen noch recht bescheiden: Rund 4% des Umsatzes am Volumen von 800 Mrd. \$ und 0,5% des gesamten Druckvolumens sind dem Inkjet-Druck zuzurechnen. Davon entfallen 57% auf den Bereich der visuellen Kommunikation, gemeint sind Akzidenz-, Werbe- und Verpackungsdruck einschliesslich des Large-Format-Printings für Displays, Banner etc.

Geschäftsmodelle laufen der Technik hinterher

So weit ist von digitalem Druck noch keine Rede. Natürlich impliziert der Inkjet-Druck diese Technik, doch gibt es offensichtlich noch immer keinen Konsens darüber, für welche Anwendungen der Tintenstrahldruck sinnvoll eingesetzt werden kann.

Hersteller digitaler Druckmaschinen sprechen gerne davon, man erreiche offsetadäquate Qualität, man ersetze mit Maschine A oder B zwei oder drei Offsetmaschinen und so weiter. Doch darum geht es doch gar nicht!

Ziel digitaler Drucklösungen ist es vorrangig, Dinge zu realisieren, die der Offset nicht kann. Oder wie es KBA umschreibt: Mit der Inkjet-Rotation RotaJET 76 werden Kunden angesprochen, die aufgrund der Auflagenstruktur oder den Individualisierungs-Anforderungen für den Digitaldruck besonders geeignete Segmente wie Bücher, Direct Mail und Werbedruck adressieren.

Muss also eine Maschine, die einen grösseren Farbraum bietet, kastriert werden, um Offsetqualität zu erreichen? Und muss man mit aller Gewalt versuchen, Auflagen zu erreichen, die der Offsetdruck ohnehin mit links und wirtschaftlich produziert? Weshalb konzentriert man sich nicht auf die Stärken des Digitaldrucks? Eben die Individualisierung und die Möglichkeit des Drucks von nur wenigen oder einem einzigen Exemplar Buch beziehungsweise jeder anderen Drucksache? Auch das Versionieren von einigen hundert oder tausend Exemplaren kann durchaus sinnvoll sein. Aber alle Versuche, den Inkjet-Rollendigitaldruck auch nur in die Nähe des auf hohe Auflagen fixierten Offsetdrucks zu rücken, sind bisher gescheitert – und dies wird auch so bleiben, wenn man nicht auf Produkte setzt, die der Offset nicht leisten kann.

Trotz aller Prognosen, der Digitaldruck sei der «Offsetkiller» schlechthin, und trotz der Investitions-Zurückhaltung der Drucker in den zurückliegenden Monaten, war die Zahl der Neu-Installationen von Off-

setmaschinen sicherlich höher als die von Inkjet-Rollenmaschinen. Das hat nichts mit Ignoranz oder gar Verweigerung der Druckereien zu tun, sondern mit den Anwendungen. Denn wenn die Geschäftsmodelle dem technisch Machbaren hinterherlaufen, ist keinem Drucker vorzuerwerfen, er handele verantwortungslos, wenn er erst einmal abwartet.

Verkäufe halten sich in Grenzen

Zumal alleine schon die Vielzahl an Rollensystemen, die angeboten werden, eher verwirren als Klarheit schaffen. Insgesamt haben wir auf der drupa 2012 über 80 Rollen-Inkjet-Maschinen für Anwendungen im

Publishing sowie für Etiketten und Verpackungen gezählt – es sind wohl noch viel mehr, zählt man schmalbahnige Drucksysteme hinzu. Eine entsprechende Marktübersicht haben wir in unserer aktuellen Ausgabe «Druckmarkt Collection 12» veröffentlicht.

Doch noch interessanter erscheint die Frage danach, wie viele Maschinen denn im Markt stehen und produzieren. Nach unserer Schätzung (konkrete Zahlen werden von den meisten Herstellern nicht bekannt gegeben) sind weltweit bei vielleicht 50 Bücherdruckereien Inkjet-Maschinen installiert, noch weniger bei Direct-Mail-Häusern und im klassischen Akzidenzbereich. Von Druckereien, die Zeitungen produzieren, ganz zu schweigen.

Mit mehr als 600 installierten Inkjet-Systemen sieht es im Transaktions- und sogenannten Corporate-Bereich jedoch anders aus. Nun ist es schon schwer genug, den Begriff Corporate Publishing an sich abzugrenzen. Doch liest man die Namen der Anwender, handelt es sich in erster Linie um Finanzdienstleister, Banken, Versicherungen und Unternehmen, bei denen der Transaktionsdruck gerade von Toner auf Inkjet beziehungsweise von Schwarz-Weiss auf Farbe umgestellt wird.

Unsere Schätzung bezieht sich auf die Installationen seit 2008 und wird durch eine Zahl von Screen gestützt, nach der die Truepress Jet seit ihrer Markteinführung etwa 400 Mal (ein-

MARKT-ÜBERSICHTEN
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



HP hat nach eigenen Angaben bereits mehr als 90 Inkjet-Systeme seiner T-Modelle weltweit installiert. Zunehmend mehr Maschinen werden für die Bücherproduktion eingesetzt.



Technisch ist die Produktion von Zeitungen im Digitaldruck längst machbar, wie der Druck von Faksimile-Zeitungen zeigt. An die komplette Tageszeitungsproduktion via Inkjet hat sich jedoch noch kein Verleger gewagt.

schliesslich der über 100 für Ricoh gefertigten Systeme) verkauft wurde. HP nennt aktuell rund 90 Installationen seiner T-Modelle weltweit. Dabei sind alleine bei sieben Kunden 26 Maschinen in Betrieb – davon das Gros bei Transaktionsdruckern, jedoch zunehmend auch bei Bücherdruckern.

Typisch grafische Anwendungen wie Zeitungen, Magazine (also Corporate Publishing im Sinne von Kundenzeitschriften) oder Akzidenzen werden offensichtlich nach wie vor im klassischen Bogen- und Rollenoffset gedruckt.

Zeitungen? Fehlannonce!

Eine grosse Zukunft wurde dem Inkjet-Rollendruck bei Zeitungen prophezeit, was bis heute kaum erkennbar ist. Es gibt zwar Zeitungen, die im Inkjet auf Digitaldrucksystemen produziert werden, dies sind jedoch meist Faksimile-Ausgaben in kleinen Auflagen. Erste Anwendungen waren Zeitungen aus aller Welt, die in Urlaubsgebieten auf Tonermaschinen gedruckt und an Touristen verkauft wurden. Inzwischen gibt es auch Geschäftsmodelle, wonach Verlage via Digitaldruck bei einem nationalen Dienstleister ihren Zeitungsvertrieb optimieren können. Beispiel ist Newsprint Italia, wo sieben Kodak-Versamark-Systeme für den Druck internationaler Zeitungen eingesetzt und diese im Verlagsauftrag vertrieben werden, oder Centro Stampa Quotidiani (CSQ) mit einer

HP T230 (wir werden darüber noch im Detail berichten).

Verlage, die Inkjet-Drucksysteme für eine komplette Zeitungsproduktion beziehungsweise für Regionalausgaben nutzen, gibt es bisher noch nicht – und wird es auch (vielleicht mit wenigen Ausnahmen) vorerst nicht geben. Zumindest ist uns nicht bekannt, dass ein grösserer Zeitungsverleger beabsichtigt, in diese Technologie zu investieren.

Möglicherweise bietet KBA mit der RotaJET 76 einen neuen Ansatz. Dazu will KBA zu den Hunkeler Innovation Days eine breitere Version demonstrieren. Das könnte Bewegung in den Markt bringen, schliesslich haben die Würzburger in diesem Segment mehr Erfahrungen als alle anderen Anbieter zusammen, kennen die Verleger, Verlagsdruckereien und deren Wünsche und Ansprüche.

Hybrid-Lösungen

Interessanterweise war bis zum Herbst 2012 auch nur ein einziges Projekt bekannt, bei dem ein Inkjet-Druckkopf in einer Zeitungsrotation produziert. Beim Axel Springer Verlag ist ein schneller Kodak Prosper-30-Druckkopf in einer manroland-Rotationen integriert und produziert bei 13,2 m/Sek. Der Schwarz-Weiss-Eindruck kommt jedoch nicht für redaktionelle Bereiche oder Seiten zum Einsatz, sondern für etwa 10 cm breite Versionierungen und individuelle Eindrücke (siehe auch den Beitrag auf Seite 24).

Gerade hybride Lösungen im Rollenruck stellen die Hersteller vor erhebliche Herausforderungen, da die Geschwindigkeiten von 17 m/Sek., die moderne Rollenoffsetmaschinen erreichen, vom Inkjet in akzeptabler Auflösung (noch) nicht machbar sind. Drucker werden aber wegen eines Gewinnspiels die Leistung ihrer Maschine nur ungern zurückfahren. Also bleibt oftmals nur die Möglichkeit, die Druckköpfe in Weiterverarbeitungslinien zu integrieren und die im Offset gedruckten statischen Inhalte mit digital eingedruckten variablen Informationen zu ergänzen.

Bisher ist Kodak einziger Anbieter solcher Eindruckköpfe für Schwarz-Weiss- und Farbanwendungen in ansprechender Qualität und Leistung bis zu 15 m/Sek. Doch haben sich auch Atlantik Zeiser, HP und Impika zu Wort gemeldet. Die Druckgeschwindigkeiten und Arbeitsbreiten liegen zum Teil jedoch erheblich hinter denen der Prosper-Köpfe zurück.

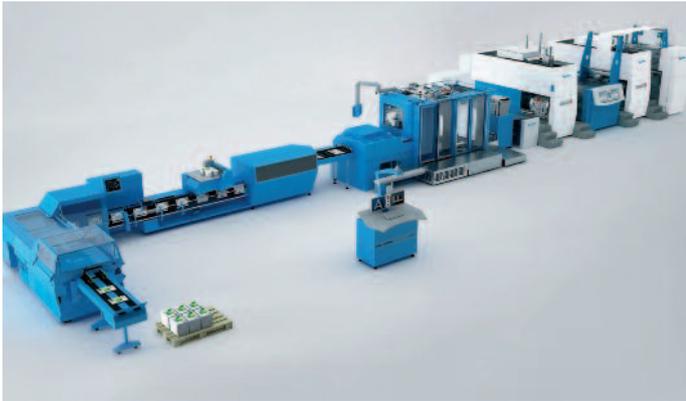
Technologisch umdenken

Der Büchermarkt scheint – abgesehen vom Transaktionsdruck – noch am ehesten für Inkjet-Highspeed-Maschinen sensibilisiert zu sein (dabei sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass der Druck von Fotobüchern nicht gemeint ist). HP mit den T-Modellen, Kodak mit seiner Versamark- und Prosper-Reihe und Océ mit der ColorStream melden entsprechende Verkäufe. Dabei han-

delt es sich nicht nur um monochrome Einheiten für den Druck von Büchern, sondern auch um Farbmaschinen.

Ein gutes Beispiel ist die Edubook AG in der Schweiz. Das Unternehmen hat sich auf den Druck und die Logistik von Lehr- und Lernmaterial spezialisiert und druckt auf der Océ ColorStream 3700 bis zu 80.000 A4-Seiten je Stunde vierfarbig. Dabei bietet Edubook Magazin- und Akzidenzproduktionen an.

Bei der Bücherproduktion geht es zwar auch um Lager- und Logistikkosten, wirklich interessant ist aus technischer Sicht jedoch das Einsparpotenzial bei den Druckkosten. Hier gibt es bislang allerdings nur sehr vage Aussagen. Denn um den Inkjet-Druck in der Buchproduktion wirtschaftlich zu betreiben, müssen Verlage und ihre Druckereien technologisch umdenken und den gesamten Arbeitsablauf neu gestalten. Veränderungen sind vor allem in der Weiterverarbeitung notwendig, denn der Druck von Büchern auf Inkjet-Systemen erfolgt üblicherweise von der Rolle und erfordert damit neues Equipment im Finishing, was eine Investition zusätzlich verteuert. Daher sind auch die Aussagen über die Einsparungen bei den nackten Druckkosten mit Vorsicht zu genießen, zumindest aber zu relativieren. Für die Online-Produktion sind per se völlig neue Weiterverarbeitungsanlagen notwendig, wie sie etwa Müller Martini mit der Finishing-Linie SigmaLine oder Hunkeler mit



Die KBA RotaJET 76 produziert zur drupa variabel und inline mit einer SigmaLine von Müller Martini rückstichgeheftete Broschüren auf unterschiedlichen Papieren in mehreren Sprachen.

seinen Lösungen anbieten. Will man offline produzieren, sind Aggregate für das Abrollen, Schneiden und Falzen sowie Transportlinien notwendig. Auch hier gibt es eine Reihe interessanter Lösungen, die in ihrer ganzen Breite vor allem von Hunkeler abgedeckt werden.

Papier und Tinte

Die grössten Unsicherheiten gibt es aber nach wie vor bei den Papieren und Tinten. Bislang sind für den Inkjet-Druck entweder spezielle Papiere oder Substratbehandlungen mit Primern notwendig, um eine akzeptable Druckqualität zu erreichen. Die Spezialpapiere kosten aber rund 30% mehr als Standard-Offsetpapiere, was bei der nicht unerheblichen Anfahrtskosten vieler Maschinen umso ärgerlicher ist. Aber auch die Vorbehandlung via Primer ist ja nicht kostenneutral.

Kenner der Papierszene bestätigen zudem, dass sich die weltweite Nachfrage nach Inkjet-Papieren auf einer einzigen Papiermaschine produzieren liesse. In Zeiten, wo die Kapazitäten der Papierproduktion permanent nach unten gefahren werden, ist auch nicht damit zu rechnen, dass das Angebot steigen wird oder die Preise sinken werden – ein typisches Henne-Ei-Problem.

Zudem gibt es die Tinten nur vom Druckmaschinenhersteller – und die lässt er sich teuer bezahlen. Würden alle Inkjet-Tinten auch auf gängigen Standard-Papieren funktionieren,

wäre zumindest dieses Problem gelöst. Doch davon scheint die Industrie noch weit entfernt. Bleiben also zunächst nur die Primer-Lösungen, denn alle Papiere sind im Inkjet-Druck aufgrund ihres Trocknungsverhaltens nicht unproblematisch. Hinzu kommt, dass nach heutigem Stand der Technik bei etwa 35% Flächendeckung Wellenbildungen auftreten. Dies lässt sich zwar mit einer Nachbefeuchtung nach dem Trocknen einigermaßen lösen, doch gibt es hartnäckige Fälle, wo die Inline-Produktion der Offline-Fertigung weichen muss – was den Geschwindigkeitsvorteil des Digitaldrucks mindert.

Es bleibt spannend

Trotz dieser Einschränkungen soll nicht der Eindruck entstehen, es ginge nicht vorwärts im Inkjet-Druck. Eher gilt das Gegenteil. Es wird permanent an Geschwindigkeit, Finishing-Optionen, Bedruckstoffen und Tinten gearbeitet. So wird es spannend bleiben, wie sich die Inkjet-Systeme weiterentwickeln und wie sie sich im Markt behaupten. Ob der Markt aber reif ist für die neue Technologie und ob die Maschinen wirklich das Potenzial haben, dereinst Offsetmaschinen zu ersetzen, ist eine ganz andere Frage.

Lesen Sie mehr zu den verschiedenen Ausprägungen des Digitaldrucks auf den folgenden Seiten.



«gib»

Zürich

Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
Postfach
8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 00
Fax: +41 44 380 53 01
admin@gib.ch
www.gib.ch

Können, Wissen, Qualifikation. Der Weg zur Spitze.

«gib»Zürich-berufsbegleitendes Studium
«Druckkaufmann/-frau EFA»

85. Lehrgang DK85, Beginn ab Oktober/November 2013



Es macht Freude, beruflich voranzukommen. Und es zahlt sich aus! Wer eine solide Berufsbasis hat, kann viel erreichen. Der Abschluss mit Zertifikat ist sichtbarer Ausweis für Können und Leistungen über dem normalen Durchschnitt. Es ist der Einstieg in mehr Selbständigkeit, Verantwortung, offene Laufbahnen und Karrieren. Die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management. 4 Semester, 2 Studienjahre, machen fit für eine wertvolle Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist.

Auf **Infoabenden** werden Sie eingehend informiert. Unverbindlich, aber exakt und persönlich. Es kostet nichts – und wird vielleicht der erste wichtige Schritt in eine positive berufliche Zukunft für Sie.

EDUQUA

Infos & Anmeldung
www.gib.ch

Neustart für die digital gedruckte Zeitung?

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

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

ZEITUNGSDRUCK ERWEITERN Nun will Kodak, angespornt durch erfolgreiche Installationen seiner Prosper-Inkjet-Maschinen für den Druck von Direktmailings, Katalogen und Büchern, diese Anwendungsfelder 2013 verstärkt um den Zeitungsdruck ergänzen. Denn die auf der Stream-Inkjet-Technologie basierende Prosper-Plattform ermöglicht digitale Druckproduktionen mit Resultaten auf Offsetklasse-Niveau. Dies, so zeigt sich Kodak überzeugt, sei auch hinsichtlich Qualität, Produktivität und Kosten für die Auftraggeber gegeben. Ob dies für eine Zeitung mit einer Prosper 5000XL und ihrer Bahngeschwindigkeit von bis zu 200 m/Min. zutreffend ist, werden die Anwender entscheiden müssen. Doch ein monatliches Produktionsvolumen von bis zu 120 Millionen A4-Seiten ist durchaus beachtlich. Dabei liefert die Maschine Druckergebnisse, die visuell einer Rasterweite von 70 L/cm entsprechen. Kodak ist überzeugt, dass diese Maschine noch mehr Potenzial bietet.

Die Kodak Prosper 5000XL wird als Teil integrierter Buchproduktionslinien bereits vielerorts eingesetzt. Von der Maschine erhofft sich Kodak noch mehr Potenzial.



Erhebliche Fortschritte erzielte Kodak bei seinen Eindruckköpfen. Mit dem Prosper-S30-Kopf werden bei Axel Springer in Ahrensburg in einer Rotation Geschwindigkeiten von 13,2 m/Sek. erreicht.

SCHNELLE EINDRUCKLÖSUNGEN Ebenfalls auf Basis der Drop-on-Demand-Technologie sind die Eindrucksysteme der Kodak Prosper-S-Serie inzwischen für Zeitungsdruckereien verfügbar und ermöglichen den variablen Inline-Digitaldruck in Offsetrotationen bei voller Produktionsgeschwindigkeit. Die Eindrucksysteme der Prosper-S-Serie bieten eine Druckbreite bis 10,6 cm und können für den ein- oder vierfarbigen Druck bei Bahngeschwindigkeiten von bis zu 900 m/Min. (15 m/Sek.) und 600 x 300 dpi maximaler Auflösung bei Zeitungsanwendungen eingesetzt werden. Diese Lösungen eröffnen Zeitungsdruckereien die Möglichkeit, digital und im Offsetverfahren gedruckte Inhalte nahtlos miteinander zu kombinieren. Eine entsprechende Lösung arbeitet bereits bei Axel Springer in Ahrensburg (siehe Seite rechts) mit etwa 13 m/Sek.

► graphics.kodak.com



Schweizerische Post

TEST DER PERSONALISIERTEN ZEITUNG ABGEBROCHEN

Die Schweizerische Post hat den Testversuch mit ihrer personalisierten Tageszeitung «MyNewspaper» in der Schweiz Ende Dezember 2012 eingestellt. Der Test erreichte nicht die erwarteten Werte. Die Post analysiere nun die Testergebnisse und prüfe das weitere Vorgehen.

Die Idee hinter dem Pilotversuch war, den elektronischen mit dem gedruckten Informationskanal zu verbinden. Die Abonnenten konnten sich im Internet ihre individuelle Zeitung zusammenstellen und dabei Inhalte aus Zeitungen auswählen, die auf ihre Interessen zugeschnitten waren – zum Beispiel den Sportteil aus Zeitung A, den Politikteil aus Zeitung B und den Lokalteil aus Zeitung C. Die Post lieferte die digital gedruckte Zeitung mit der Tageszustellung nach Hause oder frühmorgens ins Postfach. Alternativ konnte «MyNewspaper» weltweit auch in elektronischer Form als E-Paper abonniert werden. Verschiedene Verlage hatten sich an dem Projekt beteiligt, indem sie die Inhalte ihrer Zeitungstitel zur Verfügung stellten.

Die Schweizerische Post hatte die personalisierbare Tageszeitung seit Dezember 2011 getestet. Nachdem die Nachfrage unter den Zielsetzungen des Markttests lag und auch die Anzahl der Abonnements nicht die erwarteten Werte erreichte, verzichtet die Post auf die Markteinführung.

Bereits Ende 2010 war in Deutschland das ähnlich gelagerte Projekt «niiu» gescheitert. Der Bedarf für eine personalisierte Zeitung scheint offenbar schlicht und einfach nicht vorhanden.

Bingo und andere Volltreffer

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

Für den Inkjet-Eindruck in der Zeitung war 2012 ein gutes Jahr: Die Anwendung erreichte durch Gewinnspiele in der «Bild»-Zeitung erstmals deutsche Lesermassen. Jetzt wächst das Interesse in ganz 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-Eindrucksystem 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 Beiliegern direkt in die Zeitung eingedruckt. Damit wurde die Zeitung selbst zum Spielschein.

Mit der Anwendung des integrierten Inkjet-Drucks können auch Werbekunden lokale, örtlich massgeschneiderte Anzeigen schalten. Das gleiche Anzeigenmotiv bewirbt für eine Bäckerkette das Tagesangebot der Filiale A, für Filiale B deren Angebot – die jeweiligen Preise und die Filialadresse sind dabei natürlich angepasst.

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

Wie wird das Wetter? Eine Frage, die mit spät eingedruckten Wetterprognosen sicherer als heute beantwortet wird. Auch die letzten Top-News und Sportergebnisse zeigen: Inkjet kann die gedruckte Tageszeitung deutlich aktueller machen als bisher.

Zudem vermitteln Inkjet-Barcodes oder QR-Codes passgenaue Zusatzinhalte. Über die Verknüpfung von Print und Internet-Dokumenten erhält der Leser mit einem Handyclick Gewinnspiele, Produktbeschreibungen oder Filme. Eingedruckte Codes unterstützen aber auch die Logistikorganisation von Druckprodukten. Der Barcode hilft dabei, die Distribution und Lkw-Beladung der Produkte zu planen oder Rückläufer zu erfassen. Sequenzielle Erfassungsvorgänge werden rationalisiert, menschliche Fehler beim manuellen Eingeben von Nummern sind ausgeschlossen.

EINE HIGHTECH-KOMBINATION Integrated Inkjet lässt sich quasi in alle Zeitungsdrucksysteme nachrüsten. Das Inkjet-Eindrucksystem 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 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



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.

«Das Papier muss da durch»

Hunkeler hat das Potenzial des digitalen Drucks sehr früh erkannt. Aufgrund des Engagements in der Entwicklung von Finishing-Systemen für digitale Drucklösungen nimmt Hunkeler hier seit Langem eine Pionierrolle ein und bietet entsprechende Konzepte. Deshalb werden auch die Innovationdays 2013 wieder die Trends zeigen, wohin sich der digitale Druck entwickelt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Auch wenn diese Ausgabe den Anschein erwecken mag, dass der Digitaldruck überwiegt, ist das nur die halbe Wahrheit. Erstens werden die Mengen an Drucksachen noch immer im Offset gedruckt und zweitens können beide Verfahren nicht anders: Druckbögen wie Papierbahnen müssen weiterverarbeitet werden. Dies wird bei den alle zwei Jahre durchgeführten Hunkeler Innovationdays immer wieder überdeutlich. Zwar wird die Veranstaltung auch in diesem Jahr wieder der grösste Event für den Hochleistungs-Digitaldruck sein, allerdings mit dem deutlichen Akzent der dazugehörigen Weiterverarbeitung.

Vielleicht wäre sogar die gesamte Geschichte des Digitaldrucks anders verlaufen, hätte der Senior-Chef Franz Hunkeler nicht die Vision gehabt, aus Buchbindereimaschinen Module für das «Paper Processing» zu machen. Danach hat es das Schweizer Unternehmen in den letzten zwei Jahrzehnten verstanden, aus schlichten Buchbindereimaschinen Systemkomponenten zu konstruieren, die online wie offline den Durchbruch des Digitaldrucks erst ermöglicht haben. Vergleichbar mit einem Formel-1-Boliden, der ohne die auf den Rennwagen optimierten Reifen nur eine lahme Ente ist, ist eine Digitaldruckmaschine ohne «Paper Processing» nahezu funktionsunfähig, geradezu wertlos. Diese Module und Komponenten, vor und hinter den Digitaldrucksystemen, ermöglichen erst deren wirkliche Flexibilität.

Ohne intelligentes Papier-Handling kann man eben keine intelligenten Drucksachen machen – so der Umkehrschluss. «Das Papier muss da durch», sagte uns Franz Hunkeler vor einigen Jahren. Und daran hat sich bis heute nichts geändert. So einfach ist das.

BOOK-ON-DEMAND SOLUTION Dementsprechend hat Hunkeler einige hoch interessante Konfigurationen zusammengestellt, die die Systeme der Ausstellungspartner oder die eigenen in Szene setzen.

So zeigt Hunkeler in einer speziellen Linie eine Book-on-Demand-Anwendung ab einer 760 mm breiten Papierbahn. Die Verarbeitung zu 4-, 6- oder 8-Seiten-Signaturen erfolgt im Double Plow Folder PF7. Der Hochleistungsschneider CS6-HS und die doppelte Sternradauslage SD7 für die Nonstop-Buchblockproduktion arbeiten bei 200 m/Min. Rund 450 Ausstosszyklen mit mehreren Buchblocks pro Stunde (zum Beispiel 2.245 Bücher pro Stunde im

Format A5 mit 192 Seiten Umfang) sind so möglich. Einfaches Handling für die Weiterverarbeitung ist dank einer integrierten Buchblockkleimung gesichert. Eine Vollständigkeitskontrolle der Buchblocks erfolgt über Datamatrix mit visueller Überwachung der Qualität und des Produktionsfortschritts am Monitor. Die Buchblockentnahme und Ablage auf die Transportwagen erledigt ein Roboter. Das Finishing der Bücher erfolgt auf einem Klebebinder von Horizon im Nearline-Verfahren.

VON DER ROLLE ZUM GROSSBOGENSTAPLER Eine hoch interessante Entwicklung ist die Rolle-Blatt-Verarbeitung mit vollflächiger Dispersions-Schutzlackierung über ein neues Primer-Coater-Modul PC7. Dabei wird eine effiziente Nutzung der Strahlungsenergie mit der NIR-Trocknertechnologie (Near Infrared) von adphos dank guter Übereinstimmung mit dem Absorptionsspektrum von Dispersionslacken erreicht. Dadurch ist eine nur geringe



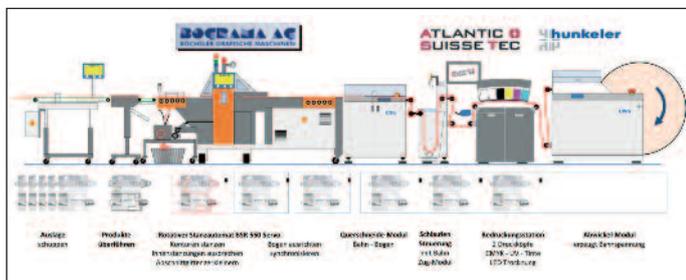
Aufwärmung des Bedruckstoffs festzustellen und ein hoher Lackauftrag von bis zu 4 g/m² möglich. Der Grossformatbogenstapler LS7 ist für Druckbogen bis 1.100 mm x 760 mm ausgelegt. Die Beschickung der Papierbahn erfolgt ab dem Abwickelmodul UW7, danach folgt die Inline-Dispersionslackierung im PC7, gefolgt vom Querschneidemodul CS7 und der Bogenauslage im serienfertigen Grossbogenstapler LS7 mit bis zu 800 mm Stapelhöhe. Hunkeler bezeichnet dies als effiziente Lösung für den Einstieg in den Digitaldruck, da diese Anlage eine einfache Kombination mit bestehender Bogen-Weiterverarbeitungstechnik erlaubt.

PREMIEREN Die beiden beschriebenen Linien sind nur ein kleiner Ausschnitt aus dem Angebot von Hunkeler – ebenso wie die auf den nächsten Seiten folgenden Produkte anderer Aussteller. Mehr folgt in unserer nächsten Ausgabe im April. Bis dahin wissen wir auch, was sich hinter der neuen Generation des «high performance paper processing» von Hunkeler und anderen Premieren verbirgt. ■



**Atlantic Suisse Tec und Bograma
VON DER WEISSEN ROLLE ZUM FERTIG BEDRUCKTEN
UND GESTANZTEN FLACHZUSCHNITT**

Die Hersteller und Lieferanten Atlantic Suisse Tec und Bograma wollen auf den Hunkeler Innovationdays weiterentwickelte Technologien präsentieren, die messbare Kundennutzen bringen. Man habe verstanden, wohin sich die Trends entwickeln, und eine Lösung geschaffen, die der Markt braucht. Das Projekt Roll-to-Pack arbeitet von der weissen Rolle zum fertig bedruckten und gestanzten Flachzuschnitt. Die Druckstation von Atlantic Suisse Tec für den DoD-UV-Inkjet erlaubt den Druck von CMYK sowie zwei Zusatzfarben und bedruckt eine weisse Rolle, bevor sie Inline weiterverarbeitet wird. Die rotative Stanzmaschine BSR 550 Servo von Bograma arbeitet im B2-Format (550 mm Bogenbreite und 750 mm Bogenlänge) und verarbeitet Papiere bis zu einer maximalen Dicke von 0,5 mm. Die Arbeitsbreite der BSR 550 ist somit ideal auf die Druckbreite von 216 mm bis 540 mm abgestimmt.



Verschiedene Features wie das Zerkleinern und Abführen des Abschnittgitters, das Ausbrechen der Innenstanzungen sowie die diversen Auslage- oder Weiterverarbeitungsmöglichkeiten machen die Maschinenkombination flexibel in der Produktion. Der Nutzen der integrierten Techniken liegt im einfachen Handling: kurze Umrüstzeiten, einfache Job- und Stanzblechwechsel mit Einzugschilfe, individuelle Auslage mit Schuppenauslage, Label Stacker oder Abstapler.

› www.atlanticsuisse-tec.ch › www.bograma.ch

**Compart
WHITE-PAPER-PRODUKTION
UND QUALITÄTSSICHERUNG**

Compart präsentiert mit dem Partner Docucom, einem Schweizer Systemintegrator in den Bereichen Dokumentenerstellung und -verarbeitung, sein Angebot für Multi-Channel-Output-Management. Schwerpunkt ist Compart's Unterstützung für eine leistungsfähige White-Paper-Produktion, also das Erstellen und die Ausgabe von Dokumenten jeder Art auf der Basis von weissem Papier ohne vorgedruckte Formulare und Kuverts. Hier bietet der OM-Spezialist, dessen

Kerngeschäft die Optimierung von Datenströmen ist, Firmen jeder Grösse und Branche skalierbare und plattformunabhängige Softwarelösungen zur Steuerung der Informationen. Einmal etabliert, lässt sich damit auch Transpromodruck in Farbe und Schwarz-Weiss effizient umsetzen. In diesem Zusammenhang spielt die Software DocBridge Pilot eine wichtige Rolle: Sie extrahiert die für die Verarbeitung erforderlichen Informationen als Metadaten aus den entsprechenden Systemen, legt sie in einer relationalen Datenbank ab und stellt sie für das spezifische Dokument just-in-time zur Verfügung.

› www.compart.com

**adphos Digital Printing
NEUE TROCKNUNGSMODULE FÜR VERSCHIEDENE
ANWENDUNGEN**

adphos Digital Printing GmbH aus Bruckmühl hat mit der NIR120 M-Serie ein neues, kompaktes Trocknungsmodul entwickelt, das gute Trocknungsergebnisse bei geringem Platzbedarf (auf 220 mm Breite und 350 mm Länge) und reduziertem Energiebedarf erlaubt. Die Serie ist für alle Inkjet-Druck-



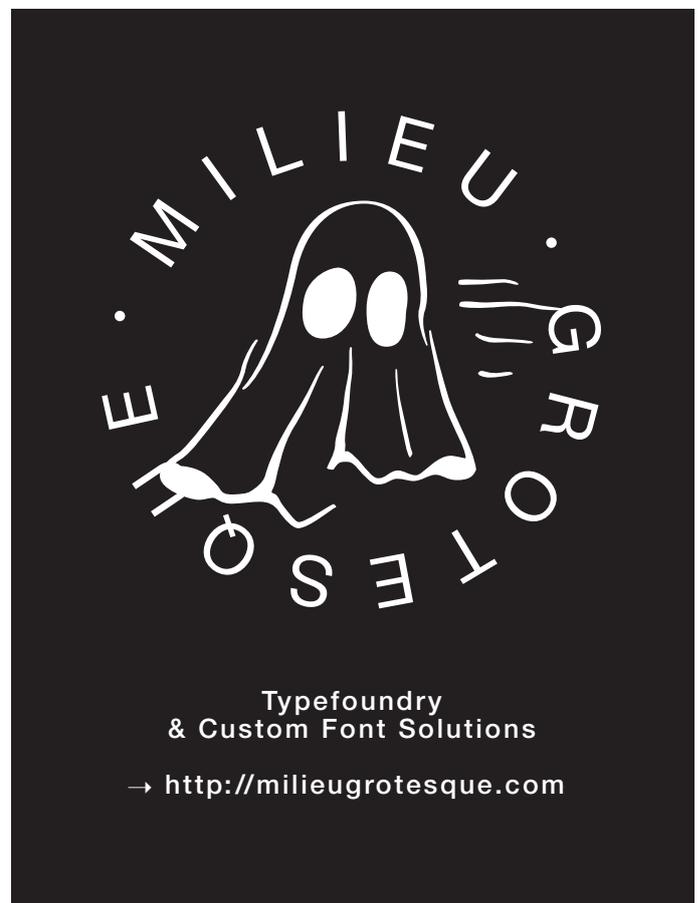
köpfe bis Druckbreiten von 120 mm geeignet und erlaubt das Trocknen von wasserbasierten Inkjet-Farben auf Plastikkarten und anderen Kunststoffsubstraten.

Zudem hat adphos onboardControl entwickelt, das eine Integration aller

Komponenten der Leistungsversorgung und Ansteuerung im Trocknermodul ermöglicht und den bisherigen Schrank überflüssig macht. Lediglich eine Interface-Box in der Grösse eines Schuhkartons, in der die Leistungszuführung und die BUS-Ansteuerung untergebracht sind, bleibt notwendig.

Der Baukasten ist für Bahnbreiten (360 mm, 520 mm, 660 mm, 950 mm, 1.300 mm) mit jeweils 270 mm und 400 mm Trocknungslänge sowie in verschiedenen Leistungsklassen erhältlich. Die NIRWEB-Module lassen sich waagrecht, senkrecht und in beliebigen Winkeln einsetzen. Durch das Aneinanderreihen mehrerer Module lassen sich kompakte Konfigurationen realisieren, die bei hohen Bahngeschwindigkeiten sowie späteren Aufrüstungen zur Steigerung der Trocknungsleistung beitragen können.

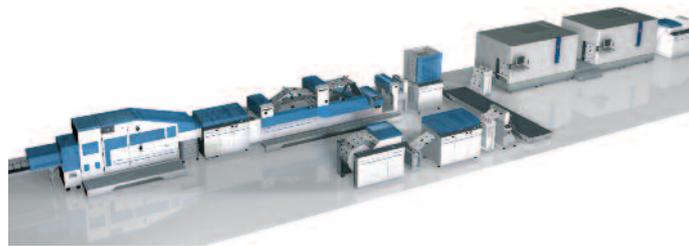
› www.adphos.de



Canon

«SEE THE BIGGER PICTURE»

Mit dem grössten Stand auf der Messe will Canon sein Engagement auf dem kommerziellen Druckmarkt präsentieren. Herzstück des Standes wird die Océ ColorStream 3900 sein. Das Inkjet-Drucksysteme für Geschwindigkeiten bis 127 m/Min. ist so konfiguriert, dass zwei verschiedene Anwendungsbereiche abgedeckt werden: Roll-to-Roll mit Inline-Dokumentverarbeitung durch ein dynamisches Perforier- und Stanzmodul von Hunkeler für die Herstellung unterschiedlicher Transaktions- oder Direct-Mail-Dokumente. Roll-to-Fold zu Cut-/Stack-



Inline-Produktion charakteristischer Buchblöcke für Offline-Softcover-Einbände und qualitativ hochwertige Broschüren.

Für die Book-on-Demand- oder Transpromo-Produktion wird eine Kombilinie mit der Océ CS 3900 über ein Abwickelmodul UW6 beschickt. Für die Herstellung von Buchblocks auf der Book-on-Demand-Linie kommen ein Double

Plowfolder PF7, der Hochleistungsschneider CS6-HS, eine doppelte Sternradauslage SD7 und Ausgabesysteme für die Ablage auf einem Staubband zum Einsatz.

Für den zweiten Produktionsfall, die Transpromo-Anwendung als Rolle-Rolle-Verarbeitung wird das Dynamic Perforation Modul DP6-A von Hunkeler für den dynamischen Längs-/Querperforier- und Stanz-

prozess (Ablagelochung) eingesetzt. Die Stanz- und Perforationsmuster können im DC6-A von Exemplar zu Exemplar dynamisch verändert werden.

Canon wird ausserdem die Océ Prisma Software für Transaktions- und Graphic-Arts-Anwendungen vorführen.

Zudem wird es auf dem Stand von Canon Galerien mit Anwendungen geben, durch die sich Besucher auf den Transaktions- und Direct-Mail-Märkten sowie dem Graphic-Arts-Markt inspirieren lassen können.

➤ www.canon.ch

Heidelberg

HOCHWERTIGE WEITERVERARBEITUNG FÜR DIGITAL UND KONVENTIONELL GEDRUCKTE AUFTRÄGE

Heidelberg demonstriert die hochqualitative Produktion digital gedruckter Softcover-Broschüren. Dies sei eine Antwort auf den Trend der kleineren Auflagen und auf die möglichst hohe Flexibilität bei der Weiterverarbeitung für digital und konventionell gedruckte Aufträge.

Gemeinsam mit seinen Partnern Hunkeler, ATS, Kama und Polar zeigt Heidelberg einen flexiblen Maschinenverbund, mit dem live eine komplette Broschüre hergestellt wird, die aus digital gedrucktem Inhalt (Rollendruck) und Umschlag besteht, mittels PUR-Klebstoff gebunden wird und in einem Arbeitsschritt den finalen Dreiseitenbeschnitt erhält. Einzigartig bei dieser Konfiguration ist die durchgehende Kontrolle von Inhalt und Umschlag per Barcode. Alle beteiligten Aggregate nutzen das gleiche Barcodesystem, um jederzeit sicherzustellen, dass das Produkt korrekt zusammengestellt und produziert wird.

Die Anlage besteht aus einem Hunkeler UW6-Abwicklungsmodul, dem Querschneider CS6-I und der direkt daran angeschlossenen Heidelberg Inline-Falzmaschine Stahlfolder TH 56, welche die Bogen falzt und als gesammelte Stapel einem ATS Bündler FAB A560 übergibt. Im Bündler wird mit Hilfe des Barcodes sichergestellt, dass jeder Satz vollständig zusammengetragen wurde. Der Umschlag mit Klappseite wird von der Kama Falz- und Klebemaschine ProFold 74 vorbereitet: Sie rillt die Umschläge und legt im gleichen Durchlauf die Klappen um, damit der Umschlag anschliessend im Heidelberg Eurobind 1300 PUR verarbeitet werden kann. Auch hier wird über den Barcode sichergestellt, dass Umschlag und Inhalt zusammenpassen. Der finale Dreiseitenbeschnitt erfolgt automatisch im Polar Dreiseitenschneider BC-330, wobei wieder der Produktionsbarcode gelesen wird. Ein fehlerhaftes Produkt wird nicht beschnitten und gelangt dadurch auch nicht zur Auslieferung.



Der Stahlfolder TH 56 von Heidelberg arbeitet als Inlinefolder nahtlos mit den Modulen von Hunkeler zusammen und falzt Bogen, die von einer digital bedruckten Rolle in einem Arbeitsgang abgewickelt und quer geschnitten werden.

➤ www.heidelberg.com

Horizon

WELTPREMIERE FÜR EINEN NEUEN PUR-KLEBBINDER

Der neue Klebebinder BQ-280PUR wird erstmalig in einem interessanten Gesamtportfolio vorgestellt. Der BQ-280PUR wird neben dem BQ-270 als eigenständiges System positioniert, das für kleinere Auflagen geeignet ist, die nur PUR leisten kann. Die Neuentwicklung ist vollautomatisch einstellbar – dank der Horizon Touch&Work-Technologie mit verbessertem Interface.

Auch Spinnerwalze und Anpress-tisch lassen sich über den Touchscreen bedienen und sorgen für ein komfortables Einrüsten in kürzester Zeit. Neben der laut Hersteller hervorragender Qualität sind gerade kurze Rüstzeiten bei Kleinstauflagen ein wichtiger Aspekt für rentables Arbeiten. Die maximale Buchrückenlänge beträgt 385 mm. Zeitsparend und sauber wurde zudem das Handling des Beckens gelöst, das mit einem Lift leicht nach unten aus der Maschine geführt werden kann. Alles ist bis ins Detail durchdacht und auf die Besonderheiten von PUR abgestimmt. Parallel stellt Horizon verschiedene Systeme in den Fokus, mit denen auch direkt von der Rolle automatisch weiterverarbeitet werden kann.

➤ www.horizon.de

Kama

LÖSUNG ZUM RILLEN, FALTEN, KLEBEN

Erstmals präsentiert die Dresdner Kama GmbH die flexibel einsetzbare Falz-/Klebemaschine ProFold 74 mit Rill- und Perforiereinrichtung. Das neue Modul integriert Rill- und Perforieraufgaben direkt in die ProFold 74. Die benötigten Falz- und Klebeprozesse schliessen sich nahtlos an. Auf diese Weise können zahlreiche Produkte nach dem Druck zeit- und kostensparend an der Falz-/Klebemaschine in einem Durchlauf fertiggestellt werden.

Die gewünschte Rill- oder Perforierbreite ist am eingebauten universellen Rill- und Perforierwerkzeug von Technifold schnell einstellbar. Auch der schwenkbare Schrägrollentisch von Kama macht die Fertigung flexibel: Die Zuschnitte können wahlweise an der linken oder rechten Kante ausgerichtet werden. Der geradlinige Transport ohne Ausrichtung ist ebenfalls möglich. Auf ihrem Gemeinschaftsstand zeigen Heidelberg, Polar, ATS-Tanner und Kama den kompletten Workflow für eine A5-Broschüre. Auf der ProFold 74 entsteht der Umschlag für die Broschüre: Zur Verstärkung wird der Umschlagbogen von beiden Seiten gerillt, gefaltet und mit Heissleim geklebt.

➤ www.kama.info

KBA

ROTAJET ERHEBLICH WEITERENTWICKELT

Die zur drupa 2012 erstmals von KBA als Prototyp vorgestellte Inkjet-Rotation KBA RotaJET 76 wurde gegenüber der Premiere in vielen Details technisch weiterentwickelt und wird als digitale High-Volume-Anlage bei den Hunkeler Innovationdays Buchsektionen, Zeitungen und andere vierfarbige Printprodukte in einer laut KBA sprunghaft gesteigerten Druckqualität live produzieren.

KBA bietet als renommierter Hersteller von Bogen- und Rollenoffsetmaschinen mit der im Stammwerk Würzburg entwickelten und produzierten RotaJET 76 nunmehr auch für den Wachstumsmarkt Digitaldruck eine voll einsatzfähige Anlage an. Mit dem soliden Maschinenbau hat die RotaJET auf der drupa schon viele Interessenten begeistert. Nach den in engem Dialog mit potenziellen Erstanwendern durchgeführten Optimierungsarbeiten bei Farbzuführung, Tintensystem, Screening und Trocknung liefert die Inkjet-Rolle laut KBA nunmehr auch die Druckergebnisse, die der Markt von einem Druckmaschinenbauer erwartet. In Luzern produziert die RotaJET mit einem von KBA neu entwickelten Trockner und Wiederaufwickler (Rewinder), wobei erstmals eine neue Tintengeneration auf Polymer-Basis eingesetzt wird. Die Weiterverarbeitung der bedruckten Papierrollen erfolgt auf Postpress-Systemen von Hunkeler.

➤ www.kba.com



Seit der Premiere des Prototyps zur drupa 2012 hat KBA die RotaJET 76 technisch weiter optimiert. Inzwischen liefert die Anlage nach Angaben von KBA eine exzellente Druckqualität und ist voll einsatzfähig.

Mondi

ERWEITERTES HIGH-SPEED INKJET-PORTFOLIO

Mondi konzentriert sich 2013 auf den Digitaldruck und wird in Luzern sein erweitertes High-Speed Inkjet-Portfolio vorstellen, das ein reichhaltiges Angebot an Flächengewichten und Erscheinungsbildern für den Highspeed-Inkjet-Druck umfasst. Dazu gehört die Palette an glatten, hochweissen, naturweissen, gestrichenen und Recyclingpapieren, die für Farbstoff- und Pigmenttinten gleichermaßen optimiert wurden. Dazu zählen DNS high-speed inkjet CF (coated feel), DNS high-speed inkjet NF (natural feel), das zu 100% recycelte Nautilus, Bio Top 3 und DNS enhanced color inkjet, bei dem es sich um das erste Inkjet-Papier von Mondi mit einer pigmentierten Oberfläche handelt. Durch die Pigmentierung erzielt DNS enhanced color inkjet eine höhere Farbintensität, sodass sich mit Farbstofftinte eine mit Pigmenttinte vergleichbare Farbdichte erreichen lässt.

➤ www.mondigroup.com

Müller Martini

DIGITALDRUCK WIRD FÜR SAMMELGEHEFTETE PRODUKTE IMMER INTERESSANTER

Nach der Etablierung im Buchmarkt bietet der Digitaldruck dank verbesserter Druckqualität und Vollfarbigkeit neue Möglichkeiten für innovative Drucksachen. Mit dem Sammelhefter Presto II Digital präsentiert Müller Martini auf den Hunkeler Innovationdays eine neue industrielle Fertigungslösung für digital gedruckte Produkte. Das hochautomatisierte Sammelheft-System wurde bereits auf der drupa 2012 mit neuer Steuerung als digital-ready vorgestellt und wird nun für die industrielle Weiterverarbeitung digital gedruckter Printprodukte präsentiert. In Kombination mit einer Abrollung, einem Fold/Mergemodul sowie einem Querschneider von Hunkeler stellt Müller Martini den Presto II Digital mit einem Durchlaufalizer, zwei Bogenanlegern, einem Umschlagfalzanleger, der Heftmaschine und einem Dreischneider aus. Auf dem Messestand werden live drei verschiedene Produkte produziert. Der Umschlag kann bei Bedarf exemplar-



Müller Martini präsentiert an den Hunkeler Innovationdays den Sammelhefter Presto II Digital für die professionelle Weiterverarbeitung digital gedruckter Produkte.

genau abgezogen werden. Der Sammelhefter kann auch als vollintegrierte Inline-Lösung (Digitaldruck mit Weiterverarbeitung) eingesetzt werden. Hier kann das Daten- und Prozessmanagement-System Connex von Müller Martini eingesetzt werden und das nahtlose Zusammenspiel und eine optimale Steuerung aller Aggregate bewirken.

➤ www.mullermartini.com

MB Bäuerle

LÖSUNGEN FÜR DAS FALZEN UND KUVERTIEREN

MB Bäuerle informiert über Lösungen aus den Bereichen Falzen und Kuvertieren. So ermöglicht der neue multipageMailer die Produktion eines individuellen Anschreibens mit dazugehörigem Umschlag in einem Vorgang.

Die Kuvertiermaschinenbaureihe autoSet B4 bietet Variabilität bei hohem Bedienkomfort. Das Kuvertiersystem verarbeitet Formate von DIN lang bis B4. Kennzeichnendes Merkmal der autoSet Technologie ist die durchgehende Automatisierung. Ein «Touch» genügt zum Aufrufen eines gespeicherten Jobs und die Einstellautomatik übernimmt das Einrichten aller relevanten Module.

➤ www.mb-bauerle.de

Kern GmbH

NEUE IDEEN FÜR WHITEPAPER-PROZESSE

Die neuen Inkjet-Drucker produzieren grosse Mengen an Dokumenten, die im Kuvertiersystem weiterverarbeitet werden müssen. Kern bietet für die sogenannten «White-Paper»-Prozesse den Hochleistungsschneider Kern 996. Dieser verarbeitet anfallende Weisszonen von Endlosdokumenten ohne manuelles Eingreifen. Neben dem Schneider bietet Kern ein Druckmodul, welches das individuelle Bedrucken und Personalisieren der Umschläge am Ausgang des Kuvertiersystems ermöglicht.

➤ www.kerngbh.de

Ricoh
LÖSUNGEN ÜBER HERKÖMMLICHES DRUCKEN HINAUS

Ricoh wird sein Portfolio für digitalen Produktionsdruck präsentieren. Viele der Lösungen erleben ihre Europapremiere und haben zum Ziel, Kunden über das Drucken hinaus neue Anwendungen und Dienstleistungen zu bieten. Vom Akzidenz- über den Bücherdruck bis zum Transaktionsdruck wird Ricoh Lösungen vorstellen.



Für die Produktion von Büchern sowie die Direct-Mails kommen neben der Digitaldruckmaschine Abroller von Hunkeler sowie Schneidmodule und Transportsysteme zum Einsatz.

Ein Highlight auf dem Messestand von Ricoh ist die InfoPrint 5000 GP. Das Aushängeschild der InfoPrint 5000 Inkjet-Familie wurde für Akzidenz-, Buch- oder Transaktionsdrucker konzipiert und wird erstmals in Europa mit der Variante des Extended Media Dryer gezeigt. Dieses flexible und vielseitig einsetzbare Modell bietet hohe Ausfallsicherheit. Es wird ebenfalls den Anforderungen verschiedenster Medien und strikter Farbqualität gerecht, mit der Option für Schwarz-Weiss- und On-Demand-MICR-Druck.

In Luzern werden auf einer kompletten Produktionslinie farbige Schulbücher sowie Kalender und Direct Mailings auf dem InfoPrint 5000 GP produziert, der mit der neuen Trocknungsvorrichtung ausgerüstet ist. Die farbige Bücherproduktion auf InfoPrint 5000 GP erfolgt bei einer Geschwindigkeit von bis zu 128 m/Min.

➤ www.ricoh.ch

Schneider & Co. AG
RILLEN, FALZEN UND PERFORIEREN

Die Schneider & Co. AG wird in ihrem 90. Jubiläumjahr mit Innovationen präsent sein, die für den Digital- und Offsetdruck neue Möglichkeiten bieten. Auf einem eigenen Stand wird Schneider gemeinsam mit der Tochtergesellschaft Multigraf AG kombinierte Lösungen zu den Themen Rillen, Falzen und Perforieren zeigen.

Zur drupa 2012 lancierte Multigraf die Eurofold Touchline CP375, bei

der Rillen und Perforieren, längs und quer, abgesetzt oder durchgehend möglich ist. Die Bedienung erfolgt über einen Touchscreen, der Werkzeugwechsel über eine patentierte Wechsellvorrichtung.

So lassen sich Antwortkarten, Gutscheine, Coupons und vieles mehr in kürzester Zeit herstellen. Innerhalb weniger Sekunden verwandelt sich die Eurofold Touchline CP375 wieder in eine Kamrillmaschine. In Kombination mit dem Rill- und Falzwerk Eurofold Touchline TCF375 lassen sich auch komplexere Arbeiten einfach ausführen: perforieren, rillen und falzen in einem Arbeitsgang.

➤ www.schneidercoag.ch



W+D
PORTFOLIO MIT MAIL-LÖSUNGEN UND KUVERTIERUNGS-LÖSUNGEN

W+D zeigt Mail-Lösungen, darunter die TIMOS Totally Integrated Mail Output Solution, mit denen die Stärken des Briefumschlags und die Wirksamkeit von Werbedrucksachen gezeigt werden. TIMOS bietet das Herstellen,



Bedrucken und Kuvertieren von Briefumschlägen und Versandtaschen in einem Arbeitsgang. TIMail, die individualisierte Werbedrucksache in einem realen Briefumschlag, hergestellt mit TIMOS, wurde von der Deutschen Post zertifiziert. Gezeigt wird ferner das W+D 320, ein Briefumschlag-Produktionssystem zum Inline-Schneiden, Folienkleben, Vorbrehen und Perforieren von Briefumschlägen und Versandtaschen für Kleinauflagen mit Geschwindigkeiten bis 21.000 Umschlägen/Stunde. Darüber hinaus ist die W+D 234d zu sehen, eine Vierfarb-Inkjet-Maschine, die bis zu 30.000 Umschläge/Stunde bedruckt. Die BB700 ist das schnellste Kuvertiersystem des Unternehmens für Formate von C6 bis B4 mit 16.000 Zyklen/Stunde.

➤ www.w-d.de

Screen
DIGITALER DRUCK GEPAART MIT SOFTWARE-LÖSUNGEN

Screen zeigt sein Flaggschiff, die Truepress Jet520ZZ mit einer Druckgeschwindigkeit von 220 m/Min. sowie die auf Farbe aufrüstbare S/W-Lösung Truepress Jet520EX. Auf beiden Maschinen sollen Mailings und Bücher gedruckt werden. Obwohl die Druckmaschinen den Grossteil der Ausstellungsfläche einnehmen werden, will Screen den Schwerpunkt auf seine Palette an Softwarelösungen legen, die auf



dem EQUIOS-Workflow basieren. Durch EQUIOS ist auch bei herkömmlichen Druckvorstufen-Verfahren die Hochgeschwindigkeitsausgabe im variablen Datendruck möglich.

➤ www.screeneurope.com

Xerox
KOSTEN REDUZIEREN, PRODUKTIVITÄT ERHÖHEN

Fokus des Xerox-Auftritts sind Themen, die nach Ansicht des Herstellers besonders relevant erscheinen. Die Schlagworte hier: Kosten reduzieren und mit jedem Druckauftrag mehr Gewinn machen; die Produktivität erhöhen, ohne zwangsläufig weitere Systeme anzuschaffen; Kunden mit Qualität, Nachhaltigkeit und besonderen Druck-Erzeugnissen begeistern und dadurch das Geschäft auszubauen.



Als Produkt-Highlight zeigt Xerox die Xerox CiPress 500 in Single-Engine-Duplex-Ausführung. Das Endlosdrucksystem produziert mit der wasserfreien Festtintentechnologie auf unbehandeltem Normalpapier – mehrere zehn Millionen Seiten pro Monat.

➤ www.xerox.de

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

Besuchen Sie uns vom
11. - 15. Februar in Luzern:

innovationdays 2013

Hobbybasteln war einmal

Mit den richtigen Preflight- und Editier-Werkzeugen profitiert die Druckvorstufe von einem rationalisierten Workflow, der Zeit und Geld spart, exakte Produktionsplanung ermöglicht, der Druckmaschinen am Laufen hält, Rückmeldungen an die Kunden beschleunigt, den Service verbessert, Termine ohne Überstunden einhält und die Arbeitsabläufe vereinheitlicht.

Von ANDREW BAILES-COLLINS, Senior Product Manager, Enfocus

«Enfocus PitStop muss man einfach lieben! Es ist ein Universalwerkzeug für die Druckvorstufe!» Dies twitterte kürzlich ein Anwender. Genau das soll es auch sein: Das Hauptprodukt zum Prüfen und Korrigieren von PDF-Dateien mit zahlreichen Funktionen, um alle Probleme zu beheben, mit denen Druckereien und Designer heute zu kämpfen haben. In ihrer Gesamtheit ergeben die Werkzeuge eine unverzichtbare Ausrüstung, damit effizient und wirtschaftlich agiert werden kann.

Warum ist das so wichtig? «Die Druckvorstufenprüfung ist ein wesentlicher Schritt im Print- und Publishing-Produktionsprozess, da so sichergestellt wird, dass die Datei verarbeitet werden kann», erklärt der Branchenexperte David Zwang von Zwang & Co. «Preflight-Anwendungen sind ein wichtiger Bestandteil jedes Print- und Publishing-Workflows. Und sie können weit mehr als nur zweifelhafte Dateien abfangen: Eine gute Preflight-Lösung erkennt zahlreiche Probleme und stellt alle Werkzeuge zur Verfügung, um manuelle Korrekturen schnell und präzise auszuführen und den Verarbeitungsprozess zu beschleunigen.»

Mit seinen professionellen Universalwerkzeugen bietet Enfocus PitStop die Möglichkeit, PDF-Dateien schnell, intuitiv und effektiv zu prüfen und zu korrigieren. Die Software spart Zeit und Geld und verbessert die Prozesssteuerung, da viele der Probleme erkannt werden, mit denen die Profis in der Druckvorstufe

konfrontiert sind, wenn sie Kundendaten prüfen. Darüber hinaus bietet das Programm verschiedene Lösungsvorschläge an.

Untersuchungen von Enfocus kamen zu der Erkenntnis, dass etwa 20% der Druckereien keinerlei Preflight ausführen. Diese Unternehmen gehen damit ein erhebliches Risiko ein, wenn der Auftrag noch einmal – und zwar kostenlos – nachgedruckt werden muss. Oder aber es muss so viel Zeit für eine Nachbearbeitung aufgewendet werden, dass der Auftrag unrentabel wird.

Häufige Probleme

Sind Schriften nicht eingebettet, ersetzt das Ausgabegerät die Schrift gnadenlos durch einen anderen Font, sodass das gedruckte Produkt nicht den Erwartungen des Kunden entsprechen kann.

Das Drucken niedrig aufgelöster Bilder führt zu zackigen Kanten, Artefakten und einer völlig inakzeptablen Bildqualität. Ein falscher Farbraum verursacht darüber hinaus unerwartete Ergebnisse samt Farbverschiebungen, falschen Farben und

damit insgesamt eine minderwertige Bildqualität.

Diese Standardfehler sollte jede Preflight-Lösung erkennen. Und auch wenn sie die Mehrzahl der Probleme darstellen, gibt es noch etliche weitere Fehler, die mit Enfocus PitStop korrigierbar sind.

Universalwerkzeug PitStop

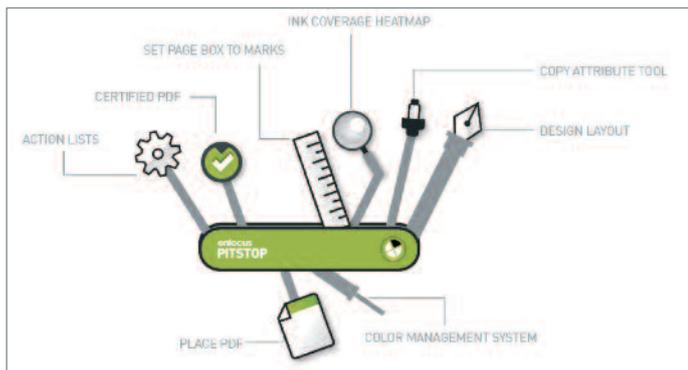
So bietet die Enfocus-Software eine Reihe verschiedener Werkzeuge, die für alle Druckvorstufenbereiche geeignet sind. Hier einige Funktionsbeispiele des von Enfocus kreierten Universalwerkzeugs.

- **Aktionslisten** (Scheren-Symbol): Hauptfunktion von PitStop Pro ist das Bearbeiten von PDF-Dokumenten. Dazu gehört das Ändern von Texten, Objekten und Formatierungen. Dazu ist es häufig erforderlich, sich wiederholende Aufgabenfolgen an einem PDF-Dokument oder an mehreren PDF-Dateien auszuführen. Dieser Prozess lässt sich durch Erstellen einer Aktionsliste vereinfachen, die immer wieder genutzt und in einer PDF-Warteschlange in Enfocus Instant PDF oder in PitStop Connect sowie in einem Hotfolder von PitStop Server genutzt werden kann.
- **Attribute kopieren** (Pinsel): Jetzt ist es möglich, einige oder alle Objektattribute zu kopieren und auf andere Objekte in einem PDF-Dokument anzuwenden. Die Attribute können sich auf Striche und Füllungen, Text, Transparenzen und die Druckvorstufe beziehen.

- **Design-Layout** (Bleistift): Ein Design-Layout besteht aus Seitenrahmen, Führungen und Sonderzonen auf der Seite – wie etwa die Seitenzone in der Nähe des Anschnittrahmens oder die Position der Stanzlöcher an der Mittelkante. Sie sind an der Oberseite des Dokuments eingezeichnet, um den Entwurf zu vereinfachen. Das Design-Layout kann genutzt werden, um das Dokumenten-Layout einfach und schnell anzuzeigen und potenzielle Problemzonen wie fehlende Beschnittzugabe oder Elemente, die in nicht druckbare Bereiche hineinragen, optisch hervorzuheben. Anwender können für den Aufbau einer Bibliothek individuelle Design-Layouts erstellen und Designern zur Verfügung stellen, um die Fehlerwahrscheinlichkeit in Dateien zu verringern. Zudem kann ein solches Design-Layout eine oder mehrere Aktionslisten umfassen, mit deren Hilfe Layout-Probleme angezeigt und behoben werden können.

- **Farbmanagement** (Schraubendreher): Das in eine Preflight-Umgebung eingebettete Colormanagement wandelt Farb Räume um: zum Beispiel RGB in CMYK oder CMYK in sRGB für Tablet-Anwendungen, um sicherzustellen, dass die Datei den Anforderungen des Ausgabeprozesses entspricht. PitStop unterstützt dabei ICC-Profile und Device-Link-Farbumwandlungen, verarbeitet Sonderfarben und beinhaltet die gesamte Pantone-Library, um die Farbgenauigkeit zu gewährleisten.





Enfocus vergleicht seine Software Enfocus PitStop mit einem Schweizer Offiziersmesser, das vielfältige Werkzeuge in einer Einheit bietet.

- **Farbdeckung (Lupe):** Dieses Werkzeug garantiert die Abstimmung von Farbdeckung und Trägermaterial. So werden die PDF-Datei und die darin enthaltenen Bilder farbrichtig für die Ausgabe vorbereitet. Eine Farbdeckungs-Anzeige analysiert die gesamte Seite und alle

darin vorhandenen Elemente in ihrer Anordnung. Ergebnis ist eine visuelle Darstellung, die alle überfärbten Bereiche der Seite anzeigt, wobei dabei gegebenenfalls auch vorhandene Überdrucken- und Transparenz-Einstellungen berücksichtigt werden.

- **Seitenrahmen auf Marken setzen (Lineal):** Dieses Werkzeug lokalisiert automatisch Anschnittrahmen, die genutzt werden, um den Anschnittrahmen der Seite richtig einzustellen. Das ist von Vorteil, wenn die Grösse des Anschnittrahmens auf ein vordefiniertes Papierformat oder auf kundenspezifische Breiten und Höhen eingestellt wird. Dann kann die Farbe der Anschnittrahmen zu 100% im CMYK-Farbraum, als Passermarkenfarbe oder als spezifische Farbe vorgegeben werden.

- **PDF platzieren (Pinzette):** Diese Funktion beschleunigt das Aufbauen von Seiten aus mehreren PDF-Dateien. Sie vereinfacht das manuelle Ausschliessen beziehungsweise Positionieren mehrerer Seiten einer oder mehrerer PDF-Dokumente in n-Noten auf einer Seite eines anderen PDF-Dokuments. Derart platzierte

Dokumente werden «Formulare» und können mit dem Formular-Editor bearbeitet werden.

- **Zertifizierte PDF (Flaschenöffner):** Diese Funktion garantiert, dass ein PDF-Dokument erfolgreich mit einem spezifischen Preflight-Profil geprüft wurde und die Übereinstimmung zwischen dem oder den Quelldokumenten und dem PDF-Dokument gewährleistet ist, falls das PDF-Dokument im Workflow geändert wurde. Sie verringert das Risiko und die Verantwortung beim Ändern eines PDF-Dokuments des Kunden vor der endgültigen Ausgabe. Das Zertifizieren von PDF-Dokumenten beschleunigt die Produktion an diesem Engpass.

› www.enfocus.com



Kaderschule für Druck,
Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62
Postfach
8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 00
Fax: +41 44 380 53 01
admin@gib.ch
www.gib.ch

«gib»Zürich-Aufbaustudium «Publikationsmanager/in ED»

3. Lehrgang PM03, Beginn 11. Mai 2013



Medien wachsen zusammen, Produktionsworkflows werden komplexer, Arbeitsorganisationen vernetzter. Neue Herausforderungen und wirtschaftlich attraktive Perspektiven tun sich in vielen beruflichen und geschäftlichen Bereichen auf. Das heisst: «die Fäden zusammenhalten oder verknüpfen». Exakt das ist das Ziel des berufs begleitenden einsemestrigen Aufbaustudiums mit dem Abschluss (Prüfung und Zertifizierung) Publikationsmanager/in ED. Eine Chance für Clevere, ein Sprung nach vorn für Tüchtige, ein Weg der Vernunft für Gescheite.

Auf **Infoabenden** werden Sie eingehend informiert. Unverbindlich, aber exakt und persönlich. Es kostet nichts – und wird vielleicht der erste wichtige Schritt in eine positive berufliche Zukunft für Sie.

Jetzt Experte.
Künftig
Führungskraft.



Infos & Anmeldung
www.gib.ch

100. ROLAND-MASCHINE Die manroland sheetfed GmbH meldet die Auslieferung der 100. Roland-Maschine seit Aufnahme des Geschäfts als manroland sheetfed GmbH im Februar 2012. Dies entspreche genau dem Ziel für 2012, kommentiert Dr. Peter Conrady, Leiter des Bereichs Vertrieb: «Nach der Restrukturierung, ist das Unternehmen in der Lage, auf diesem Niveau einen kleinen Gewinn zu erzielen, trotz der Tatsache, dass die Fabrik mit weniger als einem Drittel ihrer Kapazität arbeitet.»

VIELSEITIG Kyocera Document Solutions startet mit drei neuen DIN-A4-Multifunktionssystemen für Schwarz-Weiss in das neue Jahr. Der FS-1220MFP, der FS-1320MFP sowie der FS-1325MFP komplettieren die bereits im November 2012 vorgestellte Einstiegsserie. Ausgestattet mit der ECOSYS-Technologie sind die neuen Multifunktionssysteme ressourcenschonend und durch die Scan-, Kopier- beziehungsweise Faxfunktionen auch vielseitig. > www.kyoceradocumentsolutions.de



FERAG-VERSANDRAUM Die indische Dainik Bhaskar Group installierte an ihrem Druckstandort in Indore die erste Versandraumlinie der Ferag. Ausschlaggebend für den Auftrag war nach Angaben von Ferag die hohe Verfügbarkeit der Technologie. Das Unternehmen hatte in den letzten Jahren bei KBA einen Auftrag über sieben 4/1-Rotationen platziert, der insgesamt 25 Achtertürme umfasst.

STECKBRIEF DIGITALDRUCK Neue Digitaldrucksysteme bieten in vielen Bereichen Vorteile. Einen Überblick soll der «Steckbrief Digitaldruck» im Hosentaschenformat von Papyrus schaffen. Der Steckbrief beinhaltet wichtige Informationen zu verschiedenen Digitaldruck-Technologien und erklärt die Vorteile des Digitaldrucks wie Individualität, Schnelligkeit oder Effektivität. Damit bietet der Steckbrief eine Möglichkeit, sich einen Überblick über das Thema Digitaldruck zu verschaffen. Der Steckbrief wurde gedruckt auf Color Copy, 160 g/m² und kann auf der Papyrus-Homepage angefordert werden. > www.papyrus.com



«**CREFELDER PRINT COCKTAIL XI**» Im November 2012 hatte die Faber GmbH zum elften «Crefelder Print Cocktail» eingeladen. Über 300 Besucher informierten sich über Aktuelles und Zukunftstrends. Zusätzlich zu den bekannten Besuchern begrüßte Faber etwa 30% neue Interessenten aus vollkommen neuen Märkten. Die Diversifizierung und das Bedienen neuer Märkte hat sich nach Angaben des Veranstalters ausgezahlt. Traditionelle Anbieter, unter ihnen Konica-Minolta, Epson, Ricoh, OKI und Efl, hätten ihre Lösungen rund um das Drucken gezeigt und neue Anbieter wie Itellium und Leaflet Visualisierung und Kommunikation präsentiert. So sei der Schulterschluss zwischen der alten und neuen digitalen Welt deutlich geworden. > www.crefelderprintcocktail.de

**Produkte codieren
NEUE TECHNOLOGIE AUS
DEUTSCHLAND**

Immer mehr Produkte und Verpackungen müssen bereits bei der Herstellung individuell, direkt und rückverfolgbar bedruckt werden. Maschinenlesbare Codes sind dabei weltweit auf dem Vormarsch. Je nach Produkt- und Verpackungsmaterial kommen laser- und/oder tintenbasierte Beschriftungssysteme zum Einsatz. Hersteller und Verpacker sind deshalb gut beraten, beide Technologien mit einem einzigen geräte- und technologieüber-



Rea Jet hat für die Kennzeichnung mit Laser oder Tinte ein einheitliches Bedienkonzept entwickelt.

greifenden Bedienkonzept flexibel einsetzen zu können. Rea Jet setzt genau hier an und präsentiert eine hochmoderne, modulare Gerätefamilie, made in Germany. Die anwenderfreundliche, intuitiv bedienbare Bedienoberfläche ist für Tinte- und Lasersystem nahezu identisch. Dies ermöglicht eine flexible, technologieunabhängige Druckjobzuweisung. Dadurch können Aufträge schnell eingerichtet und gestartet werden, der Schulaufwand wird minimiert. Das variable System eignet sich für die industrielle Kennzeichnung von Waren. Die durchgängige Verwendung von Unicode ermöglicht Beschriftungen in allen Sprachen. Es bietet Gestaltungsfreiheit bei der Zeichenerstellung und beschriftet nahezu jedes Material mit Informationen wie DataMatrix- und Barcode, Mindesthaltbarkeitsdatum, Chargennummer, Text, Logo oder QR-Code. Auch wechselnde Produktionsgeschwindigkeiten oder glatte Oberflächen sind kein Problem für die Lösung von Rea Jet. > www.rea-jet.de

**Extracopy aus Sankt Petersburg
WEITERES ERFOLGSKAPITEL
MIT DER GENIUS 52UV**

Das russische Unternehmen Extracopy aus Sankt Petersburg hat in eine Genius 52UV von KBA-MePrint investiert. «Von Lentikular über Chromolux bis hin zu 0,8 Millimeter Kunststoffmaterial haben wir alles auf dieser wasserlosen Kurzfarbwerkmaschine getestet. Nach diesem Demomathon stand auch der Entschluss fest – für unsere künftige Geschäftsausrichtung werden wir die Genius 52UV einsetzen. Wir haben somit nicht nur speziell im

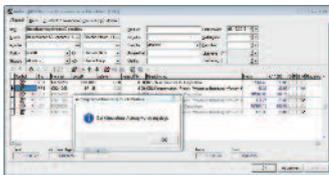


Nach erfolgreicher Maschineninstallation war es keine Überraschung, dass Extracopy bereits schon kurz danach zur einer Open House Veranstaltung nach Sankt Petersburg einlud.

Werbemittelbereich das Sortiment an 3D Wackelbilder, Chromolux Einladungs-/Grusskarten und Booklets erweitert, sondern setzen auch auf komplett neue Ideen, wie magnetisierte Kühlschrankpins mit Comicmotiven für Kinder oder magnetisierte Fußballflaggen für Autos und Freizeit, welche sehr beliebt bei den Fans sind. Auch unser Angebot an klassischen und extravaganten Kunststoffkarten für Lotterie und Hotellerie werden wir nun mit einer Vielzahl an neuen Materialien erweitern. Jetzt können wir mit Stolz behaupten, dass wir in der Lage sind, alles zu bedrucken – im Gegensatz zu unserem Wettbewerber», erzählt Extracopy Generaldirektor Stanislav Loskutov selbstbewusst und erfreut. > www.kba-meprint.com

Printplus KLIMANEUTRALITÄT AUF KNOPFDROCK

Die Printplus AG mit Sitz in Diepoldsau hat sich auf die Entwicklung von zukunftsorientierter Branchensoftware für die grafische Industrie spezialisiert. Das Software-Paket Printplus Druck unterstützt alle Prozesse in der Organisation einer Druckerei. In Kooperation mit ClimatePartner wird diese Branchensoftware um die Dienstleistung Klimaschutz erweitert: Printplus errechnet wie bisher bei der Kalkulation eines Druckprodukts auto-



tomatisch dessen individuelle CO₂-Emissionen. Auf dem Angebot werden diese zusammen mit den Kosten für eine CO₂-Kompensation über ein Klimaschutzprojekt ausgewiesen. Der Kompensationsauftrag kann auf Knopfdruck direkt aus der Auftragsverwaltung bestellt werden. Labels zur Kennzeichnung des klimaneutralen Druckprodukts und Kundenurkunden werden automatisch generiert. Zudem wird auch die Abrechnung und das gesamte Handling der Druckaufträge automatisiert direkt in der Software ermöglicht.

➤ www.printplus.ch

➤ www.climatepartner.com

BGP Limited, Grossbritannien UNIDRUM – DIE BESTE VERFÜGBARE TECHNIK

BGP hat an ihrem Standort in Bicester innerhalb von zwei Jahren zwei UniDrum-Sammel- und Einsteck-Systeme installiert. Die zweite ist eine UniDrum 480, die dem Unternehmen die Flexibilität verleiht sowohl A5-Produkte im Doppelnutzen als auch Tabloid- und A4-Produkte zu verarbeiten und so hilft die Kostenführerschaft zu übernehmen. Aufgrund des steigenden Volumens an drahtgehefteten Produkten stiess das britische Unternehmen



Das grössere Format der UniDrum 480 zieht BGP hauptsächlich für die Doppelnutzenproduktion heran.

gerade in Spitzenzeiten immer wieder an seine Kapazitätsgrenzen. Vor diesem Hintergrund und wegen der äusserst positiven Erfahrungen mit der rotativen Sammel- und Einstecktechnik hat BGP 2011 eine weitere UniDrum bei der Ferag geordert. Neben der Kapazitätserweiterung profitiert das Unternehmen auch von dem grösseren Format der UniDrum 480, das man in Bicester hauptsächlich für die Doppelnutzenproduktion heranzieht. Dabei kann BGP das Leistungspotenzial der UniDrum voll abrufen und erreicht eine Geschwindigkeit von bis zu 60.000 Exemplaren in der Stunde.

➤ www.ferag.com

Schreiner ProTech ETIKETTENENTWICKLUNG SENKT PROZESSKOSTEN

Schreiner ProTech, ein Unternehmen der Schreiner Group aus Oberschleißheim bei München, hat sich auf High-Tech-Lösungen auf der Basis von Selbstklebetiketten spezialisiert. Jetzt hat das Unternehmen eine integrierte Lösung entwickelt, die Druckausgleichselemente (DAE) mit dem selbstklebenden Typenschild zu einem kompakten Haftverbund kombiniert, der auf Rollen zum automatischen oder manuellen Aufbringen auf elektro-



nische Bauelemente angeboten wird. Dieser spezielle Haftverbund beeinträchtigt weder die Leistung der DAE-Elemente noch die Lebensdauer des Typenschildes. Stattdessen erlaubt das System, den Zeit- und Kostenaufwand der Hersteller von elektronischen Geräten, beispielsweise in der Fahrzeugtechnik, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik etc. zu senken. Die in das Typenschild von Schreiner ProTech integrierten DAE-Elemente zum Druckausgleich bestehen aus einer bedruckten Folie als Obermaterial in Verbindung mit einem speziellen Klebstoff, der optimale Hafteigenschaften auf dem Bauelement (Metall, Kunststoff mit mittlerer oder niedriger Oberflächenenergie wie HDPE und Polycarbonate) gewährleisten soll.

➤ www.schreiner-protech.com

Ein Papier mit Ausstrahlung MONDI'S COLOR COPY- KAMPAGNE MIT GEWINNSPIEL

Der international tätige Papier- und Verpackungshersteller Mondi hat die neue Haute-Couture-Kampagne für Color Copy mit dem Slogan «Nur das Original lässt Sie so gut aussehen» gestartet. Color Copy hat seit der Markteinführung 1989 stets eine Vorreiterrolle eingenommen: zuerst als das Original, das als erstes Papier der Welt speziell für digitale Farblasersysteme entwickelt wurde, und in letzter Zeit als erstes CO₂-neutrales Papier für den digita-



len Farblaserdruk. Die neue Kampagne von Mondi präsentiert sechs aus Color Copy hergestellte

Haute-Couture-Kreationen, die aus einer Zusammenarbeit von Designstudenten der Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz und der Modeschule Hetzendorf in Wien entstanden sind. Zwei dieser sechs Kreationen werden 2013 in der Werbung für Color Copy eingesetzt. Die Kampagne startet mit einem Onlinespiel auf der Color Copy Homepage, das bis zum 30. Juni 2013 laufen wird, und in dem alle sechs Kreationen vorgestellt werden. Dabei können die Teilnehmer einen von 100 iTunes-Gutscheinen sowie eine von drei Reisen in die Modehauptstädte der Welt, Mailand, Paris und New York gewinnen.

➤ www.colorcopy.com

KURZ & BÜNDIG

Seit Januar dieses Jahres produziert die **Singapore Press Holdings** eine 100.000er-Teilaufgabe der Tageszeitung «Straits Times» auf zwei EasySert-Linien von **Ferag**. Beide Linien sind mit einer FlyStream-Vorsammelstrecke für insgesamt acht Einsteckprodukte in einem Durchgang beziehungsweise das selektive Belegen der Zeitungen mit Beilagen ausgerüstet. • Die erste **Heidelberg** Speedmaster XL 162 in der Türkei geht an den Verpackungsdrucker **Sentez Packaging Group**, eine Tochtergesellschaft der Selcuklu Holding in Istanbul. Die Sechsfarben-Maschine mit Lackwerk sowie hochgesetztem An- und Ausleger samt Logistik wird Ende des ersten Quartals 2013 installiert. • **X-Rite** hat mit dem i1Pro 2, die umfassend überarbeitete zweite Generation des Spektralfotometers i1Pro, eine weitere Auszeichnung von Weltrang erhalten: den iF product design award 2013.

**Xerox Nuvera 288 EA
ERWEITERTE
VERARBEITUNGSLÖSUNG**

Der Xerox Premier Partner Top Kopie hat im Oktober 2012 die Xerox Nuvera 288 EA zu einer 15 m langen Digitaldruckstrasse erweitert, die automatisch Schulungsunterlagen und Marketing-Broschüren erstellt. Dabei handelt es sich um die in Deutschland erste Installation mit dem neuen Dual Sheet Feeder BSF-x von C.P. Bourg, der sowohl im Inline- als auch im Offline-Verfahren genutzt werden kann. Ebenfalls neu ist die kameragestützte



Überwachung des Druckprozesses und die Dokumentation von der ersten bis zur letzten Seite im Closed-Loop-Verfahren. Die Druckstrasse setzt sich aus der Xerox Nuvera 288 EA und drei Bogenzufuhr-Modulen für insgesamt 9.600 DIN A3 Überformatbögen zusammen. An das Drucksystem schliesst sich ein Xerox Document Stacker DS 3500 und der Dual Sheet Feeder BSF-x von C.P. Bourg an. Darauf folgend sorgt das BCME-x Modul (Bleed Crease Module) von C.P. Bourg für den Kopf- und Fussbeschnitt. Der Frontbeschnitt erfolgt über den auf der drupa gelaunchten C.P. Bourg BME-x Booklet Maker mit Squarefold-Modul SQE. Hierüber kann der Xerox Premier Partner Top Kopie rückstichgeheftete Broschüren in Buchoptik fertigen.

➤ www.xerox.de

**Schumacher Packaging
PAKETAUFTRAG AN BOBST
UND BHS VERGEBEN**

Die Schumacher Packaging GmbH, einer der grössten familiengeführten Hersteller von Verpackungslösungen aus Well- und Vollpappe mit Hauptsitz in Ebersdorf bei Coburg, hat einen Paketauftrag im Wert von mehr als 30 Mio. Euro an Bobst und BHS vergeben. Im Rahmen dieser Vereinbarung wird Bobst bis Ende 2013 zwei Flachbettstanzen, vier Faltschachtel-Klebmaschinen, einen Inliner FFG 1228 NT und verschiedene Peripheriegeräte an die



Björn Schumacher, CEO der Schumacher Packaging GmbH: «Bobst stellt sich deutlich erkennbar für die Zukunft auf. Das war ein wichtiger Grund, warum wir unseren Paketauftrag bei dem Unternehmen platziert haben.»

Werke der Unternehmensgruppe liefern. Zudem umfasst der Vertrag umfangreiche Upgrades und Optimierungen des vorhandenen Maschinenparks. Einbezogen in diese Investitionsentscheidung sind auch die Schumacher-Werke in Polen sowie das neue Werk des Unternehmens in Greven, das mit modernster Produktionstechnik ausgestattet voraussichtlich Anfang 2014 in Betrieb genommen wird. Seit den 1960er Jahren hat Schumacher Packaging insgesamt mehr als 150 Bobst-Maschinen installiert. Schumacher Packaging wird zudem eine neue, leistungsfähige Wellpappenanlage von BHS in seinem Wellpappenwerk in Bukowiec in Polen installieren, wobei die gewählte Spezifikation dieser Anlage für die Zukunft eine weitere Erhöhung der Leistung offen lässt.

➤ www.bobst.com

➤ www.schumacher-packaging.com

**Druckhaus Cramer
PERSÖNLICHER SERVICE
BINDET KUNDEN**

Aktuell wurde im Druckhaus Cramer eine Befragung zur Kundenzufriedenheit durchgeführt. In den vier Bereichen «Unternehmen», «Mitarbeiter», «Produkte» und «Lieferung» liess sich der Print-Experte von seinen Top 100 Kunden im Vergleich zum Wettbewerb bewerten. Kompetente und zuverlässige Ansprechpartner des Druckhaus Cramer werden dabei besonders durch die Kunden geschätzt. Das Unternehmen wird als sehr fair, menschlich und flexibel bewertet.

Als wichtiger Loyalitäts- und Zufriedenheitsaspekt wird der bei Cramer stets verfolgte persönliche Service betont, womit 72% der befragten Kunden sehr zufrieden sowie 26% der befragten Kunden zufrieden sind. Eine termingerechte und schnelle Auftragsabwicklung im Druckhaus Cramer, auf die man sich verlassen kann, wird von den Bestandskunden bestätigt und als sehr wichtig eingestuft.

Die Studie wurde von November bis Dezember 2012 schriftlich durchgeführt, anonym ausgewertet und konnte einen Rücklauf von fast 50% verzeichnen, was einem repräsentativen Querschnitt entspricht. Die kontinuierliche Überprüfung der Kundenzufriedenheit ist bei Cramer fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie und wird jährlich durchgeführt.

«Wir bedanken uns nochmals bei allen Kunden für die Teilnahme, wodurch uns zusätzliches Vertrauen entgegen gebracht wird. Nur mit ihnen als Partner können wir in den kommenden Jahren zusammen noch besser werden», so Dr. Christina Cramer, Geschäftsleitung Druckhaus Cramer.

➤ www.cramer.de

**Elfmillionste Tonne Kraftliner
CRP PRINT & PACKAGING
FEIERT MIT METSÄ BOARD**

CRP Print & Packaging, eine der führenden europäischen Unternehmensgruppen für Druck und Verpackungen, feierte jetzt mit Metsä Board in Kemi die Produktion der elfmillionsten Tonne Kraftliner. In dem finnischen Werk wird seit 1971 Kraftliner produziert. Die historische Marke erreichte Metsä Board kurz nach Verkündung eines weiteren Meilensteins – die Produktion der dreimillionsten Tonne des gestrichenen Kraftliners Kemiart.



Von rechts: Charlotte Keeble, CRP; Sirkka Kaakinen, Jari Tikkanen und Pekka Marttinen, Metsä Board Kemi; Risto Auero und Tom Eklund, Metsä Board; Stuart Clark, CRP.

Mit kontinuierlichen Prozessentwicklungen und zahlreichen Investitionen konnte die Produktionskapazität des Werks im Laufe der Jahre mehr als verdoppelt werden – auf heute 375.000 Tonnen pro Jahr. Um seinen Kunden qualitativ noch höherwertige Produkte anbieten zu können, investierte Metsä Board vor zwei Jahren 16 Mio. Euro in die Modernisierung der Streichanlage des Werks. Die doppelt gestrichenen Qualitäten Kemiart Graph+ und Kemiart Lite+ kommen seit deren Einführung bei den Kunden sehr gut an. Das Sortiment umfasst zudem einen einfach gestrichenen Kraftliner, Kemiart Ultra, und einen klassischen White Top Kraftliner, Kemiart Brite.

➤ www.metsäboard.com

Siebte KBA Commander CL geht zur «Heilbronner Stimme»

Zur grundlegenden Modernisierung seines Druckzentrums hat das Medienunternehmen «Heilbronner Stimme» dem Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG den Zuschlag erteilt und eine hoch automatisierte Commander CL-Zeitungsrotation bestellt.

Im ersten Jahr nach der Produkteinführung hat KBA sieben Anlagen der flexibel automatisierbaren Commander CL mit insgesamt 25 Drucktürmen nach Deutschland, China und in die USA verkauft.

Mit der Bestellung durch die «Heilbronner Stimme» wird die seit der Gründung des renommierten Medienhauses im Jahre 1946 bestehende Partnerschaft fortgesetzt. Bereits zu Hochdruckzeiten produzierten die Heilbronner auf einer «Koebau Courier» und seit 1995 auf einer Commander-Satellitenrotation. Ab Mitte 2014 wird die Anlage schrittweise die Herstellung der zahlreichen Printprodukte übernehmen. Die kompakte Achterturmrotation mit H-Druckeinheiten wird auf eine maximale Papierbahnbreite von 1.400 mm und einen Zylinderumfang von 1.020 mm ausgelegt.

FLEXIBLE AUTOMATISIERUNG Geschäftsführer Bernd Herzberger sieht in dieser Ersatzinvestition einen wichtigen Schritt, um die zahlreichen Druckprodukte des Medienhauses unter den veränderten Marktbedingungen effizient und kostenorientiert zu produzieren und dabei den gestiegenen Qualitätsanforderungen gerecht zu werden. «Mit KBA arbeiten wir seit Jahrzehnten zusammen und sind mit der Performance der KBA Commander sowie mit der Service-Betreuung überaus zufrieden. Mit kompetenter Unterstützung der mb³ Managementberatung haben wir uns nach einem umfassenden Auswahlprozess unter Effizienz-, Wirtschaftlichkeits- und Qualitätsgesichtspunkten für die in Modulbauweise konzipierte Commander CL entschieden. Bei dieser Entwicklung von KBA stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis ebenso wie die praxisorientierte Automatisierung, die auch nachträglich an sich ändernde Anforderungen angepasst werden kann. Die Commander CL enthält viele Bausteine der erfolgreichen Commander CT, unter anderem das gleiche Qualitätsfarbwerk mit drei Auftragswalzen. Ich denke, wir haben mit dieser modernen Maschine eine zukunftsorientierte Wahl getroffen.»



Die hoch automatisierte Commander CL-Anlage für den KBA-Stammkunden «Heilbronner Stimme».



Nach der Vertragsunterzeichnung (vorne sitzend v. l.): Christoph Müller (KBA-Vorstand Produkthaus Rollenmaschinen), Tilmann Distelbarth (Verleger «Heilbronner Stimme»), Bernd Herzberger (Geschäftsführer «Heilbronner Stimme»), Alexander Huttenlocher (KBA-Vertriebsdirektor). Hinten stehend v. l.: Hans-Jürgen Müller (Leiter PRESSEDruk «Heilbronner Stimme»), Georg Fleder (KBA-Vertrieb Rollenmaschinen), Martin Blume (mb³ Managementberatung), Michael Beck (Prokurist und Leiter Gesamteinkauf «Heilbronner Stimme»), Stefanie Laibacher (Referentin Geschäftsführung «Heilbronner Stimme»).

IM CLUB DER BESTEN Die Heilbronner Zeitungsprofis sind in der Branche für ihre Qualität im farbigen Zeitungsdruck bekannt. Sie sind seit Jahren Mitglied im International Newspaper Color Quality Club und nach fünf erfolgreichen Teilnahmen seit diesem Jahr auch Mitglied im Star Club der WAN-IFRA. Mit neun Lokalausgaben und einer täglichen Auflage von rund 90.000 Exemplaren und 266.000 Lesern ist die «Heilbronner Stimme» zusammen mit den weiteren Kopftiteln «Hohenloher Zeitung» und «Kraichgau Stimme» die führende Tageszeitung in der Region Heilbronn-Franken, Hohenlohe und den Kraichgau. Das Wochenblatt «echo» kommt mit seiner Mittwoch- und Sonntagsausgabe auf eine Auflage von jeweils 240.000 Exemplaren. Neben Zeitungssupplements gehören zum Verlags- und Druckspektrum wöchentlich oder monatlich herausgegebene lokale Anzeigentitel.

Ausserhalb des Kerngeschäfts mit der gedruckten Zeitung nutzt die Mediengruppe mit ihren über 600 Mitarbeitern die elektronischen Medien. Neben einer Beteiligung am privaten Radiosender «Radio Ton» haben die Heilbronner mit stimme.de das führende Onlineportal der Region mit über 351.000 Unique User im Monat. Die für die Mobil- und Internetaktivitäten verantwortliche Unternehmenssparte stimme.net bietet als Webagentur ihre Dienstleistungen an. Ein weiterer Geschäftsbereich ist die adressierte Postzustellung über das Tochterunternehmen RegioMail.

› www.kba.com

**Digitaldrucker «winterwork»
HEIDELBERG KLEBBINDER
EUROBIND 1300 PUR**

winterwork im sächsischen Borsdorf arbeitet seit einem halben Jahr als Erstanwender mit dem neuen Eurobind 1300 PUR Klebbinder, den Heidelberg erstmals auf der drupa 2012 zeigte. Die neue Version des Klebbinders bietet eine verbesserte Benutzerführung für schnelles Einrichten und Funktionen für Digitaldruckanwendungen wie die automatische Blockdickenmesseinrichtung für Einzelbuchfertigung sowie Barcodeerkennung für korrekte Um-



Für Mike Winter, Inhaber der Firma winterwork, und Buchbinderin Josefine Glatz war der Umstieg auf den Eurobind 1300 dank der bedienerfreundlichen Steuerung über den grossen Touchscreen einfach.

schlags- und Inhaltszusammenstellungen.

winterwork hat sich auf digital gedruckte Bücher in Kleinauflagen spezialisiert. 14 Mitarbeiter produzieren wissenschaftliche Publikationen und Bücher für Schulen und öffentliche Einrichtungen. Ergänzt werden die Verlagsaufträge durch mittlerweile über 600 Autoren, die im hauseigenen Verlag «edition winterwork» organisiert sind.

«Durch die höhere Maschinenleistung können wir das Auftragsvolumen von früher zwei Schichten nun fast immer mit nur einer Schicht abdecken», sagt Inhaber Mike Winter. «Durch das PUR-Düsensystem verlässt nur Top-Qualität unser Haus. Das vermeidet Reklamationen, wird von unseren Kunden aber auch als verbesserte Dienstleistung wahrgenommen.»

› www.winterwork.de
› www.heidelberg.com

Produktivität erhöht

Ricohs neue Produktreihe Pro C901 Graphic Arts+

Die jüngsten Mitglieder der Produktfamilie für die digitale Farbproduktion von Ricoh sind die Modelle Ricoh Pro C901 Graphics Arts+ und Ricoh Pro C901S Graphics Arts+. Sie erweitern das wachsende Portfolio des Unternehmens, indem sie Akzidenz- und Unternehmensdruckereien eine grössere Produktivität, Flexibilität, Qualität und Rentabilität ermöglichen. Die Systeme



bieten eine Reihe von Optimierungen.

Die Ricoh Pro C901 und Pro C901S Graphics Arts+ beinhalten die neuen Druckserver E42 oder E82 von EFI. Neue Leistungsmerkmale, die die Auftragsvorbereitung beschleunigen und die Produktionskapazität pro Schicht erhöhen, umfassen einen HyperRIP, der die Leistung durch die gleichzeitige Verarbeitung mehrerer Seiten verbessert. Mit der neuen Xobjects-Caching Funktion können Xobjects-PDF-Dateien mit einer Geschwindigkeit gedruckt werden, die bisher nur bei VDP-Aufträgen erzielbar war. Weiterhin besteht die Möglichkeit der Inline-Auftragsbearbeitung, die sich beispielsweise anbietet, um zusätzliche Auftragsoptionen direkt aus der Auftragsliste ohne Öffnen der Auftragseigenschaften anzuwenden. Zudem erleichtert die Schnellauswahl der Voreinstellungen vordefinierte Einstellungen aus virtuellen Hotfoldern.

Die Produktivität wird durch eine verbesserte monatliche Spitzenauslastung von bis zu 700.000 Seiten, das sind 20% mehr als bisher, gesteigert. Die Betriebszeit verlängert sich durch grössere Tonerflaschen. In Abhängigkeit von der Tonerdeckung ermöglichen sie durchschnittlich 67.000 Klicks (bisher 63.000). Standardmässig unterstützen beide Modelle jetzt Medien mit Gramma-

turen bis 350 g/m², wobei die Medienbibliothek laufend aktualisiert wird.

Die chemischen Toner PxP von Ricoh und das ölfreie Fixierverfahren sorgen dafür, dass die Systeme dem Offsetdruck vergleichbare Ergebnisse liefern. Durch die integrierte Air-Assist-Technologie wird bei mehreren Papierarten eine Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 90 Seiten pro Minute erreicht. Die erweiterte Bildstabilisierung, die mechanische Papierausrichtung, verbesserte Fixiertechnologien und automatische Kalibriereinstellungen sind weitere Optimierungen.

Das Modell Pro C901S Graphic Arts+ ist zudem mit einem Farbscanner ausgestattet, der Vorlagen zum Kopieren, Bearbeiten, Archivieren oder zur elektronischen Dokumentenverteilung erfasst.

› www.ricoh-europe.com

«Papiere bitte!»

**NEUE MUSTERMAPPE
BEI BERBERICH ERHÄLTlich**

Der Punkt muss sitzen, das Bild brillant sein: Ausdruck, Qualität und Charakter – diese Merkmale zeichnen Bilderdruckpapiere aus. Mit einer neuen Mustermappe bietet die Carl Berberich GmbH einen schnellen Blick über ihre Bilderdruckpapierkollektion. Die Mustermappe ist mit 16 Bilderdruckpapieren bestückt und jede Papiersorte mit zwei Druckmustern vertreten. Eigenschaften wie Opazität, Bildwiedergabe, Steifigkeit,



«Papiere bitte!»: die neue Mustermappe von Berberich.

Weissegrad und Haptik lassen sich dadurch rasch und einfach vergleichen. Darüber hinaus ist jedes Druckmuster mit Produkteigenschaften, Einsatzgebieten, Sortimentstabelle, Bild- und Textbeispielen sowie verliehenen Umweltzertifizierungen wie EU-Ecolabel, PEFC oder FSC versehen.

Ob glänzend oder matt gestrichenes Bilderdruckpapier: Die hochwertigen Bilderdruckpapiere von Berberich bestechen durch genaue Kontur- und Farbabgrenzungen, brillante Farben, exzellente Farbsättigungen und ein perfektes Druckbild. Sie eignen sich sowohl für Bild- und Kunstbände als auch für besonders anspruchsvolle Werbedruck-Erzeugnisse wie Kataloge, Kalender oder Geschäftsberichte.

› www.berberich.de

Zinslose Finanzierung**EPSON SURECOLOR SC-S-SERIE UND STYLUS PRO 11880**

Im Zuge einer Kooperation von Epson und GE Capital haben Kunden aus Deutschland die Möglichkeit, ihren neuen Epson Aktionsdrucker bequem und zinsfrei in 24 Monatsraten zu finanzieren. Die Aktion gilt für alle Geräte aus der Epson SureColor SC-S-Serie sowie für den Epson Stylus Pro 11880 und läuft bis zum 31. März 2013.

Teilnahmeberechtigt sind für die Drucker der SureColor SC-S-Serie alle Epson ProSignage-Händler und



Epson SureColor SC-S70600.

für den Stylus Pro 11880 alle ProFocus-Händler. Der Drucker-Listenpreis (UVP, ohne MwSt.) ist dabei der maximal finanzierbare Betrag im Rahmen dieser Promotion. Der Mietkaufvertrag wird über eine Laufzeit von 24 Monaten abgeschlossen, und mit Zahlung der letzten Rate geht der Drucker automatisch in das Eigentum des Kunden über. Die gesamte Mehrwertsteuer wird mit Zahlung der ersten Rate fällig.

➤ www.epson.de

Inca Digital**20% PRODUKTIVITÄTSZUWACHS OHNE QUALITÄTSVERLUSTE**

Im Nachgang zur Markteinführung der Inca Onset S20i und S40i gibt Inca Digital Printers bekannt, dass beide Modelle ab sofort auch mit einer neuen Accelerator (Beschleuniger)-Option beziehbar sind, die deutlich verbesserte Produktivitätsergebnisse für die gesamte Reihe der Onset UV-Flachbettdrucker für Grossformate erzielt.

Der Inca-«Beschleuniger», der in Kooperation mit Fujifilm, dem globalen Alleinvertriebspartner für Inca-Anlagen, entwickelt und getestet wurde, ist ein optionales Zusatzgerät, das als erstes Gerät seiner Art die Gesamtproduktionsgeschwindigkeit ohne Verlust der gewohnten hervorragenden Druckqualität erhöht.

Die Verbesserung der Durchsatzleistung hängt vom jeweiligen Onset-Modell und der Anzahl der Passes ab. Der maximale Durchsatz auf der Onset S40i mit Automatisierungssystem kann so von 470 m²/h (94 Druckbetten pro Stunde) auf 560 m²/h (112 Druckbetten pro Stunde) erhöht werden: ein 20%iger Produktionszuwachs. Damit können über den Standardoutput hinaus zusätzliche 720 m² oder 144 Druckbetten, also Extra-Durchsatz, der dem Volumen einer Anlage des mittleren Produktionssegments entspricht, in der gleichen 8-Stunden-Schicht produziert werden.

➤ www.incadigital.com

Wasserloser Druck**ZAHRLICHE AUSZEICHNUNGEN FÜR ZEITUNGSDRUCKEREIEN**

Einmal mehr haben Erzeugnisse des wasserlosen Offsetdrucks als qualitativ überzeugendem, umweltschonendem Druckverfahren Beifall bei Juroren in ganz Europa gefunden. Zum «Zeitungsdrucker des Jahres» bei den Druck&Medien Awards 2012 wurde erneut die Freiburger Druck GmbH & Co. KG gekürt. Das Unternehmen, das bereits 2006, 2008 und 2010 auf dem Siegerempfen gestanden hatte, arbeitet mit Toray-Druckplatten in Verbindung mit einer wasserlosen Cortina-Druckmaschine aus dem Hause KBA. Dieses Jahr war es ein Zeitungsprodukt mit kreativem Einsatz von Dispersionslack – hervorgegangen aus einer Zusammenarbeit mit der Fotoagentur René Staud – das die Jury überzeugte.

Ein weiterer Finalist in der Kategorie Zeitungsdruck war die Druckerei Konstanz, die ebenfalls mit einer Cortina arbeitet. Gelobt wurde der qualitätsorientierte Einsatz des wasserlosen Offsetdrucks bei reduziertem Energie-, Papier- und Chemikalienverbrauch. Zuvor hatten die Konstanzer bereits bei den PrintStars 2012, dem Innovationspreis der deutschen Druckindustrie, mit der Zeitungsbeilage «Jobguide» den zweiten Platz belegt. Imponiert hatten der Jury der «hohe technische Aufwand», die «perfekte Umsetzung des Konzepts» und das «moderne Aussehen» des Erzeugnisses.

➤ www.toray.com und

➤ www.waterless-print.com

De Persgroep Nederland FLIEGENDER WECHSEL AN DER AMSTEL

Im Druckzentrum im Amstel Business Park produziert De Persgroep Printing vier der grossen holländischen Zeitungen. Seit 2001 werden die 930.000 Exemplare auf Ferag-Technologie produziert. Das System ist an vier Falzauslagen angebunden. Mit jeder Linie können die Produktionen wahlweise auf MultiDisc gewickelt oder direkt der Paketherstellung zugeführt werden. Auf zwei MultiSertDrum MSD-M ist der Offline-Einsteckprozess mit jeweils



Die Paketherstellung bei De Persgroep Printing hat mit neun MultiStack ein Upgrade auf den neusten technischen Stand erfahren.

zwei Vorprodukten beziehungsweise Supplements und Beilagen möglich.

Zwischen Mai 2011 und Juli 2012 wurde die Paketherstellung mit neun MultiStack-Einheiten ausgerüstet. Beim Wechsel der bestehenden Stacker im fliegenden Wechsel gegen die neuen Multi-Stacker durften die täglichen Produktionen in keiner Weise tangiert werden. Dank minutiöser Planung und perfekter Zusammenarbeit blieb der Vertrieb der Zeitungstitel gesichert.

➤ www.ferag.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



Wenden und lackieren im Renntempo

Von der Speedmaster XL 106 mit 18.000 Bg/h im Wendebetrieb hat Heidelberg eigenen Angaben zufolge bereits über 35 Maschinen verkauft. Dabei sei die Maschine für industriell arbeitende Akzidenzdrucker, die Auftragsvolumen von 40 Mio. Bogen und mehr im Jahr produzieren, ebenso interessant wie für Verpackungsdrucker.

Ab Mitte 2013 wird die Speedmaster XL 106-P+L, die mit 18.000 Bg/h in einem Durchgang nach der Wendung lackiert, serienmässig verfügbar sein. Aufgrund der erhöhten Geschwindigkeit erhält die Maschine einen optimierten Ausleger mit verlängerter Trockenstrecke, sodass die Bogen trocken von der Auslage direkt in die Weiterverarbeitung gehen können. Die erste Maschine soll im 1. Halbjahr 2013 ausgeliefert werden, weitere Bestellungen des Maschinentyps liegen laut Heidelberg vor.

Die XL 106 bietet dabei ein äusserst breites Konfigurationsspektrum in der Formatklasse 70 cm x 100 cm. Sie ist von zwei bis 19 Werken mit oder ohne Wendung verfügbar, als LPL-Konfiguration (Lack-Wendung-Lack), als Duo-Press mit Flexo- vor Offsetdruckwerken oder als rotative Stanze für zum Beispiel Inmould-Etiketten erhältlich. In der LPL-Version werden in einem Durchgang Vorder- und Rückseite des Bogen bedruckt und lackiert, was nach Berechnungen von Heidelberg einem Produktivitätsgewinn von 30% bis 40% gegenüber einer Geradeausmaschine entspricht.

Die hohe Produktivität resultiert aus dem Zusammenspiel von Preset-Funktionen, simultanem Plattenwechsel, Prinect Inpress Control und der einfachen Bedienung. Der Drucker gibt nur Länge, Breite und Dicke des Bedruckstoffes ein – die Format- und Luftpfeinstellungen übernimmt die Automatik.

Anwender schätzen einer Mitteilung von Heidelberg zufolge die hohe Verfügbarkeit und den stabilen Bogenlauf, der durch das neue Wende- und Auslegerkonzept sowie eine angepasste Bogenführung erreicht werde. Dabei wird ein Materialspektrum bis 0,8 mm im Wendebetrieb verarbeitet – von Inmould-Folien bis zum Kraftkarton.

Beim maximalen Bogenformat von 75 cm x 106 cm kann ein Druckformat von 73 cm x 105 cm im Wendebetrieb genutzt werden, was mehr Stanzrand für Verpackungsdrucker und mehr Nutzen pro Bogen für Sammelformen bedeutet.

Werbe- und Verpackungsdrucker schätzen Produktivität

Einer der ersten Anwender der Wendemaschine, die englische Druckerei Sterling, produziert seit Ende 2011 mit einer Zehnfarben mit CutStar und 18.000 Bg/h im Wendebetrieb. Über 200 Mitarbeiter fertigen Akzi-

denzen mit einer durchschnittlichen Auflage von 13.000 Bogen pro Auftrag. «Wir haben unsere Produktivität um über 20 Prozent gesteigert und können mehr Aufträge in kürzerer Zeit abwickeln», erklärt Steve Pizzey, der das Unternehmen leitet. Vor der drupa 2012 hatte die ebenfalls britische Akzidenzdruckerei Anton Group bei Heidelberg drei SM XL 106 bestellt – zwei Zehnfarben- und eine Zwölfarbenmaschine, alle drei lange Wendemaschinen mit einer Leistung von 18.000 Bg/h. Die hohe Produktivität der Maschinen soll mit mindestens 75 Mio. Bogen pro Jahr und Maschine ausgeschöpft werden. Dieses Ziel erscheint realistisch, da die erste Zehnfarben, die vor Kurzem installiert wurde, in sieben Wochen über 10 Mio. Bogen produziert hat.

Aumüller Druck in Deutschland produziert seit Anfang 2012 mit einer Achtfarben-Wendemaschine auch anspruchsvolle Akzidenzen in Kleinauflagen zwischen 200 und 10.000

Bogen. «Die Maschine hat den Test voll und ganz bestanden: durch den automatischen Plattenwechsel und Prinect Inpress Control, das bei laufender Maschine Farbe und den Passer steuert, verkürzen sich die Rüstzeiten dramatisch», bestätigt Stefan Aumüller, der gemeinsam mit seinem Bruder Christian die Geschäfte führt. «Die Durchlaufzeiten sind spürbar kürzer. Denn mit einer Nettoleistung von 17.000 Bogen in der Stunde sind wir sogar bei kleinen Auflagen rund 20 Prozent produktiver als zuvor.»

Die drupa-Messemaschine, eine XL 106 Sechsfarben mit Doppellackwerk, produziert nun im Schwarzwald bei colordruck in Baiersbrunn. Konsequenterweise wird dabei auf eine ökologische Druckproduktion gesetzt. Hier senkt die Maschine mit schnellen Rüstzeiten den Kartonverbrauch beträchtlich. Wie alle anderen Maschinen im Drucksaal von colordruck ist auch die neue XL 106 klimaneutral gestellt.

Auch die rlc packaging group in der Schweiz, Anbieter von innovativen Faltschachteln und in ganz Europa aktiv, hat sich für eine XL 106 entschieden. Die Achtfarbenmaschine mit drei Lackwerken und einer dreifach verlängerten Auslage ging kürzlich in Betrieb und produziert vor allem Verpackungen für Süßwaren. Weitere Maschinen dieser Bauart in unterschiedlichen Konfigurationen sollen folgen.



Stefan Aumüller (rechts) und sein Bruder Christian produzieren bei Aumüller Druck mit einer Speedmaster XL 106 hauptsächlich anspruchsvolle Akzidenzen in Kleinauflagen zwischen 250 und 2.000 Bogen.

➤ www.heidelberg.com



DER **Evaluator**

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

Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Publishing und Print. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und bieten als «Investitionskompass» Marktübersichten und Adressverzeichnisse für Deutschland, Österreich und die Schweiz.



Neu erschienen

Investitionskompass
Digitaldruck
Rolle, Bogen, Farbe und Schwarz-Weiss: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.
Dezember 2012.
44 Seiten, A4.
15,00 € / 18.00 CHF

Zu bestellen im Internet:
www.druckmarkt.com

Jede einzelne Ausgabe der «Druckmarkt COLLECTION» hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen, White Papers zu künftigen Entwicklungen und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt «Druckmarkt» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
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	Tÿpo 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
07. 11. - 09. 11. 2013	Viscom, neue Perspektiven erleben	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
2014			
06. 02. - 07. 02. 2014	Fogra Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
24. 03. - 29. 03. 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 DIGITALDRUCK PERSÖNLICH ERLEBEN

Von Februar bis März präsentiert Antalis in sechs deutschen Grossstädten zusammen mit ausgewählten Partnern eine spannende halbtägige Veranstaltung zu Innovationen und Entwicklungen im Digitaldruck. Sowohl Experten von Antalis als auch Referenten des Siegfried Vögele Instituts und der Partnerunternehmen arvato, locr, Margreff Druck und Medien und Printtechnologies geben in Fachvorträgen und anhand von Fallbeispielen



len einen Überblick, wie Printmedien, Geomarketing, gedruckte Electronic Touchcodes oder personalisierte Videos in crossmediale Kampagnen eingebunden werden können. Auf dem angeschlossenen Ausstellungsbereich zeigen Antalis, arvato, HP, Kodak, Konica Minolta, locr, Macron, Margreff Druck und Medien, Printtechnologies und Scodix den Besuchern der Roadshow die Vielfalt der Anwendungsmöglichkeiten und neuesten Softwarelösungen, die eine exzellente Qualität in der Produktion individualisierter Kundenkommunikation ermöglichen. Abgerundet wird das Programm durch eine Podiumsdiskussion, geleitet von Print digital! – eine Initiative des f:mp. – und durch Meet & Greet Möglichkeiten, bei denen sich alle Teilnehmer zum Informationsaustausch und Networking treffen können.

Die Antalis d2b-Roadshow startet in 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.

› www.d2b-roadshow.de

› www.antalisis.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

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 Arabella Sheraton Hotel in München statt.

› www.online-print-symposium.de › www.fogra.org



BRENNPUNKT DIGITALDRUCK Konica Minolta startet eine Neuauflage der Hausausstellungsreihe «Brennpunkt Digitaldruck». Erstmals erhalten Besucher die Möglichkeit, ihre eigenen Druckdaten mitzubringen, die geprüft, korrigiert und fehlerbereinigt ausgegeben werden. Die Hausausstellung begleiten die Partner Be.Beyond GmbH & Co KG, Callas Software GmbH sowie Caddon printing & imaging GmbH.

In Langenhagen (7. Februar 2013), Hamburg (14. Februar 2013) und Berlin (21. Februar 2013) präsentiert Konica Minolta seine aktuellen Farbproduktionssysteme bizhub Press C8000 und bizhub Press C7000 sowie das 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 präsentiert. › www.konicaminolta.de

HÖNLE SETZT SEMINARREIHE FORT Vor zwei Jahre aus der Taufe gehoben, schreibt die Seminarreihe der Höhle AG eine echte Erfolgsgeschichte: Stets ausgebucht wurden die Workshops von fast allen Teilnehmern mit Bestnoten bewertet. Grund genug, die Seminarreihe auch 2013 fortzusetzen. In vier Seminar-Typen werden Teilnehmer in Themen rund um die UV-Technologie eingeführt: «Seminar Aushärtung mit LEDs» am 27. Februar; «Seminar UV-Grundlagen» am 24. April, 3. Juli und 27. November; «Seminar UV-Aushärtung von Farben und Lacken» am 15. Mai und «Seminar UV-Härtung mit LEDs» am 8. Oktober. Veranstaltungsort ist Gräfelfing/München bei der Dr. Höhle AG. › www.hoenle.de

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 vier Postkarten zum Thema «Natürlich Heidelberg» ausgeschrieben. Teilnahmeberechtigt sind Studenten der Studiengänge Grafikdesign, Visuelle Kommunikation oder Kommunikationsdesign. Der Preis ist mit 6.000 € dotiert. Arbeiten können bis 1. März eingereicht werden. › www.vdma.org/druck+papier

VIELSEITIGER VERPACKUNGSDRUCK Unter dem Motto «Flexible Day» demonstriert der Druckmaschinenhersteller Omet srl am 20. März 2013 an seinem Stammsitz in Lecco/Italien die vielfältigen Möglichkeiten des Mid-Web-Verpackungsdrucks. Dazu sind potenzielle Anwender aus der gesamten Verpackungsindustrie eingeladen. Sie können neben einem informativen Rahmenprogramm vor allem auch Live-Vorführungen auf einer Omet Varyflex V2 erleben. Die Demo-Maschine verfügt über eine Bahnbreite von 530 mm. Die Ausstattung umfasst Flexodruck mit UV- und lösemittelhaltigen Farben und Tiefdruck. Interessenten können sich auch an die Chromos GmbH in Friedberg/D als Vertretung der Firma Omet im deutschsprachigen Markt wenden.

› www.chromos.de › www.chromos.ch › www.omet.it

Bis bald!

DMT-STUDIENGANG VERABSCHIEDET RUND 60 ABSOLVENTEN – DIE ERSTEN MASTERSTUDENTEN SIND FERTIG

Ende Januar verabschiedete sich der Studiengang Druck- und Medientechnik mit einem Fest von rund 60 Studenten. Verabschiedet wurden neben 45 Bacheloren auch die ersten fertigen Masterstudenten aus München.

Für den einen war es ein emotionaler, für den anderen eher ein spassiger Abend. Völlig gleich, gelungen war er allemal. Am 18. Januar 2013 veranstalteten 19 Studenten des Wahlpflichtfaches «Event Marketing» für die diesjährigen Absolventen des Studiengangs Druck- und Medientechnik eine Abschlussfeier. Eine nette Tradition, ganz nach dem Motto «Von Studenten für Studenten». Ein ganzes Semester lang dauerte die Planung unter der Regie von Prof. Dr. Sabine Wölflick.

Aber die Mühe sollte sich auszahlen. Rund 250 Gäste kamen in den «roten Würfel» und schenkten damit den Absolventen – fortan fertige Druck- und Medientechniker – einen angemessenen Abend, um ihren Abschluss zu



Alle Absolventen auf einen Blick.

feiern. Begonnen mit einem Sektempfang, folgten die obligatorischen Fotos, ehe es bei einer Art letzter Vorlesung mit dem offiziellen Teil weiterging. Nachdem hier Dekan Prof. Dr.-Ing. Kreulich einige Begrüßungsworte gesprochen hatte, wurden auch schon die ersten Studenten verabschiedet und bekamen ihr Alumni-Zeugnis überreicht. Anschliessend liess es sich der Vizepräsident der Hochschule München, Prof. Dr. Heinz Ziegler, nicht nehmen, einige Worte an den gut gefüllten Saal zu richten. Dabei liess er durchaus erkennen, wie sehr er dem Studiengang Druck- und Medientechnik verbunden ist. Stellvertretend für die rund 60 Verabschiedeten hielt Julia Ascher – die im Herbst letzten Jahres sowohl den Druck- und Medien-Award in der Kategorie «Student des Jahres» als auch den «Kulturpreis Bayern» für ihre Bachelorarbeit gewonnen hatte – eine launige Abschlussrede und verglich dabei das Studium mit einer Bergtour.

Im Anschluss daran folgte das heimliche Highlight des Abends. In Anlehnung an die Kultsendung aus den 90er Jahren, das «Familien-Duell», mussten sich Professoren und Studenten in einem Hochschul-Duell einigen Fragen stellen, was für so manchen Lacher sorgte.

Nur knapp zwei Stunden dauerte dieser offizielle Part des Abends, ehe Moderator Maxi Lenski, Student aus dem 5. Semester, das Buffet eröffnete. Bei Essen, Trinken und guter Musik konnten dann allesamt den Abend in gemütlicher Atmosphäre und bei angeregten Gesprächen ausklingen lassen. Wobei einige, so war es allerdings auch vorgesehen, noch ins Münchner Nachtleben eintauchten, um ihren vorerst letzten Abend an der Hochschule erst in den frühen Morgenstunden abzuschliessen.

Bleibt dem Studiengang Druck- und Medientechnik nur noch, sich bei allen Absolventen zu bedanken, alles Gute zu wünschen und hoffentlich bis bald!

Weiterbildungen des SVI ERWEITERN SIE IHR VERPACKUNGS-KNOW-HOW

Der SVI bietet in kürze zwei Kurse an, mit denen man sein Verpackungs-Know-how erweitern kann: Lehrgang Prozess Manager und Grundlagenseminar Verpackung. Mit der Ausbildung zum Packaging Prozess Manager werden Prozessspezialisten der Verpackungsindustrie geschaffen. Aufgabe der Prozess Manager ist es, die schwachen Glieder der Prozesskette zu identifizieren und mit speziellen Methoden zu verbessern und somit einen wertvollen Beitrag zur Senkung der Produktionskosten beizutragen. Nach dem erfolgreichen Abschluss zum Packaging Prozess Manager können die Absolventen in Unternehmen, in welchem Prozesse zur Entwicklung, Beschaffung, Herstellung und Wartung von Verpackungsprodukten oder Teile davon zur Anwendung kommen, eingesetzt werden. Start ist am 22. Februar 2013 in Zürich-Altstetten. Grundlagenseminar Verpackung: Die Verpackung muss heute gleichzeitig einer enormen Fülle von teilweise gegenläufigen Ansprüchen genügen. Grosse Bedeutung kommt dabei den ökologischen wie auch den ökonomischen Aspekten zu. Eine Verpackungsaufgabe ganzheitlich zu lösen, bedingt fundierte Kenntnisse aller Aspekte, Funktionen und Materialien der Verpackung sowie der damit verbundenen Produktionsverfahren. Die Teilnehmenden gewinnen in dieser Generalistenausbildung einen Überblick über alle Materialien, Funktionen und Aspekte des Verpackungswesens. Die Absolventen sind fähig, Verpackungsfragen in ihrer Gesamtheit zu behandeln und verstehen, das Erfolgspotential verschiedener Verpackungslösungen zu erkennen und zu nutzen. Start ist am 17. April 2013 in Bülach.

› www.svi-verpackung.ch

Etablierter Branchentreff «PRINT COCKTAIL» GEHT AUF DEUTSCHLAND-TOURNEE

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet gemeinsam mit seinen Handelsmitgliedern und Industriepartnern seinen etablierten Branchentreff «Print Cocktail». Kick-off ist in Erfurt, darauf folgen Veranstaltungen in Karlsruhe, Krefeld und im Allgäu. Weitere sind in Planung, darunter auch in Österreich und der Schweiz. Die Möglichkeit sich in diesem Jahr auf Messen zu präsentieren, ist



kaum gegeben, da nur wenige stattfinden und einige, auch aufgrund der Zurückhaltung relevanter Aussteller und messemüder Besucher, abgesagt wurden.

Diese Entwicklung nimmt der RGF zum Anlass, ein neues Konzept zu etablieren, um seinen Industriepartnern und Fachhandelsmitgliedern eine Möglichkeit zu geben, Kunden und Interessenten zu überschaubaren Kosten zu erreichen.

Die Zielsetzung des RGF ist es, das breite Lösungsspektrum seiner Industriepartner und der einzelnen Mitglieder vor Ort aufzuzeigen. Weitere Aufwertung erfahren die Veranstaltungen durch parallel stattfindende Symposien und Vorträgen zu aktuellen Themen durch namhafte Referenten und Redner. «Frei nach dem Motto: «Insider mit Informationen – Maschinen zum Anfassen und Software zum Ausprobieren», kreieren wir für die Besucher ein attraktives Veranstaltungskonzept», so Thomas Meurers, RGF-Repräsentant.

› www.printcocktail.de

**PrintCity-Allianz
PACKAGING INSPIRATION
FORUM IN DÜSSELDORF**

Die PrintCity-Allianz lädt Markeninhaber, Designer, Drucker und Weiterverarbeiter zur Teilnahme am neuen Packaging Inspiration Forum am 24./25. April in Düsseldorf ein. Auf der Veranstaltung werden Referenten von Unternehmen und Spitzenorganisationen der Verpackungsbranche den Fokus auf das Value Added Packaging (VAP/Verpackungen mit Mehrwert) sowie die Erkenntnis richten, dass sich Verpackungen mit Mehrwert besonders gut verkaufen (VAP Sells). Ein weiteres zentrales Thema sind die grossen Möglichkeiten für die gesamte Wertschöpfungskette, die sich aus neuen Produktionstechniken, wie dem Digitaldruck, ergeben. Das Programm wird interaktive Sessions rund um diese Themen umfassen. Hierin werden diese neuen Möglichkeiten, die Technologien und Materialien, sowie der sich daraus ergebende Nutzen weiter vertieft.

Diese einzigartige Veranstaltung bietet eine ideale Gelegenheit, kompetente Partner aus der gesamten Industrie zu treffen, neue Entwicklungen kennenzulernen und Fachwissen rund um das sich dynamisch entwickelnde Thema Value Added Packaging auszutauschen. Die Anforderungen und Herausforderungen für die Verpackungsindustrie werden dargestellt, und kreative Lösungen für die Herstellung von Verpackungen mit Mehrwert aufgezeigt.

➤ www.printcity.de

**Studenten organisieren Vortrag
INNOVATIONEN
IN DER PRINTWERBUNG**

Im Zuge der Lehrveranstaltung Event Marketing organisierten die beiden Druck- und Medientechnikstudenten Markus Kieninger und Adrian Oettl gemeinsam mit Professorin Sabine Wölflick Anfang Dezember einen Vortrag mit dem Namen «Printwerbung 3.0 – Innovationen in der Printwerbung». Gregor Dorsch, Unternehmensberater im Performance Marketing, hielt den rund eineinhalbstündigen Vortrag. Der Landsberger referierte da-



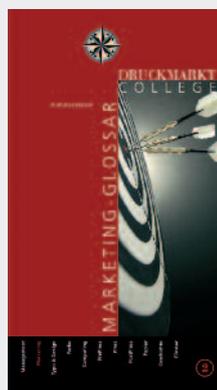
bei sowohl über Grundlegendes zu Performance Marketing, als auch über Themen wie den Return-on-Investment und welche drei Praxisbeispiele den nachweislich höchsten im Bereich Printwerbung bringen.

Ein Highlight des kurzweiligen Programms war aus dem Bereich der Augmented Reality – der computergestützten Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Gregor Dorsch zeigte hierbei am Beispiel einer IKEA-App, wie Möbel virtuell über das Tablet oder das Smartphone dargestellt werden, nachdem der IKEA-Katalog abgescannt wurde. Im Anschluss hatten die weit über 50 Zuhörer – der reservierte Raum war fast zu klein – noch die Möglichkeit in lockerer Atmosphäre gemeinsam mit dem Referenten zu diskutieren.

➤ www.hm.edu

VOLL Treffler

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der «Druckmarkt» gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das «Marketing-Glossar» konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe «Druckmarkt College» beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College
Marketing-Glossar
Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.
Preis:
19,50 € / 24.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.
www.druckmarkt.com

Restauflage im Preis reduziert

Mobile Kommunikation

TRENDTHEMA IM FOKUS DES F:MP.-CAMPUS

Das f:mp.-Campus-Seminar «Online- und Mobile Publishing» war so erfolgreich, dass es nun eine 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. 02.	Doxnet , Doxnet-vor-Ort auf den Hunkeler Innovationsdays	CH-Luzern
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 , Bilt-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.	Doxnet , Round Table auf der CeBIT	Hannover
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
03. 04. - 04. 04.	Polar , Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
08. 04.	cleverprinting , Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Hamburg
09. 04.	cleverprinting , Acrobat Professional und PDF/X	Hamburg
10. 04.	tgm , Elektronisch Publizieren 2013 «5. Abend»	München
10. 04.	cleverprinting , InDesign – Next Generation Publishing	Hamburg
11. 04.	cleverprinting , Photoshop – Next Generation Publishing	Hamburg
12. 04.	cleverprinting , Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	Hamburg
12. 04. - 13. 04.	tgm , Zeitschrift und Fachzeitschrift	München
13. 04. - 14. 04.	tgm , InDesign für Perfektionisten	München
16. 04.	cleverprinting , Update CS6 – alles, was wichtig ist	Frankfurt
17. 04.	cleverprinting , Kompaktkurs Colormanagement und PDF/X	Frankfurt
17. 04. - 18. 04.	cleverprinting , Social Media-Marketing auf Facebook, Twitter und co.	Hannover
18. 04.	cleverprinting , Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	Frankfurt
20. 04. - 21. 04.	tgm , Druckproduktion heute	München
22. 04. - 23. 04.	Polar , Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
23. 04.	cleverprinting , Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	München
23. 04. - 26. 04.	Fogra , Grundlagen der Drucktechnik	München
24. 04.	tgm , Elektronisch Publizieren 2013 «6. Abend»	München
24. 04.	cleverprinting , Acrobat Professional und PDF/X	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- www.climatepartner.com ➤ www.doxnet.eu ➤ www.fogra.org
- www.management-forum.de ➤ www.polar-mohr.com ➤ www.tgm-online.de

Museum für Druckkunst Leipzig

Parallel-Ausstellungen, die Historie und Gegenwart von Schrift betrachten

Ab 10. März 2013 zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig parallel zwei Ausstellungen, die Historie und Gegenwart von Schrift betrachten: bis 5. Mai «Schrift im 21. Jahrhundert» und bis 30. Juni Mario Derra: Holzschnittzyklus «Peter Schöffer und die Entfaltung der beweglichen Lettern».

«Schrift im 21. Jahrhundert» präsentiert aktuelle Schriftdesigns anhand



Jonathan Barnbrook: Hopeless Diamond.

von 110 Positionen internationaler Gestalter. Ein Teil der Schau zeigt die aus England übernommene Ausstellung «Types for the New Century», die bereits in London, Birmingham und Bristol zu sehen war. Am Ausstellungsort Leipzig wird «Schrift im 21. Jahrhundert» um regionale Aspekte erweitert und wirft einen Blick auf das typografische Schaffen in Mitteldeutschland. Rund 20, teils unveröffentlichte Arbeiten von Studenten und Absolventen der Kunsthochschulen aus dem Dreiländereck werden vorgestellt. Praktische Anwendungsbe-

ispiele der präsentierten Schriftentwürfe ergänzen die Ausstellung. «Schrift im 21. Jahrhundert» ist zudem das Thema der 19. Leipziger Typotage am 27. April 2013 im Museum für Druckkunst Leipzig. Mario Derra: Holzschnittzyklus «Peter Schöffer und die Entfaltung der beweglichen Lettern»: Von 2003 bis 2010 schuf der Künstler Mario Derra einen Zyklus von 22 grossfor-



Mario Derra: Am Anfang war das Wort.

matigen, mehrfarbigen Holzschnitten. Unter dem Titel «Peter Schöffer und die Entfaltung der beweglichen Lettern. Die Historie der Drucktechnik von der Antike bis zum digitalen Zeitalter» spannt die Arbeit einen inhaltlichen Bogen von der Entstehung des Alphabets über den Lettern-guss und die Lithografie bis hin zum Digitaldruck. Der Holzschnittzyklus ist in dieser Ausstellung das erste Mal in Ostdeutschland zu sehen. Anlass ist die Aufnahme des Werks in die Sammlung des Museums für Druckkunst.

› www.druckkunst-museum.de

Printdata PrintCocktail

WIE MAN NEUE TECHNOLOGIEN ERFOLGREICH NUTZEN KANN

Die Druckindustrie befindet sich im Wandel und alle Marktteilnehmer stehen vor grossen Herausforderungen. In diesem Umfeld bieten sich aber auch viele neue Chancen und Erfolgspotentiale. Deshalb ist es wichtig sich mit neuen Technologien und Lösungen zu beschäftigen. Gerade die Verbindung zwischen Web, Print und IT bietet enorm viele Möglichkeiten und Chancen.

Um die Gelegenheit zu erhalten, neue Technologien und Systeme kennen zu lernen und sich mit Experten und Kollegen auszutauschen wird Printdata gemeinsam mit dem RGF am 14. und 15. März 2012 den Printcocktail in Eggenstein/Karlsruhe veranstalten. Die Themen sind unter anderem digitaler Produktionsdruck für Flyer, Broschüren, Bücher, Geschäftsdrucksachen; Grossformatdruck für Plakate, Banner, Displays etc.; Werbedruck für T-Shirts, Werbemittel; Kleinstauflagen Verpackungen, Dummies; 3D Druck für CAD und 3D Formen und Prozess-Automatisierung.

› www.printdata.org

IRD

AUTOMATISIERUNGSKONGRESS

Das Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie e. V. (IRD) ist das Knowledge-Institut der Druckindustrie. Unternehmen der Branche schaffen durch die Kompetenz des IRD optimierte Produktions- und Managementprozesse und dies unter Einbindung von Kunden und Lieferanten. Prozessoptimierung ist die Kernkompetenz des IRD.

In diesem Zusammenhang veranstaltet das IRD unter dem Thema «MIS und die Anforderungen des Marktes! – Wie viel Automatisierung sollte ein MIS bieten?» den VII. IRD-Automatisierungskongress am 12. und 13. Juni 2013 in Böblingen.

› www.ird-online.de

Krause

IMPOSITION DAYS IN BIELEFELD UND BERLIN

Krause wird am 12. und 13. März in Bielefeld sowie am 14. und 15. März 2013 in Berlin die Krause Imposition Manager Ausschiesoftware mit der PerfectPlan Bogenoptimierung vorstellen. Die KIM Software als Schaltstelle der digitalen Druckproduktion mit beeindruckendem Funktionsumfang und intuitiver Benutzerführung bei normalen Ausschiesaufgaben oder die Workflowintegration über den JDF Standard in existierende Produktionsumgebungen soll interessierten Kunden im Raum Bielefeld und Berlin bei den Krause Imposition Days nähergebracht werden. «Wir wollen existierenden Kunden die kontinuierliche Weiterentwicklung der KIM Software und Neukunden die Vorteile von KIM gegenüber anderen Lösungen aufzeigen», so Stefan Beke-Bramkamp, Verkaufs- und Marketingleiter bei der Krause-Biagosch GmbH.

› www.krause-imposition-manager.de

Printing Summit

STÄRKE VON PRINT IM BLICK BEHALTEN

Der vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenanbieter (WAN-IFRA) zum vierten Mal veranstaltete Printing Summit findet in diesem Jahr im am 19. und 20. März in Hamburg statt. Im Mittelpunkt der Konferenz stehen die Themen Design, Digitaldruck, Energieeinsparung und Innovation – mit dem Ziel der Einnahmenmaximierung von Printzeitungen. Zwar setzen die Zeitungsunternehmen immer stärker auf digitale Strategien, doch Print ist nach wie vor die wichtigste Einnahmequelle und Grundlage des Verlagsgeschäfts. Der jährlich stattfindende Printing Summit bietet Verlagen und Druckereien die Gelegenheit, von erfolgreichen Innovationsbeispielen im Printsektor zu lernen.

› www.wan-ifra.org

FACHWISSEN ALS

4-Gang-Menü



arcus design 2012 | Foto: www.cranberries-usa.eu

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

www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT

Themen auf den Punkt gebracht 