

DRUCK MARKT

27. März 2013

impressions 64

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

Swiss Edition 



**Die richtigen
Elemente passend
machen.**

20 x im Jahr!

Ergänzend zum Heft:
das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Durchwachsen – aber erfolgreich. Seite 6.

Medienproduktion: Der Druckindustrie voraus? Seite 10.

Ökologie: Klimaschutz auf Knopfdruck? Seite 14.

Print: Zeit der digitalen Integration. Seite 26.

Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 50.

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.ch



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

Passend machen!

Inhaltsverzeichnis

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

	Markt & Zahlen
04	Nachrichten
06	Durchwachsen – aber erfolgreich
	Medien
10	Der Druckindustrie voraus?
	Ökologie
12	Less Google – statt Go Paperless
14	Klimaschutz auf Knopfdruck?
16	Diesel oder Benziner?
18	Stromfresser im Büro
	Premedia & Prepress
20	Lackplatten selbst herstellen
22	Nachrichten
	Print & Finishing
26	Zeit der digitalen Integration
28	Reif für den Markt
30	Einzelhandelskommunikation 2.0
32	Nachrichten
36	Instrument Flight mit Graubalance
43	Gedruckte Zeitungen aufgewertet
44	Brennpunkt Digitaldruck
46	Längste jemals gebaute Speedmaster
48	Ergänzung, nicht Ersatz
	Termine, Bildung & Events
50	Terminkalender
51	Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen
56	Business to Business

»Was gibt es Neues?« – die typische Frage, wenn man auf Kollegen trifft. Und wenn nicht gleich das Gejammere um den Zustand der Branche losbricht, kommt als Antwort meist: »Eigentlich nicht viel.« Warum? Weil es derzeit keine spektakulären Pleiten, Zusammenbrüche, Fusionen oder gar nennenswerte Erfolge gibt? Na gut, vielleicht fehlen derzeit wirklich die ganz großen Themen, über die die ganze Branche spricht. Aber selbst wenn – ist das denn Langeweile pur?

Sicherlich nicht. Es gibt – wie diese Ausgabe der »Druckmarkt impressions« zeigt – genügend Berichtenswertes. Ganz gleich, ob in Premedia und der Vorstufe, im Digitaldruck, bei der Nachhaltigkeit und Ökologie, in Print und Finishing oder in der Weiterbildung – überall ist Bewegung, überall gibt es Neues. Es tut sich was. Und all diese Elemente werden, jedes für sich, Stück für Stück weiter perfektioniert.

Nur sollte man sich aber nach den technisch orientierten Qualitätssprüngen der jüngeren Vergangenheit, bei all den Diskussionen um Produktivitätssteigerungen, höhere Geschwindigkeiten, Netzwerke, Workflows, Web-to-Print und sonstige technische Notwendigkeiten jetzt auch endlich wieder auf das konzentrieren, was mit Medien-Effizienz sinnvoll umschrieben wird.

Was können (Print-)Medien wann, wie, wo, womit und weshalb bewirken? Wer sich auf diese Fragen konzentriert, wer den Themen rund um das Medium Druck auf den Grund geht, wird feststellen, dass sich hier noch einiges bewegen lässt, dass Print Geschwindigkeit bietet und Neues zu bieten hat – aber auch, dass noch viel zu tun ist. Printmedien sind effizient; das haben sie seit mehr als 500 Jahren bewiesen. Wie man diese Effizienz unter den gegebenen Umständen im Wettbewerb mit anderen Medien für die Zukunft erhält, verbessert, optimiert und zeitgemäß gestaltet – das muss die Branche, das müssen die Unternehmer und Führungskräfte bewerkstelligen und beweisen. Und müssen es ihren Kunden näherbringen.

Die einzelnen technischen Bausteine dazu sind vorhanden und funktionieren. Jetzt müssen sie nur noch zur marktgerechten Gesamtlösung zusammengestellt werden. Dann passt es.



Klaus-Peter und Julius Nicolay

IMPRESSUM »Druckmarkt« und »Druckmarkt Schweiz« sind unabhängige Fachzeitschriften für die Druckindustrie in Deutschland und der Schweiz und erscheinen je 6 mal pro Jahr. »Druckmarkt impressions« wird gemeinsam von den beiden Magazinen publiziert und erscheint mindestens 20 mal jährlich als PDF-Magazin, das ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. »Druckmarkt« erscheint im arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. Alle Angaben in den Ausgaben sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Redaktion: Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay, Chefredakteur und Herausgeber, nico@druckmarkt.com; Julius Nicolay, Redakteur, julius@druckmarkt.com. **Kontakt:** Druckmarkt Redaktion, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel, Telefon +49 (0) 26 71 - 38 36, Telefax +49 (0) 26 71 - 38 50.
Redaktionsbüro Schweiz: Druckmarkt Schweiz, Postfach 485, CH-8034 Zürich. Ansprechpartner: Jean-Paul Thalmann, thalmann@druckmarkt-schweiz.ch, Telefon +41 44 380 53 03, Fax +41 44 380 53 01, Mobil +41 79 405 60 77.
www.druckmarkt.com, www.druckmarkt.de, www.druckmarkt.ch
© by Druckmarkt 2013

KUVERT-SPARTE VERÄUSSERT Zum 31. März 2013 veräußert Papyrus seine Unternehmenssparte Kuvert an Mayer-Kuvert-network mit Sitz in Heilbronn und trennt sich damit von der Briefhüllenfertigung, nachdem sich die Wettbewerbssituation im Briefhüllenmarkt seit Jahren drastisch verschärft hat. Die Anbindung an den Marktführer Mayer-Kuvert-network bietet nach einer Mitteilung von Papyrus der Kuvert-Sparte in Ettlingen neue Zukunftsperspektiven. Auf Basis einer synergiereichen Logistik- und Vertriebspartnerschaft wollen beide Unternehmen auch in Zukunft zusammenarbeiten. ➤ www.papyrus.com

SPRINTIS EXPANDIERT WEITER Der Würzburger Großhändler für Druckereibedarf informierte über den Kauf von rund 7.500 m² Nachbarschaftsflächen. Dort sollen ein neues Bürogebäude sowie weitere Lagerflächen entstehen. Die Investition wird von Sprintis auf 4,5 Mio € beziffert. ➤ www.sprintis.de

PRODUKTIONSKAPAZITÄT ERHÖHT Mit dem Bau einer neuen Produktionshalle im nordrhein-westfälischen Ahaus erhöht Flint Group Flexographic Products die Kapazitäten für Sleeves und Adapter. Auf nunmehr 10.000 m² Produktionsfläche wird das gesamte Portfolio an rotec Sleeves und Adaptern hergestellt. Die Arbeiten am Neubau in Ahaus sollen bis Sommer 2013 abgeschlossen sein. ➤ www.flintgrp.com

GUGLER NEU AUFGESTELLT Das Kommunikationshaus gugler in Melk bündelt seine Kräfte mit der St. Pöltener Agentur Living Office. Damit wird gugler in Melk, St. Pölten und Wien in Sachen Markenkommunikation vertreten sein. Im Zuge dieser Integration wurde die Organisation des Kommunikationshauses neu strukturiert. Mit der Bildung der Units brand, digital und print sollen die Kompetenzen noch fokussierter angeboten werden. ➤ www.gugler.at

RABER+MÄRCKER ÜBERNIMMT Die Konica Minolta-Tochter Raber+Märcker hat den seit Februar 2013 insolventen IT-Spezialisten Headtechnology übernommen. Jetzt führt Raber+Märcker alle geschäftlichen Aktivitäten weiter, übernimmt 17 Mitarbeiter und steigt in das Geschäftsfeld IT-Security ein. Das Geschäft von Headtechnology wird unter dem bisherigen Namen als »Competence Center IT-Security« der Raber+Märcker GmbH fortgeführt. Die Unternehmen hatten in der Vergangenheit bereits miteinander kooperiert. ➤ www.raber-maercker.de

FESPA STATT IPEX Eine weitere IpeX-Absage kommt nun von Mimaki. Damit reiht sich der Druckerhersteller in eine inzwischen lange Liste von Unternehmen ein, die nicht an der IpeX teilnehmen. Das Unternehmen will sich nach einer Mitteilung auf die Fespa konzentrieren. Dabei möchte Mimaki vermehrt Kunden ansprechen, die im Signmaking, Großformatdruck und im Textildruck zuhause sind. Die Fespa findet dieses Jahr in London statt und dauert vom 25. bis zum 29. Juni. Diese Messe sei besser auf die Zielgruppe zugeschnitten, so Mimaki. 2014 wird das Unternehmen dann auf der Fespa in München ausstellen. Es sei ein Vorteil, auf Veranstaltungen auszustellen, die jedes Jahr in einem anderen Land stattfinden, erklärte das Unternehmen.

NEUER NAME, NEUE ADRESSE Zum 1. März 2013 hat die Wifac Graphia GmbH ein neues Vertriebsbüro im Benzweg 5 in Darmstadt bezogen. Die ehemalige Graphia-Nothnagel-Gruppe gehört seit 2012 zur Wifac-Gruppe, einer 100%-igen Tochter der Wifac Polytype aus Fribourg (Schweiz) und firmiert nun als Wifac Graphia. ➤ www.wifac-graphia.de

PEPSO

PRINTED ELECTRONICS PRODUCTS AND SOLUTIONS

Kinderbücher mit Lichtschaltern, hauchdünne Leuchtkacheln oder die Handtasche mit eingebauter Handy-Aufladestation – wenn Druck auf Elektronik trifft, werden viele Wünsche wahr. Die neuen Verfahren versprechen vielfältige Anwendungsmöglichkeiten, eine kostengünstige Herstellung sowie Maschinentauglichkeit. Aus dem einstigen Experimentierfeld Printed Electronics ist ein industrialisierter Bereich mit großem Marktpotenzial in den verschiedensten Branchen geworden. Die Messe Düsseldorf trägt dieser Entwicklung Rechnung und organisiert einen Gemeinschaftsstand »PEPSO – Printed Electronics Products and Solutions« auf sechs relevanten Fachmessen auf dem Düsseldorfer Messegelände.

»Gedruckte Elektronik wird für viele Bereiche relevant, bei denen die Messe Düsseldorf die jeweilige Branchenleitmesse veranstaltet. Deshalb haben wir mit PEPSo für das Thema eine eigene Plattform geschaffen und integrieren diese in die entsprechenden Fachmessen für Handel, Glasverarbeitung, Verpa-



ckungen, Druck und Medizin«, erläutert **Hans Werner Reinhard**, stellvertretender Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, die Strategie.

»Wir sind in der idealen Ausgangsposition, den Produzenten von Printed Electronics zielgruppenspezifische Vermarktungsplattformen zu bieten.« Auf folgenden Messen ist PEPSo geplant: Compamed 2013, Euroshop 2014, EuroCIS 2014, glasstec 2014, interpack 2014 und drupa 2016.

➤ www.pepso-global.de

Onlineprinters

FINANZINVESTOR SETZT AUF ONLINE-DRUCK

Das Private-Equity-Unternehmen TA Associates beteiligt sich mit einem nicht bekannten Betrag an der Online-Druckerei Onlineprinters GmbH in Neustadt an der Aisch.

Dietrich Hauptmeier, Senior Vice President bei TA, und Jonathan W. Meeks, Managing Director bei TA Associates, gehören nach Angaben von TA künftig dem Beirat von Onlineprinters an. »TA Associates ist erfolgreicher Investor im E-Commerce-Bereich und besitzt erhebliche Erfahrungen bei der Internationalisierung bereits erfolgreicher Geschäftsmodelle. Wir freuen uns, TA mit ihrer finanziellen Unterstützung, Beratung und ihren Kontakten für den weiteren Ausbau unserer Position unter den Top-Online-Druckereien in Europa an Bord zu



haben«, sagt **Walter Meyer**, Geschäftsführer von Onlineprinters. Nach Angaben von Onlineprinters hat der europäische Markt für Drucksachen ein Gesamtvolumen von rund 88 Mrd. €. Die relevante Marktgröße für die Produktpalette von Onlineprinters soll davon etwa 15 Mrd. € betragen. Der Großteil dieses Marktes werde europaweit von etwa 120.000 Druckereien bedient.

»Der Markt für Geschäftsdrucksachen bewegt sich weiter Richtung Internet – nicht zuletzt dank der niedrigen Preise und On-demand-Produktion von Unternehmen wie Onlineprinters«, sagt Jonathan W. Meeks. »Das Wachstum in Deutschland ist signifikant, in anderen Ländern Europas aber noch höher. Daher sehen wir in den europäischen Märkten für Onlineprinters auch weiterhin große Chancen.«

➤ www.onlineprinters.com

Farbe auf weiß

**DURST SIEGT
IM PATENTSTREIT**

Nach mehrjährigen Gebrauchsmuster- und Patentstreitigkeiten zwischen der Durst Phototechnik Digital Technology GmbH und der Electronics for Imaging GmbH sowie ihrer amerikanischen Muttergesellschaft geht Durst als Sieger aus dem Patentverletzungsstreit vor dem Landgericht Düsseldorf hervor. Das Gericht hat in seinem Urteil zu Gunsten von Durst als Erfinder überlappender Druckkopfanordnungen für weiße und farbige Tinten entschieden.

Nach dem Urteil darf Efi Druckanlagen der Serien QS und GS in Deutschland nicht mehr anbieten oder gebrauchen. Darüber hinaus wurde Efi verurteilt, es zu unterlassen, ein Verfahren zum Grundieren eines Druckmediums mit weißer Farbe und anschließendem Auftrag farbiger Tinte in der Bundesrepublik Deutschland anzuwenden. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig, da Efi noch Berufung einlegen kann.

➤ www.durst-online.com

bvdm

**EU-Datenschutzverordnung muss
nachgebessert werden**

Der Bundesverband Druck und Medien fordert das EU-Parlament auf, bei der geplanten EU-Datenschutzverordnung nachzubessern. Der Verband befürchtet durch eine neue Datenschutzverordnung erhebliche Umsatzeinbußen für die deutsche Druckindustrie. Für die Verbraucher bedeute sie eine Einschränkung der Informationsvielfalt.

»Bereits der von der Kommission vorgeschlagene Text der EU-Datenschutz-Grundverordnung beschneidet die Werbemöglichkeiten der Industrie deutlich, was erhebliche Auswirkungen auf die werbetreibende Wirtschaft und insbesondere die Druckindustrie hätte«, befürchtet Dr. Carmen Kulpe, Rechtsanwältin für Wirtschaftsrecht im bvdm. Aus Sicht des Verbandes garantiert der Kommissionsentwurf nicht, dass Direktmarketing über Dienstleister wie Directmail-Drucker und Lettershops künftig möglich bleibt. Verlage und Wirtschaftsunternehmen müssten aber auch in Zukunft auf spezialisierte Dienstleister zurückgreifen können, um mit neuen Kunden in Kontakt zu treten. Sowohl im

Kommissionsentwurf als auch im Berichtsentwurf fehle eine Regelung zur Datenverwendung, was in der Praxis verheerende Folgen für die Druckindustrie hätte.

Der bvdm fordert eine für die Wirtschaft praktikable Regelung. »In der Praxis führte die Verordnung in vielen Bereichen zu großer Rechtsunsicherheit, weil für die Betriebe nicht mehr klar ist, was künftig noch erlaubt ist«, sagt Kulpe. Eine EU-Datenschutzverordnung müsse außerdem dem Informationsbedürfnis der Verbraucher und den technischen Vorgaben bei Werbemaßnahmen gleichermaßen gerecht werden. Eine künftige Datenschutzverordnung dürfe nicht zu mehr Bürokratie in den Unternehmen führen. Zusätzliche Dokumentations- und Auskunftspflichten belasten insbesondere kleine und mittelständische Betriebe. Für den bvdm steht fest: Die geplante EU-Datenschutzverordnung darf nicht die ohnehin schwierige Lage der Druckindustrie weiter verschärfen.

➤ www.bvdm-online.de

Gedruckt oder digital?

**DEUTSCHE BEVORZUGEN
GEDRUCKTE BÜCHER**

Der Hightech-Verband Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.) ist mit einer repräsentativen Erhebung (1.000 Personen ab 14 Jahre) der Frage auf den Grund gegangen, ob die Deutschen Bücher eher in gedruckter oder in digitaler Form bevorzugen. Das Ergebnis: 73% der Befragten bevorzugen nach wie vor gedruckte Bücher, 9% sind unentschieden und 18% haben sich mittlerweile von den Vorteilen elektronischer Bücher überzeugen lassen.

Je nach Altersgruppe sieht das Ergebnis der Studie jedoch völlig unterschiedlich aus. Während sich von den 14- bis 49-Jährigen rund ein Viertel für E-Books begeistern kann, sind es bei der Generation 50+ nur noch 16%. Die über 65-Jährigen sind klare Verfechter der gedruckten Bücher: Nur 5% sprechen sich für die elektronische Variante aus.

Dennoch werde der Markt für E-Books wachsen. Wie der Verband prognostiziert, sollen im Jahr 2013 rund 1,4 Mio. E-Reader sowie mehr als 5 Mio. Tablets verkauft werden.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**

Durchwachsen – aber erfolgreich

Nach den am 1. März veröffentlichten vorläufigen Zahlen legte der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG jetzt seinen Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2012 vor. Danach legte der Umsatz im Konzern um knapp elf Prozent zu. Ziel für 2013 ist ein moderater Ergebnisanstieg bei ähnlichem Umsatz.

Der neben dem traditionellen Geschäft mit Bogen- und Rollenoffsetmaschinen in Märkten wie dem Verpackungs-, Sicherheits-, Digital- und Kennzeichnungsdruck tätige Konzern konnte seine Ertragskraft deutlich steigern. Auch die Ergebnisse vor und nach Steuern lagen trotz einer beträchtlichen Wertanpassung über den Vorjahreswerten. An der positiven Entwicklung will KBA auf der Hauptversammlung am 13. Juni 2013 eine Dividende von 0,40 € je Stückaktie vorschlagen.

drupa beflügelte das Geschäft

Der Konzernumsatz legte gegenüber 2011 (1.167,2 Mio. €) um 10,9% auf 1.293,9 Mio. € zu. Begünstigt durch die drupa 2012 übertraf der Umsatz bei den Bogenoffsetmaschinen mit 643,2 Mio. € den Vorjahreswert um 10,2%. Bei Rollen- und Sondermaschinen führte trotz der Investitionszurückhaltung der Zeitungs-, Illustrations- und Magazindrucker das Geschäft zu einem Umsatzanstieg um 11,5% auf 650,7 Mio. €. Während der Bogenbereich um 17,1% zulegte, waren die Neubestellungen bei Rollen- und Sondermaschinen nur knapp halb so hoch wie im Vorjahr. Mit 648,0 Mio. € lag das Auftragspolster Ende 2012 aber immer noch über dem der Jahre 2008 bis 2010.

Kostenentlastungen und das Service- und Sondermaschinengeschäft führten zu einem mit 43,1 Mio. € mehr als vervierfachen Betriebser-



Die bei Amcor Tobacco Packaging in Rickenbach/Schweiz produziert eine KBA Rapida 106 mit 19 Druck- und Veredelungswerken und setzt im Bogenoffset-Verpackungsdruck weltweit neue Maßstäbe.

gebnis (2011: 9,9 Mio. €). Belastend wirkte die Sonderabschreibung in Höhe von 27,1 Mio. € auf das Anlagevermögen im Bogensegment. Danach wird das Betriebsergebnis mit 16,0 Mio. € ausgewiesen. Neben dieser einmaligen Sonderabschreibung belasteten hohe Messe-, Entwicklungs- und Markteinführungskosten das operative Ergebnis im Bogenbereich. Nach –18,1 Mio. € im Vorjahr sank es auf –38,7 Mio. €. Allerdings verbesserte sich das Segmentergebnis ohne die Wertberichtigung auf –11,6 Mio. €. Das Konzernergebnis vor Steuern stieg gegenüber 2011 (3,3 Mio. €) auf 6,1 Mio. €, das Ergebnis (nach Steuern) von 2,3 Mio. € entspricht einem anteiligen Ergebnis je Aktie von 0,14 €.

Exportquote erreicht fast 90%

Bei einem gegenüber 2011 geringeren Inlandsumsatz erhöhte sich die Exportquote auf 88,2%. Ins europäische Ausland gingen wegen der Konjunkturschwäche in bedeuten-

den Abnehmerländern nur 30,6% der Lieferungen (2011: 35,6%). Mit einer auf 10,4% gestiegenen Regionalquote hat sich das Nordamerika-Geschäft etwas erholt. Die Region Asien/Pazifik, getrieben durch China, trug mit 24,1% zum Konzernumsatz bei. Der Anteil der Schwellenmärkte Lateinamerika und Afrika stieg auf 23,1% (2011: 12,8%).

Vorsichtiger Ausblick für 2013

Ende Dezember beschäftigte KBA inklusive 428 Auszubildenden 6.187 Mitarbeiter. Ohne die 2012 konsolidierte Schweizer Tochtergesellschaft Print Assist AG hat sich die Beschäftigtenzahl gegenüber 2011 um 237 verringert. In naher Zukunft soll der Personalstand unter 6.000 sinken. Mit einer überdurchschnittlichen Ausbildungsquote von 6,9% nimmt KBA dennoch seine Verantwortung für die heranwachsende Generation weiter wahr.

In seinem Ausblick auf 2013 verweist das KBA-Management auf das recht labile gesamtwirtschaftliche

Umfeld, die noch nicht abgeschlossene Konsolidierung der Druckmaschinenbranche und Risikofaktoren wie die Wechselkursentwicklung, die längerfristige Vorhersagen erschweren. Deshalb will der Vorstand seine Prognose erst später weiter präzisieren.

Auf Basis der derzeitigen Auftrags- und Projektlage hat sich der Vorstand für 2013 bei einem ähnlichen Konzernumsatz wie 2012 eine moderate Ergebnissteigerung zum Ziel gesetzt. Bei Rollenoffsetanlagen und Systemen für den Sicherheitsdruck werden leicht rückläufige Umsätze erwartet.

Neben der Optimierung interner Prozesse bleibt die Diversifizierung in Wachstumsmärkte auch nach dem Einstieg in das Geschäftsfeld Digitaldruck bei KBA weiter auf der Agenda. »Die Verpackung in ihrer Vielfalt stellt sich für uns als besonders interessant heraus. In diesem Zusammenhang haben wir die Übernahme des italienischen Druck-



maschinenherstellers Flexotecnica angekündigt«, sagt der KBA-Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**. Dieses Unternehmen ist im wachsenden Markt für flexible Verpackungen tätig.

› www.kba.com

Unser Know-how und die Technologie liefern kundenorientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

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

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

Pro C

Pro C™-Serie

BDP

Business Driver Programm

Web-to-Print

Variable Data Printing

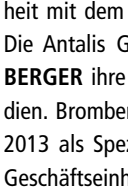
RICOH SCHWFIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
Tel.: +41 (0)844 360 360
Web: www.ricoh.ch
E-Mail: info@ricoh.ch

Menschen & Karrieren



Im Alter von 96 Jahren verstarb in Zofingen/Schweiz **HANS MÜLLER**, Gründer der Firmengruppe Müller Martini und Pionier im Maschinenbau für die grafische Industrie. Was 1946 mit der ersten von Hans Müller entwickelten Block- und Broschürenheftmaschine seinen Anfang nahm, mündete in ein weltweit tätiges

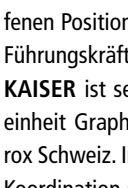
Unternehmen mit hervorragendem internationalem Renommee. Dass Hans Müller bis ins hohe Alter nahezu täglich in sein Büro am Müller Martini-Hauptsitz in Zofingen kam, dokumentiert seine Verbundenheit mit dem Unternehmen und den Mitarbeitern. • Die Antalis GmbH verstärkt mit **MICHAEL BROMBERGER** ihre Präsenz im Bereich digitaler Druckmedien. Bromberger verantwortet seit dem 18. Februar 2013 als Spezialist den Bereich Digitaldruck für die Geschäftseinheiten Print, Office und Visual Communication von Antalis. • **DAVE WHITE** wurde zum Chief Technology Officer für Quark ernannt. White, der frühere Vice President Alliances and Emerging Technology des Unternehmens, ist jetzt für die Leitung der



Quark Produktteams und für die Strategie des Unternehmens für innovative Unternehmens- und Mobil-Publishing-Plattformen verantwortlich. • **HENRIETTE PFEIFER** ist neu im Beraterteam von Apenberg & Partner. Die Diplom-Psychologin verantwortet den Bereich New Media als Personalberaterin. In der neu geschaf-



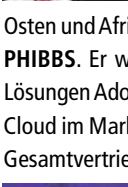
ten Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.



nen Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.



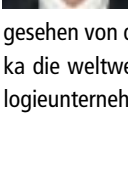
nen Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.



nen Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.



nen Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.



nen Position konzentriert sie sich auf die Suche von Führungskräften mit digitaler Expertise. • **CÉDRIC KAISER** ist seit Januar 2013 Direktor der Geschäftseinheit Graphic Communications Operations bei Xerox Schweiz. In dieser Funktion ist er zuständig für die Koordination der Verkaufs- und Marktaktivitäten. Mit der Ernennung wird er zugleich Mitglied der Geschäftsleitung von Xerox Schweiz. • Per 1. März 2013 übernahm **JÜRGEN HELBLING** als Channel Director den Bereich Commercial Print bei Canon (Schweiz) AG von Theo Golberg, der sich nach 35 Jahren aus dem aktiven Berufsleben zurückzieht. • Neuer Vice President für das Marketing in Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA) bei Adobe Systems ist **MARK PHIBBS**. Er wird sein Augenmerk darauf richten, die Lösungen Adobe Creative Cloud und Adobe Marketing Cloud im Markt bekannter zu machen. • Der bisherige Gesamtvertriebsleiter des Papierhändlers Carl Berberich GmbH, **HEINZ KÖNIG**, rückt in die Geschäftsleitung auf und übernimmt die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing, Beschaffung und Logistik. • QuadTech gab die Ernennung von **CHUCK IRONS** zum neuen internationalen Vertriebsleiter bekannt. Irons wird, abgesehen von der Region Nord-, Mittel- und Südamerika die weltweiten Verkaufsbemühungen des Technologieunternehmens leiten.

bvdm-Konjunkturtelegramm DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE IM MÄRZ 2013

Mit leicht ansteigender Tendenz sind die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage in der Druckindustrie im siebten Monat in Folge positiv. Das geht aus dem aktuellen Konjunkturtelegramm des bvdm hervor. Gegenüber dem Vormonat seien sie mit 5% der Antwortsalden etwas besser geworden. Im März 2012 wurde die Lage mit 9% noch besser eingeschätzt. Auch die Beurteilungen der Nachfragesituation und des Auftragsbestandes haben sich verbessert, sind aber weiter negativ.

Für das nächste Quartal ist das Geschäftsklima mit -5% wieder leicht schlechter geworden. Die Erwartungen für das Auslandsgeschäft liegen weiterhin im Positivbereich, haben sich aber gegenüber dem Vormonat wieder leicht verschlechtert. Die Geschäftserwartungen für das nächste Halbjahr sind weiterhin negativ. Im Februar erwarteten nur 14% der Druckunternehmer eine Verbesserung der Geschäftslage, 29% eine Verschlechterung und 57% erwarten keine Veränderung. Im gleichen Vorjahresmonat waren die Erwartungen positiv und 20 Prozentpunkte besser.

Börsenverein BUCHHANDEL SCHAFFT UMSATZPLUS

Die Buchbranche ist schwungvoll in das neue Bücherjahr gestartet. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels meldet 1,7% mehr Umsatz. »Das Interesse an Büchern und am Lesen ist ungebrochen groß«, sagte Alexander Skipis, Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins bei der Auftakt-Pressekonferenz der Leipziger Buchmesse 2013. »Allerdings stehen Bücher immer stärker im Wettbewerb mit anderen Medien und Freizeitaktivitäten. Gleichzeitig weitet sich der Markt durch neue technische Entwicklungen aus.« Diese Wachstumsmöglichkeiten und Veränderungsprozesse will die Buchbranche nutzen und startete auf der Leipziger Buchmesse eine Buchmarketingkampagne, die mit ihrem Slogan »Vorsicht Buch!« augenzwinkernd vor der Kraft warnt, die Büchern innewohnt. Sie ist für die Dauer von drei Jahren geplant und soll für positive Impulse im Buchhandel sorgen. Der Buchmarkt hatte einen guten Start ins Jahr 2013. Besonders große Nachfrage gab es in diesem Jahr bislang nach Reiseliteratur, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum lag der Umsatz in dieser Warengruppe 6,6% höher. Ebenfalls im positiven Bereich liegen die Warengruppen Belletristik mit plus 2,9%, Ratgeber mit plus 4,0% und Fachbücher aus den Bereichen Geisteswissenschaften, Kunst, Musik (plus 4,1%) sowie Sozialwissenschaften, Recht und Wirtschaft (plus 3,2%). Das meldet der »Branchenmonitor Buch«, der im Auftrag des Börsenvereins von Media Control GfK International erstellt wird.

MARKT- ÜBERSICHTEN

www.druckmarkt.com



DRUCK+MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



«Die Zukunft ist ein ernstes Geschäft. Erreicht der Kunde die Zukunft vor Ihnen, sitzen Sie in der allerhintersten Reihe.»

Diese Aussage der amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn trifft die Situation der grafischen Branche punktgenau. Während viele glaubten, die konjunkturelle Delle sei nur vorübergehend, hat sich das gesamte Umfeld verändert. Heute erwarten Kunden von einer modernen Druckerei, dass sie fit genug ist, sich den Anforderungen der modernen Medienarchitektur zu stellen. Der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbindet, ist noch nicht das Kerngeschäft von Druckereien, doch wird diese Aufgaben zunehmend gefordert.

Deshalb sind im Kader von Druckereien Personen nötig, die als Generalisten administrativ, organisatorisch und mit viel Verständnis für Kreativität zeitgemässe Medien konzipieren, produzieren und kontrollieren können. Fachleute also, die von Betriebswirtschaft und Marketing ebensoviel verstehen wie von technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Aufbaustudium zum/zur «Publikationsmanager/in» an der «gib»Zürich.

Mit einer derart qualifizierten Fachkraft in Ihrem Kader sitzen Sie und Ihr Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der «Publikationsmanager» ist Synonym für Schlagkraft, Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

3. Lehrgang PM03, Beginn 11. Mai 2013

Auf **Infoabenden** können Sie sich eingehend informieren. Unverbindlich, exakt und persönlich. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.

« gib »
Zürich

Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch



Der Druckindustrie voraus?

Die Fortbildungsangebote des f:mp. haben einen hervorragenden Ruf. ›Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.‹ ist längst ein Qualitätsbegriff. Jetzt bietet der Verband die Weiterbildung mit erweiterten Inhalten an, die Online, Mobile und Digital gleichberechtigt neben Print stellen. Ein Gespräch mit f:mp.-Geschäftsführer Rüdiger Maaß.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Während viele Führungskräfte und Manager in der grafischen Branche glaubten, die konjunkturelle Delle nach 2009 sei nur vorübergehender Natur und würde sich wie in der Vergangenheit auch finanziell wieder stabilisieren, hat sich die gesamte Medienlandschaft verändert. Und während in der Druckindustrie noch immer über die Herausforderungen des aktuellen Medienwandels diskutiert wird, erwarten die Kunden von modernen Druckereien längst, dass sie sich dem Thema Medienkonvergenz stellen, über entsprechende Kompetenzen verfügen und adäquate Lösungen anzubieten haben.

Denn auch wenn der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbinden soll, noch längst nicht das Kerngeschäft von Druckereien ist, werden Dienstleistungen dieser Art dennoch zunehmend nachgefragt und gefordert.

Auf diese Aufgabenstellung hat der Fachverband der Medienproduktioner bereits reagiert und sein Fortbildungskonzept inhaltlich weiterentwickelt: Das Thema Medienkonvergenz wurde im direkten Zusammenhang mit digitalen Online- und Mobile-Medien im Weiterbildungsangebot verankert. Damit scheinen die Medienproduktioner der Druckindustrie (zumindest) in Deutschland in Sachen Medienkompetenz einen Schritt voraus zu sein.

Warum das so ist und wie es der f:mp. realisiert hat, erläutert Rüdiger Maaß im Gespräch mit dem ›Druckmarkt‹.

Herr Maaß, die Druckindustrie diskutiert seit Jahren über das Thema Medienkonvergenz. In den Aus- und Weiterbildungsangeboten spiegelt sich das bis heute jedoch nicht sichtbar wider. Verschläft die Druckindustrie den Trend?

Rüdiger Maaß: Zunächst muss man einmal sehen, dass sich sowohl die grafische Industrie als auch die Kommunikationsbranche technologisch immer wieder neu erfinden. Daraus resultiert auch ein kontinuierlicher Wandel an neuen kreativen Möglichkeiten. Andererseits ist die Basisausbildung entweder sehr speziell auf die jeweiligen Bedürfnisse der Unternehmen und der Branche zugeschnitten oder sie bleibt so sehr an der Oberfläche, dass es dann an spezifischem Wissen fehlt.

Die fortschreitende Medienkonvergenz zeigt auf technischem Gebiet bereits seit einiger Zeit, woran es in unserer Branche noch immer fehlt. Es fehlt an Beratungskompetenz, an konzeptionellen Denkern, die auf die breite technische Basis mit fundiertem Know-how zurückgreifen können – und das sind aus unserer Sicht die Medienproduktioner.

Sie stehen als Dolmetscher zwischen Kreativen, Dienstleistern und Auftraggebern und machen das im konkreten Projekt möglich, was Technologie und Kreativität an Potenzialen hergeben. Insofern ist der Medienproduktioner ein kreativer Techniker. Und er erfüllt eine Aufgabe, die eine hohe medienübergreifende Kompe-

tenz als auch ein fundiertes Wissen über die verschiedenen Disziplinen hinweg notwendig macht.

Das unterscheidet ihn von den verschiedenen Berufen in der Druckindustrie. Und deshalb sind die doch sehr unterschiedlichen Medien für Medienproduktioner auch viel relevanter als für beispielsweise Mediengestalter oder Medientechnologen Druck.

Hat sich der Job des Medienproduktioners wirklich so stark weiterentwickelt und von der Druckindustrie entfernt?

Nicht ganz. Das Tätigkeitsfeld ist aus der reinen Print-Produktion hervorgegangen – bis es zu der heutigen Medienvielfalt kam, hießen Medienproduktioner auch einfach nur Produktioner. Auch heute noch ist das Thema Print für viele Medienproduktioner omnipräsent. Aber im Zuge der Medienkonvergenz kommen Themenspektren hinzu, die bisher so nicht adressiert waren. Online und Mobile haben wir als zukunftsweisende Trends längst in unser Fortbildungsprogramm aufgenommen – in naher Zukunft wird dann auch noch das Thema der visuellen Kommunikation eine Rolle spielen.

Damit unterscheidet sich die Ausbildung zum Medienproduktioner offenbar grundlegend von anderen Weiterbildungen?

Wir bieten eine dreistufige Fortbildung vom ›Start Medienproduktioner/f:mp.‹ über den ›Junior Medien-

produktioner/f:mp.‹ bis hin zur Königsdisziplin ›Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.‹, der die Kompetenzen anderer Weiterbildungen aufgreift und bündelt. Dabei wird die Fortbildung von gestandenen Praktikern gestemmt, die ihr Know-how an die Teilnehmer weitergeben.

Sie können also völlig frei agieren?

Zumindest unterliegen wir keinerlei Zwängen von staatlichen Institutionen, die politisch begründet sein könnten. Im Gegenteil sind wir sehr flexibel – wir ändern und ergänzen den Lehrplan kontinuierlich, damit die Fortbildung optimal auf die jeweils aktuellen Anforderungen des Marktes abgestimmt ist. Das kombinieren wir mit Themenkomplexen, die wir für die Positionierung der Medienproduktioner als wesentlich erachten.

Die hohe Zufriedenheit der bisherigen Teilnehmer freut uns nicht nur sehr, sie zeigt auch, dass wir mit dieser Strategie inhaltlich und strukturell auf dem richtigen Weg sind.

Was meinen Sie mit inhaltlichen und strukturellen Weiterentwicklungen?

Inhaltlich passen wir uns den aktuellen Marktanforderungen an. Online und Mobile sind ja nicht mehr nur nette Ergänzungen zu Printkonzepten, sie haben sich ihren eigenen, gleichberechtigten Stellenwert in der Medienproduktion erobert. Das spiegelt unsere Fortbildung wider.



Für Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbandes Medienproduktions (f:mp.) sind heute mehr Schnelligkeit und Flexibilität in der Medienproduktion gefragt. »Aber für schnelle Veränderungen ist unsere Branche scheinbar nicht zu begeistern«, stellt er fest. Durch den immer schneller werdenden Wandel in der Branche erhält der Medienproduktions seiner Ansicht nach in der Kommunikationsindustrie jedoch eine immer größere Bedeutung mit der Folge, dass Medienproduktions »gewissermaßen die Regisseure im Herstellungsprozess« sind.

In struktureller Hinsicht reagieren wir ebenso auf das aktuelle Marktgeschehen. Wir analysieren kontinuierlich den Markt und definieren dann, wohin die Reise hingehen könnte oder gehen wird. Wir leiten diese Reise quasi als Navigator ein, indem wir strukturell die Wege aufzeigen, die dann erst noch gebaut werden müssen.

Aber bitte noch einmal zurück. Wie stellt sich ein Medienproduktions heute dar?

Medienproduktions müssen sich in ihrer täglichen Arbeit einem großen Spektrum an Aufgaben stellen. Sie sind Organisatoren, Planer, Druck- und Litho-Spezialisten, Einkäufer, Vermittler und vieles mehr – alles in einer Person. Damit sind sie verantwortlich für die einwandfreie kaufmännische, qualitative und terminli-

che Abwicklung von Aufträgen. Die Hauptaufgaben des Medienproduktions sind also die Beratung der Kunden, die Organisation des Jobs und die Vergabe von Aufträgen an die richtigen und zuverlässigen Hersteller und Dienstleister. Medienproduktions sind gewissermaßen die Regisseure im Herstellungsprozess.

Und damit um ihren Job zu beneiden?

Medienproduktions haben einen abwechslungsreichen Job, der durch die sich stetig verändernden Techniken und durch die zahlreichen Einsatzgebiete, die alle ihre eigenen Anforderungen mit sich bringen, einem kontinuierlichen Wandel unterworfen ist. Dieses spannende Umfeld hält immer wieder neue Herausforderungen bereit. Dass es dabei gelegentlich zu Komplikationen

kommen kann, weiß jeder, der in der Produktion arbeitet.

Durch den immer schneller werdenden Wandel in der Branche erhält der Medienproduktions in der Kommunikationsindustrie eine immer größere Bedeutung. Er ist mit seinem ganzheitlichen Wissen rund um den Produktionsprozess meist der Einzige, der in der Lage ist, mit seinem fachlichen Know-how die einzelnen Arbeitsprozesse zu organisieren und zu koordinieren.

Und wo liegen die eigentlichen Schwierigkeiten?

Erstaunlich ist, dass die Printmedienberatung noch immer so komplex ist. Eigentlich müsste die Branche schon einige Schritte weiter in Richtung industrielle Druckproduktion sein. Dann bliebe auch genügend Zeit, die anderen Potenziale von Print herauszuarbeiten, zu positionieren und in die Beratung zu integrieren. Aber für schnelle Veränderungen ist unsere Branche scheinbar nicht zu begeistern.

Die Schwierigkeiten sind deshalb nicht in der Technik zu suchen, denn hier ist bereits alles Denkbare möglich und auch verfügbar. Aufgabe ist es vielmehr, die Techniken erfolgreich einzusetzen und so ein Umdenken bei der Produktion von Medien aller Art zu manifestieren.

Was meinen Sie damit konkret?

Wahrscheinlich wird zur Fortbildung zum geprüften Medienproduktions auch das Thema visuelle Kommuni-

kation als weiteres Modul hinzukommen. Online und Mobile werden zukünftig mit Sicherheit noch weiter ausgebaut werden, denn nicht nur die Bandbreite dieser Themenkomplexe, sondern auch die Möglichkeiten, die sich daraus für eine erfolgreiche Kommunikation ergeben, steigen zunehmend an.

Daraus folgt, dass sich der Medienproduktions weiter von Print wegbewegt.

Nein, aber er folgt den verschiedenen Medien und ihrem Einsatzfeld. Die Zeiten der Spezialisierung auf die Printproduktion sind beim Medienproduktions passé. Hier liegt aber auch eine enorme Chance, neue Wege zu beschreiten: Zum Beispiel beim medienneutralen Daten-Workflow, bei der kaufmännisch einwandfreien, qualitativ sauberen und terminlich präzisen Abwicklung von Medienproduktionen. Und das unabhängig vom Medium. Also TV, Internet, Funk und Print. Ausgehend von den Erfahrungen aus der Printproduktion wird der Medienproduktions zum Dolmetscher zwischen den Medienwelten.

Print, Online, Mobile und Digital gleichberechtigt nebeneinander anzusiedeln, ist nicht nur logisch – das entspricht auch ganz dem Zeitgeist, der der Medienindustrie einen völlig neuen Schwung verleiht.

➤ www.f-mp.de

Less Google – statt Go Paperless

Google will mit seiner Kampagne ›Go Paperless 2013‹ von den Vorteilen einer papierlosen Kommunikation überzeugen und führt vor allem den Umweltschutz an. Die Kampagne ist aber wohl eher der plumpe Versuch, eigene Dienstleistungen zu vermarkten. Die Auswirkungen der eigenen Aktivitäten auf die Umwelt lässt Google dabei unter den Tisch fallen

Von KNUD WASSERMANN

Die ›Two Sides Initiative‹ hat eine Reihe von Fakten zusammengetragen, um mehr Objektivität in die Diskussion zu bringen und aufzuzeigen, dass das Internet per se nicht umweltfreundlicher ist als Print. Denn es ist grundsätzlich nicht ganz einfach, die Umweltauswirkungen der papiergestützten Kommunikation und die des Internets miteinander zu vergleichen.

Sieht man sich die Zahlen aus den USA etwas näher an, zeigt sich, dass die über 2.000 Rechenzentren bereits 2010 mehr Strom verbrauchten als die gesamte Papierindustrie. Drei Prozent von den 76 Mrd. Kilowattstunden gingen dabei übrigens auf das Konto von Google. Mit dem ständig wachsenden Datenvolumen steigt der Energieverbrauch der IT-Branche weiter an und ein Ende ist nicht in Sicht. Zusätzlich hängen am Internet noch Millionen von Laptops, PCs und Tablets, die ebenfalls gierig auf Strom sind. Außerdem wird der Großteil davon in China unter äußerst fragwürdigen sozialen und ökologischen Bedingungen produziert.

Natürlich braucht es Energie, um Papier herzustellen, aber diese kommt vielfach aus erneuerbaren Quellen. So stammen in den USA 65% und in Europa 54% der Energie, die bei der Papier- und Zellstoffproduktion verbraucht werden, aus erneuerbaren Energiequellen. Google bringt es nach eigenen Angaben gerade einmal auf 30%. Papier wird auch bedruckt und auf den Weg zum Emp-

fänger gebracht. Trotzdem ist es nur schwer vorstellbar, dass dafür mehr Energie eingesetzt wird, als für die Produktion und den Betrieb der Abermillionen von digitalen Gadgets, die uns heute umgeben. Zumal die Faustregel gilt, dass 80% des Carbon Footprints von Druckprodukten auf das Papier entfallen.

Unter Rechtfertigungsdruck

Wobei hier keineswegs der Eindruck erweckt werden soll, dass in der globalen Papierindustrie alles eitel Sonnenschein wäre. In wirtschaftlich aufstrebenden Ländern Asiens und Südamerikas gibt es nach wie vor schwarze Schafe unter den Papierherstellern, die Rohstoffe aus nicht zertifizierten Quellen verwenden. Vor Weihnachten etwa hat der WWF aufhorchen lassen, als man in Kinderbüchern deutscher Verlage Fasern aus Tropenholz nachweisen konnte. Der Vollständigkeit halber muss noch darauf hingewiesen werden, dass in den letzten Jahren ein Großteil der Kinderbuchproduktion nach Asien verlagert wurde.

Doch solche Beispiele werden gerne dazu herangezogen, um den Eindruck zu vermitteln, dass für Zeitungen und Zeitschriften rücksichtslos Regenwälder abgeholzt würden. Die gesamte Wertschöpfungskette der papiergestützten Kommunikation gerät dadurch unter Rechtfertigungsdruck und die seit Jahren laufenden Umweltschutzbemühungen verpuffen mit einem Schlag.

Digitaler Schrott

Was bei der Diskussion über die Umweltverträglichkeit der digitalen Kommunikation weitgehend ausgeblendet wird, ist der digitale Schrott. Laut Greenpeace ist elektronischer Abfall der am schnellsten wachsende Bestandteil des kommunalen Abfalls. In Europa wächst E-Abfall bereits um 3% bis 5% pro Jahr, fast dreimal schneller als die gesamte kommunale Menge. Die Anzahl an elektronischen Produkten, die weggeworfen werden, hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen und beträgt 20 bis 50 Mio. Tonnen jedes Jahr. Zwar gibt es zumindest in der EU eine Rücknahmeverordnung für Elektrogeräte – von einer Recyclingquote von über 70% in Europa, die die Papier- und Druckindustrie seit Jahren erzielt kann die IT-Branche jedoch nur träumen. Zur Zeit wird schätzungsweise nur ein Drittel recycelt. Und ein Teil des digitalen Schrotts wird als Sondermüll exportiert und landet auf Deponien in Entwicklungsländern. Papier hingegen durchläuft mehrere Recyclingzyklen und verrottet am Ende seiner Lebenszeit.

Mittlerweile sind auch Google & Co dazu übergegangen, ihre CO₂-Emissionen durch den Kauf von Zertifikaten zu kompensieren. Google spricht sogar davon, dass das Unternehmen seit 2007 durch den Mix aus Effizienzsteigerung in den Rechenzentren, den Einsatz erneuerbarer Energiequellen und die Kompensation

von CO₂-Emissionen klimaneutral sei. Die Papier- und Druckindustrie geht hier jedoch schon einen Schritt weiter. So gibt es mittlerweile klimaneutrale Papiere oder Druckmaschinen und immer mehr Druckereien bieten ihren Kunden die Möglichkeit, die bei der Produktion entstandenen CO₂-Emissionen, durch einen geringen Obolus zu kompensieren. Von einem klimaneutral hergestellten iPad habe ich noch nichts gehört.

Schulterschluss

Wie dem auch sei, sowohl die elektronische und papierbasierte Kommunikation haben Auswirkungen auf die Umwelt. Dass eine papierlose Kommunikation per se umweltfreundlicher sei, ist trotz der Grünfärberei von Google schlichtweg nicht haltbar. Umso unverständlicher ist es, dass es der Papier- und Druckindustrie seit Jahren nicht gelingt, auch außerhalb der Branche ihr aus der Vergangenheit anhaftendes Image als Umweltsünder los zu werden. Die über 100 Mrd. € schwere europäische Papier- und Druckindustrie sollte doch in der Lage sein, ihre Interessen auf nationaler und auch auf EU-Ebene zu vertreten. Ein Schulterschluss der gesamten Wertschöpfungskette für gedruckte Kommunikation ist dringend notwendig, um das Thema Umweltverträglichkeit ein für alle Mal ins rechte Licht zu rücken.

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

Klimaschutz auf Knopfdruck?

Klimaneutrales Drucken ist nahezu Standard in der Druckbranche. Im nächsten Schritt gilt es, das klimaneutrale Drucken weiter zu optimieren und in das tägliche Geschäft zu integrieren. Nur so können Druckereien ihren Wettbewerbsvorteil in Zukunft weiter geltend machen. Und nur so kann die ganze Branche Klimaschutz wirklich weiter vorantreiben.

Von MORITZ LEHMKUHL

Klimaneutrales Drucken – was vor über sechs Jahren als innovativer Werttreiber für Druckereien begann, hat sich vom Nischenthema zum Branchenstandard entwickelt. Heute bieten 1.000 Druckereien aller Größen in vielen Ländern ihren Kunden klimaneutrale Druckprodukte an, Tendenz weiter steigend.

Klimaneutrales Drucken ergänzt das ökologische Engagement der Unternehmen. Vor allem aber werten Druckereien ihr Angebot mit klimaneutral produzierten Drucksachen auf, schaffen einen Nutzen für die stetig steigende Anzahl umweltbewusster Kunden und können neue Kundengruppen gezielter ansprechen. Damit differenzieren sie sich in einem Wettbewerb, der – leider – in erster Linie durch den Preis entschieden wird.

Die Grundlage für unternehmerischen Klimaschutz bildet das Erstellen des Unternehmens-CO₂-Fußabdrucks, der Aufschluss über den CO₂-Ausstoß eines Betriebs im Laufe eines Jahres gibt. Auf Basis dieses Ist-Zustands entwickeln Unternehmen Maßnahmen, um Emissionen systematisch zu reduzieren, zu vermeiden und auszugleichen. Der sogenannte Carbon Footprint kann für Unternehmen aller Art, ihre Dienstleistungen, Prozesse und Produkte über alle Branchen hinweg erstellt werden.

Auf Basis des CO₂-Fußabdrucks einer Druckerei wird ein individueller CO₂-Rechner für die Ermittlung von sogenannten Product Carbon

Footprints konfiguriert. Mithilfe des Rechners kalkulieren Druckereien auftragsbezogen die CO₂-Emissionen für ihre Kunden. In dieser Rechnung wird der gesamte CO₂-Ausstoß berücksichtigt, der etwa durch Bedruckstoffe, Materialien, Druck, Weiterverarbeitung und Transporte verursacht wird.

Auch hier gilt es, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren oder zu vermeiden. Unvermeidbare Emissionen können durch anerkannte Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden. Das Ergebnis sind klimaneutrale Druckprodukte.

Damit dieser Vorgang transparent vom Kunden nachvollzogen werden kann, ist es entscheidend, die Druckprodukte als klimaneutral zu kennzeichnen – beispielsweise durch QR-Codes oder eindeutige Identifikationsnummern, die weitere Informationen zu den Klimaschutzprojekten und den Kompensationsmengen online bereitstellen.

Wie andere Unternehmen auch sollten Druckereien ihren CO₂-Fußabdruck jährlich neu berechnen, um den Erfolg jederzeit überprüfbar und sichtbar zu machen sowie weitere Klimaschutzziele zu definieren.

Klimaschutz voranbringen

Klimaneutrales Drucken ist aus der Druckbranche nicht mehr wegzudenken. Doch was kommt jetzt? Wie kann Klimaschutz über die ganze Branche hinweg weiter vorangetrieben werden?

Um ihre CO₂-Bilanz spürbar zu verbessern, sind Druckereien zum Einen auf ihre Lieferanten angewiesen. Der Schlüssel liegt zum Anderen in der vollständigen Integration von Klimaschutz in den Kern der tagtäglichen Wertschöpfung einer Druckerei. Das bedeutet: Klimaneutrales Drucken muss in bestehende IT-Prozesse integriert werden – Klimaschutz vollautomatisiert ohne Mehraufwand für Betrieb und Kunden.

Emissionen weiter reduzieren

Grundsätzlich verfügen Druckereien über verschiedene Hebel, um ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren: Dazu zählen etwa Energieeffizienzmaßnahmen, die Nutzung klimafreundlicher Produktionsmaterialien sowie ein erhöhter Einsatz erneuerbarer Energien.

Allerdings sind die Grenzen schnell erreicht. Nur etwa 20% der CO₂-Emissionen einer Drucksache werden durch die Druckerei selbst verursacht. Um die Produktionskette auch außerhalb des eigenen Betriebs bilanzieren und Emissionen einsparen zu können, sind Druckereien auf ihre Lieferanten angewiesen.

Den größten Hebel stellen dabei die extern bezogenen Bedruckstoffe dar. Papier ist eine signifikante Emissionsquelle und verursacht oftmals zwischen 60% und 80% der gesamten CO₂-Emissionen, die bei Druck-Erzeugnissen anfallen. Grund ist die energieaufwendige Produktion von Papier, die abhängig von der genutz-

ten Energie unterschiedlich hohe Carbon-Footprints aufweist.

Während etwa durch den Einsatz erneuerbarer Energiequellen nur geringfügig bis keine CO₂-Emissionen verursacht werden, entsteht bei der Stromerzeugung aus Kohle rund 1 Kilogramm CO₂ pro Kilowattstunde. Des Weiteren schlagen der Transport der Rohstoffe und der Anteil an den verwendeten Recycling-Materialien zu Buche.

Das bedeutet, der Großteil des CO₂-Ausstoßes liegt nicht in den Druckereien, sondern bei den Zulieferern. Druckereien müssen in der Lage sein, klimafreundliche Papiere einkaufen zu können. Das funktioniert allerdings nur, wenn Informationen über die CO₂-Werte der einzelnen Papiersorten zur Verfügung stehen und vergleichbar sind. Dann können Druckereien ihre CO₂-Bilanz weiter verbessern und die Auswahl der unterschiedlichen Papiersorten mit der gewünschten Transparenz an ihre Kunden weiter geben.

Klimaschutz auf Knopfdruck

IT-Prozesse bilden für jedes Unternehmen den Kern eines reibungslosen Ablaufs ihrer Geschäftstätigkeit. Jede Transaktion, jeder Kundenauftrag und jede Aufgabe wird durch IT-Prozesse ausgeführt.

Das Erfolgsgeheimnis liegt in der effizienten Steuerung: von der verbesserten Reaktion bis zur erhöhten Automatisierung über jeden Geschäftsbereich hinweg. Den Ansatz-



»Klimaneutralität auf Knopfdruck« realisierten Printplus und ClimatePartner im Kalkulationsprogramm.

CLIMATEPARTNER

Gegründet im Jahre 2006 und mit dem Hauptsitz in München verfügt der Klimaschutzspezialist über verbundene Unternehmen in den USA, Japan, Österreich, der Schweiz, Griechenland und Armenien. ClimatePartner arbeitet an individuellen Klimaschutzlösungen für weltweit mehr als 1.000 vorwiegend große und mittelständische Unternehmen über alle Branchen hinweg. Der Klimaschutzspezialist ist zudem TÜV-Austria-zertifizierter Anbieter von IT-Systemlösungen zur CO₂-Bilanzierung und -Kompensation. ClimatePartner arbeitet eng mit Umweltverbänden zusammen und stellt Mitglieder in verschiedenen internationalen Ausschüssen.

» www.climatepartner.com



Der Autor dieses Beitrags, **Moritz Lehmkuhl**, ist Gründer und Geschäftsführer der ClimatePartner

GmbH in München.
m.lehmkuhl@climatepartner.com

Klimaneutral Drucken muss ein Teil dieser Systeme werden und damit vollständig in die IT-Prozesse integriert sein. Für die tagtägliche Arbeit bedeutet das, eine Druckerei ist in der Lage, die CO₂-Emissionen für jeden Druckauftrag in ihrer gewohnten Kalkulationsumgebung zu berechnen und die Kosten für den Ausgleich direkt auf dem Angebot für den Kunden auszuweisen. Die CO₂-Bilanzierung und -Kompensation eines Druckauftrages wird in der gleichen Routine wie Stückzahl oder Endpreis automatisiert gemanagt. Das spart Zeit wie Kosten gleichermaßen.

Vollständige Integration bedeutet zusätzlich: Entscheidet sich der Kunde für den Ausgleich der Emissionen, muss die Software nicht verlassen und in ein anderes Portal gewechselt werden, um die anfallenden Emissionen zu berechnen und auszugleichen. Ebenfalls automatisiert erhält der Kunde unmittelbar sein Label mit QR-Code und Urkunde per E-Mail oder als Downloadlink – einfach und transparent. Kurz gesagt, er bezieht ein Produkt mit besserer Qualität ohne Mehraufwand. Die große Chance für die gesamte Branche liegt jetzt darin, Klimaschutz vollständig integriert und damit auf Knopfdruck als neuen Standard zu etablieren.

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



:Azura TS

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

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

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

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

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Mortsel/Belgien
Zweigniederlassung Dübendorf
Stettbachstrasse 7
8600 Dübendorf
www.agfagraphics.ch

punkt für Druckereien liefert deshalb ihre Kalkulationssoftware, das Management Information System (MIS) oder ERP-System.

Diesel oder Benziner?

Kodak diskutierte zusammen mit Agfa beim Druckforum 2013 den Einsatz von Druckplatten, die schon heute auf eine ökologische Zukunft gepolt sind. Dabei haben beide Unternehmen die gleiche Intension: Druckereien ökologische Offsetplatten für eine nachhaltigere Produktion zur Verfügung zu stellen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der grafischen Industrie ein Dauerbrenner. Auch beim diesjährigen Druckforum, der vom Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg ausgerichteten Fachveranstaltungsreihe. Am 31. Januar 2013 drehte sich im Kongresszentrum FILharmonie in Filderstadt bei Stuttgart alles um ökologische Druckplatten. An dem Abend wurden der Entwicklungsstand und weitere Aussichten von Offsetdruckplatten erörtert, die bei ihrer Herstellung und Anwendung Ressourcen schonen und damit der Verwirklichung einer »grünen« Druckproduktion entgegenkommen.

Platten mit Plus für die Umwelt

Für die Besucher dieser Druckforum-Veranstaltung bestand der Reiz darin, dass der Gegenstand der Veranstaltung aus den unterschiedlichen Perspektiven zweier Hersteller betrachtet und diskutiert wurde. Klaus-Peter Nicolay, Fachautor und Verleger, machte als Moderator des Abends keinen Hehl daraus, dass er neben Agfa und Kodak gerne noch weitere Druckplattenanbieter auf dem Podium gesehen hätte. Wie auch immer, die Teilnehmer bekamen interessante Einblicke in die Herausforderungen geboten, mit denen die Plattenproduzenten unter dem Aspekt der Ökologie konfrontiert sind. In diesem Zusammenhang wurde deutlich, dass die Anbieter enorme Anstrengungen unternehmen, um bei der industriellen Pro-

duktion des Hightech-Produkts Druckplatte die Umweltauswirkungen ihrer Prozesse zu minimieren. Betrachtet man die Anatomie von Offsetdruckplatten, so fällt als ein wesentlicher Bestandteil das Trägermaterial Aluminium auf. Obwohl bekanntermaßen sehr energieintensiv bei seiner Herstellung, ist Aluminium aufgrund einer ganzen Reihe von Eigenschaften ein optimaler Werkstoff für Offsetplatten. Wie Dr. Stefan Kull, Director R&D Europe, Graphics, Entertainment & Commercial Films, Kodak, ausführte, zählen zu diesen Eigenschaften mechanische Stabilität, ein geringes Gewicht und Eignung für zielgerichtete, umweltschonende Veredelungsprozesse zum Erreichen gewünschter lithografischer Eigenschaften. Kommt noch hinzu, dass sich das für Offsetplatten verwendete Aluminium dank seiner hohen Reinheit optimal recyceln lässt. Ehemalige Offsetdruck-

platten können uns deshalb durchaus wiederbegegnen: zum Beispiel als Notebook-Gehäuse oder Haushaltsalufolie. Doch bevor es so weit kommt, stehen unter ökologischen Aspekten andere Dinge im Vordergrund.

Völlig prozessfrei

Chemiefrei, chemiefrei, prozessfrei – diese Attribute stehen für Kategorien von Offsetplatten, mit denen Druckbetriebe die Umweltbelastungen, die von ihrer Druckformherstellung ausgehen, deutlich verringern können. Am weitesten geht hier der Ansatz der Press-Ready-Technologie von Kodak, auf die Joachim Pengler, Technical Sales Manager, näher einging. Platten, die sich dieser Technologie bedienen, haben eine negativ arbeitende Polymerschicht, die durch die Bebilderung im Thermo-CtP-System vernetzt wird. Das war

es dann schon fast, denn die Platte kann nach dem Bebildern gleich in die Druckmaschine eingespannt werden. Während des Anfahrens der Maschine werden die nicht bebilderten Schichtpartien nach dem Vorfeuchten durch die Zügigkeit der Druckfarbe entfernt und mit der Farbe über die Vorlaufbogen abgeführt. Nach weniger als 20 Bogen ist die Druckplatte freigelaufen und in der Lage, Gut-Bogen zu produzieren. Das in puncto Ökologie Bestechende an dieser Technologie ist, dass sie komplett ohne den herkömmlichen Verarbeitungsprozess auskommt. Eine Plattenverarbeitungsanlage wird überflüssig. Der gesamte damit verbundene Verbrauch von Energie, Wasser, Entwickler, Regenerat, Gummierung oder Auswaschgummierung entfällt. Und wo keine Chemie mehr eingesetzt wird, gibt es auch keine mehr zu entsorgen. Am Beispiel der prozessfreien Kodak Sonora XP Platte machte Joachim Pengler als erfahrener Anwendungsspezialist eines deutlich: Offsetdrucker, die sich die ökologischen Vorteile der Press-Ready-Technologie zu eigen machen, müssen hinsichtlich der Qualität und Leistung der Platten in der Anwendung keine Kompromisse eingehen. So lässt sich die Sonora XP schnell bebildern und wird mit einem Tonwertumfang von 1-99% (80er Raster) sowie der Eignung für 20-µm-FM-Raster den Belangen des qualitativ anspruchsvollen Offsetdrucks gerecht. Und mit



Die Kodak Referenten der Druckform-Veranstaltung, Joachim Pengler, Technical Sales Manager (links), und Dr. Stefan Kull, Director R&D Europe, Graphics, Entertainment & Commercial Films (Mitte), mit Klaus-Peter Nicolay, dem Moderator des Abends.



KBA Rapida 106 Mehrfach-Weltmeister im Mittelformat

Rüstzeitweltmeister ist die Rapida 106 mit 15 Jobs à 500 Bogen in der Stunde schon seit der drupa 2008. Inzwischen hält sie auch die Titel bei Druckgeschwindigkeit und Maschinenlänge. Bis zu 20.000 Bogen/h im Schöndruck bzw. 18.000 Bogen/h im SW-Druck und bis zu 19 Druck- und Veredelungswerke hintereinander gibt es sonst kaum. Teure Stillstandszeiten haben wir weiter reduziert, z. B. durch den automatisierten Lackform- oder Rasterwalzenwechsel parallel zu anderen Prozessen. Kommen Sie vorbei und testen Sie den Weltmeister aller Klassen im Mittelformat!



Auflagenleistungen von bis zu 200.000 Drucken im Rollenoffset und 100.000 im Bogenoffset kann die Platte mit ökologischer Vorbildfunktion ein breites Auftragspektrum abdecken.

Basis: ThermoFuse

Agfa Graphics ist mit seiner ThermoFuse-Technologie bereits seit 1998 unterwegs. Zunächst integriert in Druckmaschinen nach dem Prinzip des Digital Imaging mit ThermoLite, seit 2002 aber auch mit den chemie- und entwicklungsfreien Platten Azura und Amigo.

Jörg Dreyer, Manager Plate Systems Support bei Agfa Graphics in der Region Zentraleuropa, verwies dabei darauf, dass ThermoFuse ein physikalischer und kein chemischer Prozess sei. Hier werden die Platten nach der Bebilderung entweder in einer Clean-Out-Unit oder einem Standard-Prozessor lediglich mit einer Clean-Out-Lösung behandelt. Diese Flüssigkeiten sind jedoch in keiner Weise mit herkömmlichen Chemikalien, wie man sie aus dem klassischen Nassprozess bei der Plattenentwicklung kennt, vergleichbar. Es sind allesamt umweltfreundliche Substanzen.

So werden etwa bei der Azura TS 78% an Entwickler eingespart und 100% Wasser. Ohnehin seien die prozesslosen Plattensysteme über alles gerechnet (einschließlich CO₂-Emissionen und weitere im Eco-Indikator gewichteten Umwelteinflüsse) um den Faktor 5 umweltfreundlicher als herkömmliche Druckplattensysteme.

Öko-Fortschritte auch bei »konventionellen« Plattensystemen

Die Repräsentanten von Kodak zeigten im weiteren Verlauf des Abends auf, dass das Unternehmen die Umweltfreundlichkeit seiner Plattenprodukte nicht nur auf einem Gleis vorantreibt. So weisen unter anderem auch die Kodak Trillian SP Platte und die für den Zeitungsoffsetdruck optimierte, neue Kodak Thermal-

news PT Platte diverse Pluspunkte in Sachen Ökologie auf. Diese negativ arbeitenden Platten kommen ohne den Preheat- und Vorspül-Schritt und den damit verbundenen Strom- und Wasserverbrauch aus. Zudem bewältigen sie auch ohne energieintensives Einbrennen – obwohl erforderlichenfalls möglich – hohe Druckauflagen. Ein weiterer Aspekt ist der minimierte Chemieverbrauch dieser Platten, die auch keine Antioxidationsregenerierung mehr erforderlich machen.

Dr. Stefan Kull ließ mit Blick in die Zukunft keinen Zweifel daran, dass Kodak auf diesem Weg – Reduzierung von Chemieverbrauch und Prozessschritten bei allen Plattensystemen – entschlossen fortfahren wird. Und was die Press-Ready-Technologie betrifft, ist eine Ausdehnung ihrer Anwendung auf weitere Felder zu erwarten.

Die Qual der Wahl

Am Ende der Druckform-Veranstaltung war eines klar: Eine umweltverantwortliche Produktion muss heute nicht an der Offsetdruckplatte scheitern. Bis hin zu völlig prozessfreien Platten für unterschiedliche Einsatzbereiche gibt es Produkte, mit denen Offsetdrucker in der Druckformherstellung und späteren Auflagenproduktion eine neue Qualität der Nachhaltigkeit erzielen und dauerhaft halten können.

Welche Technologie nun die für den jeweiligen Betrieb bessere oder angenehmere ist, muss jeder selbst entscheiden. Denn es gibt keine einheitliche Antwort für alle Anwendungen. Da hielten es die Referenten wie bei der Freiheit beim Autokauf: Diesel oder Benzin? Jeder muss selbst wissen, was er will. Und für die unterschiedlichen Bedürfnisse gibt es eben auch unterschiedliche Lösungen.

➤ www.graphics.kodak.com

➤ www.agfagraphics.de

Stromfresser in den Büros

Forsa-Studie: Fehlendes Wissen zum Stromverbrauch im Unternehmen

Obwohl 83% aller Einkäufer in deutschen Unternehmen Energie sparen als wichtig erachten, kennen fast zwei Drittel ihre laufenden Stromkosten nicht. Mit steigender Unternehmensgröße sinkt das Wissen hierüber sogar noch weiter. Das zeigt die Studie »Strom sparen im Bürodruck«, die Forso im Auftrag von Epson durchgeführt hat. Insgesamt belegt die Umfrage, dass Einkäufer deutliche Wissenslücken haben, wenn es um die Bewertung der Energieeffizienz von Drucktechnologien im Unternehmen geht. Doch ohne fundiertes Know-how über den Stromverbrauch sind energieeffiziente Einkaufsentscheidungen kaum möglich.

Laserdrucker gehören zu den Büro-Geräten mit dem höchsten Stromverbrauch (bis zu 1.000 Watt/ Stunde). Dennoch setzen 86% der Unternehmen Laserdrucker ein. Die Mehrzahl aller Entscheider bewertet zudem das Stromsparerpotenzial durch den Einsatz alternativer Drucktechnologien deutlich zu niedrig.

Die Forso-Studie betrachtete drei Personengruppen in Unternehmen, die in Einkaufsentscheidungen eingebunden sind: IT-Leiter, Leiter der Einkaufsabteilungen und die Geschäftsleitung. IT-Leiter haben unter allen Befragten

den schlechtesten Einblick in die anfallenden Kosten von Druckern. In der Mehrzahl können sie weder die Stromkosten noch die Aufwände für Verbrauchsmaterialien beziffern. Die Entscheidungsträger in Einkaufsabteilungen sind deutlich besser informiert, wenn es um die Kosten für Drucker- und Verbrauchsmaterialien geht. Mehr als die Hälfte von ihnen müssen allerdings bei der Einschätzung der Stromkosten im eigenen Unternehmen passen (55%). Die Geschäftsleitung, die wiederum strategisch über die Geräteinfrastruktur in Unternehmen entscheidet, kann dagegen zwar häufig die Stromkosten beziffern, über die Höhe der Verbrauchskosten kann sie meist keine Auskunft geben.

Die Mehrheit der Unternehmen setzt Laserdrucker ein, 50% nutzen sie sogar ausschließlich. Tintenstrahlgeräte werden deutlich seltener eingesetzt: Nur 2% aller Befragten gaben an, dass sie vor allem Tintenstrahl-drucker verwenden, 1% nutzt sie ausschließlich. Und das, obwohl 43% der Umfrageteilnehmer davon überzeugt sind, dass Tinte gegenüber Laser sparsamer ist. Allerdings liegen sie in ihrer Einschätzung der tatsächlich erreichbaren Einsparpotenziale zu niedrig. Nur jeder Vierte schätzt, dass sich die Kosten um mehr als 30% reduzieren lassen. Eine bereits im Jahre 2011 vom Mailänder Polytechnikums erstellte Studie machte deutlich, dass sich durch den Einsatz von Inkjetdruckern gegenüber Laserdruckern bis zu 80% Strom einsparen lässt. Wärmebilder von Laser- und Tintenstrahldruckern zeigen deutlich, wo Strom verschwendet wird. Benötigen Laserdrucker große Hitze, um das Druckbild auf die Seite zu bringen, ist Inkjetdruck eine »kalte« Technologie. Hier werden nur mikroskopisch kleine Tröpfchen einfach und stromsparend auf das Papier geschossen.

➤ www.epson.de



Wärmebild beim Drucken: Laserdrucker verbrauchen bis zu 1.000 Watt in der Heizphase und erscheinen damit sehr hell. Energieeffiziente Tintenstrahler benötigen nur gut 30 Watt.

DER SCHLAUMACHER Nachhaltigkeit

Die Verschwendung von und der unachtsame Umgang mit Ressourcen hat ein erschreckendes Mass angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte auch in der Medienproduktion notwendig. Dabei können Auftraggeber und Drucker ihrer humanen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und wirtschaftlich davon profitieren. Schliesslich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit.

Es ist also höchste Zeit sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem auch das Gefühl, den eigenen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.



Dossier

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit muss Teil der Medienproduktion werden. Wie? Das Heft informiert umfassend.

März 2012.

44 Seiten, A4.

18.00 CHF.



Know-how
aktuell!

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

www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Lackplatten selbst herstellen

Die Einführung der Lackplatte Accent beim Verpackungsspezialisten Schelling AG gilt als Weltpremiere. Die betriebsinterne Bebilderung und Herstellung der Lackplatten erhöht die Effizienz und Flexibilität in der Produktion, reduziert die Gesamtbetriebskosten und verleiht den Endprodukten einen besonderen Akzent.

Text und Bild: Lüscher

Die Schelling AG mit Sitz im Schweizerischen Rupperswil und Niederlassungen in Schafisheim, Oensingen sowie einer Vertriebsniederlassung in Hanau bei Frankfurt ist Komplettanbieter von Verpackungen und Displays aus Karton und Wellkarton. Das Unternehmen bietet umfassende Verpackungslösungen aus einer Hand, ist im Schweizer Markt einer der führenden Anbieter und hat auch im internationalen Vergleich einen guten Namen.

Schelling will seine Marktstellung festigen und weiter ausbauen. Als Faktoren nennt das Unternehmen dazu Kundennähe, gut ausgebildete Mitarbeiter, Flexibilität, Zuverlässigkeit, marktgerechte Innovationen und prompte Lieferungen. Die Prozesse werden laufend optimiert und es wird in neue Technologien investiert. Bereits vor drei Jahren wurde die Druckvorstufe mit einem XPose 230 UV von Lüscher modernisiert. Die Druckveredelung, insbesondere die Lackierung, erlangt für Schelling eine immer größere Bedeutung. »Wir spüren große Nachfrage nach Spotlackierungen. Unsere Kunden möchten sich mit hochwertigen Verpackungen differenzieren und diese kostengünstig und schnell beziehen«, meint Jürg Murri, Druckvorstufenleiter bei Schelling. Für diese Lackierungen benötigt das Unternehmen besondere Lackplatten, die bisher bei einem externen Dienstleister bezogen wurden, was zu hohen Kosten und langen Bearbeitungszeiten führte. Schelling benötigt aber

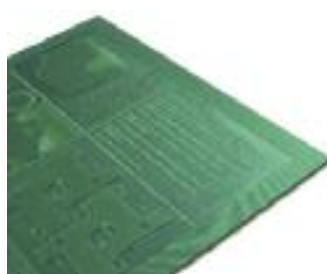
eine schnellere Lieferung, um die Betriebsflexibilität zu erhöhen. Allerdings war es nicht möglich, Lackplatten hoher Qualität und mit einer Geschwindigkeit, die dem Belichten von Offsetplatten entspricht, in der eigenen Druckvorstufe herzustellen.

Betriebsinterne Herstellung

Die Lüscher AG Maschinenbau, Entwickler und Hersteller von Belichtungssystemen für unterschiedliche Drucktechnologien, und MacDermid, amerikanischer Hersteller von Druckplatten und Geräten für den Verpackungsdruck, haben erkannt, dass eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Druckereien und



Jürg Murri, Druckvorstufenleiter bei Schelling ist äußerst zufrieden mit der internen Lackplattenproduktion auf dem XPose UV von Lüscher.



Eine belichtete Accent Lackplatte.

dem Lackplattenangebot auf dem Markt besteht und entwickelten die Lackplatte Accent für den Verpackungs- und Werbedruck. Diese Lösung wurde durch die Zusammensetzung der Platte und der Verfügbarkeit von CtP-Systemen möglich, die mit UV-Hochleistungslasern bei 405 nm arbeiten. Da eine Lackplatte an sich schwieriger zu belichten ist als eine Offsetplatte, weil sie eine relativ dicke Polymerschicht besitzt, entwickelte Lüscher eine Software, um feine 3D-Details mit entsprechenden Flanken und Rückseiten zu belichten. So können CtP-Systeme, die bisher zur Belichtung von Offsetplatten eingesetzt wurden, zusätzlich auch die Lackplatte Accent verarbeiten.

Diese Platte deckt genau den Bedarf von Schelling. Ein Lüscher XPose UV mit 405 nm UV-Hochleistungslasern ist bereits seit einigen Jahren im Einsatz: Die Platten können ohne Umrüstung des Belichters mit derselben Präzision und Registergenauigkeit wie Offsetplatten belichtet werden. Ein positiver Nebeneffekt war auch die umweltschonende Herstellung der Lackplatten, denn Umweltschutz

und Ressourcenschonung sind wichtige Ziele bei Schelling.

Die Prozesse in der Produktion laufen einwandfrei. Die vorgestanzte Lackplatte (Bacher-System) wird in die Innentrommel des XPose eingelegt, automatisch fixiert oder mit Hilfe von Registerstiften positioniert und dann mit den 405 nm UV-Lasern belichtet. Nach der Belichtung wird die Platte mit einem Wasserprozessor von MacDermid ausgewaschen, unter Hochtemperatur getrocknet und anschließend UV-nachbelichtet. Eine Accent Platte ist nach durchschnittlich 70 Minuten fertiggestellt.

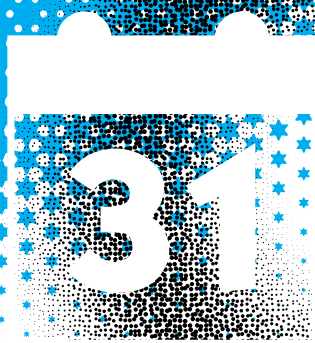
Lackplatte verbessert die Wettbewerbsfähigkeit

»Einerseits wurde für uns die Flexibilität um ein vielfaches größer, andererseits können wir auf die Qualität der Verpackungen Einfluss nehmen. Es wurden Optimierungen bei der Druckbarkeit der Lacke und Bedruckstoffe vorgenommen, was auch von den Kunden honoriert wurde. Wir sind heute in der Lage Spezialprodukte herzustellen«, kommentiert Jürg Murri und meint abschließend: »Die Lackplatten werden intern sehr schnell hergestellt. Diese Zeitersparnisse erhöht die Effizienz in der Produktion massiv. Die Entscheidung für die Investition hat sich auf jeden Fall gelohnt.«

» www.luescher.com

Winter & Frühling 2013

Terminkalender



GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

4.4.2013

Written Images

Wenn ein Programmcode zu einer Serie von Kunstbuchunikaten wird

25.4.2013

GFZ Generalversammlung

Wir freuen uns auf ein spannendes Programm mit einer aussergewöhnlichen Premiere...

NEUE PRITSTOP-VERSIONEN Enfocus hat Updates für PitStop Pro 11 und PitStop Server 11 freigegeben, die bei impressed zu beziehen sind. Dieses zweite Update verfügt über mehrere neue Funktionen und Leistungsmerkmale zur Optimierung der Software. PitStop Pro 11 und PitStop Server 11 Update 2 unterstützt nun Adobe Acrobat XI Standard oder Pro, Microsoft Windows 8, neue Preflight-Korrekturprofile und neue vordefinierte Aktionslisten. ➤ www.enfocus.com ➤ www.impressed.de

UPDATE FÜR i1PROFILER X-Rite hat Verbesserungen an der Farbmanagementsoftware i1Profiler vorgestellt. Mit dem Update auf Version 1.4 bietet i1Profiler jetzt Funktionen zum Erstellen von Scannerprofilen und



die Unterstützung aller aktuellen Betriebssysteme. Die aktuelle Version hat erweiterte Modi für kalibrierte und profilierte Monitore (darunter auch Voreinstellungen für Workflows in der Videoproduktion), Projektoren, Scanner

und Drucker. Scannerfunktionen stehen jetzt in i1Photo Pro 2, i1Publish Pro 2, i1Publish und allen Upgrade-Paketen zur Verfügung. Bestehende Anwender erhalten das Software-Update kostenlos. ➤ www.xrite.com

WOCHENBLÄTTER MIT GOGOL PUBLISHING Die zum Verbund der Göttinger Tageblatt GmbH gehörenden Wochenblätter »Blick« und »Halo Sonntag im Eichsfeld« setzen auf modernes Publishing: In deren Gemeinschaftsportal werden mit gogol Publishing alle Inhalte online erfasst und in einem durchgängigen webbasierten Workflow für die Produktion der Printprodukte weiterverarbeitet. ➤ www.gogol-medien.de

A3-DOKUMENTENSCANNER Canon hat die A3-Highspeed-Scanner DR-G1100 und DR-G1130 vorgestellt, die Geschwindigkeiten von bis zu 200 beziehungsweise 260 Bildern pro Minute erreichen. Beide Modelle bieten einen automatischen Papiereinzug für 500 Blatt zur Verarbeitung von Dokumenten in einem einzigen Arbeitsgang. Die Systeme machen ein tägliches Scanvolumen von bis zu 30.000 Scans möglich. Diese Leistung wird durch einen integrierten Bildverarbeitungs-Chip unterstützt, der auch dann die volle Scangeschwindigkeit aufrecht erhält, wenn mehrere Bildverbesserungsfunktionen angewählt sind. Dank eines optimierten Papierwegs lassen sich Papiere von 20 g/m² bis zu 255 g/m² scannen. Ebenfalls integriert wurden Sensoren zur Erkennung von Heftklammern, um Schäden zu verhindern. ➤ www.canon.de

MARKTÜBERSICHT WEB-TO-PUBLISH-SYSTEME Die Unternehmensberatung Melaschuk Medien hat ihre Marktübersicht Web-to-Publish-Systeme aktualisiert. Auf der Internetseite stehen nun überarbeitete Produktinformationen von rund 100 Systemen aus den Bereichen Web-to-Print, Web-to-Publish und Crossmedia online kostenlos zur Verfügung. ➤ www.melaschuk-medien.de

MONOTYPE STATT LINOTYPE Monotype Imaging Holdings Inc. hat den Namen der Tochtergesellschaft Linotype GmbH in Monotype GmbH geändert. Diese wird unter der Marke Monotype weiterhin die Linotype-Schriftenbibliothek und die Linotype E-Commerce Seite betreiben. Die Linotype-Schriften bleiben als Bestandteil der Monotype-Schriftbibliotheken weiterhin verfügbar und wird auch künftig neue Schriften veröffentlichen. ➤ www.monotype.com

Canon CanoScan 9000F Mark II SCANNER MIT DURCHLICHT- EINHEIT UND NEUER SOFTWARE

Canon stellt mit dem CanoScan 9000F Mark II das neue Flaggschiff seines CanoScan Portfolios vor, der ab April erhältlich ist. Der leistungsstarke 9.600 dpi CCD-Scanner mit Durchlichteinheit sowie innovativer Software ersetzt den CanoScan 9000F und ist eine Empfehlung für den professionellen, schnellen und hochwertigen Scan von Dias, Negativen, Fotos und Dokumenten. Der CanoScan 9000F Mark II ist ab April zum Preis von 229 Euro erhältlich.



An Bord des CanoScan 9000F Mark II ist die neue Software My Image Garden für die bequeme Navigation zwischen den Scanfunktionen und mit interessanten Features, darunter auch eine innovative Gesichtserkennung, für die Organisation und Verwaltung von Bildersammlungen. Für einfaches Dokumentenhandling beinhaltet My Image Garden die Texterkennung OCR und eine Funktion zur PDF-Generierung mit der Möglichkeit, vertrauliche Dokumente bereits beim Scan-Vorgang mit einem Passwort zu sichern. Die Funktion Stitch Assist ist ideal für große Dokumente oder Fotos bis zum Format A3. Diese können in zwei Teilen gescannt und im Anschluss zusammengefügt werden. Durch CCD-Sensor und einer maximalen Abtastauflösung von 9.600 x 9.600 dpi bei Durchlicht- und 4.800 x 4.800 dpi bei Aufsichtsvorlagen erreicht der CanoScan 9000F Mark II für beide Vorlagentypen mit detailreichen Scans eine Scanqualität der Spitzenklasse. Auto Document Fix sorgt ganz automatisch für Scans mit randscharfer Textdarstellung und hervorragend optimierter Farbtonwiedergabe und Kontrast. ➤ www.canon.de

Druckplattenwerk Osterode SYSTEMATISCHES ENERGIEMANAGEMENT

Kodak hat in den letzten Jahren sein Druckplattenprogramm gezielt dahin entwickelt, Offsetdruckereien eine umweltfreundlichere Produktion zu ermöglichen, ohne Zugeständnisse hinsichtlich Auflagenleistung und Druckqualität machen zu müssen. Auch bei der industriellen Herstellung von Offsetdruckplatten besteht noch Potenzial zur Verringerung von Umweltauswirkungen der angewandten Prozesse. Um dieses Potenzial zu heben, führt Kodak jetzt im Druckplattenwerk in Osterode am Harz ein Programm zur Verbesserung der Energieeffizienz und besseren Schonung von Energieressourcen durch.

Am größten Kodak Produktionsstandort für Offsetdruckplatten wird ein umfassendes Energiemanagementsystem etabliert. Ziel ist die Zertifizierung des Energiemanagements gemäß DIN EN ISO 50001:2011 noch im laufenden Jahr. Diese Zertifizierung wird das bereits seit 1995 bestehende Qualitätsmanagementsystem gemäß DIN EN ISO 9001, das im Jahr 2001 implementierte Umweltmanagement gemäß DIN EN ISO 14001 sowie das Arbeitsschutzmanagement nach BS OHSAS 18001 ergänzen. Das Energiemanagement-Projekt berührt alle Bereiche des Osteroder Betriebes, bezieht sämtliche Mitarbeiter ein und wird in mehrere Stufen umgesetzt. In einem ersten Schritt erfolgt eine Bestandsaufnahme und Analyse des Energieeinsatzes. Anhand der dabei ermittelten Einsparpotenziale werden Regeln zur Steuerung des Energiemanagements definiert und im gesamten Betrieb umgesetzt. Daran wird sich der Einstieg in einen kontinuierlichen Prozess zur Optimierung der Energieeffizienz und Realisierung von Energieeinsparungen anschließen.

➤ www.graphics.kodak.com

Esko**FLEXOPLATTENBELICHTER CDI SPARK 2420**

Esko erweitert seine CDI-Produktfamilie für die Flexoplatzenbelichtung. Der neue CDI Spark 2420 wurde für Verarbeiter von Schmalbahn-Etiketten entwickelt und verbindet die neue Plattengröße mit einer breiteren Auswahl an unterstützten Plattenmaterialien. Der CDI Spark 2420 belichtet Platten bis 609 mm x 508 mm, digitale Flexoplatzen, chemiefreien Film, digitale Tiefdruckplatten auf Folien- und Metallbasis und Digitalsiebe.



Die Handhabung wird durch das EasyClamp-System erleichtert, mit dem sich Flexoplatzen jeder Stärke auf der Vakuumschüssel fixieren lassen.

Esko bietet den CDI Spark 2420 mit verschiedenen Bebilderungsaufösungen an. Kunden haben die Wahl zwischen der Standardauflösung von 2.000 ppi bis 2.540 ppi, einer hochauflösenden Hi-Res-Option für 2.540 ppi bis 4.000 ppi sowie HD Flexo mit 4.000 ppi in Kombination mit hochauflösender Rasterung.

➤ www.esko.com/FlexoCtP

Kodak ThermalNews PT**PLATTE FÜR ÖKONOMISCHEN ZEITUNGS-DRUCK**

Kodak hat sein Portfolio an Druckplatten für umweltbewusste Zeitungsdrucker erweitert. Die neue Kodak ThermalNews PT kann ohne Vorerwärmung (Preheat) und Vorwaschen verarbeitet werden und spart somit Energie und Wasser. Die Platte bietet dabei die gleichen Leistungsmerkmale wie die ThermalNews Gold, sodass Kosten und Umweltauswirkungen reduziert werden können, ohne Einbußen hinsichtlich Auflagenbeständigkeit oder Druckqualität hinnehmen zu müssen. Der Preheat- und Vorwasch-Schritt kann auch beibehalten werden, um Auflagen bis zu 350.000 Drucken zu erzielen.

Die ThermalNews PT bietet nach Angaben von Kodak eine hervorragende Auflösung und ermöglicht die Produktion mit frequenzmodulierter Rasterung (36 µm). Damit eröffnet die Platte neue Produktionsmöglichkeiten. Zudem reduzieren die saubere Verarbeitung und lange Entwicklerstandzeit die Kosten für Chemie sowie den Wartungs- und Reinigungsaufwand für die Verarbeitungsanlage.

Durch den Wegfall der Vorerwärmung verkürzt sich die zur Plattenherstellung benötigte Zeit. Energie spart auch das Abschalten der Plattenverarbeitungsanlage während produktionsfreier Zeiten, da sie sich bei Bedarf schnell hochfahren lässt. Außerdem begnügt sich die Kodak T-HDX Plattenverarbeitungsanlage mit einer sehr kleinen Stellfläche.

➤ www.graphics.kodak.com

Heidelberger Druckmaschinen**NEUER KUNDE FÜR DAS SOFTWARE-GESCHÄFT**

Heidelberg baut das Geschäft mit CAD-Software weiter aus. Das Unternehmen hat nach einer entsprechenden Information die Daimler AG als Kunden gewonnen und erweitert so Kundensegmente außerhalb der Druckbranche. Die Daimler AG setzt weltweit an allen Entwicklungsstandorten bei der Qualitätsprüfung ihrer Produktdaten im CAD-Umfeld auf die Software von Heidelberg.

»Die Entscheidung von Daimler für die Software von Heidelberg ist ein wichtiger Vertrauensbeweis«, sagt Stephan Plenz, Vorstand Equipment bei Heidelberg. »Es ist ein Meilenstein auf dem Weg, mit innovativen Produkten neue Kundensegmente außerhalb der Printmedien-Industrie zu erschließen.«



Der Heidelberg CAX Quality Manager prüft die Produktdatenqualität für die Prozesskette von der Entwicklung über die Fertigung und Montage bis hin zum Service. Dabei kann der Anwender wahlweise Einzelteile, komplette Baugruppen oder Zeichnungen untersuchen. Das System zeigt Fehler an, macht Korrekturvorschläge und dokumentiert alle Ergebnisse. Heidelberg nutzt das Verfahren selbst seit rund sechs Jahren für die eigene CAX-Datenprüfung und hat die Software permanent weiterentwickelt. Der CAX Quality Manager kam im Sommer 2012 auf den Markt. Mittlerweile nutzen rund 30 Kunden das Programm.

➤ www.heidelberg.com

GMC Inspire**PERSONALISIERTE KARTEN IN DOKUMENTE INTEGRIEREN**

In der Kundenkommunikations-Plattform GMC Inspire stehen ab sofort personalisierte Karten in einer vollintegrierten Lösung zur Verfügung. locr maps, der Kooperationspartner von GMC im Bereich personalisierter Karten für Print und Cross Media, bietet damit eine Weiterentwicklung für die Integration dieses Personalisierungs-Instrumentes in Dokumente aller Art: Hohe Auflagen an individualisierten Karten können auf den locr-Servern



über eine parallele Schnittstelle realisiert werden. Sie werden über die Web-basierte locr maps Software Schnittstelle (API) einfach in die bestehenden Dokumente eingefügt. »Die nahtlose Integration von locr maps Karten in GMC Inspire erlaubt den GMC-Kunden eine einfache Einbettung von personalisierten Karten in verschiedene Kommunikations-Dokumente wie Transaktionsdokumente, Direkt-Mailings und Transpromo-Dokumente. Personalisierte Karten bringen nachweislich bessere Response-Quoten mit sich und unterstützen so eine erfolgreiche Kunden-Kommunikation«, sagt Bill Parker, Marketingleiter GMC Software.

➤ www.gmc.net

KURZ & BÜNDIG

Metrix Software hat die Version 2012 mit integrierter **Adobe** Preview sowie neuen Funktionen für die Druckbogenplanung und -optimierung freigegeben. Das Programm ist bei **impressed** zu beziehen. • Zum 25. Geburtstag von Adrian Frutigers Avenir-Schriftfamilie brachte **Linotype** mit der Avenir Next Rounded eine Ergänzung des serifenlosen Avenir-Designs heraus. • Durch die Integration der Softwarelösung Imposstrip OnDemand Automation von **Ultimate** Technographics stehen jetzt automatisierte Ausschließ-Workflows über **Enfocus** Switch zur Verfügung. • **axaio** software hat die Verfügbarkeit einer neuen Version seines Ausgabewerkzeugs MadeToPrint bekannt gegeben. •

App Studio NEUES PREISMODELL FÜR INDESIGN

App StudioT gab ein neues niedrigeres Preismodell für InDesign Anwender bekannt. Für 89,95 € pro Monat können jetzt Designer, die mit InDesign arbeiten, native Multi-Issue iOS Apps für iPad und iPhone erstellen. Zusätzlich können sie Single Edition Apps für eine einmalige Gebühr von 169,95 € pro App erstellen. Die neuen Preismodelle geben jetzt auch kleineren Unternehmen eine kostengünstige Möglichkeit, HTML5-basierte Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Mit App Studio verwenden Designer die Layout-Werkzeuge, die sie bereits kennen, um interaktive Inhalte für Tablet und Smartphones zu erstellen – dabei ist keine Programmierung erforderlich. Einige der erfolgreichsten Verlage, Agenturen, Corporate Marketing Abteilungen und Non-Profit-Unternehmen nutzen App Studio, um überzeugende interaktive Anwendungen, die weit über langweilige, statische PDFs hinausgehen, zu produzieren.

➤ www.appstudio.net



Workflow Symposium Hochschule der Medien Stuttgart

Integrierte Medienproduktion von Printplus Druck und Viva Designer

Am 19. Februar 2013 stellten Viva und die Printplus AG am Workflow-Symposium an der Hochschule der Medien die integrierte Medienproduktion am Beispiel Printplus Druck und Viva Designer vor. Die Teilnehmer erlebten, wie die beiden Spezialisten ihre Produkte zu einem durchgängigen Prozessablauf verknüpften.

Für viele Unternehmen bedeutet die Installation eines Internetshops, gleichzeitig auch die Entscheidung für eine Web-to-Print-Lösung. Internet-Nutzer setzen voraus, dass sich mit einem Programm sämtliche Anforderungen der Produktegestaltung von der Visitenkarte bis zur mehrseitigen Mitarbeiterzeitung umsetzen lassen. Meist soll die Lösung zusätzliche Funktionen wie PDF-Prüfung und Freigabe umfassen. Kann ein Werkzeug nicht alle Aufgaben erfüllen, ist man gezwungen dem Kunden verschiedene Zugänge/Portale bereitzustellen. Wie Printplus diese Problematik und die gewünschte Integration des Bestellprozesses in die Branchensoftware löst, zeigten die Anbieter am Beispiel der Integration von Viva Designer in das Druckerei-Portal von Printplus Druck auf.

Die Druckerei stellt dem Kunden als zentralen Zugang das Druckerei-Portal zur Verfügung. Dieses lässt sich als B2B- oder B2C-Portal konfigurieren. Die flexible Oberfläche erlaubt jeder Druckerei ihren Auftritt an ihr eigenes CI oder an jenes des Kunden anzupassen. Es lassen sich eingelagerte Artikel mit zu produzierenden Produkten in einer Übersicht thematisch gegliedert anzeigen. Wählt der Kunde ein zu gestaltendes Produkt, kann die Druckerei je nach Aufgabenstellung ein abweichendes Gestaltungswerkzeug in das Druckerei-Portal einbinden. Ist dem Produkt der Viva Designer zugewiesen, erhält der Besteller die Möglichkeit die in Viva vorbereitete

Vorlage auf seinen Arbeitsplatz herunterzuladen.

Im nächsten Schritt kann der Anwender sein Produkt gestalten. Dabei hat er die Wahl, die Dokumente entweder offline auf seinem Desktop oder in gleicher Qualität online mit Hilfe des Satz-, und Layoutprogramms VivaDesigner zu bearbeiten. Für die Online-Version wird weder Java, Flash oder irgendein Plugin, sondern nur ein HTML5-fähiger, moderner Browser benötigt. Durch die Einbindung von Schriften in das Dokument müssen weder bei der Online-, noch bei der Offline-Version Schriften auf dem System installiert werden. Mithilfe des Zusatzmoduls »Distributed Publishing« kann die Bearbeitung jedes einzelnen Viva-Dokuments vom Niveau eines professionellen Layoutprogramms bis auf Fotobuch-Niveau stufenlos eingeschränkt, einzelne Ebenen und Musterseiten mit Passwörtern geschützt werden.

Schließt der Kunde die Bearbeitung des Dokumentes ab, sendet er das PDF an die Druckerei und wird für den Abschluss der Bestellung direkt in das Druckerei-Portal von Printplus Druck weitergeleitet. Mit der Eingabe von Menge, Liefer-, Rechnungsadresse wird die Bestellung abgeschlossen.

In vielen Fällen muss der Auftrag für die weitere Bearbeitung manuell in die Branchensoftware übertragen werden. Die integrierte Lösung von Printplus Druck unterstützt den Anwender mit einem automatisierten Import. Kundenadressen, weitere Vorgaben des Kunden und den gewünschten Produktionsweg übernimmt das System automatisch aus den zentralen Stammdaten. Eine zusätzliche Erfassung von Daten für die Produktionsplanung, Materialdisposition oder den Versand ist nicht notwendig.

➤ www.vivadesigner.de

➤ www.printplus.ch

Bierdeckeldruckerei Katz EFI MONARCH MIT SAP- SOFTWARE IM EINSATZ

Die Bierdeckeldruckerei Katz GmbH in Weisenbach hat ihre bisherige Produktions-Software durch das Efl Monarch-System ersetzt und mit der SAP-Software für das Finanz- und Rechnungswesen und die Materialwirtschaft verbunden. Damit wurde der gesamte Produktionsablauf schneller, flexibler und sicherer gemacht und mit den neuesten Funktionen von Efl Monarch erweitert. Katz Weisenbach ist Mitglied der Katz-Gruppe, die mit zwei weiteren Bierdeckeldruckereien in den USA jährlich mehr als drei Milliarden gedruckten Bieruntersätzen größter Hersteller der Welt ist. 2009 wurde die Katz Gruppe von der Papierfabrik August Koehler SE aus Oberkirch übernommen. Sie besteht heute aus drei Papierfabriken in Oberkirch, Kehl und Greiz und beschäftigt rund 1.800 Mitarbeiter. Die Katz GmbH verwaltet ihr Rechnungswesen und die Materialwirtschaft mit SAP-Software, weshalb sie beide Druckereien in den USA auf SAP umstellen wollten. Beide arbeiteten mit Efl Monarch sowie Funktionen wie der elektronischen Platanfahle (PrintFlow) und dem Efl AutoCount, das in Echtzeit den Papierverbrauch und die Makulatur überwacht sowie die Produktion der wichtigsten Fertigungslinien.

Das amerikanische Management wehrte sich gegen den Verlust dieser Funktionen. Fachleute aus Weisenbach und Oberkirch wollten diese Funktionen ebenfalls einsetzen. Nachdem ein Beraterteam von Efl eine Lösung entwickelte, wie man Monarch bei Katz in Weisenbach und Köhler in Oberkirch mit SAP verbinden könnte, entschied sich die Firma zur Bestellung des Efl Monarch-Systems für Weisenbach und führte es erfolgreich ein.

➤ www.efi.com

Farbserver ColorLogic ZePrA SONDERFARBMODUL IM EINSATZ BEI ALPRINTA

In einem modernen Druckunternehmen wie der alprinta GmbH mit Sitz in Leverkusen herrschen ständig variierende Druckbedingungen. Hier ist die exakte Wiedergabe von Sonderfarben von besonderer Bedeutung. Den unterschiedlichen Anforderungen passt sich alprinta mit gezieltem Farbmanagement an.

»Sicherheit erhält man nur«, so Jan Lukat, Leiter der Druckvorstufe bei alprinta, »wenn man den Prozess auf das Wesentliche reduziert – hier gilt: Weniger ist mehr!«

Alle überflüssigen Parameter wurden abgeschaltet – dafür lässt man die Produkte von ColorLogic für sich arbeiten. Der Farbserver ZePrA mit dem neuen Sonderfarbmodul spielt dabei eine zentrale Rolle. Ist

eine Sonderfarbe einmal eingemessen und in der Sonderfarben-Bibliothek hinterlegt, werden diese auf den unterschiedlichsten Materialien auch und unter variierenden Druckbedingungen farbgetreu wiedergegeben. Druckspezifische Schwankungen können zudem mit dem Gradationsmodul ausgeglichen werden.

»ZePrA ist sehr flexibel und die Qualität klasse. Ich kann zwischen einer vereinfachten und automatisierten Konfiguration wählen, habe aber dennoch die Möglichkeit, detailliert die vielseitigen Einstellmöglichkeiten des Farbmanagements zu definieren. Genau diese Flexibilität lässt mich ganz gezielt auf die Eigenschaften jeder Kombination von Druckmaschine und Material eingehen, um so die bestmögliche Qualität zu erreichen«, erläutert Jan Lukat.

➤ www.impressed.de

kapak gmbh KOMPAKT, KREATIV, KUNDENORIENTIERT

Die kapak gmbh, Korschbroich, ist eine Offsetdruckerei mit Faltschachtelwerk, die von der Verpackungsentwicklung über die Druckproduktion, Veredelung und Verarbeitung bis zum Transport die komplette Dienstleistungskette auf Basis von Vollpappe bietet.

Schon früh hat der geschäftsführende Gesellschafter Malte Oellers erkannt, dass hohe Flexibilität in der Fertigung und eine Verlässlichkeit bei der Lieferung eine effiziente Verwaltung benötigt. Daher hatte sich Oellers 2011 entschieden, auf die DVS-System-Software zu setzen. Überzeugt hat Oellers die Verwendung der integrativen Datenerfassung vor Ort mittels Scanner zur Unterstützung der gesamten Materialwirtschaft, der auch für kleinere Betriebe außerordentlich interes-

sant ist. Ausschlaggebend für die Software aus dem Hause DVS war auch die Möglichkeit der Erweiterung des MIS um die Entwicklung. So können aus einem umfangreichen Faltschachtelkatalog maßgerechte CAD-Daten erzeugt und auf einem Musterplotter ausgegeben werden. Das verkürzt die Mustererstellung und unterstützt so aktiv bei Beratung und Verkauf.

Auch das CRM-Modul DVSQIC ist im Einsatz. Es sammelt, strukturiert und präsentiert die gesamten externen und internen Informations- und Kommunikationsströme. Es geht damit nichts mehr an Informationen verloren, um schnell und flexibel mit wenig Aufwand Fertigung und Verwaltung auf die Kundenbedürfnisse hin zu orientieren.

➤ www.dvserp.de



VERSCHLUSS: 750ER ROSÉGOLD
STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT,
SPESSARTIN, TANSANIT, TURMALIN

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
10.15 UHR – 13.00 UHR
14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
10.15 UHR – 16.00 UHR



Für Manel Martinez, Vice President und General Manager EMEA GSB bei HP, liegen die Herausforderungen im Digitaldruck in der Erweiterung der Angebote und Anwendungsfelder. Dies kann einerseits mit neuen Maschinen wie der HP Indigo 10000 (Bild) ermöglicht werden, andererseits müssten sich Druckereien aber auch neue Marktsegmente erschließen. Dies sei insbesondere durch den Übergang von der statischen hin zur variablen Datenproduktion möglich.



Zeit der digitalen Integration

Die Veränderung in der grafischen Industrie vom konventionellen zum digitalen Druck hat im letzten Jahr bereits an Fahrt aufgenommen. Dabei verschiebt sich mittlerweile der Fokus der Klienten und Kunden: In Zukunft wird es daher weniger darum gehen, wie etwas gedruckt wird, sondern was gedruckt wird.

Manel Martinez, Vice President und General Manager EMEA GSB bei HP, sieht für Druckdienstleister in nahezu jedem Betätigungsfeld das Entstehen neuer Möglichkeiten. Um daraus Vorteile ziehen zu können, müssten die Drucker allerdings erkennen, dass der eigentliche Druckprozess nur ein erster Schritt zum Erfolg ist. »Die größte Herausforderung im laufenden Jahr 2013 und danach wird es sein, aufstrebende Märkte anzusprechen und Inhabern von Marken und Inhalten aufzuzeigen, was digitales Drucken für sie erreichen kann«, sagt Martinez.

Denn die Technik ist unbestritten reifer denn je. Die aktuellen Generationen digitaler Druckmaschinen sind nach Martinez' Worten Systeme, die Druckqualität, Spezialeffekte, Geschwindigkeit, Vielseitigkeit und Profitabilität bieten, wie es beim Start des Digitaldrucks vor zwei Jahrzehnten kaum vorstellbar war. Dazu kommen noch die Maschinen für völlig neue Anwendungen.

»Auf der drupa 2012 haben wir neue, vielseitige HP-Indigo-Digitaldruckmaschinen vorgestellt, unter anderem die HP Indigo 10000 Digital Press mit dem größeren Formatbereich 50 mal 70 Zentimeter, neue HP Color Inkjet Web-Maschinen für den Druck von Publikationen, Direktmailings oder Transpromo-Anwendungen, digitale Druckmaschinen für flexible Verpackungen und Faltschachteln sowie unser umfangreiches Portfolio an Latex-Tinten-druckern«, erläutert Martinez.

Den Weg ebnen

Darunter sind zwar noch Maschinen, die dem Markt noch nicht zur Verfügung stehen wie etwa die HP Indigo 20000 und 30000, dafür gehe die Beta-Testphase des HP Indigo 10000 gut voran, sagt Martinez. »Wir erhalten positives Feedback von den Einsatzorten auf der ganzen Welt und das Interesse an der Druckmaschine hat seit der drupa sogar noch zugenommen.«

Die HP Indigo 10000 biete eine völlig neue Flexibilität und neue Anwendungsmöglichkeiten sowie optimierte Arbeitsabläufe, erläutert Manel Martinez: »Daher bin ich davon überzeugt, dass die HP Indigo 10000 den breiten Markt für den Digitaldruck weiter öffnen wird. Diese Entwicklung ist nicht zuletzt den Druckdienstleistern gedankt – denn sie erreichen Industrie, Handel und Endverbraucher. Genau deshalb müssen die Hersteller von Druckmaschinen ihre Kunden und deren Kunden über den traditionellen technischen Support hinaus unterstützen. Dies tun wir mit Programmen wie Capture, der Latex University und Dscoop.«

Die Weichen stellen

Zudem zeigt sich Manel Martinez überzeugt, dass sich Druckereien »trotz – oder gerade wegen – der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheiten« neue Marktsegmente erschließen könnten, indem sie ihre Geschäftsbereiche erweitern und

ihren Kunden ein breiteres Produktspektrum anbieten. Das unterstreichen zumindest die Zahlen, die Manel Martinez nennt: »Die Bereiche der HP Indigo und der HP Color Inkjet-Web-Maschinen verzeichnen zweistelliges Wachstum und auch im Latexdruck werden neue Anwendungen – zum Beispiel individuelle Textilien oder Tapeten im Bereich der Innendekoration – immer beliebter. Mehr als 12.500 Systeme wurden ausgeliefert, seit sie auf dem Markt sind, und das Druckvolumen stieg von 2011 bis 2012 um 50 Prozent.« Ähnliches gelte für die HP Indigo Digitaldruckmaschinen 10000, 20000 und 30000, die mit der Möglichkeit, größere Formate zu drucken, ein immenses Potenzial für Druckbetriebe und Unternehmen der Verpackungs- und Faltschachtelindustrie bergen. Im Bereich von Sign & Display werden als Reaktion auf die steigende Nachfrage immer wieder neue großformatige Drucklösungen auf den Markt gebracht.

Ebenso bei den Highspeed-Inkjet-Rollenmaschinen. »Seit Einführung der HP Color Inkjet Web Press im Jahr 2009 wurde das Portfolio stetig vergrößert. Inzwischen werden drei verschiedene Bahnbreiten angeboten sowie zahlreiche Erweiterungen für Farbmanagement, Geschwindigkeit, Workflow und das Finishing. Die Web Press ist nun fest integriert im Markt. Die massive Steigerung des Druckvolumens von 660 Milliarden Druckseiten im vierten Quartal 2011 auf 1.648 Milliarden im vierten

Quartal 2012 zeigt, wie diese Technologie vom Markt angenommen wird.«

In die Zukunft blicken

Doch trotz dieser Erfolge gibt es zweifellos auch noch einiges zu tun. Denn im Zentrum zukünftiger Entwicklungen steht für Manel Martinez der Übergang von der statischen hin zur variablen Datenproduktion. Als prominente Beispiele nennt er Kataloge und Mailings. »Hier zeigt sich das digitale Paradigma in Aktion: Innovative Lösungen ermöglichen Druckern und ihren Kunden, sich auf eine regelrechte ›Wertschöpfungsreise‹ zu begeben.«

Gleichzeitig müssen sich Print und die Entwicklung des Digitaldrucks nach Ansicht von Manel Martinez zu höherer Qualität, größerer Auswahl und zu günstigeren Preisen bewegen. Dies bedeute, einen ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen: »Im ersten Schritt werden Kosten durch geringere Set-Up-Zeiten und weniger Abfall reduziert. Der nächste Schritt ermöglicht niedrigere Gesamtkosten aufgrund der digitalen Produktion – inklusive der Kosten für Lagerung, Versand und Recycling. Und schließlich muss der Digitaldruck einen Mehrwert durch personalisierte und ansprechendere Inhalte bieten und somit profitabler werden«, erläutert Manel Martinez.

nico

» www.hp.com/de

Reif für den Markt

Mit der kommerziellen Verfügbarkeit der Fujifilm Jet Press 540W geht nun eine weitere Highspeed-Inkjet-Rollenmaschine ins Rennen. Die zur drupa als Technologiestudie präsentierte Maschine soll nun für die kurzfristige Produktion von Broschüren, personalisierten Zeitschriften oder Büchern im Digitaldruck eingesetzt werden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Nachdem Fujifilm mit der Jet Press 720 bereits eine Inkjet-Maschine für den Akzidenzbereich im Bogenformat 50 cm x 70 cm etabliert hat, erweitert die Rollenmaschine das Angebot an digitalen Lösungen in einem vergleichbaren Format. In der Maschine mit einer maximalen Druckbreite von 540 mm lassen sich spezielle Inkjet- sowie unbeschichtete Papiere zwischen 64 g/m² und 157 g/m² einsetzen.

Kompakte Abmessungen

Bei der Jet Press 540W macht das Design der Maschine den Schön- und Widerdruck in nur einem Druckturm möglich. Daraus resultieren die kompakte Abmessungen der Maschine von nur 6,6 m x 2,8 m Standfläche.

Mit einer Produktionsgeschwindigkeit von maximal 127 m/Min. ist die Maschine zwar nicht übermäßig schnell, leistet aber dennoch rund 84.000 DIN-A4-Seiten pro Stunde. Die Auflösung von 600 dpi x 600 dpi soll zu einem späteren Zeitpunkt verdoppelt werden können, was dann eine bessere Druckqualität verspricht.

Die Inkjet-Rotation kann als eigenständiges System für die Produktion von Rolle auf Rolle genutzt werden oder mit Lösungen zur Weiterverarbeitung, bestehend aus einem Quer- und Längsschneider, erweitert werden. Zudem stehen beispielsweise für den digitalen Zeitungsdruck Finishing-Systeme von Hunkeler und für

den Akzidenz- und Bücherdruck Lösungen von Müller Martini zur Verfügung.

Typische Fujifilm-Komponenten

Der Aufbau der Maschine und weitere technische Daten lassen darauf schließen, dass es sich bei dem Modell um ein OEM-Produkt des japanischen Maschinenbauers Miyakoshi handelt, das Fujifilm um einige wesentliche Eigenentwicklungen erweitert und ergänzt hat.

So wird zur Ansteuerung der Jet Press 540W der Fujifilm Workflow XMF eingesetzt, der auch den variablen Datendruck ermöglicht. XMF gilt als eines der fortschrittlichsten modularen Produktions-Management-Systeme auf dem Markt und kann sowohl für Arbeitsabläufe im Offset- als auch für den Digitaldruck eingesetzt werden.

Für die Bilderzeugung in der Jet Press W via Drop-on-Demand-Technologie wird eine eigene Rastertechnologie eingesetzt, die auf dem Fujifilm FM-Screening basiert.

Ob es sich bei den Druckköpfen in der Maschine ebenfalls wie bei der Bogenmaschine Jet Press 720 um Eigenentwicklungen handelt, hat Fujifilm bisher nicht verraten. Es ist jedoch naheliegend, da auch in der Rollenmaschine die Vividia-Tinten von Fujifilm eingesetzt werden, die nach Angaben des Herstellers für eine hohe Bildqualität optimiert wurden. Dies ermögliche den Bilderdruck mit optimaler Dichte bei hoher Geschwindigkeit und dies auch auf dünnem Papier, da nur ein geringer Farbauftrag notwendig sei.

Pigment- und Dye-Tinten

Fujifilm habe die Pigment- und Dye-Tinten auf den Einsatz in dieser Maschine abgestimmt, um die Flexibilität und Vielseitigkeit der Maschine zu steigern. Die Vividia-WP-S-Pigmenttinte biete ein breites Farbspektrum und verhindere ein Durchschlagen der Tinte auf die Papierrückseite.

Die Vividia-WD-S-Dye-Tinte haben nach Angaben von Fujifilm einen ebenso großen Farbraum, bieten jedoch eine bessere Wasserbeständigkeit.

Hohe Erwartungen

Mit der möglichen Kombination von kleinen Auflagen und dem variablen Datendruck könnte die Jet Press 540 W eine Lösung für Druckereien, die sich im Digitaldruck neue Anwendungen erschließen wollen. »Wir haben schon während der drupa von unserer Kunden ein großes Interesse an dieser Technologie verzeichnet und setzen nun hohe Erwartungen in die neue Highspeed-Rollenmaschine«, sagt Taro Aoki, Leiter Produktentwicklung und Marketing, Graphic System Division bei Fujifilm Europe GmbH.

Eine Jet Press 540W steht im Fujifilm Technology Centre in Brüssel für individuelle Demonstrationen bereit.

➤ www.fujifilm.de



stoz werbung reflektiert werte



stoz.

folgerichtige schritte

Ein grosser Reichtum an Ideen ist gefragt, um das höchste Gut dieser Zeit zu erlangen – die Aufmerksamkeit.

Für jedes Angebot, das im Markt erfolgreich sein soll, ist überraschende Marketingkommunikation die Botschaft im Schaufenster zur Welt. Einzigartige Kreativität ist dafür die erste Voraussetzung. Sie hat die Kraft, die geltenden Werte zu reflektieren und die kommenden mit feinem Gespür aufzunehmen.

Die stoz werbeagentur entwickelt für Unternehmen und Marken die entsprechenden Strategien im richtigen Setting und dazu passend, die einzigartig überzeugenden Auftritte. Schritt für Schritt begleitet stoz damit ihre Kunden, vom lokalen Teehaus bis zum global tätigen KMU.

stoz ist seit 1993 ASW-Mitglied.

stoz reflektiert Werte im umfassenden Sinn. Zuoberst stehen Sympathie und Vertrauen. Die Sympathie als Motiv, Gemeinsames zu erarbeiten. Das Vertrauen als Basis, auf der Wertvolles entstehen kann. Von diesen Werten geleitet, erobert die erfahrene, kleine Agentur die Herzen der Menschen.

Entsprechend flexibel und überschaubar ist die Arbeitsweise mit einem grossen Leistungsangebot in allen Werbedisziplinen. Von der Idee bis zur Produktion bringt stoz Kommunikation auf den Punkt.

stoz werbeagentur ag asw

barzloostrasse 2
8330 pfäffikon zh

t +41 44 950 35 50
f +41 44 950 57 97

hello@stoz.ch
www.stoz.ch



ausgezeichnet.

ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen
Breitestrasse 1, Postfach 466
CH-8304 Wallisellen

T +41 44 831 15 50, F +41 44 831 14 24
info@asw.ch, www.asw.ch

Einzelhandelskommunikation 2.0

Die niederländische Thijsen Media Group hat die ersten vier von acht farbig druckenden Kodak Prosper-S20-Eindrucksysteme in Europa in Betrieb genommen. In zwei Rollenoffsetmaschinen sollen acht CMYK-Eindrucksysteme dieses Typs installiert werden. Damit baut die Gruppe ihre »Return On Ink«-Initiative aus.

Die ersten vier Kodak Prosper-S20-Eindrucksysteme wurden Ende 2012 bei der Thijsen Media Group (TMG) in Emmen in eine Rotation eingebaut, weitere vier werden im Frühjahr 2013 im Burener Betrieb des Unternehmens folgen.

Damit kann TMG Werbeprospekte bei hohen Produktionsgeschwindigkeiten mit farbigen, variablen Inhalten ergänzen. »Wir werden bald individuell angepasste Werbeprodukte anbieten, wobei wir dies vierfarbig bei 600 dpi Auflösung und einer Leistung unserer Rollenoffsetmaschinen von 60.000 Exemplaren



pro Stunde realisieren können«, erklärt **Onno Thijsen**, Geschäftsführer der TMG. Durch diesen Schritt würden zahlreiche Anwendungen kommerziell praktikabel. »Wir sind fasziniert von den neuen Anwendungen, die wir mit dieser Lösung herstellen können. Wir können nun Gewinnzahlen in Werbeblätter eindringen oder Bilder dynamisch austauschen – zum Beispiel Ortschilder von Städten oder Bilder lokaler Händler. Wir sind sogar in der Lage, vollständig personalisierte Ausgaben zu produzieren«, erläutert Thijsen.

Erwin Busselot, Kodak Marketing Director for Digital Printing, hebt zudem die interessanten gewinnbringenden Möglichkeiten hervor, die TMG nun bieten kann: »Das Prosper-S20-Eindrucksystem erlaubt es, Druckprodukte herzustellen, die für

die Zielgruppen der TMG-Kunden relevanter und attraktiver sind. Außerdem helfen die Systeme dem Unternehmen, sich in kreativer Hinsicht noch weiter von seinen Mitbewerbern abzuheben.«

»Return On Ink«-Programm

Mit der Inkjet-Technologie von Kodak lassen sich Informationen mit spezifischer Relevanz für den einzelnen Empfänger eindringen. Dies hilft dem international agierenden Direktwerbe-Druckspezialisten, sein »Return On Ink«-Programm zu erweitern. Mit dieser Initiative gibt das Unternehmen seinen Kunden Ratschläge und Empfehlungen, wie sie die Effektivität ihrer Kampagnen mit Werbeblättern und Prospekten verbessern können.

Die Thijsen Media Group startete ihr »Return On Ink«-Programm im April 2012. In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Validators gestaltet die TMG Werbeblätter unter Anwendung von Neuro-marketing-Techniken: Eyetracking (Blickverlaufsverfolgung), Signalerkennung und Fragebogen. Das Programm liefert Einblicke in das Leseverhalten von Verbrauchern, woraus die Kunden der TMG Lehren ziehen und die Umfrageergebnisse zur Optimierung ihrer Werbekampagnen nutzen können – beispielsweise durch die Ergänzung spezifischer Informationen, die für die jeweiligen Empfänger relevant sind. Deshalb bedeuten die Kodak Prosper-S20-

Eindrucksysteme eine wesentliche Verbesserung der Produktionsmöglichkeiten.

Effektiv und effizient

Mit ihrem Programm verfolgt die Thijsen Media Group das Ziel, die Webdrucke so effizient wie möglich zu produzieren und sie so verständlich wie möglich zu gestalten. Wie Onno Thijsen erklärt, werden zuerst die Kosten analysiert: »In vielen Fällen ist es sinnvoll, ein Standardformat zu wählen. Aus verschiedenen Umfragen, die wir durchgeführt haben, ging hervor, dass das Format keinerlei Auswirkung auf die Response-Rate oder den Traffic hat, den ein Werbeblatt generiert. Außerdem haben Untersuchungen ergeben, dass die Verbraucher handliche Formate bevorzugen. Bezüglich der Papierart empfehlen wir unseren Kunden aus dem Handelsbereich, diese Komponente aus Sicht des Kunden zu betrachten und den wirtschaftlichsten Papiertyp zu wählen, der zum Stil ihrer Ladengeschäfte passt. Teurere Papiere schneiden in Bezug auf das Image unserer Kunden oder die Traffic-Generierung nicht besser ab.«

Steigerung der Aufmerksamkeit

Die TMG wendet zudem einen Traffic-Generator an, um die Effektivität der Werbung zu steigern. Zusammen mit der hybriden Druckproduktion in Kombination aus Offset- und Inkjet-

Druck hilft dies nach Auffassung der Verantwortlichen des Unternehmens, die Aufmerksamkeitsstärke der Werbeprodukte zu verbessern und Konversionsraten zu steigern. Onno Thijsen fährt fort: »Wir wenden dieses Modell bei unseren Kunden aus dem Einzelhandel an, um zu berechnen, was wir mit dem verfügbaren Budget erreichen können. Wir sind überzeugt, dass eine Zusammenarbeit auf diese Weise und die Nutzung des hybriden Drucks für die Zukunft von Flyern und Prospekten als effektive Werbemittel entscheidend sind.«

Lösungen präsentiert

Die Thijsen Media Group lud bestehende und potenzielle Kunden sowie Partner zur Premiere ihrer neuen Inkjet-Eindrucksysteme ein. Bei dem Anlass erörterte eine Expertenrunde die Auswirkung visueller Aspekte im Werbeprodukt. Dabei kam zum Ausdruck, wie wichtig es ist, die richtige Botschaft in den richtigen Briefkasten zu bekommen.

Anschließend erklärte Onno Thijsen, wie die Auftraggeber des Unternehmens mit gedruckten Werbemitteln Kosten sparen und ihre Kundenzahlen deutlich steigern können: »Wir nennen es »Einzelhandelskommunikation 2.0«. Wir setzen neue Technologien und Branchenwissen ein, damit unsere Kunden eine bessere Investitionsrendite erzielen.«

» graphics.kodak.com

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Der Zyklus enthält zwölf Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spiess und Zwiebelfisch. Die Zeichnungen stammen von Carlfritz Nicolay.
Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

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



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

OPEN HOUSE FÜR KARTONAGENDRUCKER Ende Februar kamen Verpackungsdruker aus Großbritannien und Südkorea ins KBA-Werk Radebeul, um sich über aktuelle Trends bei Druck und Veredelung von Kartonen zu informieren. Die von Marketingleiter Jürgen Veil moderierten Druckdemonstrationen fanden an einer Sechsfarbenmaschine Rapida 145 mit Lackwerk, einer höher gesetzten Rapida 106 mit sechs Farbwerken und Lackturm und einer Sechsfarben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung und ColdFolier für die Kaltfolienveredelung im Inline-Prozess statt. ➤ www.kba.com



ben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung und ColdFolier für die Kaltfolienveredelung im Inline-Prozess statt. ➤ www.kba.com

NEUE ECO-SOLVENTMEDIEN Ilford hat die OmniJet-Fotopapiere mit NanoSolvent-Schichttechnologie auf den Markt gebracht. Die Papiere sollen den höheren Druckgeschwindigkeiten neuer Drucker-Generationen standhalten und über eine hybride Schichtkonstruktion, bei der das Lösungsmittel von einer Pumpschicht aufgenommen wird, die Farbpigmente an der Oberfläche halten. Dadurch sei der Ausdruck sofort trocken und nicht mehr klebrig, teilt Ilford mit. Zudem garantierten die auf einem PEFC-zertifizierten Papierträger aufgebauten hochweißen und wasserfesten Fotopapiere auch bei Metallic-Tinten gute Bildqualität, hohe Farbdichte und einen großen Farbraum. ➤ www.ilford.com

MOBILE-SHOPS IN SECHS SPRACHEN Onlineprinters gehört nach eigenen Angaben zu den Top-5-Online-druckereien in Europa und bietet als einer der wenigen Online-Druckdienstleister seine Drucksachen und Werbemittel über Mobile-Shops an. Ruft ein Smartphone-Nutzer den Onlineshop auf, erfolgt automatisch die Weiterleitung auf den Mobile-Shop. Das umfassende Angebot an Offset- und Digitaldrucksachen steht Onlinekäufern in ganz Europa jetzt in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Niederländisch und Spanisch zur Verfügung. In Deutschland wurde der Mobile-



Shop bereits 2011 eingeführt und mit großem Erfolg von den Onlinekunden angenommen. ➤ www.diedruckerei.de

VARIABLER DATENDRUCK FÜR LFP Mit dem VDP Creator schließt Color Gate eine Lücke im Variable Data Printing (VDP). Die Gestaltungsoftware ist ein Werkzeug zum Erstellen individueller Druckvorlagen für die Ausgabe über Digitaldrucksysteme. Dabei ist sie besonders für Drucker im Large Format Printing (LFP) mit mittleren und kleineren Druckauflagen geeignet und kann direkt mit ColorGate RIP Softwarelösungen verbunden werden. Erfolgsversprechende Einsatzgebiete finden sich zum Beispiel in den Märkten Digital Label Printing, Sign und Displays sowie Werbeartikel. ➤ www.colorgate.com

Times Union, Albany (New York) DAS VERTRAUEN GILT DEM ORIGINAL

Im Dezember 2011 kündigte die Hearst Corporation die Investition in eine neue Zeitungsdruckmaschine für den Standort Albany im Bundesstaat New York an, die ab Frühjahr 2013 eine über 40-jährige Hochdruckrollenrotation ersetzen wird. Auf den neuen Produktionsanlagen sollen künftig die 70.000 Exemplare (140.000 am Sonntag) der Zeitung ›Times Union‹ und andere Publikationen produziert werden. Zur Entnahme und Überführung der Exem-



plare in die Paketherstellung wird an den zwei Falzauslagen der Rotation je ein TTR-Fördersystem von Ferag angeschlossen. Bei Doppeldruckproduktion gilt es, pro Linie und Stunde bis zu 80.000 Exemplare zu übernehmen. In diesen Geschwindigkeitsspitzen arbeitet die Ferag-Technologie im 2:1-Modus bei halber Kettengeschwindigkeit. Wie der Projektverantwortliche Brad Calhoun sagt, wird die Anwendung neuer Werbeformate mit Labels nach dem Modell des Front-Page-Advertising fortgesetzt. Die zurzeit noch relativ langsame Applikationstechnik soll demnächst mit einem Accrply-Modul auf Leistungen von 80.000 Exemplaren pro Stunde ausgerüstet werden. Zukünftige Pläne könnten zudem eine Integration der Inline-Drahtheftung und des Dreiseitenbeschnitts beinhalten, um weiteres Potenzial im Commercial-Markt zu nutzen. ➤ www.ferag.com

plare in die Paketherstellung wird an den zwei Falzauslagen der Rotation je ein TTR-Fördersystem von Ferag angeschlossen. Bei Doppeldruckproduktion gilt es, pro Linie und Stunde bis zu 80.000 Exemplare zu übernehmen. In diesen Geschwindigkeitsspitzen arbeitet die Ferag-Technologie im 2:1-Modus bei halber Kettengeschwindigkeit. Wie der Projektverantwortliche Brad Calhoun sagt, wird die Anwendung neuer Werbeformate mit Labels nach dem Modell des Front-Page-Advertising fortgesetzt. Die zurzeit noch relativ langsame Applikationstechnik soll demnächst mit einem Accrply-Modul auf Leistungen von 80.000 Exemplaren pro Stunde ausgerüstet werden. Zukünftige Pläne könnten zudem eine Integration der Inline-Drahtheftung und des Dreiseitenbeschnitts beinhalten, um weiteres Potenzial im Commercial-Markt zu nutzen. ➤ www.ferag.com

➤ www.ferag.com

Delta Packaging AUF WACHSTUMSKURS MIT EINER SPEEDMASTER XL 106

Bei Delta Packaging im nordirischen Belfast wird in Kürze eine Speedmaster XL 106-6 LYYL von Heidelberg installiert. Der Verpackungsdruker nimmt damit seine vierte Heidelberg-Maschine in Betrieb. Ausgestattet mit einer Speedmaster XL 105 und zwei CD 102 will Delta mit der Aufstockung seines Drucksaals mehr Aufträge und neue Geschäftsfelder bedienen und zudem weitere Arbeitsplätze schaffen. Alle vier Druckmaschinen bei Delta



Delta Produktionsleiter Conor Conolly erwartet von der neuen Speedmaster XL 106-Sechsfarben in Doppellackkonfiguration hohe Effizienz und Leistungsfähigkeit.

sind mit sechs Farbwerken, zwei Lackwerken und verlängerter Auslage ausgestattet. Diese Konfiguration erlaubt dem Verpackungsdruker hohe Flexibilität beim Lackieren. Die Doppellackmaschinen umfassen zwei Lackwerke und zwei Zwischenwerke mit integrierter Trocknertechnologie. Als Alternative zu einer reinen UV-Maschine kann die Speedmaster XL 106 in Doppellackkonfiguration konventionelle Farben verarbeiten und inline nach Auftrag eines Primers mit UV-Lack versehen.

Die vier Maschinen arbeiten alkoholreduziert. Delta verwendet ausschließlich lebensmittelunbedenkliche Farben. Zusätzlich hat Delta in den Prinect Pressroom Manager investiert, der mit dem unternehmenseigenen MIS-System vernetzt wird und in Echtzeit Feedback über Produktionsstand, Produktivität und Verbrauchsmaterialien liefert. ➤ www.heidelberg.com

➤ www.heidelberg.com

Link Label**ETIKETTENQUERSCHNEIDER
ISH 330**

Für Etiketten, die auf Rolle gedruckt und als Bogen gebraucht werden, hat der taiwanesischen Maschinenhersteller Link Label den Querschneider ISH330 entwickelt, der beliebige Schnittlängen sowie eine Skip-Funktion ermöglicht. Ein optischer Sensor steuert das Register. Pneumatische Andruckwalzen und eine durch Vakuum erzeugte Bahnspannung sorgen für Schnittgenauigkeit von bedrucktem und unbedrucktem Material.



Mit einer Vakuumpumpe und mit Rädern ausgestattet, ist der Schneider standortunabhängig und mobil. Zum Stand-alone-Konzept gehört die integrierte Abrollung mit Rollensensor für Rollen bis maximal 550 mm Durchmesser. Die maximale Leistung wird mit 500 Schnitt pro Minute angegeben und ist abhängig von Material und Abschnittlänge. Unter Produktionsbedingungen können mehr als 100.000 Etiketten pro Schicht geschnitten werden.

Für das Modell kann Grafische Systeme, Vertriebspartner von Link Label in Mittel- und Nordeuropa, den ersten Verkaufserfolg melden: Die Hagmaier Etiketten und Druck GmbH in Münsingen hat einen ISH 330 erworben.

➤ www.grafische-systeme.com

Meilenstein**INBETRIEBNAHME EINER
12-WERKE RAPIDA 106**

Nach erfolgreicher Inbetriebnahme der 12-Werke Rapida 106, die eine Schweizer Premiere in dieser Maschinen-Konfiguration darstellt, feierte die Druckerei Saint-Paul Ende November 2012 mit einem Open House diesen Meilenstein in der Firmengeschichte. Im Beisein von Gästen aus Politik, Wirtschaft, Industrie und Gewerbe wurde die Hightech-Maschine in Fribourg eingeweiht und demonstriert. Mit der zukunftsweisenden Technologie



V. r.: Thomas Burri, Direktor Druckerei Saint-Paul; Thierry Mauron, Direktor der Gruppe St. Paul; Alain Berset, Bundesrat; Georges Godel, Staatsrat des Kantons Freiburg; Martial Pasquier, Verwaltungsratspräsident der Gruppe St. Paul.

präsentierten Thierry Mauron, Direktor der Gruppe St. Paul, und Thomas Burri, Direktor der Druckerei Saint-Paul, die mit der Investition verbundene strategische Ausrichtung des Druck- und Medienhauses sowie deren zusätzliches Dienstleistungsangebot.

➤ www.kba.com

➤ info@printassist.ch

Basler Schnelldruck**ZWEIFARBENMASCHINE
FÜR SONDERFARBEN**

Hinter »Basler Schnelldruck BSBS« steht mehr, als der Name vermuten lässt. Der sechsköpfige Betrieb arbeitet für Basler Museen und andere renommierte Institutionen. Eine der Spezialitäten ist der Postkartendruck mit feinstem FM-Raster, die auf einer Fünffarben-Speedmaster SM 52-5+L gedruckt werden.

Jüngst hat das Unternehmen in den Bogenoffset investiert und eine zwölfjährige Speedmaster SM 52-2



Unternehmensgründer Bernhard Schlattmann, Drucktechnologe Pierre Delachaux, Geschäftsleiter Adrian Schlattmann und Pascal Röllli von der Heidelberg Schweiz (v. l.).

durch eine moderne Variante gleicher Bauart ersetzt. Die Zweifarbenmaschine ist das Arbeitspferd für Aufträge von Kunden, die Drucksachen in Pantonefarbtönen bestellen. Mit der Maschine von Heidelberg hat sich der Geschäftsführer Adrian Schlattmann wieder für Drucktechnologie der Kategorie »Best in Class« entschieden, wie er selbst sagt.

Eine deutliche Komfortsteigerung bringt auch die neue Polar N 78 Plus. Die Schneidmaschine bietet Programmierautomatik am 18,5-Zoll-Farbmonitor für einen automatisierten Arbeitsablauf.

➤ www.ch.heidelberg.com

Sprintis**MIT DEM ERGEBNIS AUF DER
PAPERWORLD ZUFRIEDEN**

Mit dem Messeergebnis der paperworld ist Sprintis eigenen Angaben zufolge sehr zufrieden: So wurden nach Aussage des Familienunternehmens sowohl viele neue und interessante Kontakte geknüpft, als auch Bestandskunden, die man bis dato nur vom Telefon kannte, erstmals persönlich begrüßt.

Präsentiert wurden auf der paperworld hauptsächlich Produkte, die direkt an Bürofachhändler verkauft werden. So befinden sich in vielen



Sprintis-Messestand auf der paperworld.

Katalogen der Branche beispielsweise Visitenkartenboxen, selbstklebende Dreiecktaschen oder CD-Taschen aus dem Hause Sprintis. Gleichzeitig wurden, auf Grund des hohen Besucheranteils von Produzenten für Büroartikel, viele Produkte, die zur Erstellung von Druckprodukten für die Büroartikelindustrie benötigt werden, ausgestellt. Gezeigt wurden aus diesem Segment beispielsweise Drahtbindespulen für die Kalenderherstellung und Gummizugschnüre mit Metallsplinten, welche häufig für die Produktion von Notizbüchern eingesetzt werden.

➤ www.sprintis.de

KURZ & BÜNDIG

Konica Minolta hat für den bizhub C554 den renommierten »iF Product Design Award« erhalten. Der Award ist einer der bedeutendsten Designwettbewerbe weltweit. • **Efi** bietet mit Fiery XF 5 eine neue Software für Auflagendruck und Proofing innerhalb von Workflows für seine Wide-Format-Drucker sowie Branchenapplikationen (MIS/ERP) an. • Das **Sihl** Masterclass Fotopapier mit Perlmutt-Effekt ist jetzt als Rollenware in den Rollengrößen 17, 24 und 44 Zoll lieferbar. • Seit Februar 2013 ist das Haftpapier der Marke Core exklusiv bei **Deutsche Papier** in Augsburg erhältlich. • Der Papiergroßhändler **Carl Berberich** erweitert das Angebot von 2800 Laser um neue Flächengewichte und bietet es nun in den Grammaturen 60, 70, 80, 90, 100, 110, 160, 210, 250, 300 und 400 g/m² an. • **GMG** unterstützt mit neuen Software-Versionen für seine Proof-Lösungen das neue Betriebssystem Windows 8. • **Efi** bietet jetzt die Fiery-Farbcontroller E-42 und E-82 auf Basis der Fiery FS100 Pro an, zwei digitale Frontends speziell für das Drucksystem **Ricoh** Pro C901 Graphic Arts+. •

ingenieurbüro mauser-kaiser ENERGIEBERATUNG UND -OPTIMIERUNG

Nachhaltigkeit in Produktion und betrieblichen Abläufen zählt zu den Trends in der Druckbranche. Damit rückt auch der Energieverbrauch in den Blickpunkt – ein Aspekt, der durch die stetige Verteuerung von Energie noch an Dringlichkeit gewinnt. Gerade bei Gebäuden und Gebäudetechnik sowie im Zusammenspiel zwischen Gebäudeinfrastruktur und Produktionsanlagen bestehen vielfältige Möglichkeiten zur Energieeinsparung. Um Unternehmen angesichts der vielfältigen Optimierungsmöglichkeiten sinnvolle Entscheidungsgrundlagen zu geben, bietet das ingenieurbüro mauser-kaiser, Aschheim bei München, unabhängige Energieberatungen an. Zunächst erfassen die Berater den Zustand des Gebäudes sowie der gesamten technischen Gebäudeausrüstung und bewerten ihn energetisch. Bei der Einteilung des Gebäudes in energetisch relevante Zonen werden spezifische Erfordernisse der Produktionsprozesse ebenso berücksichtigt wie Synergieeffekte mit möglichen Modifikationen der Produktionstechnik. Daran schließt sich die Erarbeitung konkreter Optimierungsmaßnahmen in mehreren Varianten an, wobei die Investitionsvolumina den zu erwartenden Einsparungen gegenübergestellt werden, sodass die Wirtschaftlichkeit einzelner oder kombinierter Maßnahmen deutlich wird. Durch die Energieberatung erhalten Betriebe genaue Handlungsempfehlungen für eine bestmögliche Energieoptimierung und damit für eine Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsbilanz.

➤ www.mauser-kaiser.de

Die Expertcut von Bobst EINE REVOLUTIONÄRE EVOLUTION

Auf der drupa 2012 präsentierte Bobst eine neue Version der Flachbettstanze Expertcut 106 PER mit Nutzentrennung. Bei ihr wurden verschiedene Prozessschritte weiter optimiert, was die Verfügbarkeit der Maschine und damit ihre Produktivität erhöht. Die ersten Maschinen dieser Generation wurden Ende letzten Jahres ausgeliefert. Laut Jacques Reymond, bei Bobst Head of Product Marketing in der Business Unit Sheetfed, sind die Verän-



derungen an der Expertcut 106 PER »evolutionärer Art«, während ihre Auswirkungen ein geradezu revolutionäres Ausmaß hätten. »Die Expertcut 106 PER hat sich im Markt als Arbeitstier für mittelgroße bis große Faltschachtelhersteller etabliert. Wir konnten bei ihr nun einige neue Leistungsmerkmale realisieren, mit denen unsere Kunden ihren Netto-Produktionsausstoß steigern sowie Kosten und Makulatur bei gleichzeitig vereinfachter Wartung verringern können. Alles in allem bieten diese Neuheiten enorme Vorteile.«

Die Modifikationen erstrecken sich über den gesamten Stanzautomaten hinweg und umfassen eine neue Zuführtechnik, Änderungen beim Bogentransport, kürzere Rüstzeiten bei der Ausbrechstation und in der Auslage sowie Entwicklungen, die den Verschleiß der Stanzwerkzeuge verringern und somit ihre Lebensdauer verlängern.

➤ www.bobst.com

Neueröffnung bei Müller Martini in Zofingen

Print Finishing Center als Zentrum für den Know-how-Transfer

Nach umfangreichen Umbauarbeiten im Fabrikgebäude am Hauptsitz von Müller Martini in Zofingen, öffnete Anfang Februar das neue Print Finishing Center für Maschinenvorfürungen, Schulungen und den Know-how-Transfer für Produkte und das Daten- und Prozessmanagement.

In dem modernen Maschinenpark und unterstützt durch eine optimale

Informiert wird zudem über die Softwarelösungen von Müller Martini. So steht mit dem Daten- und Prozessmanagement-System Connex eine Komplettlösung von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung zur Verfügung. Connex steuert die Produktionen auf unterschiedlichsten Systemen. Einen weiteren Schwerpunkt bildet auch das Service-Portfolio MMSer-



Seit Februar 2013 werden im neuen Print Finishing Center von Müller Martini in Zofingen Know-how-Transfer, Schulungen und Maschinendemonstrationen angeboten.

Infrastruktur werden auf 2.000 m² Maschinenvorfürungen und Produktdemonstrationen für Kunden organisiert und durchgeführt. Verfahrens- und Produkttests, beispielsweise mit besonderen Papieren oder außergewöhnlichen Veredelungen, liefern wichtige Inputs und unterstützen dabei die Weiterentwicklung der Müller-Martini-Systeme.

Maschinenführer und Bedienpersonal aus aller Welt werden im Maschinenpark, der die Sammelhefter Presto II mit der Möglichkeit für digitale Verarbeitung, Primera mit Einsteck- und Foliermaschine Sitma und Tempo 220 mit Paketalettierung, das Einstecksystem FlexLiner für den Zeitungs-Versandraum und Mailing-Markt sowie eine Sigma-Line für die digital Buchproduktion umfasst, aus- und weitergebildet. Die Instruktoren und Prozess-Spezialisten unterrichten die Kursteilnehmer im theoretischen wie auch im praktischen Umgang mit den Weiterverarbeitungssystemen.

Anhand anschaulicher Beispiele werden Elemente des Programms präsentiert, wie MMInspect, der präventive Inspektionsservice von Müller Martini. Unter MMUptodate werden mögliche Updates und Upgrades vorgestellt, die den Lebenszyklus der Maschinen verlängern und dafür sorgen, dass sie über viele Jahre leistungsfähig bleiben.

Parallel zu Schulungen und Demos können sich die Besucher in der Product Innovation Lounge über spezielle Printprodukte und deren Herstellung informieren und von Produktideen inspirieren lassen. In angenehmer Atmosphäre lässt sich hier über neue Märkte und Visionen diskutieren.

➤ www.mullermartini.com



Die Verbindung einer soliden Berufs-Grundausbildung mit einem folgenden berufsbegleitenden Qualifizierungs-Studium und zertifiziertem

Abschluss generiert Führungskräfte, die fest auf dem Boden der Realität stehen und zugleich den Über- und Weitblick haben. Es sind eben jene Führungskräfte, auf die man in den KMU-Betrieben der Printmedienindustrie schlichtweg nicht verzichten kann.

Um so reicher an Perspektiven kann der Entschluss sein, jetzt mit einem solchen viersemestrigen und berufsbegleitenden Studium zur Druckauffrau oder zum Druckkaufmann zu beginnen. Denn es legt die Grundlage für das, was man gemeinhin als «Karriere» bezeichnet und ebnet den Weg von ausführenden Arbeiten zu leitenden Funktionen, zum Management und durchaus auch weiter in die Selbstständigkeit.

Der Abschluss mit Zertifikat ist ein sichtbarer Ausweis für Können und Leistungen über dem Durchschnitt. Es ist der Einstieg in mehr Selbstständigkeit, Verantwortung, in aussichtsreiche Laufbahnen sowie Karrieren. Und es ist die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management.

Vier Semester, zwei Studienjahre, machen fit für diese wertvolle Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist. Tatsache ist, dass die Absolventen der «gib»Zürich nach bestandener Prüfung verantwortungsvolle beziehungsweise Führungs-Positionen erreichen konnten.

Karrieretipp: Der Weg zur Spitze

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

85. Lehrgang DK85, Beginn ab Oktober/November 2013

Auf **Infoabenden** können Sie sich eingehend informieren. Unverbindlich, exakt und persönlich. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.



Zürich



Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch

Instrument Flight mit Graubalance

Seit 2006 setzt Melter Druck eine Inline-Färbungsmessung und -regelung mit System Brunner Instrument Flight ein – allerdings im Rollenoffsetdruck. Die täglich erreichte Farbsicherheit und Zuverlässigkeit führten zu der Entscheidung, auch im Bogenoffset mit Instrument Flight zu arbeiten – als Erweiterung von KBA QualiTronic ColorControl an einer KBA Rapida 106.

Von MARTIN DÄNHARDT

Die Firmengruppe Melter mit Sitz in Mühlacker bei Pforzheim beschäftigt rund 300 Mitarbeiter. Spezialität des 1912 gegründeten Unternehmens ist die Produktion von Direct Mailings. Zur Umsetzung der überwiegend aus Werbeagenturen kommenden Entwürfe und Daten stehen Rollenoffset, Bogenoffset und Digitaldruck sowie vielfältige Möglichkeiten für die Inline- und Offline-Veredelung, Weiterverarbeitung, das Einstecken und Kuvertieren zur Verfügung. Zum wiederholten Male erhielt Melter 2012 das Gütesiegel des Deutschen Dialogmarketing-Verbands für Datenverarbeitung, Lettershop und Fulfillment.

Dass sich durch energiesparende Investitionen Geld verdienen lässt, beweist Melter Druck im Heatset mit einer thermischen Nachverbrennungsanlage von KBA MetalPrint. Eine Fotovoltaik-Anlage mit einer Kollektorfläche von insgesamt über 1.000 m² verbessert die Umweltbilanz zusätzlich.

Seit 2006 Färbungsregelung

Die beiden 1996 und 2001 installierten Heidelberg-Harris M-600 wurden Ende 2006 mit dem Color Control System (CCS) von QuadTech in Verbindung mit der Software System Brunner Instrument Flight ausgerüstet. Seit dieser Zeit wird der Druckprozess an den beiden 16-Seiten-Maschinen mit dem Instrument Flight unter Priorität Graubalance geregelt. »Seitdem haben die M-600

keine farbbedingten Reklamationen mehr verursacht«, bestätigt der technische Leiter **Klaus-Dieter Marquart**. Die System Brunner AG hatte Instrument Flight ab 1991 als Online-Lösung an Bogenoffsetmaschinen in den Markt eingeführt. Nach zweijähriger Entwicklungsarbeit mit QuadTech wurde Instrument Flight im Jahr 2000 auch für den Rollenoffset nutzbar gemacht.

Priorität Graubalance

Die Farbbalance definiert die Beziehungen der Prozessfarben zueinander in allen Tonwertbereichen, während die Graubalance die Farbbalance im Bereich der Grauchse definiert. Instrument Flight ermöglicht es, von der Volltonregelung zur exakteren »Priorität Graubalance« überzugehen. »Priorität Vollton« bewertet die vier individuellen Vollton-Farbdichten CMYK, lässt aber wichtige Tonwertinformationen als Teil des ProzessStandards außer Acht. Dagegen regelt »Priorität Graubalance« unter Berücksichtigung von mehr als 30 bildwichtigen Prozessvariablen, die aus dem Druckkontrollstreifen ermittelt werden – inklusive Tonwertzunahmen in CMYK und der Drei-Farben-Graubalancefelder im Mittelton und im Vollton, dazu auch die einzelnen Volltondichten. Dies ist effektiver, weil 90% aller Farbunterschiede durch Ton-

wertschwankungen an den Rasterpunkten im Zusammendruck lasierender Druckfarben entstehen.

Das Know-how von System Brunner besteht nicht nur in der Vielzahl der Parameter. Entscheidend ist ihre Bewertung und Gewichtung. Selbst die Prioritäten werden gewichtet: Im Heatset bei Melter heißt das Optimum der »Priorität Graubalance« eben nicht 100% Graubalance-Regelung, sondern 60% Graubalance-Einfluss gegenüber 40% Einzelfarben-Tonwertzunahme-Einfluss. Im Bogenoffset ist die optimale »Priorität Graubalance« wiederum unterschiedlich gewichtet.

Sinnvolle Automatisierungen

Im November 2011 ersetzte eine KBA Rapida 106 mit fünf Farben plus Lack die Maschine eines Mitbewerbers. Der VariDry-Hochleistungstrockner in der Auslageverlängerung kann bei gelegentlichem Einsatz von UV-Lack auch mit UV-Strahlern be-

stückt werden. Der Preset-fähige Anleger DriveTronic Feeder und die ziehmarkenfreie Bogenanlage DriveTronic SIS tragen zu hoher Bedruckstoffflexibilität der Maschine bei. Aufgrund der hohen Auflagenzahlen im Mailing-Bereich wurde auf den synchronen Plattenwechsel mit Einzelantriebstechnik DriveTronic SPC verzichtet und stattdessen der vollautomatische FAPC Plattenwechselautomat gewählt.

Da die Qualitätssicherung in dem PSO-zertifizierten Druckbetrieb eine herausragende Rolle spielt, entschied sich Klaus-Dieter Marquart für die Konfiguration KBA QualiTronic ColorControl mit System Brunner Instrument Flight. »Nach unseren positiven Erfahrungen im Rollenoffset war es keine Frage, dass wir Instrument Flight auch an der Rapida haben wollen«, sagt Marquart. »Mit den unterschiedlichen Papieren, die wir einsetzen, und ihren individuellen Bedruckbarkeitseigenschaften kommt tatsächlich nur



Die 2011 installierte KBA Rapida 106 verfügt über das Farbmess- und -regelsystem KBA QualiTronic Color Control plus System Brunner Instrument Flight.



Klaus-Dieter Marquart (vorn) bespricht mit Daniel Würzler, Geschäftsführung der System Brunner AG, die Unterschiede der Regelstrategien von Instrument Flight. Rechts Messfelder-Set für Instrument Flight an der Rapida (oben), System-Brunner-Streifen für QuadTech CCS im Heatset (unten).

Instrument Flight klar. Das sensible Tonwertzunahmeverhalten der Papiere stabilisiert nur eine Graubalance-Regelung, die optimal auf die Veränderungen im Feuchtmittel- und Farbverbrauch reagiert, sodass selbst ein geschultes Auge die Prozessabweichungen kaum mehr erkennt.

Seit Kurzem stellt System Brunner eine »Papierbibliothek« zur Verfügung. Darin speichert der Drucker die Papier-Farbe-Kombinationen als selbst definierte Kalibrierungsdateien ab. Kehrt das Papier bei einem Folgeauftrag wieder, genügt der Aufruf der betreffenden Kalibrierungsdatei und die Inline-Farbmesskamera erreicht sofort weitgehend kalibrierte Messergebnisse.

Identische Philosophie – anders realisiert

Die Philosophie von Instrument Flight mit Inline-Farbmessung und -regelung ist im Bogenoffset dieselbe wie im Rollenoffset, doch verlangt die Technik an der Rapida eine andere Realisierung. Der offensichtlichste Unterschied besteht in der Art des Messsystems: Im Rollenoffset gewinnt das Inline-Densitometer oder -Spektralfotometer absolute Messwerte, während im Bogenoffset die Farbmesskamera des Qualitronic ColorControl extern spektralfotometrisch kalibriert werden muss, um die maximale Mess- und Regelqualität zu erreichen. Bei den Druckkontrollstreifen verlangt die



Farbmesskamera an der Rapida etwas größere Messfelder im Vergleich zum Heatset.

Ein weiterer Unterschied ist, dass im Rollenoffset nach dem Schwebetrockner gemessen wird, im Bogenoffset vor dem Endtrockner am nassen Exemplar. Somit muss Instrument Flight an der Rapida die sogenannte Trocknungsdrift in den Dichte- und CIELAB-Werten berücksichtigen.

Da im Bogenoffset gepudert wird, kann an Geradeausmaschinen der Puder von der Vorderseite im Widerdruck zum Aufbau führen. Die Maschine druckt dann scheinbar etwas »spitzer«, weshalb sowohl der Drucker als auch die Färbungsregelung dazu neigen würden, die Dichte stärker als nötig nachzuführen. Deshalb hat System Brunner einen zusätzlichen Algorithmus entwickelt, der eine Überfärbung verhindert und trotzdem das Gesamtergebnis in Balance hält.

Wer wie Klaus-Dieter Marquart diese Feinheiten kennt und schätzt, kann sich das Urteil erlauben, dass »KBA mit der Option Instrument Flight für die Rapida eine überlegene Technologie anbietet«.

➤ www.melter.de
➤ www.kba.com

MIT OPS-HTML-EDITOR IN NEUEM DESIGN Die Karl Knauer KG hat ihrem Online-Shop präsentverpackung24.de mit dem HTML-Editor der Web-to-Print-Lösung OPS 5 (Online-PrintShop) von Printdata und M/S VisuCom ein neues Design gegeben. Damit wurde die Bedienungsfreundlichkeit der Plattform für individuell gestaltete Geschenkverpackungen erhöht. Über den Shop können Präsentkartons, Faltschachteln, Tragekartons, Kassetten, Tragetüten und Holzkisten bei einer großen Auswahl an Farben, Motiven und Veredelungsformen bestellt werden. Die Mindestbestellmenge wurde aufgrund des hohen Automatisierungsgrades auf 25 Stück reduziert.

➤ www.printdata.biz ➤ www.präsentverpackung24.de



RAPIDA 75 BRINGT KAPAZITÄTSSCHUB Die polnische Druckerei DTL in Porabka gehört zu den langjährigen Nutzern von KBA-Bogenoffset-technik. Neueste Investition ist eine Rapida 75 mit fünf Druckwerken, Lackwerk und einer Bogenwendung nach dem zweiten Druckwerk. Sie ersetzt eine Performa 66 und erhöht die Produktionskapazität der Druckerei wesentlich. Die Rapida 75-5+L SW2 ist schon die fünfte KBA-Maschine im Unternehmen. ➤ www.kba.com

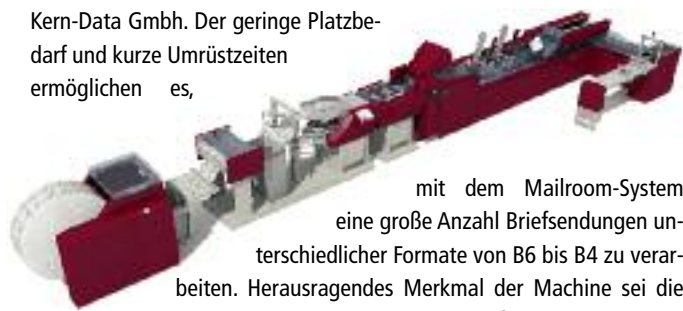


EUCLID FÜR ANTILOPE Vor sieben Jahren erweiterte die belgische Antilope Group ihr Produktangebot auf die Herstellung und Weiterverarbeitung von Faltschachteln. Jetzt hat das Unternehmen eine Schneid- und Rillmaschine Highcon Euclid bei Plantin-Tetterode, dem offiziellen Händler von Highcon für den Benelux-Markt, geordert. Plantin hat die Euclid im Demoraum in Brüssel installiert, dem europäischen Vorführzentrum für die Euclid. Durch die geplante Installation wird Antilope zu den ersten Unternehmen in Europa gehören, die das Konzept von Highcon für die Direct-to-Pack-Produktion umsetzen. ➤ www.antilope.com



ZUWACHS OHNE VERLUST Im Nachgang zur Markteinführung der Inca Onset S20i und S40i wurden beide Modelle mit einer Beschleuniger-Option (Accelerator) ergänzt, die eine verbesserte Produktivität für die Reihe der Onset UV-Flachbettdrucker verspricht. Der »Beschleuniger« wurde in Kooperation mit Fujifilm, dem globalen Alleinvertriebspartner für Inca-Anlagen, entwickelt und getestet. Die Verbesserung der Durchsatzleistung hängt laut Hersteller vom jeweiligen Modell ab. Der maximale Durchsatz auf der Onset S40i mit Automatisierungssystem könne von 470 m²/h (94 Druckbetten pro Stunde) auf 560 m²/h (112 Druckbetten) erhöht werden – ein 20%iger Produktionszuwachs. Damit könnten über den Standardoutput hinaus zusätzliche 720 m² oder 144 Druckbetten in einer 8-Stunden-Schicht produziert werden. Dies sei Extra-Durchsatz, der dem Volumen einer Anlage im mittleren Produktionssegment entspricht, hat Inca berechnet. ➤ www.incadigital.com

INSERTING MIT KERN-DATA »Die MK-Series Inserting Machine ist ein »All-in-One«-Kuvertierer, der ein großes Spektrum an Kuvertformaten bedient und Kuvertieraufträge schnell und flexibel abwickelt«, sagt Tobias Ackermann, Geschäftsführer des österreichischen Maschinenbauers Kern-Data GmbH. Der geringe Platzbedarf und kurze Umrüstzeiten ermöglichen es,



mit dem Mailroom-System eine große Anzahl Briefsendungen unterschiedlicher Formate von B6 bis B4 zu verarbeiten. Herausragendes Merkmal der Maschine sei die hohe Geschwindigkeit von bis zu 28.000 Briefsendungen der Größen B6 bis C5: befüllt, verklebt und ausgelenkt. Bei den Formaten C4 bis B4 liegt die Verarbeitungsrate bei 12.000 Kuverts pro Stunde. In entsprechender Geschwindigkeit können auch die Zuführmodule codegesteuert Dokumente zusammenführen und dem Kuvertiersystem übergeben.

➤ www.kern-data.com

KBA ROTATIONEN MIT RIMA-SYSTEM Mit den Rotationsmaschinen C16, C32 und C48 trifft KBA offenbar den Trend der Zeit. Die erste C16 wurde bei Schaffrath in Geldern installiert, inzwischen sind fast zehn dieser 16-Seiten Maschine verkauft. Bis auf eine Ausnahme sind alle mit Postpress-Aggregaten von Rima-System ausgestattet. Jüngst hat Schaffrath eine neue C48-Rotation in Auftrag gegeben und sich wieder für Rima System als Lieferant für das Finishing entschieden. In der langjährigen Partnerschaft wurden in Geldern bereits fünf Rotationen mit vergleichbaren Weiterverarbeitungssystemen ausgestattet. Die Anlagen bestehen aus Rotationsschneider, Kreuzleger, Stangenstapler und Palettierroboter für Pakete und Stangen. ➤ www.rima-system.com

NEUE XEROX-DIGITALDRUCKSYSTEME Xerox hat die neuen Digitaldrucksysteme Xerox Colour J75 und C75 Press vorgestellt. Die Colour J75 Press verarbeitet Substrate mit einem Gewicht von bis zu 300 g/m² mit einer Geschwindigkeit von 76 Seiten pro Minute. Die Xerox Colour C75 Press verarbeitet bis zu 76 Seiten in der Minute beim Einsatz von ungestrichenen Substraten und bis zu 51 Seiten in der Minute beim Einsatz gestrichener Papiere. ➤ www.xerox.com

KOMPLETTANLAGE VON AHLBRANDT Die Beschichtung von Folien, Textilien oder Metall bedarf einer aufwändigen Technik, die mindestens drei verschiedene Prozesse umfasst: Corona-Vorbehandlung, Sprühauftrag von Trennmitteln und Trocknung der Funktionsbeschichtung. Bisher wurden die Vorgänge entweder separat durchgeführt oder die einzelnen Maschinen zu einer Produktionslinie zusammengestellt, woraus sich gelegentlich Schnittstellenprobleme ergaben oder die Funktion der Beschichtung nicht garantiert war.

Daher hat die Ahlbrandt System GmbH mit der »Web Process Line« eine Komplettanlage entwickelt, die alle drei Komponenten vereint. Sie arbeitet mit Corona-Technik, ermögliche einen dünnen Sprühauftrag auf Wasserbasis und trockne streifenfrei, teilt der Hersteller mit. Damit sei die Linie energieeffizienter, ressourcenschonender und kostensparender als die Verarbeitung des Substrats in Einzelmaschinen. Die Anlage wurde auf der ICE Europe in München vorgestellt. ➤ www.ahlbrandt.de

hubergroup OPTIMIERTES MISCHSYSTEM FÜR OFFSETFARBEN

CRSmax ist der Name für das Farbmischsystem der hubergroup. Aus druckfertigen, mono-pigmentierten Grundfarben lassen sich Farb Rezepturen mischen, die individuell auf die entsprechende Anwendung und die erforderlichen Ansprüche in Bezug auf Bedruckstoff und Weiterverarbeitung einzustellen sind. Damit können alle Sonderfarben rasch, flexibel und wirtschaftlich in der Druckerei hergestellt werden. Der Drucker mischt die Druckfarben



in genau der richtigen Menge und hat sie sofort verfügbar; vorhandene Restfarbe kann wegen des geradlinigen Pigmentkonzepts problemlos eingearbeitet werden. Da so kaum mehr Restfarbe anfällt, Bestände also klein sind, und die Farbe an der Maschine nicht lange abgestimmt werden muss, erzielen Druckereien Kostenersparnisse: weniger Makulatur, reduzierte Bestands- und Lagerkosten, mehr Un- abhängigkeits in der Produktion und weniger Stillstandzeiten an der Maschine.

Die verschiedenen CRSmax Binde- mittelsysteme sind mineralölfrei und kommen damit der Selbstverpflichtung der europäischen Fachverbände aus Papierherstellern und kartonverarbeitenden Betriebe entgegen, deren Ziel der Verzicht auf mineralöhlhaltige Druckfarben ist.

➤ www.hubergroup.com

Ziegler Druck AG INVESTITION IN KBA TECHNOLOGIE

Im Rahmen einer Ersatzinvestition für mehrere ältere Bogenoffsetmaschinen hat sich die Ziegler Druck AG in Winterthur für eine KBA Rapida 106-5+L-Fünffarbenmaschine mit Lackwerk und Auslageverlängerung im 3B-Format entschieden. Die Maschine verfügt über doppelt- große Gegendruck- und Transferzylinder, Automatisierungsbausteine wie DriveTronic-Anleger mit zieh- markenfreier Anlage und Zusatz- paket für Dünndruck (40 g/m²),



Mit der Investition in eine KBA Rapida 106-5+L hat Ziegler Druck AG den Bogenoffset neu positioniert.

Plattenwechsel-Vollautomat, vom Leitstand ausschaltbare Farbwerke, ein automatisches Registersystem, synchron funktionierende Waschanlagen, halbautomatische Lackplattenwechsel und automatisierte Spülaufbauten für das Lackwerk. Der Leitstand basiert auf dem Ergotronic Basis-Standard und wird durch das mit spektralen und densitometrisch arbeitenden Messsystemen ausgerüstete DensiTronic Professional-Farbmesssystem unterstützt. Als Novum setzt Ziegler das Inlinefarbmess- und Regelsystem Lithex LithoFlash ein. Die Farbregelung erfolgt automatisch, womit eine genaue Farbführung während des Fortdruckes möglich ist und Einrichtzeit sowie Makulaturen reduziert.

➤ www.kba.com

➤ info@printassist.ch

KBA Report Nr. 42 erschienen

Neues aus Drucktechnik und internationaler Druckszene

Vor einigen Tagen ist die 42. Ausgabe des »KBA Report« erschienen. Die Kundenzeitschrift des Druckmaschinenherstellers berichtet über technische Neuerungen, Anwendungen und Geschäftsmodelle in der internationalen Druckszene. Aufmacher auf der Titelseite ist die in puncto Druckqualität und Performance überzeugende Vorstellung der seit der drupa 2012 in wesent-



lichen Punkten optimierten High Speed-Inkjetrolle KBA RotaJET 76 auf den Hunkeler Innovationdays vor wenigen Wochen im schweizerischen Luzern. Im aktuellen Interview mit Gerd Bergmann berichten Betriebsleiter Patrick Zürcher von Freiburger Druck und Projektmanager Peter Benz über Möglichkeiten zur Qualitätsoptimierung und neue Märkte für den Coldset-Druck durch Inline-Lackierung in der wasserlos produzierenden KBA Cortina. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit den Produktivi-

tätsvorteilen von Akzidenzrotationen im liegenden Format wie der neuen C48 SG und C56 SG (SG = Short Grain) von KBA.

Im Bogenoffset liegen neben vielen Anwenderberichten die Themenschwerpunkte bei der Regelung der Druckqualität sowie modernen und energiesparenden UV-Trocknungsverfahren. Als wertvolles Werkzeug für die Druckproduktion nach Prozessstandard Offset wird das neue Modul PSO-Match für die Farbregelesysteme KBA QualiTronic und KBA ErgoTronic vorgestellt. Über seine Erfahrungen mit der Inline-Farbbregelung an einer neuen Rapida 106 mit QualiTronic ColorControl und Instrument Flight von System Brunner berichtet Klaus-Dieter Marquart, Technischer Leiter bei Melter-Druck in Mühlacker. In einem weiteren Fachbeitrag informiert KBA über neu entwickelte Module für die HR- und LED-UV-Trocknung sowie deren Einsatzmöglichkeiten und -grenzen im Bogenoffset. Weitere Berichte beschäftigen sich mit den von KBA-Tochtergesellschaften abgedeckten Marktsegmenten Blechdruck, Inkjet-Kennzeichnungstechnik und UV-Spezialdruck.

Die aktuelle Ausgabe des »KBA Report« kann bei den jeweiligen Landesvertretungen sowie im zentralen Marketing der Koenig & Bauer AG angefordert werden. Zudem steht die KBA-Kundenzeitschrift als Download zur Verfügung.

➤ www.kba.com

Debüt in Luzern

POLAR DREISEITENSCHNEIDER BC 330

Von der positiven Stimmung auf den Hunkeler Innovationdays hat auch Polar profitiert und verkaufte nach eigenen Angaben bereits die ersten Dreiseitenschneider BC 330. Die Erweiterung des Produktportfolios sei von den Kunden positiv bewertet worden.

Im Schneidmaschinenbereich hat Polar bereits einen guten Ruf. Dies soll sich mit dem Dreiseitenschneider nun im Bereich der Buchblockproduktion fortsetzen.



Durch die robuste Verarbeitung bietet der BC 330 laut Polar hervorragende Schneidergebnisse. Der Bediener könne durch die großflächigen Sichtfenster immer sehen, was in der Maschine passiert. Bei Formatwechseln werden über eine Erfassungsmaske die notwendigen Daten eingegeben, woraus automatisch das Schneidprogramm erstellt wird. Ist der Dreiseitenschneider mit einem Barcode-Lesegerät ausgestattet, wird das richtige Schneidprogramm automatisch ausgewählt und der BC 330 stellt sich in wenigen Sekunden auf das entsprechende Format ein.

➤ www.polar-mohr.com

Sächsische Druck- & Verlagshaus AUSBAU VON DIGITALDRUCK UND WEITERVERARBEITUNG

»Digitaldruck ist der Wachstumsmarkt im Printbereich«, sagte Christoph Deutsch, Vorstandsvorsitzender der SDV – Die Medien AG, vor sechs Monaten anlässlich der Erweiterung des Maschinenparks am Standort Dresden um das Farbdrucksystem Xerox iGen4 EXP. Bestätigt wurde seine Prognose unmittelbar danach. Das Auftragsvolumen dieser SDV-Sparte steigt kontinuierlich und machte eine erneute Erweiterung des Maschinen-



V. l.: Uwe Bünning (x-doc-solution), Franz Schiederer (Vorstandsmitglied SDV), Norman Thomas (Teamleiter Digitaldruck SDV), Jürgen Kutzleb (x.doc-solution) vor der zweiten Xerox iGen4 EXP.

parks erforderlich. Anfang des Jahres begann die Installation einer zweiten Xerox iGen4 EXP. Am 20. Februar wurde sie offiziell von Vertretern der Firma x-doc-solution an Franz Schiederer, SDV-Vorstandsmitglied, übergeben. »Die identischen Drucksysteme ermöglichen die zügige Abwicklung größerer Auftragsvolumina und gewährleisten eine optimale Ausfallsicherheit«, erklärt Christoph Deutsch die Entscheidung für das gleiche Farbdrucksystem.

➤ www.sdv.de

KURZ & BÜNDIG

Das RGF-Mitglied **Digi-Service & Distribution GmbH** hat für »Color Key Pro«, eine Soft- und Hardwarelösung für die Voreinstellung und Regelung von Druckmaschinen, die exklusiven Distributionsrechte des ungarischen Herstellers **Real Press** für Deutschland, Österreich und die Schweiz erhalten. • **OKI** rundet seine A4-Farb-MFP-Produktpalette um drei Einstiegsmodelle (OKI MC332dn, MC342dn und MC342dnw) nach unten ab. Zudem wird das A4-Farb-MFP OKI MC562dn durch eine WLAN-fähige Variante ersetzt. • Mit den neuen Farb-Multifunktionsdruckern MultiXpress C8640ND und C8650ND bietet **Samsung** Modelle mit einer Geschwindigkeit von 38 S./Min. und bis zu 48 S./Min. in Farbe und Schwarz-Weiß. • **KBA MePrint** hat seine erste Genius 52UV nach Italien geliefert. Das wasserlos druckende Modell im Format 360 x 520 mm produziert seit wenigen Monaten bei **Pubbliseri S.r.l.** in Varese (Lombardei) Blisterverpackungen. • **Efi** bietet PrintMe Mobile jetzt in Europa an: die Unternehmenssoftware auf Serverbasis ermöglicht das Drucken mit unterschiedlichen Mobilgeräten auf beliebigen Netzwerkdruckern.

Digital- oder Offsetdruck?

RICOH-KALKULATOR

ERLEICHTERT ENTSCHEIDUNG

Wenn Druckereien auf die hybride Druckproduktion mit Offset- und Digitaldruck setzen, herrscht oftmals Verunsicherung, welches Druckverfahren am effektivsten ist. Ricoh Europe erleichtert die Entscheidung mit dem »Digital or Offset Calculator«, der aber nur Mitgliedern des Ricoh-Business-Driver-Programms zur Verfügung steht. Der Rechner analysiert jeden Auftrag und berücksichtigt dabei unter anderem die Auflagenhöhe, Produktarten wie Prospekte, Visitenkarten, Poster, Broschüren oder Mappen. Es sind nur einige Basisparameter einzubringen, um Fixkosten, Arbeitsaufwand, Verbrauchsmaterialien und Energieverbrauch der einzelnen Aufträge zu berechnen. Beim Offsetdruck sind Anlaufmaktur, Plattenproduktion, Service- und Wartungskosten mit enthalten, während die Klick- und Wartungsgebühren wichtige Kriterien für den Digitaldruck sind. Bei beiden Druckverfahren werden die Abschreibung und die Restwerte in die Berechnung mit einbezogen. Angaben, ob es sich um einen einseitigen oder doppelseitigen Druckauftrag handelt, sowie zu den Substraten auf Grundlage des A3-Formats werden ebenfalls in die Berechnung mit einbezogen.

➤ www.ricoh.de

DMS aus Graz entscheidet sich für Xeikon 8600

Xeikon für den Einstieg in den digitalen Rollenfarbdruck

»Freude durch Erfolgsdruck« ist das Motto des österreichischen Spezialisten für individuelle Lösungen im Digitaldruck DMS aus Graz. Um die Position als Komplettanbieter im digitalen Druck- und Direktmailinggeschäft auszubauen, hat sich DMS vor Kurzem für eine Xeikon 8600 Digitaldruckmaschine entschieden. Damit wird der Einstieg in den digitalen Rollenfarbdruck vollzogen. Das System ist eingebettet in eine Gesamtlösung aus Software, digitalem Drucksystem und professioneller Weiterverarbeitung.

Josef Schinnerl, Eigentümer und Geschäftsführer der 1995 gegründeten DMS (Data + Mail Schinnerl), bewertet die Investition als Meilenstein in puncto Lösungskompetenz und Druckqualität. Das Drucksystem löst mehrere Bogensysteme ab. Das 20 Mitarbeiter zählende Unternehmen DMS versteht sich längst nicht mehr nur als Digitaldrucker, sondern als Gesamtdienstleister in der Druck-, Werbe- und Kommunikationsbranche. Das Unternehmen bietet ein Komplettpaket für alle Geschäftsbereiche, damit diese mit den jeweiligen Kunden zielgruppen- genau kommunizieren können. Zu diesen Kunden zählen Verlage, Banken, Ver-

sicherungen, Institutionen und Wirtschaftsunternehmen.

Die auf der drupa 2012 vorgestellte Xeikon 8600 zählt zu den vielseitigsten und leistungsstärksten Produktionsmaschinen im digitalen Druck. Kunden setzen sie für eine Fülle von Anwendungen in nahezu allen Formaten mit fast unbegrenzter Bildlänge ein. Die Materialvielfalt reicht laut Xeikon von Zeitungspapier bis Karton und die Medienbreite kann von 320 mm bis maximal 512 mm variieren. Die Ausgabeleistung liegt bei 195 A4-Seiten/Minute, die Druckauflösung bei adressierbaren 1.200 x 3.600 dpi. Die fünfte Farbstation ist für Sonderfarben, Weiß sowie Sicherheitstoner vorgesehen. Für die Maschinensteuerung ist die Xeikon 8600 mit dem neuen X-800 Frontend und der Benutzeroberfläche MyPress ausgestattet. Zu den Anwendungsbereichen zählen Transaktionsdrucke, Direktmailings, Broschüren, Handbücher, kleinauflagige Akzidenzen, Fotobücher, POS-Material und Tapeten.

➤ www.dmsworld.at

➤ www.xeikon.com



Neue Systeme

KONICA MINOLTA BIZHUB

654/754

Mit den bizhub 654/754 führt Konica Minolta zwei Schwarz-Weiß-Multifunktionssysteme ein, die sowohl eine hohe Produktivität bieten, als auch zur Kostensenkung beitragen sollen. Zu den Highlights der Systeme gehören die Farbscan-Funktion, eine hohe Ausgabe-geschwindigkeit, vielseitige Weiterverarbeitungsmöglichkeiten sowie eine umfassende Medienvielfalt. Der bizhub 654 und der bizhub 754 leisten 65 beziehungsweise 75



Schwarz-Weiß-Seiten pro Minute – auch im Duplexbetrieb.

Weiterhin weisen die Systeme ein breites Spektrum an Verarbeitungsoptionen auf: vom Loch- und Heften über das Erstellen professioneller Broschüren (hier können auch farbige Deckblätter hinzugefügt werden) bis hin zur Falzung (Z-Falz, Mittelfalz, Wickelfalz) ist alles möglich. Die Systeme verarbeiten Grammaturen von 52 g/m² bis 300 g/m² und Papierformate von A6 bis SRA3 bis hin zu Bannern mit Formaten bis 1.200 mm x 297 mm.

➤ www.konicaminolta.de

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Bei Statex im englischen Newcastle werden eine Speedmaster XL 75-5-P+L und eine Linoprint C 901 von Heidelberg installiert. Von der Investition in Bogenoffset- und Digitaldruck verspricht sich das Unternehmen vor allem eine Steigerung von Qualität und Produktivität. • Der Kartenhersteller Tek Kart aus Istanbul beliefert bereits mit einer Einzelkartendruckmaschine OC200 von KBA-MePrint den türkischen Markt mit Telefon- und Mobilfunkkarten. Nun hat sich das Unternehmen für ein zweites OC200 System entschieden. • Der Full-Service-Provider Dataport hat einen Rahmenvertrag für Multifunktionssysteme und Software ausgeschrieben. Konica Minolta erhielt in dem Vergabeverfahren den Zuschlag und wird im Laufe von vier Jahren insgesamt knapp 3.500 Multifunktions- und Produktionssysteme sowie Software-Lösungen liefern. • In Bagdad wird im zweiten Halbjahr 2013 bei Iraqi Media Network eine Maschine der einfachbreiten Doppelumfangrotation KBA Comet anlaufen. Die Anlage für den Coldset-/Heatset-Druck wird die Produktion der größten irakischen Tageszeitung »Al-Sabah« übernehmen.



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: erläutern die 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

KAPAZITÄTEN ERWEITERT Die ›Times of India‹ ist mit einer Auflage von 4,3 Mio. Exemplaren die meistverkaufte englischsprachige Tageszeitung in Indien und erreicht täglich über 8 Mio. Leser. Gedruckt wird die Tageszeitung an 30 Standorten – acht davon setzen auf Versandraumlösungen der Ferag. Diese kommt immer dann zum Einsatz, wenn das Druckvolumen doppeltbreiter Rotationen effizient in den Versandraum transportiert und weiterverarbeitet werden muss. Dazu wurden UTR-Universaltransporteure installiert, die die Zeitungen auf zwei MultiStack-Paketiereinheiten transportiert. Anschließend übernehmen zwei Systeme von Kalfass die Folierung der Pakete, die inline mit einem Deckblatt versehen und mit SmartStrap-Maschinen kreuzumreift werden. Ein PKT-Plattenkettentransporteur bringt die Pakete zur Verladerampe. ➤ www.ferag.com

PAPIER MIT SEIDENRASTER Tetenal bietet mit Premium Silk 290 ein Seidenraster-Inkjet-Papier, das für professionelle Anforderungen im Portrait- und Kunstdruckbereich konzipiert wurde. Das hochweiße Portraitpapier in klassischer Fotopapier-Stärke bietet durch seine Seidenraster-Oberfläche eine optimale Wiedergabe für anspruchsvolle Fotomotive. Premium Silk 290 bietet zudem einen Scanschutz, der ungewünschte Kopien erschwert und ist als Rollen- und Formatware bis DIN A2 verfügbar. ➤ www.tetenal.com



SOFTPROOFING IM WORKFLOW Just Normlicht, Hersteller von Geräten zur visuellen Beurteilung von Farben und Oberflächen für die grafische, fotografische, textile und automobile Industrie, und seine Partner Fogra (Forschungsgesellschaft Druck e. V.) und VPM Druck, ein Tochterunternehmen der Heinrich Bauer Media Group, führten am 5. Februar in der FILharmonie anlässlich des Druckforums eine gelungene Veranstaltung zum Thema: ›Erfolgreiches Softproofing im digitalen Workflow‹ durch. Just Normlicht präsentierte die Vorteile eines Softproof-Workflows, VPM Druck referierte über den Einsatz im Hause und die Fogra wies auf Vorzüge und Einschränkungen hin. ➤ www.just-normlicht.de

ITALIENER ODERN GORSSFORMATMASCHINEN Die zur drupa 2012 vorgestellte Großformatbaureihe KBA Rapida 145 stößt bei den italienischen Verpackungsdruckern offenbar auf großes Interesse. Dies gilt nicht nur für die großen Industriezentren im Norden, sondern auch für Druckereien in den südlichen Landesteilen. Nach der Installation von je einer Sieben- und Sechsfarbenmaschine bei einer Druckerei in Bari ist bei Maserpack SRL in Cisterna di Latina bei Rom eine weitere Sechsfarben-Anlage mit Lackturm in Produktion gegangen. ➤ www.kba.com



MEDIEN-ZERTIFIZIERUNGSPROGRAMM Mimaki Engineering gibt die Partnerschaft mit Color Concepts, dem führenden unabhängigen Anbieter von Medienprofilen, bekannt. Damit möchte Mimaki eine objektive Zertifizierung von Medien für seinen Drucker JV400LX und die dabei eingesetzten Latex-Tinten ermöglichen. ➤ www.mimakieurope.com

Scodix

S75 FÜR DAS B2-FORMAT UND NEUER METALLIC-EFFEKT

Scodix hat auf dem HP-Anwender-treffen ›Dscope‹ im amerikanischen Nashville erstmals die neue S75 präsentiert, die das B2-Bogenformat unterstützt. Zusätzlich wurde mit ›Scodix Metallic‹ eine neue Option für metallische Farben vorgestellt, die es Anwendern der Veredelungsmaschinen ermöglichen soll, ihr Leistungsspektrum zu erweitern. Der Metallic-Effekt kann laut Hersteller nur mit den Veredelungsmaschinen der S-Serie, die auf der



Scodix RSP-Technologie (Rotate, Scale and Position) erzielt werden. Bei dieser Technologie kommen zwei CCD-Kameras sowie der Scodix-IP-Image-Algorithmus zum Einsatz. Dadurch soll sich jedes Bild ›manipulieren‹ lassen, zum Beispiel durch die Skalierung der X- und Y-Achsen, durch Verschieben oder Rotieren, sodass eine genaue Registrierung des Druckbildes möglich und eine exakte Wiedergabe der Metallic-Farben gewährleistet ist. Die neue S75 von Scodix unterstützt die Bogen- und Druckformate, wie sie die HP Indigo 10000 oder die Screen Truepress SX liefern (530 mm x 750 mm). Der Metallische-Farben-Effekt ist laut Dror Danai, EVP Global Business bei Scodix, eine einfache Methode, um Drucke aufzuwerten. Zum Einsatz komme dabei lediglich der CMYK-Druckprozess, der im One-Pass-Druckprozess mit Scodix Sense ›verbessert‹ wird.

Zu den Veredelungsmethoden, die mit den Maschinen von Scodix noch möglich sind, gehören neben Scodix Metallic und Scodix Sense auch Scodix Barcode und Scodix Inkjet Braille. Zudem gibt es die Scodix Rainbow Station für Glitzereffekte.

Sibress Surface Inspection System DETAILINSPEKTION VON OBERFLÄCHEN

Ob bei der Qualitätssicherung, der Analyse von Produktionsparametern oder im Reklamationsfall: Welches Hilfsmittel steht zur Verfügung, wenn Details von Oberflächen oder bedruckten Materialien, die mit bloßem Auge kaum sichtbar sind, beurteilt und diskutiert werden sollen? Die für solche Anwendungen maßgeschneiderte Sibress-Software kommt überall dort zur Anwendung, wo es darauf ankommt, verlässliche Messwerte zu erzielen.



Beim Sibress SIS bleibt der in Starnberg ansässige Hersteller seiner Philosophie der Entwicklung leicht zu bedienender, kompakter Qualitätsmessgeräte treu. Das Zusammenspiel von Hard- und Software ist eine Symbiose aus einem kleinen (faustgroßen) Mikroskop mit integriertem Monitor. Der Anwender sieht das zu Betrachtende direkt auf dem 2-Zoll-Monitor und speichert die Aufnahme ab. Diese werden dann entweder über die USB-Schnittstelle oder per SD-Karte auf den Rechner übertragen. Mit einem AA-Batteriesatz ist das Gerät mobil. Weißlicht-LEDs beleuchten die zu erfassende Stelle. Details von mehrfarbigen Druckbildern oder kleinste Partikel werden auf Papier, Karton, Metallen und flexiblen oder starren Kunststoffmaterialien schnell und deutlich sichtbar. Die Software bietet zudem eine ganze Reihe von Mess-Tools, darunter eine Funktion für das Messen von Durchmesser, Länge und Breite kleinster Partikel. ➤ www.sibress.com

Gedruckte Zeitungen aufgewertet

Das italienische Zeitungsdruckunternehmen Poligrafici Printing hat ein Kodak Prosper S30 Eindrucksystem in eine KBA Commander integriert, um das Potenzial des variablen Datendrucks auszuschöpfen und für eine Verbesserung der Leserbindung zu nutzen. Das flexible System ermöglicht eine Erweiterung des Leistungsangebots.

Text und Bilder: Kodak

Poligrafici Printing, zu deren Tochtergesellschaften Grafica Editoriale und Centro Stampa Quotidiani gehören, ist der Industriezweig der börsennotierten Monrif-Mediengruppe. Die Gruppe gibt drei überregionale Zeitungen heraus: »Il Resto del Carlino« in Emilia-Romagna, »Il Giorno« in Mailand, »La Nazione« in Florenz sowie »QN«, eine Beilage für alle drei Zeitungen mit Nachrichten aus ganz Italien und dem Ausland. Darüber hinaus stellt das Unternehmen in seinen Produktionsstätten in Bologna, Florenz, Mailand und Loreto weitere Verlags- und Akzidenzprodukte her und produziert jährlich eine Menge von etwa 80.000 Tonnen bedrucktem Papier.



Die Produktionsstätte von Poligrafici Printing in Bologna.

INKJET UND ROLLENOFFSET IN KOMBINATION »Unser primäres Bestreben war, unser Leistungsangebot so auszubauen, dass unsere Kunden an beliebigen Stellen eines Druckprodukts variable Daten integrieren können, nicht nur, wie es sonst üblich ist, auf der Titelseite oder der letzten Seite«, erklärt Silvio Broggi, Mitglied der Unternehmensleitung. »Das Eindrucken variabler Daten in statische Inhalte wird zu einem großartigen Marketinginstrument, da es die Verbraucher dazu bringt, das ganze Druck-Erzeugnis durchzulesen – ob Werbeflyer, Zeitung oder Zeitschrift. Nach unserer Auffassung ist das extrem wichtig.«

Das Prosper-Eindrucksystem wurde am Standort Bologna in eine KBA Commander mit Heißlufttrockner eingebaut. »Die Zeitungsrotation eignet sich ideal für diese Eindrücke, da sie die Papierbahn nach dem Druck über eine Rolle um 90 Grad in vertikaler Richtung zum Trockner umlenkt. Das Kodak Prosper-S-System kann das Papier vor dem Trocknungsprozess bedrucken«, erklärt Silvio Broggi hierzu.

Nach der erfolgreichen Einführung werden jede Woche zwei bis drei Aufträge mit variablen Anteilen produziert. »L'enigmista«, die wöchentlich erscheinende Spiele-Zeitschrift der Gruppe, führte zum Beispiel ein Gewinnspiel ein, bei dem die Leser eine in die Zeitschrift eingedruckte Glückszahl finden und mit einer Gewinnzahl auf der L'enigmista-Website vergleichen müssen.

GRENZENLOSE ANWENDUNGEN Mit den Eindrucksystemen der Prosper-S-Serie können Druckereien ihre Offsetdruckmaschinen effektiv ausnutzen und mit einem Inline-Prozess die Kluft zum Digitaldruck überbrücken. Die Lösung lässt sich in bestehende Fertigungsprozesse integrieren und ermöglicht die Nutzung vorhandener Produktionsanlagen bei gleichzeitiger Erwei-

terung der Werbung mit sehr zielgruppenspezifischen Produkten: personalisierte, variable Werbeaktionen unter Berücksichtigung regionaler Aspekte, Mikrozon-Werbung mit geokodierten Karten, Barcodes, Coupons, Gewinnspiele und Preisausschreiben mit variablen Inhalten und Nachverfolgbarkeit der Druckprodukte, was für den Handel von enormer Bedeutung ist.

KOMMUNIZIEREN AUF INTERAKTIVER EBENE Das S30-Eindrucksystem druckt bei einer Auflösung von 600 x 200 dpi mit einer Geschwindigkeit von 915 m/Min. und eignet sich für eine große Vielfalt anspruchsvoller Hybriddruckanwendungen. Die Serie der Prosper-S-Eindrucksysteme umfasst die Modelle S5, S10, S10 CMYK, S20 und S30. Jede Lösung produziert bei unterschiedlichen Geschwindigkeiten und Auflösungen eine dem Laserdruck vergleichbare Eindrucksqualität und ermöglicht die weitreichende Individualisierung von Offsetdruckprodukten.



Das Kodak Prosper S30 Eindrucksystem in der Rotationslinie.

»Die Zeitungsindustrie steht unter einem nie da gewesenen Druck vonseiten alternativer Kommunikationsformen, weshalb diese Art des dynamischen Drucks dem Medium helfen kann, mehr Leser zu binden«, erklärt **Olivier**



Claude, Kodak's General Manager for Print. »Poligrafici Printing hat mit unterschiedlichen personalisierten Inhalten ermutigende Ergebnisse erzielt und wir gehen davon aus, dass auch der breitere Markt diesen Möglichkeiten seine Aufmerksamkeit schenkt. Die Möglichkeit Bilder, Textinhalte und Werbeanzeigen zu individualisieren bietet Produkte, die auf einer interaktiven Ebene kommunizieren.«

Silvio Broggi schließt: »Der Markt ist sich des Potenzials dieses Instruments zur Kundenindividualisierung noch nicht bewusst. Deshalb werden wir bei unseren Kunden weitere Aufklärungsarbeit leisten und alles daransetzen, dass dieses Tool mehr in Anspruch genommen wird. Denn mit diesen Anwendungen sollte sich das Interesse an Druck-Erzeugnissen steigern lassen.«

» www.graphics.kodak.com

» www.monrifgroup.net



Zum »Brennpunkt Digitaldruck« begrüßte Konica Minolta rund 300 Gäste aus fast 160 Unternehmen. Die Produktionssysteme und Lösungen konnten direkt bei der Arbeit getestet werden. Dabei waren die Besucher selbst eingebunden – erstmals konnten sie ihre eigenen Druckdaten mitbringen.



›Brennpunkt Digitaldruck‹

Mit einer Neuauflage der Ausstellungsreihe ›Brennpunkt Digitaldruck‹ präsentierte Konica Minolta im Februar 2013 an drei repräsentativen Standorten in Hamburg, Berlin und Langenhagen seine aktuellen Farb- und Schwarz-Weiß-Produktionssysteme in verschiedenen Workflows.

Text und Bilder: Konica Minolta

»Jeder Druckprofi kennt knifflige Druckjobs, die auf den eigenen Systemen nicht auf Anhieb gelingen wollen. Wir haben unsere Gäste aufgefordert, genau diese Dateien mitzubringen«, sagt Ralf Tienken, Leiter Produktmanagement Production Printing bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland, und versprach bereits im Vorfeld der Veranstaltungsreihe: »Wir prüfen und bereinigen die Auftragsdaten direkt vor Ort und produzieren dann gleich das Ergebnis – zum Beispiel auf unserem Flaggschiff, dem bizhub Press C8000. So können die Kunden am besten das Potenzial der Systeme einschätzen.«

Das kam bei den rund 300 Besuchern und Kunden der Veranstaltungsreihe an: »Wir haben eine anspruchsvolle Datei unserer Druckerei herausgesucht und waren gespannt auf das Ergebnis«, sagen Rudolf Voß und Uwe Henschen von der Druckerei und Verlag Papierflieger.

Die Dateien und Einstellungen können die Anwender von Konica Minolta-Maschinen dann auch auf ihre eigenen Systeme übertragen, denn Color Care sorgt für einheitliche Standards bei allen damit ausgerüsteten Systemen.

Papier einlegen, Workflow starten

Ein weiterer Publikumsmagnet waren Lösungen zur Workflowoptimierung. »Schnelle und stabile bizhub-Systeme sind die Grundlage für

Effizienz. Durch den engen Austausch mit unseren Kunden wissen wir: Großes betriebswirtschaftliches Potenzial schlummert noch bei der Optimierung der Arbeitsabläufe«, sagt Ralf Tienken.

Ein Beispiel: Druckdienstleister können gerade bei ihren zahlreichen Standardjobs von einem hohen Automatisierungsgrad mit der callas pdfToolbox profitieren. Die Software übernimmt vollautomatisch die nötigen Schritte zur Druckreife wie Pre-flightcheck, Transparenzreduzierung und Farbkonvertierung nach ISO Coated v2. Sie erkennt häufig wiederkehrende Formate und schießt sie dann selbständig aus. Der Drucker kann jederzeit eingreifen und alle automatischen Änderungen werden aufgezeichnet. Bei der Installation erstellt Konica Minolta individuelle Workflows nach den Anforderungen des Kunden.

Zu sehen waren auch weitere Lösungen zum Auftragsmanagement und



Kunden konnten ihre ›Problemjobs‹ mitbringen und vor Ort testen.



zur Workflowoptimierung: Konica Minolta führte die Printgroove JT Suite vor und der Partner Be.Beyond zeigte seine Web-to-Print-Lösung Lead-Print.

Eyecatcher Softproof mit Normlicht

Das Softproofsystem can:view, installiert auf einem bizhub Press C8000, war ein Eyecatcher im wahrsten Sinne des Wortes. Das System des Partners caddon kombiniert sein Softproof-Display mit einem ›intelligenten‹ Normlichtkasten. Licht- und Farbeinflüsse der Umgebung werden ausgeblendet und physische Muster können direkt am Monitor unter Normlicht mit dem virtuellen Proof verglichen werden. Damit eignet sich der Abmusterungsplatz für die verbindlichen Kontroll- und Beweisführungsabläufe in der grafischen Industrie. Zusätzlich können im System verschiedene Lichtarten berechnet und dargestellt werden.

So sieht der Betrachter auf einen Blick, wie eine Farbe zum Beispiel im Büro des Designers, in der Produktion oder im Neonlicht des Kaufhauses wirken wird.

Konica Minolta ist der erste Druckanbieter, mit dem caddon das neue, weltweit patentierte System gemeinsam anbietet. Harald von Schmude, Head of Sales der caddon printing & imaging GmbH, zeigte sich zufrieden mit der Veranstaltung: »can:view und Konica Minolta-Systeme bilden ein kundengerechtes Gespann. Als Aussteller freut es uns, dass die Hausmesse durchweg von interessiertem Fachpublikum besucht wurde – das zeigt das Niveau der Besucherfragen.«

Auch rund um den Druck kooperiert Konica Minolta im Kundeninteresse mit starken Partnern: Bei der Roadshow mit von der Partie waren die Partner FKS, Papierunion und Steinbeis.



Ralf Tienken zieht ein positives Fazit: »Bei den sehr gut besuchten Veranstaltungen konnten wir unserem fachkundigen Publikum zeigen, dass Konica Minolta auch in der Zukunft ein starker und innovativer Partner sein will. Der Dialog mit unseren Kunden und das direkte Aufnehmen ihrer Anforderungen ist uns daher besonders wichtig.«

› www.konicaminolta.de

Längste jemals gebaute Speedmaster

Mit der Investition in die längste jemals von Heidelberg produzierte Druckmaschine im Bogen-Format 70 x 100 erweitert Chesapeake Branded Packaging in Schottland sein Angebot an kreativen Druckveredelungen für Kunden aus der Spirituosen-, Süßwaren- und Körperpflege-industrie.

Die Speedmaster XL 106, die im schottischen East Kilbride installiert wurde, ist mit 17 Werken ausgestattet: Die zehn Farbwerke, drei Lackwerke, vier Trockenwerke und ein Inline-Kaltfolienmodul sollen neue Möglichkeiten im Packaging ermöglichen.

Veredelungsspezialitäten

»Unser Werk in East Kilbride produziert für einige der renommiertesten Markenhersteller, deren Verpackungen höchste Anforderungen an Qualität und Attraktivität erfüllen müssen«, erklärt Tim Whitfield, Geschäftsführer der schottischen Chesapeake Tochter. »Mit der Investition können wir eine Reihe zusätzlicher Funktionen in den Produktionsablauf integrieren und so die Qualität der Druckveredelung noch zuverlässiger steuern. Wir sind jetzt in der Lage, unseren Kunden Mehrfarbenanwendungen, Folienverarbeitung und eine noch größere Bandbreite an matten, glänzenden und Perl-



Mit der zukunftsweisenden Investition will Chesapeake aktuelle und künftige Kundenanforderungen erfüllen und die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.

glanzveredelungen anbieten zu können einschließlich Metallic-Effekten, Spot- und Vollflächenlackierungen«. Die Maschine ist mit Lackwerken vor und nach der Wendeeinrichtung ausgestattet und ermöglicht so eine Veredelung mit ansprechenden Effekten sowohl im Inneren der Verpackung als auch auf den Außenflächen.

Der Kunde erhält dabei eine größere Auswahl an Bedruckstoffen, ohne Kompromisse hinsichtlich des attraktiven Designs der Verpackung eingehen zu müssen.

Groß angelegtes Investitionsprogramm

Der Kauf der neuen Druckmaschine für die schottische Druckerei ist Teil eines großangelegten Investitionsprogramms der Firmengruppe weltweit. Chesapeake-Niederlassungen in Großbritannien, Deutschland und Polen haben in den letzten zwei Jahren schon von den beachtlichen Investitionen in den Maschinenpark der Gruppe profitiert.

Die Investition in die Speedmaster XL 106 in East Kilbride folgt zudem

der Installation der ersten Großformatmaschine von Heidelberg in Großbritannien. Im Schwesterwerk in Newcastle ist eine Speedmaster XL 145 mit sieben Farb- und zwei Lackwerken, Zwischendecktrockner und verlängertem Ausleger im Einsatz. Auch eine Speedmaster XL 105 von Heidelberg ist im Maschinenpark in Newcastle zu finden.

Jim Todd, Leiter Vertrieb bei Heidelberg UK, ist sicher, dass die neue Maschine sowohl die aktuellen als auch zukünftigen Wünsche der Chesapeake-Kunden erfüllen wird. »Technologisch gesehen ist die Speedmaster XL 106 ein Riesenschritt nach vorne. Ausgestattet mit dem automatischen Plattenwechsler AutoPlate XL und dem Logistics-System für vollautomatischen Materialtransport ist die XL 106 ein Garant für Effizienz- und Produktivitätssteigerung. Firmenintern wird die neue Maschine schon als Überflieger bezeichnet.«

➤ www.heidelberg.com

Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com



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



Ergänzung, nicht Ersatz

Mit welchen Digitaldruck-Lösungen Buchproduzenten in Druck und Weiterverarbeitung auf die sinkenden Auflagen der Buchtitel reagieren, veranschaulichte Uwe Schulz, GGP Media GmbH, am Müller-Martini-Abend beim Druckforum in Filderstadt in einem interessanten Fachvortrag auf.

Traditionell stellt die zu Arvato/Bertelsmann gehörende GGP Media GmbH als Großdruckbetrieb mit über 1.000 Mitarbeitern Bücher und Broschüren im hohen Auflagenbereich her. Doch die aktuellen Markttrends stellten das Unternehmen schon vor einiger Zeit vor besondere Herausforderungen.

So sind nach den Ausführungen von Uwe Schulz, Leiter Produktion und Technik bei der GGP Media GmbH in Pössneck, heute bereits 30% der für Verlage, Industrie und Kommunen gedruckten Buchtitel Kleinauflagen mit 3.000 und weniger Exemplaren. Aus diesem Grund stieg GGP mit einem HP T-400 Highspeed-Inkjet-System in den Druck digitaler Bücher ein und entschied sich in der Weiterverarbeitung nach einer gründlichen Evaluation für eine Nearline-Lösung von Müller Martini.



Sie referierten am Müller Martini-Abend beim Druckforum in Filderstadt (von links): Volker Leonhardt, Geschäftsführer Müller Martini Deutschland, Uwe Schulz, Leiter Produktion und Technik GGP Media GmbH, und Kurt Schläpfer, Verkaufsleiter und Product Manager Müller Martini Buchbinde-Systeme.

GGP setzt für die Weiterverarbeitung digital gedruckter Bücher zusätzlich zu einem SigmaLine-System den neuen Klebebinder Alegro von Müller Martini ein.

Die Fertigungslinie für Softcover-Bücher besteht aus einem SigmaFolder, SigmaCollator, Klebebinder Alegro und Dreischneider Solit. Hardcover-Bücher werden, nachdem die Buchblocks auf dem Alegro abgeleimt worden sind, auf einer bestehenden Buchlinie BL 500 von Müller Martini gefertigt.

Für eine Nearline-Lösung entschied sich GGP »weil bei uns der in drei Schichten gedruckte Output der Digitaldruckmaschine in einer Schicht am Klebebinder weiterverarbeitet werden kann«, erläuterte Uwe Schulz am Druckforum in Filderstadt. Auf Müller Martini fiel die Wahl von GGP, die mit dem Alegro nun bereits der siebte Klebebinder

des Schweizer Maschinenherstellers im Einsatz hat, nicht zuletzt auch wegen des Daten- und Prozessmanagement-Systems Connex. Dieses vernetzt alle Maschinen miteinander und automatisiert sämtliche Abläufe. »Mir ist kein anderer Lieferant in der Weiterverarbeitung bekannt, der ein solches Workflow-System anbietet«, sagte Uwe Schulz.

Digital-ready-Systeme

Doch aller Euphorie rund um den digitalen Druck zum Trotz ist der Druck- und Weiterverarbeitungs-Experte Schulz sicher, »dass der Digitaldruck den Offsetdruck nicht ersetzt, sondern ergänzt.«

Dies unterstrich auch Volker Leonhardt, Geschäftsführer von Müller Martini Deutschland: »Wir setzen ganz klar auf die Koexistenz von

Digital und Offset.« Gefordert sind dazu laut Leonhardt angesichts der sinkenden Auflagen bei beiden Druckverfahren eine höhere Wirtschaftlichkeit in der Weiterverarbeitung – sprich kürzeste Rüstzeiten. »Und Sie sollten«, so Volker Leonhardt, »in Systeme investieren, die »digital ready« sind. Solche Maschinen können Sie heute für Offset einsetzen, sie sind jedoch bereits für den Digitaldruck konfiguriert.«

Ein typisches Beispiel dafür ist der auf der drupa 2012 vorgestellte Klebebinder Alegro, dessen Vorzüge Kurt Schläpfer, Verkaufsleiter und Product Manager bei Müller Martini Buchbinde-Systeme, präsentierte. Gerade weil es heute so schwierig sei, die richtige Investitionsentscheidung zu treffen, erläuterte Kurt Schläpfer, sollte auf flexible Maschinen gesetzt werden. Der Alegro sei bestens gerüstet für den Offset- und Digitaldruck, weil dessen neue Motion-Control-Technologie alle Stationen direkt antreibt und einzeln ansteuert, was die Prozessschritte optimiert und die Rüstzeiten verkürzt. Ein weiterer großer Vorteil der neuen, flexiblen Bindertechnologie: Bei veränderten Marktanforderungen könnten zu einem späteren Zeitpunkt einzelne Binderelemente (beispielsweise Gazestation oder Leimwerk) ausgetauscht oder in der Zukunft neukonstruierte Stationen eingebaut werden.

» www.mullermartini.com

Termine
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Restauflage im Preis reduziert

Voll

TREFFER

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

Das Glossar innerhalb der Reihe «Druckmarkt College» beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distribu-

tion, 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:
24.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.

www.druckmarkt.com

Das Druckmarkt-Glossar «Marketing» aus der Reihe «Druckmarkt College» ist ein Nachschlagewerk zu einem wesentlichsten Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene. Sichern Sie sich Ihr Exemplar zum Preis von nur noch CHF 24.00 (vorher CHF 39.00).

Fax: +41 44 380 53 01.

Senden Sie mir das Marketing-Glossar zum Preis von CHF 24.00 (incl. MwSt. plus Versandkosten).

Name

Firma

Strasse

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
17. 04. - 18. 04. 2013	easyFairs, Verpackung Schweiz	Zürich	 www.easyfairs.com
17. 04. - 20. 04. 2013	Graphispag.digital	Barcelona	 www.graphispag-digital.com
13. 05. - 18. 05. 2013	ADC Festival 2013	Hamburg	 www.adc.de
30. 05. - 02. 06. 2013	Mainzer Minipressen-Messe, Buchmesse Kleinverlage & Handpressen	Mainz	 www.minipresse.de
18. 06. - 19. 06. 2013	Fogra Symposium, Digitaldruck trifft Offset	München	 www.fogra.org
19. 06. - 20. 06. 2013	mailingtage, Fachmesse für Kundendialog	Nürnberg	 www.mailingtage.de
25. 06. - 29. 06. 2013	Fespa	London	 www.fespa.com
04. 09. - 06. 09. 2013	PostPrint	Leipzig	 www.postprint-leipzig.de
08. 09. - 12. 09. 2013	Print Chicago	Chicago	 www.gasc.org
20. 09. - 22. 09. 2013	Týpo St. Gallen	St. Gallen	 www.typo-stgallen.ch
24. 09. - 26. 09. 2013	FachPack	Nürnberg	 www.fachpack.de
24. 09. - 27. 09. 2013	Labelexpo Europe	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
07. 10. - 09. 10. 2013	World Publishing Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	 www.wan-ifra.org
08. 10. - 09. 10. 2013	EcoPrint Europe	Berlin	 www.ecoprintshow.com
09. 10. - 12. 10. 2013	19. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
09. 10. - 13. 10. 2013	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
23. 10. - 24. 10. 2013	Fogra Symposium, Verpackungsdruck	München	 www.fogra.org
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

 www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT

macht Entscheider entscheidungssicher

Was hilft Print?**UNTERNEHMERFORUM
IN BERLIN**

»Wahl, Werbung, Wachstum« – unter diesem Dreiklang steht das Unternehmerforum der Deutschen Druck- und Medienindustrie des Bundesverbandes Druck und Medien am 24. April 2013.

Im Wahljahr 2013 diskutieren die Unternehmer unter der Moderation von Daniel Goffart, Leiter des Hauptstadtbüros des Focus, mit Vertretern der Bundespolitik über Wege zur Stärkung des Mittelstandes.



Im Mittelpunkt stehen dabei die finanzpolitischen Konzepte der Parteien. Welche Steuerpläne verfolgen die politischen Lager und welche Auswirkungen haben diese auf die privaten Steuerzahler und die Wirtschaft? Erörtert werden diese Fragen von den finanzpolitischen Experten der Bundestagsparteien. Die Keynote zum Thema »Der Wert der Freiheit? Steuern und ihre ordnungspolitische Wirkung im Mittelstand« spricht Dr. Karen Horn, Geschäftsführerin des neu gegründeten Instituts Wert der Freiheit gGmbH in Berlin, und ehemalige Leiterin des Hauptstadtbüros des Instituts der Wirtschaft Köln. Der zweite Teil des Unternehmerforums widmet sich mit aktuellen Marketingkampagnen zur Stärkung von Print. Dabei zeigen Werber, Marketingentscheider und Druckunternehmer der Branche neue Wege für die Printkommunikation auf. Bereits am Vorabend lädt der Bundesverband Druck und Medien zu einem Sektempfang in die neue Geschäftsstelle in Berlin sowie zum Gesellschaftsabend in das Museum für Kommunikation ein.

➤ www.bvdm-online.de

Branchentreff**»PRINT COCKTAIL« GEHT AUF
DEUTSCHLAND-TOURNEE**

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet gemeinsam mit seinen Handelsmitgliedern und Industriepartnern deutschlandweit seinen Branchentreff »Print Cocktail«. Start war in Erfurt und Karlsruhe Eggenstein, kommende Veranstaltungen sind Krefeld (18. bis 20. Juli) und im Allgäu (Mindelheim, 26. bis 27. September).

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

HÖNLE SETZT SEMINARREIHE FORT Vor zwei Jahre aus der Taufe gehoben, schreibt die Seminarreihe der Hönle AG eine Erfolgsgeschichte: Stets ausgebucht wurden die Workshops von fast allen Teilnehmern mit Bestnoten bewertet. Grund genug, die Seminarreihe fortzusetzen. In vier Seminar-Typen werden Teilnehmer in Themen rund um die UV-Technologie eingeführt: »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 bei München bei der Dr. Hönle AG. ➤ www.hoenle.de

IRD AUTOMATISIERUNGSKONGRESS Das Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie e. V. (IRD) veranstaltet unter dem Thema »MIS und die Anforderungen des Marktes – Wie viel Automatisierung sollte ein MIS bieten?« den VII. Automatisierungskongress am 12. und 13. Juni 2013 in Böblingen. ➤ www.ird-online.de

MEDIA.EXPO IN MAINZ Nach der Premiere im letzten Jahr kehrt die media.expo 2013 am 15. und 16. April unter dem Motto »Von Print bis Digital – erfolgreiche Wege in die Zukunft des Publishing« zurück. Besondere Themenschwerpunkte auf der diesjährigen Messe für die Verlags- und Medienbranche sind die SEPA-Umstellung, Cloud Computing, neue Publikationskanäle, Logistik-Lösungen und der Mindestlohn in der Verlagsbranche. Experten und Fachkräfte widmen sich diesen und vielen weiteren Themen in Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Workshops. Darüber hinaus stellen über 30 Software-Anbieter ihre Branchenlösungen vor. Eine Abendveranstaltung bietet Gelegenheit zu Networking und Austausch. ➤ www.media-expo.de

GEMEINSAMER KONGRESS »LABEL YOUR FUTURE« Aus Anlass des 55. Jahrestages seiner Gründung richtet der Finat den Jahreskongress der europäischen Etikettenindustrie gemeinsam mit dem deutschen Fachverband für die Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter (VskE) aus. Der Kongress findet vom 12. bis 15. Juni 2013 im Westin Grand Hotel in München statt. Hier gibt der Finat auch die Gewinner des diesjährigen Kongress-Logo-Wettbewerbs bekannt. ➤ www.finat.com

PUBKON 13 Die Welt des Publishings unterliegt ständigen Veränderungen. Neue Softwarelösungen sowie neue Druckmaschinen erweitern die Möglichkeiten für den Print und neue digitale Formate für iPad und Co. sind noch längst nicht ausgeschöpft. Digital vernetzt und das Zeitbudget bis zum Anschlag ausgereizt, sitzen Grafiker und Mediengestalter meist doch wieder allein vor ihren Dateien. Und was man selbst nicht weiß, weiß die Cloud noch lange nicht. Wer nicht nur Vorlagen, sondern auch die Zukunft gestalten will, braucht Fortbildung, Anregung und Austausch. Das bietet die PubKon 13, die am 19. und 20. April 2013 in Berlin stattfindet. Hier versammeln sich die deutschsprachigen Experten der Szene. Bei über 35 Sessions gibt es jeweils praxisnahe Einblicke in die verschiedensten Themen von der E-Book-Produktion, Typografie, Farbmanagement bis zur Erstellung barrierefreier Dokumente und der Selbstorganisation des Arbeitsalltags. ➤ www.laser-line.de

PACKAGING INSPIRATION FORUM Die PrintCity-Allianz lädt zum Packaging Inspiration Forum am 24./25. April in Düsseldorf ein. Auf der Veranstaltung liegt der Fokus auf Verpackungen mit Mehrwert, die sich nach Ansicht von PrintCity besonders gut verkaufen. Ein weiteres Thema sind die neuen Produktionstechniken im Digitaldruck. ➤ www.printcity.de

Typo St. Gallen

ENTSCHEIDENDE ROLLE FÜR DEN WEISSRAUM

In der Typografie spielt der Weißraum eine entscheidende Rolle, denn dieser bestimmt über die unbedruckte Fläche einer Seite. Das richtige Maß an Leerraum zwischen verschiedenen grafischen Elementen sorgt für gute Lesbarkeit und sichtbare Ordnung, wodurch die Gestaltung erst ihre ästhetische Wirkung entfaltet. Der Schweizer Typograf Jan Tschichold nannte den Weißraum beispielsweise »die Lungen eines guten Designs« und zeigte damit unmissverständlich die Wichtigkeit dieser Leere auf. »Die typografischen Zeichen, auf weißes Papier gedruckt, fassen, aktivieren und regulieren Licht; sie sind nur zusammen mit dem Unbedruckten erfassbar. Der aufgedruckte Wert bewirkt seinen Gegenwert, der die Gesamtform mitbestimmt. Das Unbedruckte ist nicht eine undefinierte Leere, sondern Element des Bedruckten.« Mit diesem Zitat beschreibt der Schweizer Typograf und Lehrer Emil Ruder in präzisen Worten das Leitmotiv der diesjährigen Typo St. Gallen, welche vom 20. bis 22. September 2013 an der Schule für Gestaltung St. Gallen stattfinden wird. Am dreitägigen Typografie Kongress werden sich am Freitag und Samstag zahlreiche hochkarätige Fachreferenten aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, England, Tschechien, den Niederlanden und den USA in gewohnter Manier mit dem Thema Weißraum auseinander setzen. Neben einer Führung durch die Ausstellung der Stiftsbibliothek St. Gallen – die älteste Bibliothek der Schweiz und eine der größten und ältesten Klosterbibliotheken der Welt – dürfen sich die Teilnehmer am Sonntagmorgen außerdem auf einen Buchstabenspaziergang durch die Stadt St. Gallen mit Florian Hardwig (Myfonts) freuen.

➤ www.typo-stgallen.ch

Museum für Druckkunst Leipzig

19. Leipziger TypoTage: »Schrift im 21. Jahrhundert«

»Totgesagte leben länger.« Die Typografie tritt zurzeit den jüngsten Beweis für dieses alte Sprichwort an. Noch vor Kurzem sahen Kritiker angesichts sich rasant entwickelnder Video- und Audioübertragungstechniken das Ende des geschriebenen Wortes kommen.

Die Realität sieht anders aus: Grafiker, Typografen und Designer haben in den letzten zehn Jahren neue Schriften für die Multimedia-Welt geschaffen, nachdem vor weniger als zehn Jahren die typografischen Möglichkeiten in den Online-Medien noch begrenzt waren. Neue Geräte wie Smartphones, Tablet-PCs sowie E-Books und mobile Anwendungen eröffnen der Typografie nun ungeahnte und vielfältige Möglichkeiten. Aber auch im Bereich der Schriftgestaltung hat das neue Jahrtausend schon einiges bewegt, junge Typografen denken und verwenden Schriften anders: ob in animierter Form, als digitale Redesigns historischer Vorbilder oder als individuelle Designs für analoge und digitale Anwendungen.

Dabei sind Schrift und Typografie einem massiven Wandel unterworfen. Sie müssen neuen technischen Möglichkeiten gerecht werden und den Spagat zwischen analogen und digitalen Anforderungen meistern. Dabei werden sie nur noch selten für einen regionalen, begrenzten Markt entwickelt, sondern müssen oft gleichzeitig in Deutschland wie in China überzeugen.

Um die verschiedenen Spielarten von Typografie im Spannungsfeld zwischen Print- und Onlinemedien zu erörtern, lädt die Gesellschaft zur Förderung der Druckkunst am 27. April 2013 zu den 19. Leipziger Typotagen mit dem Themenschwerpunkt »Schrift im 21. Jahrhundert« ins Museum für Druckkunst Leipzig ein.

Für die 19. Leipziger Typotage werfen renommierte Referenten ihren Blick auf diese spannenden Entwicklungen werfen – darunter die Buchgestaltungsikone Friedrich Forssman, der Type-Designer Henning Skibbe und der Schriftgestalter Maurice Göldner.

Den thematischen Rahmen der Typotage bildet die gleichnamige Ausstellung »Schrift im 21. Jahrhundert«



Jonathan Barnbrook: »Hopeless Diamond« aus der Ausstellung »Schrift im 21. Jahrhundert«.

im Museum für Druckkunst Leipzig vom 10. März bis 5. Mai 2013. »Schrift im 21. Jahrhundert« präsentiert aktuelle Schriftdesigns internationaler Gestalter. Ein Teil der Schau zeigt die aus England übernommene Ausstellung »Types for the New Century«. In 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 werden vorgestellt.

➤ www.typotage.de

➤ www.druckkunst-museum.de

Arjowiggins

EINLADUNG ZUM BLICK IN DIE ZUKUNFT

»Wie sehen Design und Kreativität im Jahr 2023 aus?« Mit dieser Frage ruft Arjowiggins, das Schwesterunternehmen der Antalis GmbH, kreative Köpfe aus allen Bereichen der Kunst und des Designs dazu auf, sich mit ihrer Vision an der Initiative »The Blank Sheet Project Time Capsule« zu beteiligen. Durch das sogenannte »Blank Sheet Time Capsule« Projekt lässt Arjowiggins Creative Papers Zukunftsdesign greifbar werden. Kreative aus aller Welt sind dazu aufgerufen, den Blick in die Glaskugel zu wagen und die kollektive Vision von Design und Kreativität aktiv mitzugestalten. Die Idee: In einer Zeitkapsel werden die besten Beiträge aufbewahrt und nach zehn Jahren sprichwörtlich wieder ausgegraben. Beteiligen können sich Interessierte mit jedem künstlerischen Format – erlaubt ist, was Kreativität und Phantasie hergeben. Ganz egal ob als Plastik, Gemälde oder Film – einreichen können Teilnehmer ihre visionären Lösungen bis zum 30. Juni online. Die einzige Einschränkung besteht darin, dass jeder Beitrag mit einem leeren Blatt Papier beginnen muss.

Zu besichtigen sind alle Werke bis Ende dieses Jahres auf einer Website-Galerie. Nach Ablauf der Einsendefrist Ende Juni gibt eine Jury aus angesehenen Kunstberatern die Beiträge bekannt, welche die Reise in die Zukunft antreten.

Anschließend werden die Exponate von Arjowiggins für die Zukunft bewahrt. Erst zehn Jahre später wird die Zeitkapsel – und mit ihr ein Fenster in die Vergangenheit – wieder geöffnet. Sowohl der Inhalt der Kapsel als auch die virtuelle Galerie werden 2023 erneut zugänglich sein.

➤ www.theblanksheetproject.com

Navigation aus der Preisfalle ERFOLG IST PLANBAR UND KEIN ZUFALL

Auf Anregung von Anwendern haben die Verantwortlichen der Printplus AG einen völlig neuen Kurs-Typ konzipiert. Die Formel lautete: erfolgreiche Verkaufstrainer mit anschaulicher Software-Schulung kombinieren. Die Rechnung ging auf und die Teilnehmer waren begeistert.

In dem Kurs mit dem Titel »Navigation aus der Preisfalle« ging es darum, dass die Teilnehmer erfahren, wie sie mehr Neukunden gewinnen



und die Bestandskunden aktivieren. »Erfolg ist planbar und kein Zufall«, so das Credo der deutschlandweit bekannten Vertriebstrainerin Katja Porsch.

Der Kurs wurde von ihr zusammen mit Maximilian Spies von der Printplus AG entwickelt. Es sollte sicher gestellt sein, dass sich die Anregungen der Vertriebsexpertin Katja Porsch auch im CRM-System Printplus IVIS umsetzen lassen.

Die Teilnehmer waren begeistert. Kathrin Senn vom Bodensee Medienzentrums in Tettmang bestätigt, »Es war eine sehr lehrreiche Schulung. Der Vortrag war sehr kompetent, auflockernd und interessant« und fügt noch hinzu, selten so ein gutes Seminar gehabt zu haben. Der Kurs umfasst wichtige Techniken für einen erfolgreichen Verkauf. Speziell für diesen Kurs wurden die Abläufe in der Software abgebildet. Die Teilnehmer erhielten weitreichende Werkzeuge für die Analyse und für die Anwendung von Cross- und Upselling-Strategien.

Der nächste Termin ist am 24. und 25. Juni 2013 im Vorarlberger Wirtschaftspark.

➤ www.printplus.ch

Krause IMPOSITION DAYS NUN AUCH IN HEIDELBERG

Krause wird am 22. und 23. April nun auch in Heidelberg interessierten Kunden die Krause Imposition Manager Ausschießsoftware mit der PerfectPlan Bogenoptimierung vorstellen. Die KIM Software als Schaltstelle der digitalen Druckproduktion mit beeindruckendem Funktionsumfang und intuitiver Benutzerführung bei normalen Ausschießaufgaben oder die Workflowintegration über den JDF Standard in existierende Produktionsumge-



bungen hat in Bielefeld und Berlin viele Besucher überzeugt. Insbesondere der neue Ansatz einen Auftrag automatisch anhand von vorher definierten Produktionsprofilen zu fertigen und eine Optimierung der Bogenaufteilung über mehrere Druckbogen ist ein Wettbewerbsvorteil.

»Die intensiven Gespräche während der KIM Vorführungen haben uns ermutigt, die Krause Imposition Days nun auch in Heidelberg und später in Norddeutschland durchzuführen. Anders als bei Demos oder Vorträgen wurde die Software bei den Krause Imposition Days mit Praxisdaten gezeigt und im Dialog wurden die Stärken von KIM für den jeweiligen Anwendungsfall erörtert. So haben existierende Kunden die neuen Produktfeatures und Auswirkungen auf ihre Produktion gesehen und Neukunden hatten die Gelegenheit die Vorteile von KIM gegenüber ihrer jetzigen Lösungen zu erleben«, erklärt Stefan Beke-Bramkamp, Verkaufs- und Marketingleiter bei der Krause-Biagosch GmbH.

➤ www.krause.de

Ricoh-Studie

Veraltete Arbeitsmethoden beeinträchtigen den europäischen Bildungssektor

Eine von Ricoh Europe veröffentlichte Studie zeigt, dass der europäische Bildungssektor mehr als jede andere Industrie unter veralteten Arbeitsmethoden leidet, während er gleichzeitig versucht, mit der Geschwindigkeit des technologischen Wandels mitzuhalten. 88% der befragten Bildungseinrichtungen in Europa gaben an, ihre Arbeitsweise sei veraltet und hindere sie daran, so effektiv und effizient wie möglich zu sein. Dies wirke sich auf ihr Angebot an qualitativ hochwertigen Bildungsdienstleistungen aus. »Fakultäten und Studenten erwarten immer modernere und mobile Lernumgebungen. Daher ist es unabdingbar, dass der Bildungssektor mit neuen Technologien und Arbeitsmethoden mithalten kann«, sagt Carsten Bruhn, Executive Vice President, Ricoh Europe. »Bildungseinrichtungen stehen in puncto Effizienz, Preis-Leistungs-Verhältnis und Qualität der Dienstleistungen für Studenten immer stärker im Wettbewerb. All diese Bereiche können durch Technologie verbessert werden, wenn sie richtig integriert und verwendet wird.«

Da zusätzlich 89% der Befragten im Bildungssektor angaben, dass sie von mobilem Arbeiten beeinflusst werden, steht der Sektor unter dem Druck, neue Technologien einzuführen. Mobile Geräte allein garantieren jedoch keine Verbesserung beim Teilen von Informationen. 77% der Befragten sagten, dass sie zwar Zugang zu den neuesten Geräten hätten, deren Verwendung werde jedoch von veralteten Backend-Systemen behindert, sodass sie mobile Technologien wie Smartphones und Tablet-PCs nicht umfassend zur Verbesserung der Dokumenten-Workflows einsetzen könnten. Werden diese Geräte aber nicht richtig in die Workflows integriert, können Informationen weiterhin nicht effektiv geteilt werden, Studentendaten

nicht in Echtzeit aktualisiert oder Informationen nicht sicher zurück ins Netzwerk übertragen werden. Demzufolge wird möglicherweise Arbeit doppelt ausgeführt und es können Sicherheitslücken auftreten. Eine andere Sorge ist, dass über zwei Drittel (73%) der Befragten im Bildungssektor angaben, dass sie in neue Technologien investieren, bevor sie die Funktionalitäten der bestehenden Geräte vollständig ausgeschöpft haben. Da Budgets immer stärker begrenzt werden, ist es unerlässlich für Bildungseinrichtungen, ihre bestehenden Technologien bestmöglich auszunutzen und damit von den vollen Funktionalitäten von Systemen und Workflows profitieren, bevor sie in neue Systeme investieren.

»Es bringt nichts, neue Technologien zu kaufen, wenn sie nicht vollständig in das Netzwerk einer Schule oder Universität integriert werden, sodass Mitarbeitende in der Lage sind, auf Informationen zuzugreifen und sie zu verarbeiten, sowie Wissen im richtigen Format zur richtigen Zeit zu teilen. Damit dies geschieht, müssen Organisationen ihre Technologien und Dokumentenprozesse gemeinsam analysieren, um sicherzustellen, dass sie bei der Unterstützung von Geschäftszielen zusammenarbeiten«, sagt Bruhn. »Im Bildungssektor bedeuten optimierte Dokumentenprozesse, dass Lehrkräfte produktiver arbeiten und damit mehr Zeit haben, bessere Lerninhalte zu bieten, anstatt wertvolle Zeit damit zu verschwenden, nach Aufzeichnungen und Dokumenten zu suchen und sie zu archivieren.«

➤ www.ricoh.ch

CROSSMEDIALES PUBLISHING Die Energy Net GmbH zeigt am 10. April 2013 in Frankfurt zusammen mit Adobe und vjoon die Möglichkeiten crossmedialer Publishing-Prozesse für verschiedene Ausgabeformate wie Print, Web, Mobile, Tablet, etc. Vorgestellt werden Lösungen, die Produktionsprozesse mit einem großen Maß an Automatisierung, Transparenz, Planbarkeit und Steuerung ermöglichen. ➤ www.energy-net.de

GRUNDLAGENSEMINAR VERPACKUNG Die Verpackung muss heute gleichzeitig einer enormen Fülle von teilweise gegenläufigen Ansprüchen genügen. Große Bedeutung kommt dabei ökologischen wie ökonomischen Aspekten zu. Eine Verpackungsaufgabe ganzheitlich zu lösen, bedingt fundierte Kenntnisse aller Aspekte, Funktionen und Materialien der Verpackung sowie der damit verbundenen Produktionsverfahren. Daher veranstaltet der SVI das Grundlagenseminar Verpackung vom April bis Juli an insgesamt neun Kurstagen. Bis 29. März 2013 können sich Interessenten auf der SVI Homepage registrieren. ➤ www.svi-verpackung.ch

ADOBE DESIGN ACHIEVEMENT AWARDS Adobe Systems lädt ein, kreative Arbeiten zu den 13. Adobe Design Achievement Awards einzureichen. Der Wettbewerb zeichnet weltweit die besten studentischen Kreativ-Leistungen aus. Eingereicht werden können Werke von Einzelpersonen und Projektgruppen, die mit Adobe-Software innovative Projekte realisiert haben. Einsendeschluss ist der 22. Juni 2013. Im Oktober 2013 werden die Sieger der jeweiligen Kategorien während einer Online-Award-Verleihung bekannt gegeben. ➤ www.adobeawards.com

PRO CARTON/ECMA AWARD 2013 Es gibt keine bessere Gelegenheit zu zeigen, wie innovativ und kreativ die Faltschachtel ist, als beim Pro Carton/ECMA Award, den europäischen Preis für Kartonverpackungen.



Alle Partner aus der Karton- und Faltschachtelindustrie sowie Designer, Markenartikler und Handel sind zur Teilnahme eingeladen. Einsendeschluss ist der 6. Juni 2013. Die Preisverleihung

findet am 19. September 2013 auf dem ECMA-Kongress in Dubrovnik, Kroatien, statt. ➤ www.procartonecmaaward.com

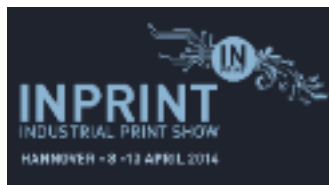
WERBETECHNIKERTREFFEN Aufgrund der großen Resonanz beim letztjährigen Werbeteknikertreffen in Bückeburg stellt Neschen auch 2013 wieder die Räumlichkeiten für dieses Branchenevent zur Verfügung. Am 15. und 16. Mai finden Werbetekniker dort eine Plattform, um sich über Innovationen und Trends zu informieren und ihre Erfahrungen auszutauschen. Hersteller von Medien, Druckern und Software sowie Fachhandelspartner können außerdem auf der begleitenden Ausstellung ihre Produkte vorzuführen. Auch dieses Jahr sind wieder zahlreiche bekannte Marken wie Epson, Erfurt oder HP mit von der Partie. »Neschen lädt erneut ein zum Werbeteknikertreffen nach Bückeburg. Für das gemütliche Beisammensein am Abend haben wir wieder eine außergewöhnliche Location gewählt«, freut sich Frank Seemann, Leiter Marketing und Kommunikation bei der Neschen AG. »Geplant ist eine Weser-Flusskreuzfahrt mit Dinner. Ich hoffe, es gehen alle mit an Bord und tauschen dort in ungezwungener Atmosphäre ihre Erfahrungen aus.« Weitere Informationen sowie Agenda und genaue Angaben zu Referenten, Vorträgen und Workshops sind im Internet abzurufen. ➤ www.neschen.com

InPrint 2014

ANZAHL DER ANMELDUNGEN ÜBERTRIFFT ERWARTUNGEN

Die InPrint, die vom 8. bis 10. April 2014 in Hannover stattfindet, hat bereits 40% der Ausstellungsfläche verkauft, da das Interesse der Unternehmen an der neuen Messe groß ist und sie den Frühbucherrabatt, der bis zum April 2013 gilt, nutzen wollen.

Dem Forschungs- und Beratungsinstitut IT Strategies zufolge besitzt der Markt für industrielle Drucktechnologien ein Volumen von 80 Milliarden Euro. Bei einer jährlichen



Wachstumsrate von 11% für den industriellen Inkjetdruck überrascht es nicht, dass diese Messe, die innovative Drucktechnologien mit dem Fertigungssektor verbindet, auf ein so reges Interesse stößt. Der industrielle Druck gilt allgemein als die nächste große Chance für die Drucktechnologien, da die traditionellen Druckmärkte entweder auf dem aktuellen Niveau bleiben oder weiter schrumpfen werden.

»Zweifelloso gibt es eine große Nachfrage und Begeisterung für die InPrint, die den Schwerpunkt auf Innovationen in industriellen Drucktechnologien für den Fertigungsprozess legt«, betont Frazer Chesterman, Director, FM Brooks.

Die InPrint findet parallel zur Hannover Messe statt, die ein breites Publikum aus Entscheidungsträgern der Fertigungsindustrie aus ganz Deutschland sowie aus anderen großen Fertigungsregionen wie Asien und Südamerika anzieht. Daher ist diese Messe ideal positioniert, um die Lücke zwischen Drucktechnologie und industrieller Fertigungstechnologie im gesamteuropäischen und internationalen Maßstab zu schließen.

➤ www.inprintlive.com

Hauchler Studio

FORTBILDUNG FÜR DIE MEDIENWIRTSCHAFT

Aktuelle Statistiken belegen, dass sich die Investition der Absolventen in ihre berufliche Zukunft rentiert. Das Hauchler Studio bildet seit 67 Jahren Führungskräfte in Medien, Werbung und Druck aus und gilt als Expertin für diese Aufstiegsfortbildungen. »Geprüfter Medienfachwirt« und »Industriemeister Print« heißen die IHK-Abschlüsse der Medienwirtschaft. Jetzt wurde ein spezieller Hauchler-Lehrplan entwickelt mit »Blick über den einzelberuflichen Tellerrand«, der Praxisanteile von Vorstufe bis Druck, besondere Betreuungs- und Übungsangebote sowie Fachvorträge und Exkursionen beinhaltet. Der nächste Fachschulkurs in Vollzeit findet vom 30. September 2013 bis 30. Juli 2014 sowie in Teilzeit am Samstag vom 31. August 2013 bis 25. Juli 2015 in Biberach statt. In Heidelberg ist der nächste berufsbegleitende Kurs vom 22. März 2014 bis 19. Dezember 2015 geplant.

Auf einer Infoveranstaltung am Samstag, 13. April um 9:30 Uhr in Biberach stehen Experten zu Struktur, Inhalten, Prüfungsmodalitäten, Förderungsmöglichkeiten sowie Kursinhalte/-ablauf und Besonderheiten im Hauchler Studio Rede und Antwort. Insbesondere soll Beratung erfolgen für die neuen Spezialisierungen und die Wahl der Aufstiegsfortbildungsprüfungen.

➤ www.hauchler.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

easyFairs-Fachmessen im Norden

3.076 FACHBESUCHER KAMEN NACH HAMBURG

183 Aussteller, 3.076 Besucher, über 50% Optionen: Für den Messeveranstalter easyFairs war das Triple-Konzept aus »Verpackung«, »Logistik« und »Packaging Innovations« vom 23. bis 24. Januar 2013 auf dem Gelände der Hamburg Messe ein voller Erfolg. Dazu hat nicht zuletzt die neu etablierte Fachmesse Packaging Innovations beigetragen, die mit kreativen Verpackungsdesign-Lösungen das Portfolio der Verpackung optimal ergänzte. Aber



auch das hochkarätige Rahmenprogramm zu den Trendthemen der Branche kam bei den Teilnehmern sehr gut an. Die learnShop-Fachvorträge – erstmals auch in englischer Sprache – waren an allen Messtagen ausgebucht. Mit 3.076 Besuchern aus 21 Ländern war ein internationales Fachpublikum auf den Fachmessen in der Hansestadt vertreten. Auch die Besucherqualität war mit rund 65% Investitionsentscheidern auf einem sehr hohen Niveau. Etwas mehr als die Hälfte (51,9%) kam mit konkreten Kaufabsichten. Dies spiegelt auch die von easyFairs Deutschland durchgeführte Ausstellerbefragung wider. Der nächste gemeinsame Messeauftritt findet vom 22. bis 23. Januar 2014 in Hamburg statt. Geplant sind eine »Design Avenue« mit Kreativ-Agenturen und ein »Kosmetik Forum« auf der Packaging Innovations. Auf der Verpackung soll der »Maschinenpark« weiter wachsen. Hinzu kommen Schwerpunktthemen wie »Transportverpackung« sowie »richtige Lagerung und Sicherung«.

➤ www.easyfairs.com/hamburg

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
02. 04. - 05. 04.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 100	Heidelberg
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
10. 04. - 11. 04.	Print Media Academy, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
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.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Hamburg
16. 04.	Print Media Academy, Die Welt der Printmedien	Heidelberg
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
22. 04. - 26. 04.	Print Media Academy, Falzen Basis (Modul 1)	Heidelberg
22. 04. - 26. 04.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 450 Basis	Heidelberg
22. 04. - 26. 04.	Print Media Academy, Speedmaster XL 106 Basis	Heidelberg
22. 04. - 26. 04.	Print Media Academy, EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Heidelberg
23. 04.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Lünen
23. 04.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	München
23. 04. - 26. 04.	Fogra, Grundlagen der Drucktechnik	München
24. 04.	Impressed, Smart Automation Roadshow II	Darmstadt
24. 04.	tgm, Elektronisch Publizieren 2013 »6. Abend«	München
24. 04.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	München
24. 04. - 25. 04.	cleverprinting, Photoshop High-End Bildbearbeitung und Compositings	Hamburg
24. 04. - 25. 04.	Polar, Compucut-Kurse	Hofheim
25. 04.	cleverprinting, Kompaktkurs Next Generation Publishing mit INDS und PSD	München
26. 04.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	München
27. 04. - 28. 04.	tgm, Typografie-Einstieg	München
29. 04. - 30. 04.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
04. 05.	tgm, Parallelen ziehen	München
10. 05. - 11. 05.	tgm, Screen-Design	München
13. 05. - 14. 05.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
13. 05. - 17. 05.	Print Media Academy, Falzen Aufbau (Modul 2)	Heidelberg
13. 05. - 17. 05.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 350 Basis	Heidelberg
13. 05. - 17. 05.	Print Media Academy, EB Pro	Heidelberg
14. 05.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Düsseldorf
15. 05.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Düsseldorf
16. 05.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	Düsseldorf
17. 05.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	Düsseldorf
22. 05. - 24. 05.	Print Media Academy, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 (Modul 1)	Heidelberg
30. 05.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung mit RGB- und RAW-Daten	Hamburg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

➤ www.cleverprinting.de

➤ www.fogra.org

➤ www.impressed.de

➤ www.polar-mohr.com

➤ www.print-media-academy.de

➤ www.tgm-online.de

BERUF

Wie bitte, Sie kennen unseren
Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch

DESIGN & TYPOGRAFIE



— Z

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

wir freuen uns über Ihren
Besuch:

www.xyz.ch



Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

KUVERTS

ELCO
switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG



AUSRÜSTEN | VERPACKEN | VERSENDEN



SCHÄR | DRUCKVERARBEITUNG.CH

Schär Druckverarbeitung AG | Bernstrasse 281 | 4852 Rothrist
Tel. 052 785 10 30 | info@druckverarbeitung.ch | www.druckverarbeitung.ch

25 JAHRE SCHÄR

VERSCHIEDENES



DRUCKMARKT
impressions

Neues
«aus den Kantonen»
gibt's auch im
Internet.

www.druckmarkt-schweiz.ch

**Empfehlungsanzeigen auch
für das schmale Budget:**
In jeder gedruckten Druckmarkt-
Ausgabe und alle 14 Tage im
Internet im PDF-Magazin
«Druckmarkt impressions».

Telefon +41 44 380 53 03
E-Mail:
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt-schweiz.ch

VERSCHIEDENES



Vipasa
Vino Pasta Salsa

WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

Wein und Pasta – was braucht es mehr? Man sitzt zwischen
Regalen mit Antipasti, Teigwaren und Weinen aus allen
Gegenden Italiens und isst eines der beiden unkomplizier-
ten Pastagerichte: schnell, ohne Firlefanz, hergestellt und
serviert mit italienischer Herzlichkeit. Dazu im kommunika-
tiven Ambiente ein Glas Wein, einen Espresso – mehr nicht.

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich • 043 243 69 30
www.vipasa.ch • www.la-lasagna.ch

GÜTESIEGEL.



Publikation 2013
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

Diese Zeitschrift wurde von Verband SCHWEIZER MEDIEN
mit dem Gütesiegel für das Jahr 2013 ausgezeichnet.

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER



SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH