

impressions 68

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

THE MEDALISTS

MPETITION



Andrea Schmidheiny (links) und Elena Singer bei der Siegerehrung zu den WorldSkills 2013.

Weltmeisterinnen ihres Fachs!

20 x im Jahr!

Ergänzend zum Heft:
das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Von ›Print stirbt‹ kann keine Rede sein. Seite 6.
Premedia & Prepress: Der automatisierte Workflow. Seite 14.
Print & Finishing: WorldSkills 2013. Seite 26.
Digitaldruck: Unternehmens-Philosophie kreativer Druck. Seite 35.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 44.



DIE Schlaumacher

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

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

www.druckmarkt.com



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 15,00 Euro zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Herzlichen Glückwunsch!

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 05 Nächster Anlauf für digital gedruckte Zeitungen
- 06 Von ›Print stirbt‹ kann keine Rede sein
- 08 Was fotografieren die Deutschen im Urlaub?
- 11 Menschen & Karrieren
- 12 PDF seit 20 Jahren

Premedia & Prepress

- 14 Der automatisierte Workflow
- 20 Obility für das Online-Geschäft
- 22 Schwerpunkt Business-to-Business
- 24 Besser doch nicht in die Cloud?
- 25 Robust und ressourcenschonend

Print & Finishing

- 26 Weltmeisterinnen ihres Fachs
- 28 Nachrichten
- 28 Nexpress Gold-Lösung
- 29 ›Food Safe Packaging‹
- 33 Druckzone schafft neue Kapazitäten
- 35 Unternehmens-Philosophie kreativer Druck
- 38 Packaging Days bei Heidelberg
- 39 Gewinn auf ganzer Linie
- 40 Wasserlos statt digital

Termine, Bildung & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Nachrichten, Seminare & Veranstaltungen
- 51 Business to Business

Man hat ja vielleicht schon einiges in seinem Berufsleben erreicht. Und ist darauf wahrscheinlich (und zurecht) sehr stolz. Aber wer kann schon von sich behaupten, Weltmeister/in im Druck zu sein? Wohl die allerwenigsten. Und deshalb gilt in dieser Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ zu allererst unsere Gratulation Andrea Schmidheiny aus der Schweiz und Elena Singer aus Deutschland, die es geschafft haben, bei den WorldSkills 2013 in Leipzig Gold und Silber in der Disziplin Print Media Technology zu gewinnen (siehe auch den Beitrag auf Seite 26).

Und während in der Schweiz zurzeit wieder einmal ein erbitterter Streit über die Zukunft der ›Polygrafen‹-Ausbildung entbrannt ist (in Deutschland heißt der Lehrberuf Mediengestalter), zeigten die beiden jungen Frauen, dass es so schlecht um die Ausbildung des Nachwuchses wohl nicht bestellt sein kann. Natürlich gehören ganz persönliches Engagement und individueller Ehrgeiz dazu, wenn man sich über die nationalen Ausscheidungen bis ins Finale gekämpft hat. Doch diese Eigenschaften werden ja erst dadurch geweckt, wenn man einen Beruf erst einmal erlernt und dann auch lieben gelernt hat. Deshalb noch einmal: Herzlichen Glückwunsch!

Genauso kontrovers wie das Thema Ausbildung in der Schweiz diskutiert wird, dürfte derzeit die Debatten um das Thema ›Cloud‹ sein. Die Sache mit der ›Datenwolke‹ hat ja zweifellos einen gewissen Charme: Die Nutzer müssen nicht mehr in Server, Speicher, Internet-Bandbreite und Web-Know-how investieren, zudem steht via SaaS (Software as a Service) Software, so das Versprechen, stets in der aktuellsten Version zur Verfügung.

Doch so verlockend die Idee auch ist, scheinen die Mahner, die immer vor der zweifelhaften Sicherheit in der Datenwolke gewarnt haben, Recht zu behalten (siehe auch Seite 24). Der nun ans Licht gekommene Skandal um die flächendeckende Datenschnüffelei von Geheimdiensten hat alle Befürchtungen bestätigt. Und nun ist die Verwirrung groß. Das haben Geheimdienste, die Politik und auch übertüchtige IT-Unternehmen zu verantworten. Auch dazu unseren herzlichen Glückwunsch.



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

PLATTENWERK SCHLIESST Agfa Graphics hat angekündigt, sein Druckplattenwerk im italienischen Manerbio zu schließen. Das Werk produziert analoge und negative CtCP-Offsetdruckplatten – beides Produkte mit stark rückläufiger Nachfrage im Markt, wie Agfa mitteilt. Bei der Plattenfabrik in der Lombardei handelt es sich um die Fertigungsstätte des ehemaligen italienischen Herstellers Lastra, den Agfa 2004 übernommen hatte. Nach eingehender Prüfung und Bewertung aller Optionen habe Agfa Graphics die Beschäftigten und die Gewerkschaften über seine Pläne zur Schließung des Werkes in Kenntnis gesetzt. Betroffen sind 123 Mitarbeiter. ➤ www.agfagraphics.com

UMWELTPREIS AUSGESCHRIEBEN Bereits zum vierten Mal hat Kyocera Document Solutions zusammen mit seinen Partnern den Kyocera-Umweltpreis ausgeschrieben. Bis Ende Oktober können sich Unternehmen und Organisationen auf der Umweltpreis-Website mit CO₂-reduzierenden Konzepten und Technologien in einer von vier Kategorien bewerben. Welche Projekte mit einem Preisgeld in Höhe von insgesamt 100.000 € ausgezeichnet werden, entscheidet eine Expertenjury, deren Vorsitz der ehemalige Bundesumweltminister Prof. Klaus Töpfer übernommen hat. ➤ www.kyocera-umweltpreis.de

BELEGESCHAFT WÄCHST Der mittelfränkische Online-Druckdienstleister Onlineprinters ist weiter auf Wachstumskurs. Aufgrund des soliden Wachstums übernimmt die Druckerei 18 Zeitarbeitnehmer in die Stammbesellschaft. Der Personalstand umfasst damit zur Jahresmitte 430 Mitarbeiter in Produktion und Vertrieb – rund 80 Arbeitnehmer mehr als vor einem Jahr. 50 Mitarbeiter gehören weiterhin zum Pool der Zeitarbeitnehmer, um Auftragsspitzen abzudecken. ➤ www.onlineprinters.de

ÖKOVISION 2050 Konica Minolta zielt mit einem umfassenden Konzept darauf, den Umwelteinfluss der Unternehmensaktivitäten zu minimieren. Zur verbindlichen Umsetzung hat das Unternehmen die Ökovision 2050 als langfristige Umweltvision formuliert. Ein Ziel: Reduzierung der CO₂-Emissionen im Lebenszyklus der Produkte um 80% bis 2050. Dieser Wert soll bis 2015 bereits um 20% und die Emissionen bei der Produktnutzung um 60% reduziert werden. Ein Teil der Strategie ist der klimaneutrale Postversand. Dafür hat Konica Minolta nun das GoGreen Zertifikat 2012 der Deutschen Post DHL erhalten. ➤ www.konicaminolta.de

MITGLIED IN DER IPG Die Koenig & Bauer AG ist seit Januar 2013 Mitglied in der International Packaging Group (IPG) und übernimmt dort den Platz eines kürzlich ausgeschiedenen deutschen Mitbewerbers. Die 1963 in der Schweiz gegründete IPG ist ein internationaler Faltschachtel-Verband. Zu seinen Mitgliedern zählen führende Faltschachtelhersteller aus 24 Ländern. Die Vereinigung wird vom 20. bis 22. September 2013 ihren 50. Geburtstag in Bern feiern.

PROFIT DURCH E-COMMERCE-BOOM Knapp ein Jahr nach dem Start von Asendia am 6. Juli 2012 zieht das Gemeinschaftsunternehmen der französischen La Poste und von Swiss Post eine positive Bilanz. So stieg das Sendungsvolumen bei Asendia Germany im ersten Jahr des Bestehens um über 8%. Dabei profitiert die Kommunikations- und Logistikdienstleisterin vor allem vom boomenden E-Commerce-Markt und Synergieeffekten durch den Zusammenschluss von Swiss Post International und La Poste Global Mail.

Fujifilm-Spende an WaterAid PROZESSLOSE DRUCKPLATTE HILFT

Im Mai 2012 hatte Fujifilm seine Initiative gestartet, einen Teil des Umsatzes von jedem in Europa, dem Mittleren Osten und in Afrika verkauften Quadratmeter der prozesslosen Offsetplatte Brillia HD PRO-T3, die im Vergleich zum herkömmlichen Produktionsprozess von Offsetplatten auf das Element Wasser verzichtet, an WaterAid zu spenden. Die international aktive Wohltätigkeitsorganisation bemüht sich um die Verbesserung des Zu-



gangs zu Wasser, sanitärer Grundversorgung und Hygiene in den ärmsten Ländern der Welt.

Das Ergebnis nach dem ersten Jahr: Fujifilm hat inzwischen 65.025 € überwiesen. Das ist mehr als das Doppelte des ursprünglichen Ziels von 30.000 € und ist auf den wachsenden Erfolg und steigenden Einsatz der prozessfreien Druckplatte zurückzuführen.

»Wir freuen uns, dass der Erfolg der PRO-T3 WaterAid bei der Umsetzung besserer Lebensstandards in einigen der weltweit weniger privilegierten Gegenden unterstützen kann«, kommentiert Yasufumi Morimoto, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. Für den japanischen Konzern ist die Initiative Teil des Bestrebens so nachhaltig wie möglich zu handeln und andere dabei zu unterstützen. WaterAid ist derzeit in 19 Ländern Afrikas südlich der Sahara aktiv, um in Zusammenarbeit mit den Gemeinden praktische und nachhaltige Lösungen einzurichten, die den Bedürfnissen der Menschen dort entsprechen.

➤ www.fujifilm.eu

Kooperationsmodell

BRESLER STELLT SICH FÜR DIE ZUKUNFT AUF

Mit einem beispielhaften Kooperationsmodell erhöht die Bresler Medien GmbH in Erlangen ihre Wettbewerbsfähigkeit und sichert sich damit Wachstumschancen im hart umkämpften Druckmarkt. Knapp ein Jahr nachdem die Druckerei von Norbert Hettrich, dem geschäftsführenden Gesellschafter der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH, übernommen wurde, realisiert Bresler gemeinsam mit dem Schweinfurter Druckhaus ihre Strategie für die Zukunft: Ein umfassendes Portfolio an Standard- und Premium-Print-Leistungen aus einer Hand. Seit über 50 Jahren bietet Bresler hochwertige Print-Produkte. Weppert steht für Online-Kompetenz und die Realisierung von industriell produzierten Standard-Druckprodukten. Für Bresler eine optimale Kombination: Die eigenen Stärken können beibehalten und gleichzeitig die Ressourcen des Druckhaus Weppert genutzt werden. »Für umfangreiche und komplexe Aufträge der Kunden stehen nun das gemeinsame Know-how und die Kapazität zur Verfügung«, sagt Norbert Hettrich. »Durch die Kooperation profitieren die Bresler-Kunden nun vom ganzen Portfolio und können sowohl sehr individuelle, beratungsintensive Druckaufträge als auch Standard-Printprodukte sowie Web-on-Demand- und On-line-Lösungen realisieren«. Umgekehrt sind erste Web-to-Print-Lösungen aus dem Hause Weppert bereits bei Bresler-Kunden platziert. »Online-Druck und das Individualgeschäft mit anspruchsvollen Kunden passen gut zusammen, müssen aber getrennt organisiert werden«, sagt Hettrich. Langfristiges Ziel der Partnerschaft ist ein Kompetenzzentrum für sämtliche Print-Bedürfnisse der Kunden.

➤ www.bresler.de

➤ www.xposeprint.de

Standfläche ab 4 m²**DRUCK+FORM MIT SPEZIELLEM BUCHUNGSPAKET**

Ein besonderes Buchungspaket hat die Druck+Form für IT-Anbieter geschnürt. Auf einem Gemeinschaftsstand sind Anbieter mit IT-Lösungen unter sich und können schon mit einer Standfläche ab 4 m² mit einsteigen. Das alles sei kostengünstig und »all inklusiv« mit Standbau, Nebenkosten und Catering, teilt die Messe mit. Der Gemeinschaftsstand gebe auch kleinen Anbietern die Chance, ihre Software-Lösung auf der Druck+Form vier Tage lang dem Fachpublikum zu präsentieren. Neues gibt es auch bei den Ausstellern: Die R & S Grafische Maschinen GmbH hat sich zusammen mit der Ing. Fritz Schroeder GmbH angemeldet und wird ein umfangreiches Angebot an Broschürenfertigung, Klebebinden und Druckveredelung präsentieren. Auch Canon Deutschland hat sich wieder für die Druck+Form entschieden und wird auf einem großzügigen Stand ihr Produktportfolio vorstellen. Die 19. Druck+Form findet vom 9. bis 12. Oktober 2013 in der Messe Sinsheim statt.

➤ www.messe-sinsheim.de

Nächster Anlauf für digital gedruckte Zeitungen**Zeitungen und Magazine am Kiosk drucken**

Das schwedische Unternehmen Meganews will in den kommenden Monaten den Druck von Zeitungen und Magazinen an Verkaufsautomaten testen. Die mit Ricoh-Drucktechnik und Internet-Zugang ausgestatteten Kiosks sollen innerhalb von zwei Minuten aus einer Auswahl von mehr als 200 Zeitungen und Magazinen das gewünschte Exemplar Schwarz-Weiß oder in Farbe produ-

des Forschungsinstituts Innventia oft 40% der Auflage aus. Da auch die Transport- und Logistikkosten durch den Druck vor Ort drastisch reduziert werden, beziffert Meganews die Reduzierung der fossilen Treibhausgase durch die On-Demand-Produktion auf 60%, wenn Rücktransport und Recycling der klassischen Druckprodukte mit kalkuliert werden.



zieren können. Das Print-on-Demand-Verfahren soll dabei Kosten reduzieren und umweltfreundlich sein, da nur die tatsächlich verkauften Exemplare gedruckt werden. Im klassischen Zeitschriftenmarkt werden nicht verkaufte Titel zurückgeschickt (remittiert). Diese Remittenten machen nach Berechnungen

Der schwedische TV-Journalist Lars Adaktusson, sein Bruder Hans und ihr gemeinsames Unternehmen Meganews Sweden führen das Konzept ein. Ricoh lieferte die Drucktechnik, Sweco entwickelte die Software, konfigurierte Kartenterminals und Bildschirme und das Design des Kiosks stammt von LA + B.

In den nächsten sechs Monaten wird der Kiosk an Flughäfen, in Hotels, Krankenhäusern, Lebensmittelgeschäften und anderen Einkaufszentren im ganzen Land getestet. An dem Projekt beteiligen sich auch eine Reihe namhafter schwedischer Verlage. Der Verkauf erfolgt am Terminal mit einer Kreditkarte, sodass bequeme und sichere Transaktionen sichergestellt sind.

»Meganews ist eine direkte Antwort auf den wachsenden Bedarf an Print-on-demand. Zudem ist es ein Beispiel für Innovation und wir sind stolz, dass die Technologie von Ricoh zur Magazinproduktion der Zukunft beiträgt«, kommentiert Graham Moore, Director of Business Development für Ricoh Europe, die Entwicklung.

Anm. d. Red.:

Wir sind gespannt, wie sich das Projekt entwickelt und ob es akzeptiert wird. Denn neu ist die Idee schließlich nicht, auch wenn sie überzeugend sein mag. Bisherige Versuche, Druckautomaten an Knotenpunkten oder auf Kreuzfahrtschiffen aufzustellen und Zeitungen zu drucken, hatten längst nicht den Erfolg, wie man annehmen möchte und sind allesamt aufgrund mangelnden Akzeptanz gescheitert.

RAPID
TRANSUT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de



**Graphische
Maschinen**

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

Von ›Print stirbt‹ kann keine Rede sein

Der Unternehmensberater Michael Dömer hat für die Interessenorganisation Rotationsdruck (EWA) das Volumen gedruckter Produkte untersucht. Die Erhebung beleuchtet die Situation der Branche, insbesondere im Segment Werbedrucksachen, Katalog- und Zeitschriftendruck. Fazit: Die Rollenoffsetkapazitäten wurden im vergangenen Jahr voll ausgelastet.

Die EWA repräsentiert im deutschsprachigen Raum als Interessenorganisation des Rotationsdrucks mit einem vertretenen Umsatzvolumen von etwa 4 Mrd. € etwa 80% der Kapazität und rund 13.700 Mitarbeiter im deutschsprachigen Raum. Dem zufolge hat die Untersuchung eine beachtliche Relevanz.

Print-Volumen gestiegen

Zwischen 2008 und 2012 stieg der Studie zufolge die eingesetzte Papiertonnage der Drucker in der EWA um fast 10%, obwohl die Grammatik der Produkte im Schnitt um 9,2% sank. Die Anzahl produzierter und gerüsteter Formen sei um 16% gestiegen, während die Zahl der produzierten Seiten um 21% anstieg. Klar zu erkennen ist damit eine größere Produktvielfalt mit kleinteiligen Auflagen. Diese Fakten widersprechen der ›gefühlten These‹, das Print-Volumen nehme ständig ab. »Wir drucken so viel wie nie zuvor«, bestätigt Axel Hentrei, Geschäftsführer Mohn Media.



Der Verfasser der Studie, Unternehmensberater **Michael Dömer**, mahnt jedoch zur Differenzierung. So zeigten die Zahlen der Papierindustrie deshalb andere Werte, weil im Zeitungsbereich und in den meisten anderen europäischen Ländern die Entwicklung negativ sei. Und genau umgekehrt zum Rollenoffset stellt sich die Entwick-



lung im Tiefdruck dar. Ein Teil der Tiefdruckaufträge ist wegen sinkender Auflagen in den Rollenoffset abgewandert. Außerdem sind große Katalog-Volumen wie Quelle und Neckermann weggefallen.

Auslastung zufriedenstellend ...

Ebenfalls untersucht wurde die Auslastung der Rotationen im Jahr 2012 je Maschine und Monat. Die EWA lässt anhand vertraulicher Produktionsdaten die Beschäftigung pro Maschine pro Monat in Summe ermitteln. 189 Rotationen von 8 Seiten bis 96 Seiten liegen dieser Auswertung zugrunde.

2012 waren der Erhebung zufolge durchschnittlich 105% der ›Normalkapazität‹ im 3-Schicht-Betrieb ausgelastet. Traditionell liege der Frühsommer darunter, der Jahresbeginn und Herbst teilweise deutlich darüber. Insbesondere im High-Volume-Bereich stoße die Auslastung in einigen Monaten an die Grenze des maximal Möglichen. Bei der Bewer-

tung muss auch berücksichtigt werden, dass in den letzten Jahren die maschinelle Kapazität in Deutschland ständig gestiegen ist. Dies nicht zuletzt aufgrund höherer Maschinenleistungen. In der EWA-Auswertung sind nach Angaben des Autors inzwischen fünf 96-Seiten Rotationen enthalten.

Sowohl die Langzeitbetrachtung als auch die Analyse 2012 zeigen, dass die Aussagen über dramatische Printrückgänge und Überkapazitäten von 30% pauschal nicht für den Akzidenz-Rollenoffset stimmen. Allerdings sei zu berücksichtigen, dass das anhaltende Wachstum bei Beilagen die Entwicklung in anderen Segmenten teilweise kompensiere. Lineare Hochrechnungen für die Zukunft sind nach Überzeugung von Michael Dömer aber in keine Richtung seriös.

... Preise schlecht

Dömer hält die Preise in der Branche allerdings für unangemessen. Dies zeige sich immer wieder auch da-

durch, dass Unternehmen bei hoher Auslastung in die Insolvenz gerieten und nicht etwa wegen Auftragsmangel. Schwierig sei es aufgrund der saisonalen Schwankungen, dem massiven Preisdruck zu begegnen. Alleine die EEG-Umlage betrage in Summe der EWA-Unternehmen über 20 Mio. €. Hinzu kommen die insgesamt deutlich steigenden sonstigen Energiekosten. Die Belastungsgrenze der Rotationsunternehmen sei überschritten, sagt Dömer. »Bei erfolgreichen Unternehmen setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, sich rechtzeitig aus einer Preisschlacht zu verabschieden. Insolvenzen zeigen, dass Umsatz um jeden Preis ein Managementfehler ist.«

Konsolidierung langsamer

Den Print-Kunden rät Michael Dömer, solide Partnerschaften aufzubauen, damit sie keine Nachteile durch Insolvenzen oder eine Schwächung der Branche zu spüren bekommen. Den Druckern empfiehlt er, Differenzierungsstrategien zu prüfen und notfalls Kapazitätsanpassungen vorzunehmen.

Dömer erwartet in den nächsten Jahren eine weitere Konsolidierung der Branche, diese würde jedoch langsamer verlaufen, als viele Prognosen meinen, da Subventionen und das Insolvenzrecht Marktmechanismen behinderten.

» www.ewa-print.de

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

Ricoh-Studie

UNTERNEHMEN NOCH IM ›DIGITALEN MITTELALTER‹

Europäische Führungskräfte sind noch nicht ganz auf das digitale Zeitalter vorbereitet. Zu diesem Schluss kommt Ricoh, weil 63% der Teilnehmer einer vom Unternehmen in Auftrag gegebenen Studie erklärten, sie seien für den digitalen Wandel nicht gewappnet. Zwar gaben 83% der Teilnehmer, dass ihr CIO (Chief Information Officer) zwar alle Ressourcen besitze, um den digitalen Wandel voranzutreiben, er aber nicht die Befugnis habe, wichtige Geschäftsbereiche zu verändern. Nur 9% glauben, die entsprechenden Vollmachten zu besitzen. Und nur wenige Teilnehmer gaben an, der CIO sei autorisiert, Elemente einer erfolgreichen digitalen Strategie zu ändern – wie die Einbeziehung von Kunden (nur 13%) oder die Supply Chain (14 %).

Projekte zum digitalen Wandel werden der Studie zufolge aktuell entweder vom CTO (Chief Technical Officer) oder dem CIO (43%) geleitet, mit 30% gefolgt vom CEO (Geschäftsleiter). Der CIO überwacht derartige Projekte aber nur in 21% der Fälle. Darüber hinaus gaben 46% der befragten Führungskräfte an, im Vorstand des Unternehmens sei auch ein CIO vertreten.

»Die Studie zeigt, dass die meisten Unternehmen noch im tiefsten digitalen Mittelalter leben« kommentiert Ian Winham, CIO von Ricoh Europe, die von Coleman Parkes Research im Mai und Juni 2013 durchgeführte Studie. »In einer Zeit, in der viele technologiebedingte Veränderungen erwartet werden, müssen Unternehmen schnell auf neue Anforderungen reagieren, um ihren Wettbewerbsvorteil zu halten. Daher sollte das IT-Management nicht länger eine unterstützende Nebenrolle spielen, sondern mehr Befugnisse erhalten.«

➤ www.ricoh.de

Von null auf Platz eins!

DER NEUE DUDEN STÜRMTE DIE SACHBUCHCHARTS

Die 26. Auflage des gelben Klassikers ›Duden – Die deutsche Rechtschreibung‹ schoss aus dem Stand heraus an die Spitze der in Deutschland bestverkauften Sachbücher.

Das 1.216 Seiten starke Nachschlagewerk erschien Anfang Juli. Mit rund 5.000 neu aufgenommenen Wörtern wie Vorständin, Energie-wende, Liebesschluss, Schuldenbremse, Arabellion, Körperscanner, Biomarker, E-Book-Reader oder Shitstorm bezieht das Wörterver-



zeichnis die jüngsten Entwicklungen im Wortschatz der deutschen Gegenwartssprache ein. Der neue

Duden ist mehr als nur ein Buch: Als umfassendes Paket zur deutschen Sprache besteht es aus Buch, Wörterbuch-App für Smartphones und Tablets sowie dem Zugang zur elektronischen Duden-Rechtschreibprüfung. Erstmals sind die elektronischen Dudenprodukte mit dem gedruckten Buch fest verbunden. Über einen persönlichen Code im Buchinneren stehen die digitalen Komponenten zum Herunterladen ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung. Der neue Duden ist für 24,99 € erhältlich.

➤ www.dudenhochdrei.de



Repräsentative Umfrage von Cewe

Was und wie fotografieren die Deutschen im Urlaub?

Reisezeit ist Fotozeit: Im Urlaub halten 93% aller Befragten ihre Eindrücke in Bildern fest. 75% der Deutschen greifen dafür auf eine Fotokamera zurück. Aber auch Handyfotografie erfreut sich immer größerer Beliebtheit: 25% benutzen inzwischen die im Mobiltelefon eingebaute Kamera. Besonders geschätzt ist die Handykamera bei jungen Leuten. 56% der 18- bis 29-jährigen fotografiert auf diese Art und Weise. 27% der Befragten nutzen darüber hinaus auch die Video-Funktion des Fotoapparats oder Handys.

Die mit Abstand beliebtesten Urlaubsmotive sind Landschafts- und Naturaufnahmen (72%).

die Deutschen, wie im Vorjahr, der Computer. 82% aller Befragten legen ihre Fotos auf der Festplatte ab. 30% bestellen auf herkömmliche Weise Fotoabzüge. Vor allem junge Menschen bevorzugen dabei zunehmend den Sofortdruck: 36% der 18- bis 29-jährigen drucken die Urlaubsbilder direkt in einem Geschäft aus. Diese Altersgruppe teilt ihre Fotos auch gerne in sozialen Netzwerken (31%). 23% der Bevölkerung kleben die Urlaubsfotos noch immer in ein Fotoalbum. Zunehmend beliebter in allen Altersgruppen werden aber auch Fotobücher: 27% aller Befragten entscheiden sich für diese lang-



Innovativ und vielseitig lassen sich Urlaubserinnerungen in einem Fotobuch mit 26 bis 154 Seiten aufbereiten. Vom Format Mini bis zur XXL-Panorama-Variante mit Hochglanz-Veredelung ist das Cewe Fotobuch in über 40 unterschiedlichen Produktausführungen erhältlich.

Auf Platz zwei und drei folgen Sehenswürdigkeiten (46%) und Urlaubsbegleiter (41%). Aber auch Land und Leute nehmen die Deutschen gerne vor ihre Linse (36%). Tiere sind mit 18% ebenfalls gefragte Motive.

Das Fotografieverhalten der 18- bis 29-jährigen deckt sich dabei stark mit dem der Älteren (ab 60 Jahre). Beide Altersgruppen begeistern sich gleichermaßen für Landschafts- und Naturaufnahmen und fotografieren weniger Sehenswürdigkeiten. Wieder zuhause angekommen stellt sich meist die Frage, wohin mit den Fotos. Der bevorzugte Aufbewahrungsplatz für Urlaubsbilder ist für

lebeige Art der Präsentation. Cewe hat dabei auf den Trend zur Videoerstellung per Handy oder Kamera reagiert: Videos können neben den Bildern als QR-Code platziert werden und dann über ein Smartphone oder Tablet abgespielt werden. Diese Ergebnisse sind Teil einer repräsentativen Umfrage unter mehr als 1.000 Deutschen zum Thema Fotografie, die Cewe in Kooperation mit forsa (Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen) bereits zum zweiten Mal durchführte.

➤ www.cewe-fotobuch.de

➤ www.cewe.de



Die neue KBA RotaJET 76 Inkjet-Digitaldruck von Offsetprofis

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



»Natürlich Heidelberg« SIEGER DES WETTBEWERBS AUSGEZEICHNET

Die Dr.-Ing. Hubert H.A. Sternberg Stiftung hatte im November 2012 einen bundesweiten Wettbewerb für Designstudenten ausgelobt. Aufgabe war es, eine Postkartenserie (vier Karten) zum Umweltbildungsprogramm »Natürlich Heidelberg« zu gestalten. Die Jury aus Vertretern der Stadt Heidelberg, der Heidelberg Marketing GmbH, der Heidelberger Druckmaschinen AG und der Sternberg-Stiftung hat nun die Gewinner ermittelt. Gewonnen haben Carina Hüsch und Sarah Wetter, beide studieren Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Aachen. Je einen Anerkennungspreis erhielten Kerstin Kromm von der Georg-Simon-Ohm Hochschule in Nürn-



berg und Anna Katharina Jansen, Fachhochschule Aachen. Die vier Postkarten des Siegerentwurfes wurden von Heidelberger Druckmaschinen kostenlos produziert, liegen in den städtischen Ämtern in Heidelberg aus und werden bei Veranstaltungen verteilt. Die Preisverleihung fand am 16. Juni 2013 in Heidelberg statt, in dessen Verlauf den Preisträgerinnen die Urkunden und Schecks in einer Gesamthöhe von 6.000 € überreicht wurden.

7. Book meets Film PRINT WIRKT AUCH AUF DER LEINWAND

Der Anteil der Buchverfilmungen ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Diesem Trend tragen der Cluster Druck und Printmedien Bayern und der Landesverband Bayern im Börsenverein des Deutschen Buchhandels mit einer eigenen Veranstaltung Rechnung. Zum siebten Mal luden sie im Rahmen des Filmfestes München Buchverlage und Filmschaffende ins Münchner Gasteig ein. Aus über 80 Einreichungen hatte die Jury dreizehn attraktive Bücher ausgewählt, die von den Verlagen und Autoren den Produzenten aus TV- und Kinofilm präsentiert wurden. Im Anschluss hatten Buch- und Filmvertreter die Möglichkeit, sich bilateral über mögliche Filmrechte auszutauschen.

»Buchvorlagen sind eine wesentliche Quelle für erfolgreiche Filme. Verfilmungen wiederum verhelfen Buchtiteln zu neuem Interesse und fördern so den Verkauf. Mit dieser Veranstaltung ist es uns gelungen, den Austausch von Verlags- und Filmbranche zu intensivieren«, resümierte Holger Busch, Sprecher des Cluster Druck und Printmedien Bayern.

»Book meets Film« hat sich neben der Frankfurter Buchmesse und der Berlinale als wichtige Vernetzungsplattform der deutschsprachigen Buch- und Filmbranche etabliert, nachdem in der Vergangenheit zahlreiche Rechte verkauft und verschiedene Bücher bereits verfilmt wurden.

➤ www.cluster-print.de

Mediengruppe Oberfranken DRUCKEREIEN ERHALTEN NEUES GESICHT

Moderner, persönlicher, näher – so präsentieren sich ab sofort die Druckereien der Mediengruppe Oberfranken. Nach monatelanger Vorbereitung stellte das Unternehmen auf der Fachmesse »Mailingtage« in Nürnberg seinen neuen Markenauftritt vor. Von der Internetseite, die unter der Adresse [www.mgo-](http://www.mgo-druckereien.de)



druckereien.de zu erreichen ist, über Image- und Produktbroschüren bis hin zum Messeauftritt haben sich die Druckereien der Mediengruppe ein völlig neues Gesicht gegeben.

Alles dreht sich dabei um die vier Produktwelten Werbe- und Verlagsdruck, Agentur, Crossmedia-Publishing und Anzeigenproduktion.

»Diese vier Welten stehen von nun an im Zentrum unserer Kommunikation. Sie bilden einen roten Faden durch unser Leistungsportfolio«, erklärt Geschäftsführer Jörg Schild-Müller in Nürnberg. Ziel sei es, den Kunden und Partnern die Orientierung zu erleichtern und die Dienstleistungsvielfalt des Unternehmens auf den ersten Blick zu vermitteln. Schild-Müller: »Wir sind nicht nur Druckdienstleister, wir können eine

Menge mehr. Dies haben wir in einem Strategie- und Markenprozess erarbeitet – und tragen die Ergebnisse nun selbstbewusst nach außen.«

Mit dem neuen Auftritt verbunden ist ein eindeutiges Markenversprechen. »Eine Befragung unter unseren Kunden hat gezeigt, dass die persönliche Beratung und unsere Nähe unsere größten Stärken sind. Deshalb haben wir die Internetseite

so konzipiert, dass die passenden Ansprechpartner noch schneller zu finden sind«, so Schild-Müller. »Wir wollen noch mehr Kanäle zu unseren Kunden und Interessenten schaffen, um ihnen im persönlichen Gespräch individuelle Lösungen zu bieten. Das unterscheidet uns von anonymen Print-Portalen.« Auch in der (Bild-)Sprache gehen die Druckereien neue Wege. »Wir wollten uns mit ansprechenden Texten und optisch aufregenden Motiven jenseits der kühlen Drucktechnik bewusst abheben. Wie die ersten positiven Reaktionen zeigen, ist uns dies gelungen«, erklärte Marketingleiter Simon Stark.

➤ www.mgo-druckereien.de

KURZ & BÜNDIG

Das Innovationspotenzial der **DVS System** Software Lösungen packedia web-pro und packedia 3D überzeugte die Jury der Initiative Mittelstand. Die zeichnete die Branchensoftware mit dem Prädikat »Best of 2013« aus. • Zehn Standorte von **Swiss Post Solutions** (SPS) in Deutschland erfüllen jetzt die Anforderungen für ein Umweltmanagement-System nach ISO 14001. Die Erstzertifizierung wurde an sieben SPS Standorten durch die DEKRA erfolgreich abgeschlossen, die weiteren Standorte besitzen bereits die Zertifizierung. • Die **api Computerhandels GmbH** und die **Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH** haben einen Distributionsvertrag geschlossen und arbeiten zukünftig stärker zusammen. Mit der Vereinbarung wollen beide Unternehmen im Distributionskanal Wachstumspotenziale realisieren. • Nachdem es nicht gelungen ist, einen Käufer zu finden, wird **Södra** das Zellstoffwerk im norwegischen Tofte im August 2013 schließen. • **Adobe** hat eine Vereinbarung zur Übernahme von **Neolane** getroffen, einem Anbieter von Lösungen zur Steuerung von Cross Channel-Kampagnen.

Menschen & Karrieren



PETRA HOFMANN übernimmt ab sofort in ihrer Position als Head of Sales die Leitung des Akquiseteams der Frankfurter Klimaschutzagentur natureOffice. Das Unternehmen will mit der Neubesetzung den Vertriebsbereich weiter ausbauen und neue Branchen erschließen.

• Durst, der Spezialist für industrielle Inkjet-Anwendungen, hat **CHRISTOPH GAMPER** zum neuen CEO der Durst Phototechnik AG und der angeschlossenen Tochtergesellschaften berufen. • Der VDMA-Fachverband Druck- und Papiertechnik hat seinen Vorstand auf 13 Mitglieder vergrößert. Zur Wahl stellten sich viele bisher nicht in diesem Gremium vertretene Repräsentanten von Mitgliedsfirmen. Unverändert an der Spitze des Vorstands steht Kai Büntemeyer als Vorsitzender. Seine Stellvertreter sind Erich Kollmar, Gebr. Bellmer – stellvertretend für die Papier-



technik – sowie Stefan Plenz, Heidelberger Druckmaschinen – stellvertretend für die Druckereimaschinen. • Die Ricoh Schweiz AG begrüßte per 1. Juni 2013 **ARNOLD MARTY** als neuen Leiter des Major Account Business. • Die Onlinedruckerei viaprinto mit Sitz in Münster baut seinen Kommunika-

tions- und Marketing-Bereich weiter aus. Dabei setzen die Druckspezialisten auf Know-how aus Hamburg: Seit Anfang Mai zeichnet **MARK BOURICHTER** für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Neben der klassischen Pressearbeit ist er für die Neuausrichtung der Social Media-Kanäle zuständig. • Nach gut sieben Jahren im Vorstand der KBA-Metronic AG und der Nachfolgesell-



schaft KBA-MePrint AG verlässt **HOLGER VOLPERT** die in Veitshöchheim bei Würzburg ansässige Tochtergesellschaft der Koenig & Bauer AG, um sich neuen beruflichen Aufgaben zu widmen. Als neuen Vorstand bestellte der Aufsichtsrat mit sofortiger Wirkung **AXEL THIEN**, der ebenfalls auf eine langjährige Tätigkeit in

der Druckbranche zurückblicken kann. • Mit dem Ziel sich verstärkt auf den Vertrieb zu konzentrieren und Mediendienstleister fundiert zu beraten, startete **MICHAEL UHL** zum 1. Mai 2013 bei Xeikon Deutschland als neuer Vertriebsbeauftragter in Süddeutschland. • **LARS**



IDERMARK hat die Position als neuer CEO von Södra angetreten. Der Aufsichtsrat von Södra hatte Lars Idermark bereits im Dezember letzten Jahres nominiert. Idermark musste jedoch eine sechsmonatige Kündigungsfrist in seiner bisherigen Position als Präsident und CEO der Post-



Nord einhalten. • Am 10. Mai 2013 hat **HARALD WOLFBAUER** die Geschäftsführung der Druckerei Holzer Druck und Medien übernommen. Das Unternehmen regelt die Nachfolge traditionell innerhalb der Familie. **DR. ELMAR HOLZER** nahm seinen 80. Geburtstag zum Anlass diesen Bereich an seinen Nefen abzutreten. Er selber bleibt verantwortlich für die Lokalzeitung »Der Westallgäuer« und die Finanzen des Gesamtunternehmens.



:Apogee StoreFront

Ihre Web-to-Print-Lösung

Apogee StoreFront ist eine Cloud-basierte Web-to-Print-Lösung welche Ihnen die Einrichtung von Online-Shops für gedruckte und nicht gedruckte Produkte ermöglicht. Sie gibt Ihnen die Möglichkeit zur effizienten Vermarktung ihrer Dienstleistungen, sowohl für bestehende als auch für neue Kunden. Sie können private Online-Shops (B2B) für spezielle Kundenanforderungen einrichten, die als zentrales Bestell-Portal für Druckerzeugnisse rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Mit öffentlichen Online-Shops (B2C) können Sie neue Kunden überregional gewinnen.

www.apogeestorefront.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Acrobat und PDF sind 20 Jahre

PDF ist weltweit das meistgenutzte Dateiformat

Als Adobe am 15. Juni 1993 das Portable Document Format (PDF) und die Acrobat 1.0 Suite vorstellte, stand dahinter eine einfache Idee: Ein Dateiformat, mit dem der Empfänger ein Dokument genau so lesen und ausdrucken konnte, wie es der Absender erstellt hatte. Eine universelle Sprache für den Austausch von Dokumenten über die Grenzen von Systemen, Software-Applikationen, Betriebssystemen und Geräten hinweg. Heute ist PDF nach Angaben von Adobe das meistgenutzte Dateiformat der Welt.

Das Marktforschungsinstitut Innofact hat im Auftrag des Softwareherstellers anlässlich des 20. Geburtstags von Acrobat und PDF bei einer Umfrage in Deutschland festgestellt, dass 94% der 1.032 Befragten das plattformunabhängige Dateiformat kennen – der Bekanntheitsgrad bei den 18- bis 29-jährigen beträgt sogar 99%.

PDF ist jedoch nicht nur allgemein bekannt, sondern wird auch schon lange und intensiv genutzt: Lediglich ein Drittel der Befragten hat nach eigenen Schätzungen aktuell weniger als 25 PDFs auf dem Rechner gespeichert. Alle anderen gehen von weit mehr PDF-Dateien aus. 47% schätzten, dass sich zwischen 26 und 100 PDF-Dateien auf ihren Systemen befinden und 13% geben sogar an, dass es mehr als 250 PDFs sind. Nur 27% der Befragten nutzen PDFs seit weniger als fünf Jahren, zwei Drittel hingegen setzen das Dateiformat bereits seit mehr als fünf Jahren ein. Und 7% sind schon länger als 15 Jahre PDF-Nutzer.

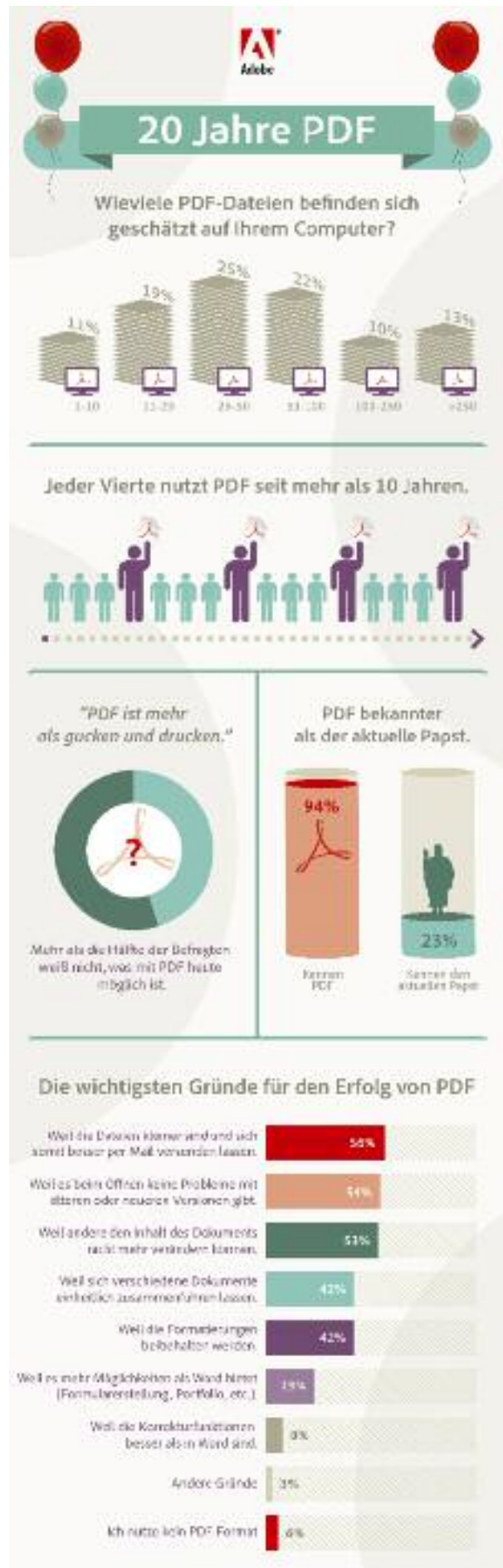
Was sind die wichtigsten Gründe, warum Anwender so gerne PDFs einsetzen? »Weil die Dateien kleiner sind und sich somit besser per Mail versenden lassen« (56%), »Weil es beim Öffnen keine Probleme mit älteren oder neueren Versionen gibt« (54%), »Weil andere den Inhalt des Dokuments nicht mehr verändern können« (53%) und »Weil ich verschiedene Dokumente einheitlich zusammenführen kann« (42%). Ebenfalls 42% der Befragten nennen zudem die Beibehaltung der Formatierung als Grund dafür, warum sie PDFs nutzen.

Auch wenn PDF von vielen Anwendern schon lange und intensiv eingesetzt wird, ist den meisten Nutzern nicht bekannt, welche Möglichkeiten das Format in Kombination mit Adobe Acrobat heute bietet. 60% der Befragten wissen, dass PDF-Formulare elektronisch ausgefüllt werden können. Lediglich der Hälfte (51%) ist bekannt, dass ein PDF-Portfolio auch Dokumente im Word-Format und Bilder enthalten kann. Die Möglichkeit, ein PDF-Dokument zurück in das ursprüngliche Word-, Excel oder PowerPoint-Format zu exportieren, kennen 45%. Nur 32% wissen, dass sich Texte in einem PDF verändern lassen und nur jedem Vierten (26%) ist die Möglichkeit bewusst, Videos in einem PDF einzubetten. »Einige verbinden mit PDF lediglich »Gucken und drucken«, dabei ist auf Basis von Acrobat längst weit mehr möglich«, so Ulrich Isermeyer, Senior Business Development Manager Acrobat bei Adobe Systems. »Wir freuen uns über die große Beliebtheit von PDF speziell bei jüngeren Anwendern und werden weiter daran arbeiten, den Nutzern auch die vielfach noch unbekannten und ungenutzten Potenziale des Formats näherzubringen.«

Zwar gibt es heute zahlreiche unterschiedliche Programme, mit denen PDF-Dokumente erstellt werden können, bei der Frage nach der besten PDF-Software liegt das Original aber eindeutig vorne: 72% der Befragten nennen Adobe Acrobat, 20% bevorzugen Microsoft Word und lediglich 8% sind von anderen Lösungen überzeugt. Fast die Hälfte (42%) weiß zudem, dass PDF das am meisten im Internet verbreitete Dateiformat ist. 36% vermuten das Bildformat JPEG, 14% gehen davon aus, dass Word-Dokumente vorne liegen.

Im Jahr 2008 wurde PDF als ISO Standard (ISO 32000) anerkannt. Hinzu kommen weitere PDF-Standards wie PDF/X für die Druckvorstufe, PDF/A für Langzeitarchivierung, PDF/E für Datenaustausch im Engineering-Bereich, PDF/UA für Barrierefreiheit und PDF/VT für Variablen Transaktionsdruck im hochvolumigen Bereich.

» www.adobe.com



IFRA Expo & Conference
7-9 October, Messe Berlin, Germany

World Publishing Expo 2013

Die führende Technologie-Messe für Lösungen
rund um das Publizieren auf Tablet-Computern, Mobiltelefonen,
in gedruckter Form und online.



Ging es beim Workflow-Management bisher um das Zusammenspiel von Kalkulation, Auftragsvorbereitung, Vorstufe und Druck, ist neben dem Finishing nunmehr die Komponente E-Business mit der in der Branche zunehmenden Anwendung Web-to-Print dazu gekommen. Damit sind die Arbeitsabläufe erneut ins Blickfeld der Druckereien geraten und die Workflows selbst um eine Dimension reicher geworden. Doch bei allen Betrachtungen geht es jeweils nur darum, dem Drucksaal alle produktionsrelevanten Elemente zur Verfügung zu stellen. Denn hier wird üblicherweise das Geld verdient.

Der automatisierte Workflow

Prinect integriert Management- und Produktionsprozesse der Druckerei in einem zentralen System, schafft höhere Effizienz der Produktionsabläufe, sorgt für mehr Transparenz und einen beschleunigten Auftragsfluss – so das Versprechen von Heidelberg zur drupa 2012. Jetzt, ein Jahr später, konnten wir uns ein Bild davon machen, was Wunsch und was Realität ist.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Um es gleich vorwegzunehmen: Was für viele noch Wunsch ist, ist für andere bereits tägliche Realität. So etwa für die dänische Svendborg Tryk oder Tryckvolket im schwedischen Malmö. Beide Unternehmen haben sich vom klassischen, abteilungsbezogenen Workflow verabschiedet und stattdessen Prinect als Integrationsplattform genutzt und ihre Betriebe nahezu durchgängig vernetzt.

»Die Leistungsfähigkeit einer Druckerei wird maßgeblich durch den Einsatz moderner und effizient genutzter Maschinen beeinflusst. Um die notwendige Auslastung des Maschinenparks in Vorstufe, Weiterverarbeitung und insbesondere im Drucksaal zu erreichen, sind optimierte Prozesse von zentraler Bedeutung«, kommentiert **Axel Zöller**, Projektmanager Prinect bei Heidelberg, die Hintergründe der Integrationsarbeit. Zwar arbeite die Branche bereits seit geraumer Zeit an entsprechenden Lösungen, doch was bisher auf Papier und händisch ausgeführt wurde, könne heute von moderner Software unterstützt werden, um das Zusammenspiel von Vertrieb, Management, Planung und Produktion zu optimieren. Mit Prinect unterstütze Heidelberg seine Kunden dabei und habe die Arbeitsabläufe innerhalb seiner Workflow-Lösung durch weitere Automatismen optimiert.

Integriertes System

»Prinect ist ein Meilenstein. Die verschiedenen Komponenten von Prinect lassen sich für das Druckereimanagement und Internetdienstleistungen einsetzen, Prinect vernetzt Druckvorstufe und Drucksaal inklusive Farbmess- und Regeltechnik, Weiterverarbeitung und den Verpackungsdruck. Und mit der App Prinect Mobile behalten Anwender auch dann den Status ihres Unternehmens via Smart Phone oder Tablet PC im Blick, wenn sie unterwegs sind«, sagt Axel Zöller. »Damit haben wir eine Lösung, an deren Integrationsfähigkeit und Funktionsumfang kein Wettbewerbsangebot heranreicht.«

Diese Aussage ist gerade vor dem Hintergrund der jüngsten Entwicklungen noch nicht einmal übertrieben. Denn MIS-Hersteller wie (bis-

her) Hiflex, Efi, PrintPlus oder Rogler verfügen nicht über einen Vorstufen- oder Druckerei-Workflow und umgekehrt bieten Agfa, Fujifilm oder Kodak zwar leistungsfähige Produktions-Workflows, müssen diese aber mit MIS-Systemen anderer Hersteller vernetzen.

Der durchgängige Workflow einschließlich MIS wurde für Heidelberg durch die Übernahme des belgischen Softwareherstellers CERM zu Beginn des Jahres 2011 möglich. Diese MIS-Lösung wurde als »Prinect Business Manager« eingeführt und eignet sich als Lösung für Druckereien unterschiedlicher Betriebsgrößen. Mit der Integration des Business-Managers, weiteren Prinect-Komponenten und dem Produktionsworkflow auf Basis von JDF/JMF ist Prinect zu einer Lösung herangewachsen, die vom Web-Portal bis zur Weiterverarbeitung reicht.

Dass damit Produktivitätssteigerungen bis zum zweistelligen Prozentbereich (bezogen auf alle Abläufe in Management und Produktion einer Druckerei) möglich sind, bestätigen die beiden skandinavischen Anwender in Dänemark und Schweden, die wir besuchten. Prinect ist demnach eine Investition, die sich schnell bezahlt machen kann.

»Machen kann«, sagt Zöller ganz bewusst, denn mit der Investition in die Software alleine ist es nicht getan. Die Anwender müssen sich sehr intensiv mit den Software-Tools beschäftigen und in hohem Maße

Heidelberg hat mit dem Druckerei-Workflow Prinect nach eigener Einschätzung eine Lösung im Markt, an deren Integrationsfähigkeit, Automatisierungsgrad und Funktionsumfang kein Wettbewerbsangebot heranreicht.



Der Prinect Web-to-Print Manager lässt sich als Business-to-Consumer-Portal oder als Business-to-Business-Portal betreiben. Typische Anwendungsgebiete sind beispielweise Franchise-Netzwerke, wie sie Tryckvolket anbietet. CEO Patrick Andersson erläutert die Anwendung seines Kunden Euroflorist mit 14.000 Filialen beziehungsweise angeschlossenen Blumengeschäften, die in neun Sprachen Anzeigen, Flyer oder Poster via Web-to-Print ordern können. »Wir haben das System zusammen mit dem Kunden so entwickelt, dass selbst die Order von nur einem Produkt pro Jahr je Filiale wirtschaftlich ist.«



Fleißarbeit leisten, um die das System unterstützende Datenbank mit den notwendigen Daten zu füttern. Ohne dies geht es nicht.

Noch sehr viel Potenzial

Den besten Beweis liefert Tryckvolket. Für das Integrationsvorhaben



hatte Firmenchef **Patrick Andersson** eigens einen Mitarbeiter eingestellt, der das Projekt bis heute betreut. Was anfangs einem Fulltime-Job entsprach, ist heute eine Controlling-Funktion innerhalb des Unternehmens geworden, auf die Anderson aber nicht mehr verzichten will.

Tryckvolket AB in Mamö zählt etwa 50 Mitarbeiter und macht nach Auskunft von Inhaber und CEO Andersson einen Umsatz von 10,5 Mio. € (2012). Ganz bewusst investiert er seit einiger Zeit praktisch ausschließlich in Equipment von Heidelberg. »Bei Integrationsaufgaben ist es sinnvoll, mit nur einem Lieferanten zusammenzuarbeiten. Das ermöglicht hohe Effizienz und eine durchgängige Kontrolle«, sagt Andersson. »Wir sind zwar heute schon zufrieden mit der Leistung des Systems, sehen aber noch sehr viel Potenzial.«

Eine Speedmaster XL75-8P mit Prinect Inpress Control, Prinect Press Center samt Wallscreen, eine SM CD74-4L mit Axis Control, Prinect CP 2000, eine SM 52-4 einschließlich

Prinect CP 2000 sowie eine GTO 52-2 produzieren im Offsetdrucksaal. Im Digitaldruck setzt Tryckfolket auf eine Kodak Nexpress. Die Offsetmaschinen werden mit prozessfreien Fujifilm-Platten bestückt, die im Suprasetter 75 MCL belichtet werden. Für seine hohe Qualität im Offset- und Digitaldruck wurde das ISO-zertifizierte Unternehmen Tryckfolket mehrfach ausgezeichnet.

An Prinect-Komponenten nutzt die Druckerei den Business-Manager und den Integration Manager für Management-Aufgaben, den Web-to-Print-Manager, in der Vorstufe den Prepress-Manager, die Signa-Station einschließlich Gangform-Manager, Prinect Color and PDF Toolbox, für den Drucksaal kommen der Pressroom-Manager und der Digital Print Manager zum Einsatz sowie Prinect Remote Access. Im ganzen Haus werden Prinect Data Terminals genutzt und in wenigen Wochen wird auch der PostPress-Manager für die Anbindung der Weiterverarbeitung (mit Polar Schneidemaschinen, Stahlfolder KH 78 und KH 56 sowie weiteren Maschinen anderer Hersteller) installiert.

Als Teil des Workflows eignet sich der Prinect Web-to-Print Manager für Aufgaben als Business-to-Business-Portal, das die Arbeitsabläufe zwischen Druckerei und Auftraggeber vereinfacht, oder als Business-to-Consumer-Portal, mit dem neue Kunden angesprochen werden sollen. Typische Anwendungsgebiete

sind beispielweise Angebote im Corporate Brand Management oder auch bei Franchise-Netzwerken, wie sie Tryckvolket anbietet. Als Beispiel nennt Patrick Andersson seinen Kunden Euroflorist mit 14.000 Filialen beziehungsweise angeschlossenen Blumengeschäften, die in neun Sprachen Anzeigen, Flyer oder Poster via Web-to-Print ordern können. »Wir haben das System zusammen mit dem Kunden so entwickelt, dass selbst die Order von nur einem Produkt pro Jahr je Filiale wirtschaftlich ist«, erläutert Andersson, der die Internet-Aktivitäten auf Business-to-Business-Jobs beschränken will.

Aus einer Hand

Das Beispiel Tryckvolket macht deutlich, dass Heidelberg mit Prinect mehr als eine klassische Workflow-Lösung anbietet, denn die Software optimiert nicht nur einzelne Produktionsbereiche, sondern integriert, steuert und organisiert deren Zusammenspiel. Dabei werden Informationen gebündelt, vereinheitlicht und zentral verfügbar gemacht. Dieses übergreifende Konzept öffnet den Weg zu neuen Lösungsansätzen auch bei Web-to-Print.

Auftragsbezogene und kundenspezifische Stammdaten werden nur einmal erfasst, in einem zentralen JDF-File gespeichert und verwaltet. So kann jede Prinect-Komponente stets auf aktuelle Informationen zugreifen, da Änderungen sofort wirksam werden.

Diese Komponenten werden von Heidelberg-Entwicklungsingenieuren auf ihr Zusammenspiel getestet und unterliegen einem einheitlichen Update-Zyklus. Das sorgt dafür, dass jede einzelne Komponente über den gesamten Lebenszyklus sicher funktioniert, der Workflow leistungsfähig bleibt und regelmäßig an moderne Produktionsanforderungen angepasst wird. Dies war für Patrick Andersson ein mitentscheidender Grund, auf Prinect zu setzen.

Denn Workflows, die von unterschiedlichen Herstellern stammen, müssen jeweils aneinander angepasst werden, um im Upgrade-Fall nicht lahm zu liegen, bis sämtliche Softwarekomponenten nachgerüstet sind. Dabei muss die Anpassung häufig von verschiedenen Systemhäusern vorgenommen werden, ohne dass es eine klare Schnittstellenverantwortung für die Funktion des Gesamtsystems gibt.

Höhere Produktivität und Wirtschaftlichkeit

Vergleichbare Beweggründe wie bei Tryckvolket waren es auch bei Svendborg Tryk im dänischen Svendborg. Seit der drupa 2008 setzt die 26 Mitarbeiter zählende Druckerei ausschließlich auf Heidelberg-Maschinen, um alle Unternehmensbereiche zu automatisieren und zu integrieren. Ziel ist eine höhere Produktivität und Wirtschaftlichkeit.



«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 aktuelle 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 den 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 5. Oktober 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

PRINECT AUF EINEN BLICK

Druckereimanagement: Mit Prinect sind alle relevanten Informationen über ein Unternehmen verfügbar. Anwender können sicher kalkulieren, die Produktion präzise steuern und Engpässe frühzeitig erkennen. Automatisch erfasste Daten erleichtern dabei die Nachkalkulation.

Web-to-Print: Der Web-to-Print-Manager bietet einen Workflow, der über die Webshop-Schnittstelle hinaus reicht und direkt auf die zentrale Datenbasis von Prinect und damit auf den MIS- und Produktionsworkflow zugreift. Anbindungen an Lösungen der Anbieter Redtie, Efl, Pageflex, Brandmaker, Neo7even und MS-Visucom sind möglich.

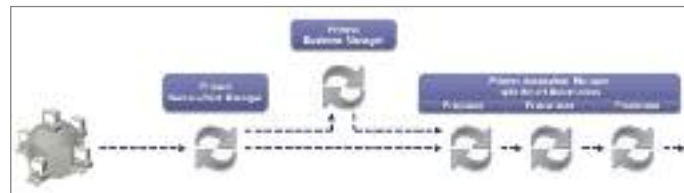
Prepress und Print: Prinect integriert Vorstufe und Drucksaal zu einem System. Die Datenaufbereitung bis zur Plattenausgabe wird automatisiert und bereits in der Druckvorstufe werden die Parameter festgelegt, um die Druckmaschine voreinzustellen. Zugleich werden die Weichen für einen schnellen und sicheren Produktionsprozesse gestellt. Im integrierten Farbworkflow mit Prinect wird mit standardisierten Werten gedruckt, die zuverlässig gemessen und geregelt werden.

Offset oder Digitaldruck: Soll ein Auftrag im Offset oder digital gedruckt werden? Prinect integriert beide Druckverfahren in einen Workflow, um flexibel agieren zu können. Die Entscheidung, welches Druckverfahren eingesetzt werden soll, kann bis kurz vor Druckbeginn offengehalten werden.

Rüstzeitoptimierung: Prinect ermöglicht, dass Kunden-, Produktions- und Voreinstellenden in Echtzeit an die Druckmaschine gelangen. Die Druckmaschine lässt sich automatisch voreinstellen und Rüstzeiten sowie Makulatur um bis zu 50% reduzieren. Für die Maschinensteuerung sparen Automatismen Bedienschritte und Laufwege beim Einrichten der Maschinen und ermöglichen schnelle Jobwechsel. Alle Einstellungen sind für Wiederholaufträge speicherbar.

Prinect Mobile: Die App Prinect Mobile für Smartphones und Tablets ermöglicht den Zugriff auf alle Statusanzeigen des Druckerei-Workflows auch von unterwegs. Damit stehen Reports über die Leistungs- und Produktivitätswerte aller angeschlossenen Maschinen sowie Informationen über die Aufträge und deren Qualität zur Verfügung.

Verpackungsworkflow: Mit Prinect beginnt der Verpackungsworkflow beim Design und endet nach der Weiterverarbeitung. Optimierte Prozesse und kurze Rüstzeiten senken dabei die Kosten.



Prinect Smart Automation ist nach Aussage von Heidelberg der ultimative Automatisierungsschritt bei der Produktion von Druckaufträgen über das Internet. Arbeiten wie das Anlegen von Druck-Jobs werden so automatisiert, dass kein manueller Eingriff mehr notwendig ist.

informationen. Damit wird der Planungsaufwand nach Angaben des Managements von Svendborg Tryk drastisch reduziert.

Internet und Druck verbinden

Inzwischen hat Heidelberg weiter an seinem Workflow- und Integrationskonzept gefeilt und mit »Smart Automation« vordefinierte Regelbausteine geschaffen, die viele Arbeitsschritte selbstständig und ohne aktives Eingreifen ablaufen lassen. Von der Auftragsanlage in einem Web-Portal bis zur Wahl des Produktionsverfahrens sollen alle Maschinen und Geräte im Offset- und Digitaldruck optimal zusammenarbeiten.

»Prinect Smart Automation ist die nächste Stufe zu mehr Effizienz«, sagt Axel Zöller. Und die sei auch dringend nötig bei der nach wie vor unbefriedigenden Margensituation bei vielen Druckaufträgen. Werden Drucksachen über das Internet in Auftrag gegeben, liegt der Schlüssel zur Wirtschaftlichkeit ohnehin in der Automatisierung aller Prozessschritte. Ein integrierter Workflow bildet dabei das Grundgerüst.

Dabei erfordert das automatisierte Anlegen von Aufträgen aufgrund der Vielfalt möglicher Formatvorlagen einen nicht unerheblichen Aufwand beim Einrichten des Workflows, was viele oft scheuen. Deshalb bietet Heidelberg mit Prinect Smart Automation den leichten Einstieg in die Automatisierung der Auftragsanlage beziehungsweise -ab-

wicklung. Das Workflow-System erkennt sofort, welche Vorlagen welchem Job zuzuweisen sind, greift bereits bei der Auftragsanlage auf einen Pool definierter Vorlagen zu und bündelt sie ohne manuellen Eingriff zu einer Auftragsbeschreibung, die alle für die Produktion benötigten Informationen enthält. Die Auftragsbeschreibungen können dabei in einem sogenannten Gang-Pool abgelegt werden, die für Sammlerformen genutzt werden können.

Keine Alternative

In etwa 80% aller Druckereien müssen Druckaufträge, die in einem Web-Shop von einem Besteller angelegt wurden, von einem Mitarbeiter nochmals von Hand in das MIS eingegeben werden. Das kostet Zeit und Geld. Deshalb integriert Heidelberg den Web-Shop mit MIS und Produktionssystem. Web-to-Print-Manager, Business Manager und das Produktionssystem ermöglichen damit die automatisierte Anlage eines Auftrags ohne manuellen Eingriff. Dadurch steigt die Produktivität bei gleichzeitig sinkender Fehlerquote. Zudem stehen Funktionen wie Preflight-Reports und Softproofs zur Verfügung, Funktionen, die weiter ausgebaut werden sollen. »Denn für Druckereien gibt es nur eine Alternative zur Automatisierung: Weiter automatisieren!«, resümiert Axel Zöller.

» www.heidelberg.com

Bereits seit 2010 beschäftigt sich Svendborg Tryk mit Prinect im Praxiseinsatz und verfügt über alle Module, die den Anforderungen der Druckerei entsprechen.

Ein Suprasetter 105 MCL sorgt für die Plattenproduktion, zwei Speedmaster CD 102-5+L und eine Speedmaster SM 52-5 produzieren im Offsetdruck sowie je eine Linoprint C751 und Xerox IGen3 im Digitaldruck. Auch in der Weiterverarbeitung setzt Svendborg Tryk auf drei Falzmaschinen und einen Stichmaster ST450 von Heidelberg.

Die Prinect-Module für die Vorstufe (Prepress Manager, SignaStation,

Color and PDF Toolbox), den Druck (Digital Print Manager, Pressroom Manager) und die Weiterverarbeitung (Postpress Manager) sind bei Svendborg Basis der Vernetzung. Der Integration Manager ist die JDF-basierte Steuerzentrale für die Druckerei, verbindet alle Produktionsbereiche und kommuniziert mit dem MIS. Dabei stehen die Maschinendaten in Echtzeit zur Verfügung.

Der Prinect Scheduler erweitert bei Svendborg das System um die elektronische Plantafel, ein Werkzeug zur Optimierung der Produktionsauslastung in allen Bereichen der Druckerei mit Echtzeit-Maschinen-

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

Obility für das Online-Geschäft

Schnittstellen sind der Schlüssel zur Integration verschiedener Software-Tools zu Gesamtlösungen. Dies gilt für Workflows, weit mehr jedoch noch für Anwendungen im Online-Geschäft. Denn bei solch komplexen Anwendungen laufen verschiedene Ebenen zusammen: Kreation, Herstellung, Ausgabe, Produktion und die Welt der Administration und Finanzen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

»Über die von M/S VisuCom entwickelte Obility API Connect-Schnittstelle (Application Programming Interface) können Unternehmen das E-Commerce-System Obility unter anderem in Open Source Content Management Systeme (CMS) integrieren, um die Frontend- und/oder Backend-Funktionalität von Obility zu nutzen und damit ihr komplettes Internet-Geschäft abdecken. Gleichmaßen offen zeigt sich Obility als zentrale Web-Schnittstelle gegenüber ERP, MIS-, PIM- Workflow- und E-Procurement-Systemen.« So hört sich das im IT-Dialekt an (und ist auch in der Pressemitteilung so zu lesen). Doch wirklich verstehen werden das wohl nur Programmierer oder Eingeweihte.

Unser Versuch, es einigermaßen zu übersetzen, dürfte scheitern. Deshalb überlassen wir die entsprechende Interpretation Frank Siegel, dem Geschäftsführer der Printdata GmbH, dessen Unternehmen als Joint-Venture-Partner von M/S VisuCom die exklusive Handelsvertretung für Obility in der Druck- und Medienbranche übernommen hat.

»Seit jeher war unser Online-Print-Shop als Web-Schnittstelle eine plattformunabhängige E-Business-Lösung mit Prozesssteuerung – und damit weit mehr als eine reine Web-to-Print-Lösung. Es ist ein logischer Schritt, OPS über die Druckindustrie hinaus für zusätzliche Anforderungen zu öffnen«, erläutert Siegel. »Deshalb wurde aus OPS nunmehr Obility. Dabei steht der Name für

Online Business Ability, also für die Unterstützung aller Formen des Online-Geschäfts.«

Nach vielen Seiten offen

Aufgrund der modularen Struktur können Kunden aus den umfangreichen Funktionen von Obility die Möglichkeiten auswählen, die ihre Online-Business-Prozesse am Besten unterstützen. Decke Obility einzelne Anforderungen nicht in der erforderlichen Form ab, werde die Funktionalität entsprechend modifiziert oder erweitert, erläutert Siegel. Über die Schnittstelle API Connect ist Obility nach Aussagen von Frank Siegel nahtlos in andere Software-Lösungen integrierbar. Das gelte für ERP- (Enterprise Resource Plan-

ning), MIS- (Management-Informationssystem), PIM- (Product Information Management), Workflow- und E-Procurement-Systeme.

Sofern es Kunden wünschten, ließen sich über API Connect aber auch einzelne Obility-Funktionen wie etwa der HTML-Editor in andere Software-Lösungen einbauen. Eine Besonderheit von Obility sei ohnehin die Flexibilität, mit der Kunden die Eigenschaft und Struktur ihrer Online-Präsenz bei Bedarf tagesaktuell in Eigenregie anpassen oder neue Online-Shops eröffnen könnten. »Ohne großen Programmier- und Kostenaufwand. Basiskenntnisse in HTML-Programmierung reichen«, sagt Frank Siegel.

Als Beispiel führte er eine auf Basis von Obility entwickelte Anwendung an, mit der Immobilienmakler Angebote oder Exposés komfortabel erstellen und verwalten können. Weitere Beispiele seien die Katalogproduktion und Database-Publishing in Industrieunternehmen. Dennoch kündigt Siegel an, dass sich der neue M/S VisuCom-Geschäftsbereich zunächst weiterhin vergleichsweise nah im Print-Umfeld bewegen wird.

»Da wir alle Obility-Anwendungen sehr abstrakt entwickeln, können sie grundsätzlich auch für eine Vielzahl weiterer Anwendungen eingesetzt werden«, erläutert Werner Jung, der sich mit Jens Pötz die Geschäftsführung der in Mühlheim-Kärlich bei Koblenz ansässigen M/S VisuCom teilt. So ließen sich mit dem Shop-

System beispielsweise auch Veranstellungsdatenbanken, Jobbörsen oder andere Lösungen bis hin zu Brand- oder Affiliate-Management-Systemen realisieren.

Ability im wahrsten Sinne des Wortes

Somit ist offensichtlich, dass sich Obility sowohl von seiner Historie als auch vom Entwicklungsansatz nur schwer mit anderen Lösungen vergleichen lässt. Denn die Software wurde nach der Gründung von M/S VisuCom im Jahr 2000 zunächst als Warenwirtschafts-System auf Industriekunden ausgelegt und dann im Zuge der Zusammenarbeit mit Printdata ab 2006 für die speziellen Anforderungen der Druckbranche geöffnet. Im Zuge der permanenten Weiterentwicklung entstand nun Obility als eine integrierte, multilinguale Software für das Geschäft von Business-to-Business (Closed Shops) als auch für Business-to-Customer-Anwendungen (Open Shops). Als E-Business-System in der Online-Vermarktung von Druck-Erzeugnissen sollen schließlich alle druckrelevanten Anforderungen wie Kalkulation, Daten-Upload, Vorlagen-Editierung, Corporate Design-Regeln oder Farbmanagement abgedeckt werden. Aus technischer Sicht ist Obility als Anwendung aufgebaut, bei der die Datenbank, die Programm- und die Veröffentlichungsschichten voneinander getrennt sind. Während die Obility-Frontends die Kommunika-



Frank Siegel, Geschäftsführer der Printdata GmbH, bei der Präsentation der E-Business-Lösung Obility.



Detaillierte technische Informationen zu Obility sind auf der Homepage zu finden (links). postershop.ch oder der Online-Shop bei Soldan sind Anwendungen, die mit Obility realisiert wurden.



tion mit den Kunden abdecken, steuert das Obility-Backend die innerbetrieblichen Prozesse

Über das Datenbanksystem MySQL hinaus können Oracle oder andere SQL-Datenbanken verwendet werden. Obility hält alle Tabellen in Form von Textdateien vor. Werden hier Änderungen vorgenommen, modifiziert Obility automatisch die entsprechenden SQL-Tabellen. Die Veröffentlichungsschicht besteht in aller Regel aus HTML-Masken, lässt sich aber auch gegen XML-Daten etc. austauschen. Deshalb können bei Internet-Diensten, in denen häufig mit Open Source Content Managementsystemen (CMS) gearbeitet wird, die Frontends weiterhin mit Drupal, WordPress, Typo3 etc. arbeiten, ansonsten aber die umfassenden Funktionen von Obility nutzen.

Zum Beispiel ...

Die Oetterli Druck AG war mit posterkoenig.ch der erste Web-Shop, bei dem mit API Connect die Integration von Obility und Word-

Press realisiert wurde. Oetterli betreibt mit kartenkaiser.ch bereits seit 2009 einen zweiten Online-Shop. Das Obility-Backend wickelt für beide Shops den gesamten Belegfluss inklusive Rechnungs- und Mahnwesen automatisch ab. In Kürze wird mit druckexperte.ch noch ein weiterer Online-Shop integriert. Danach hat das Unternehmen über Obility drei Online-Shops zu einer Lösung konsolidiert.

Derzeit realisieren Printdata und M/S VisuCom Projekte mit Drupal, die vom Prinzip her genauso funktionieren.

Die Druckerei Schönhuth hat für einen Industriekunden einen geschlossenen Web-Shop realisiert, über den die Bestellungen von Visitenkarten der mehr als 1.500 Mitarbeiter organisiert ist. Die Stammdaten werden in einem geschlossenen E-Procurement-System gepflegt und mit den variablen Daten der Mitarbeiter im Obility-Frontend editiert. Anschließend werden für den Druck PDF-Dateien erstellt. Damit wurde der innerbetriebliche Bestellablauf

schlanker und einfacher. Die Mitarbeiter erhalten automatisch PDF-Dateien zur Ansicht. Es müssen also keine Korrekturabzüge mehr verschickt werden. Zudem schließt der automatisierte Prozess Fehlerquellen aus.

Bei der Hans Soldan GmbH wurde eine Web-to-Print-Druckerei auf Basis von Obility in das Shop-System des Unternehmens integriert, das von e.pages stammt. In diesem Shop kaufen Notare, Rechtsanwälte und Steuerberater Geschäftsdrucksachen und eine Vielzahl weiterer Artikel wie Bürobedarf, Fachbücher, Aktenaschen oder Roben. Über die Online-Druckerei bestellen sie Briefpapier, Visitenkarten oder repräsentative Urkundenumschläge sowie Tragetaschen und Türschilder, die sie mit dem HTML-Editor von Obility individualisieren können. Die Druckdaten werden über die API-Schnittstelle im Backend abgewickelt, während das SAP-System von Soldan den kaufmännischen Prozess steuert. Nachdem die Druckaufträge ausgeführt sind, gibt das Backend entsprechende Job-IDs an das Soldan-System zurück.

Der Verpackungsdrucker Karl Knauer wiederum hat eine Schnittstelle zu einer Internetdruckerei realisiert, über die alle Druckaufträge für Werbemittel automatisch an das Unternehmen in Biberach im Schwarzwald geschickt werden – unter anderem Haftnotizen, Zettelklötze oder Schreibblöcke, die sich von den Druckeinkäufern innerhalb vorgege-

bener Grenzen zum Beispiel mit Logos individualisieren lassen. Karl Knauer kann jederzeit weitere Inter- netdruckereien anbinden.

Eher die Ausnahme

»Spezielle oder aufwändige Anpassungen sind dabei eher die Ausnahme. Bei mindestens 98% der in jüngerer Zeit realisierten Projekte reichte es für unsere Kunden vollkommen aus, bereits vorhandene HTML-Masken zu modifizieren«, unterstreicht Werner Jung.

Ach ja – und von der Cloud war bisher noch keine Rede. Kunden können Obility wahlweise im Rahmen von ASP (Application Service Providing) und SaaS (Software as a Service) nutzen oder aber die Software auf einem eigenen Web-Server installieren lassen.

Auch hier hält man es ganz offensichtlich mit der Ability, also mit der Unterstützung aller Formen des Online-Geschäfts.

- www.obility.de
- www.printdata.org



Auf dem Anfang Juni von M/S VisuCom und Printdata durchgeführten Anwendertreffen in Hörh-Grenzhausen wurde der Obility-Geschäftsbereich von M/S VisuCom den gut 70 Teilnehmern vorgestellt.

Schwerpunkt Business-to-Business

Die Hersteller von Digitaldruckmaschinen hatten das Thema E-Commerce zeitgleich mit der Einführung ihrer Technologie vor nunmehr fast 20 Jahren aufgebracht, weil Digitaldruck zwingend automatisierte Abläufe unter Einbeziehung aller administrativen Vorgänge benötigte, so die (heute noch gültige) Argumentation.

Software-Hersteller wie Agfa machten automatisierte Prozesse via Datenbank, Internet und Browser möglich und folgten damit dem Trend zu durchgängigen Prozessen vom Kunden zum Lieferanten und wiederum zum Kunden. Inzwischen haben sich die Dinge in der IT erheblich weiterentwickelt. Statt eigener Server, großem Speicherplatz, Programmen etc. werden solche Hard- und Software-Voraussetzungen auch als Dienste in der Cloud angeboten. Apogee StoreFront ist eine derartige Cloud-Software.

Der Schwerpunkt von Apogee StoreFront liegt nach Aussage von Agfa eindeutig im Business-to-Business-Markt (BtB) und kann dazu genutzt werden, mehrere Web-to-Print-Shops einzurichten, die jeweils für spezifische Kunden angepasst sind. Solche Shops sind ideal, um angebotene Dienstleistungen auszubauen und die Kundenbindung gleichzeitig zu intensivieren.

Die Integration von Apogee StoreFront mit dem Apogee PrePress 8.0 Workflow ist dabei aus Sicht einer

Druckerei als einer der Hauptvorteile zu sehen. Bestellungen aus dem Internet werden automatisch übertragen und in Vorstufenaufträge umgesetzt. Jedes Produkt kann dabei mit einem Job-Ticket verbunden werden. Das bedeutet, dass beispielsweise Visitenkarten für den Digitaldruck im Nutzen repetiert, Broschüren dagegen für die CtP-Ausgabe ausgeschossen werden. Diese Automatisierung beschleunigt den Produktionsprozess erheblich. Die Web-to-Print-Lösung von Agfa bietet trotz des Schwerpunktes als geschlossener Webshop die Möglichkeit, offene Shops zu betreiben. Beide Modelle sind interessante Perspektiven für Druckereien, die bestehenden Kunden ein Mehr an Service bieten oder für Druckbetriebe, die ihre Leistungen offen am Markt anbieten wollen.

In beiden Fällen entscheiden letzten Endes aber die Kunden über den Erfolg des Shops. Deshalb muss der auch aus der Perspektive gelegentlicher Nutzer, die nicht viel über Drucken wissen, leicht zu bedienen sein.

Apogee StoreFront zielt auf die Integration druckspezifischer Anforderungen wie der Auswahl von Papierklassen oder Weiterverarbeitungsoptionen mit einem Bestellprozess, der bekannten E-Commerce-Shops ähnelt. Viel Aufmerksamkeit wird dabei auf die visuelle Darstellung gelegt. Die einfache Bedienung und ein unkomplizierter Bestellvorgang sind schließlich der beste Weg, regelmäßige Besucherzahlen und damit auch häufige Bestellungen zu erreichen.

Im Falle öffentlicher Shops ist die Organisation der Bezahlung von größter Bedeutung. Hierfür steht bei Agfas Lösung eine Anbindung an das Online-Bezahlsystem von Ogone zur Verfügung. Darüber können die bekannten Bezahlungsmöglichkeiten eingerichtet und betrieben werden.

Denken wie der Kunde

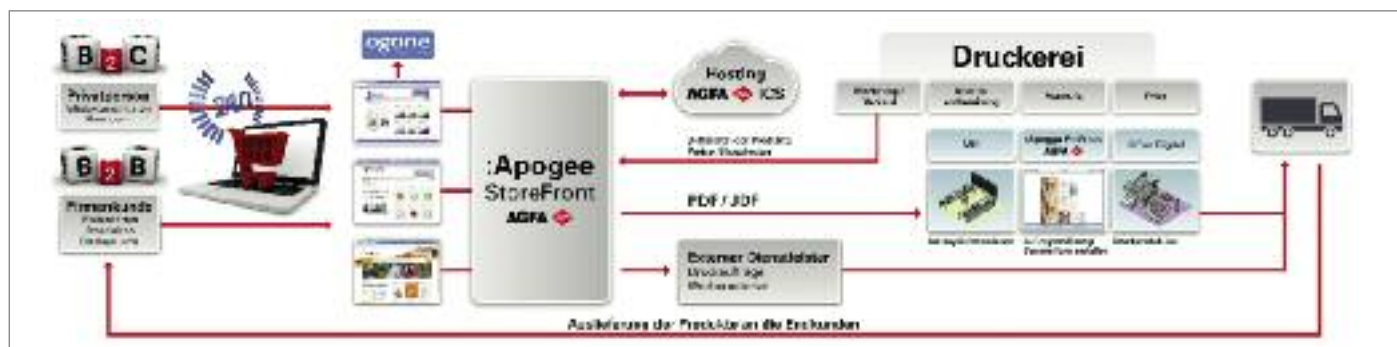
Einer Studie aus dem Jahr 2011 zufolge haben 84% der Marketingmitarbeiter veraltetes Marketing-Material wegen zu langsamer oder zu

ungenauer Lieferketten versendet. 33% nutzen laut Studie zudem kein Lagermanagement und wissen nicht, wie viele Drucksachen sie noch bevorraten.

»Apogee StoreFront kann die Antwort auf beide Fragen sein. Wenn man versteht, wie die Anforderungen der Kunden bei der Drucksachen-Bestellung ist, wird es einfach sein, ein Web-to-Print-System anzubieten«, sagt **Jürgen Birreg**, Product Manager Software & CtP bei Agfa Graphics Central Europe. »Denken Sie wie Ihre Kunden, versuchen Sie deren Geschäft zu verstehen, deren Ziele und auch Herausforderungen. Dies trifft generell auf jedes Geschäft zu, ist aber bei der Umsetzung eines Web-to-Print-Systems geradezu unerlässlich.«



Apogee StoreFront ist eine Cloud-basierte Software-Lösung, die Druckereien die Möglichkeit gibt, ihre Produkte über das Internet zu vermarkten.



Soll das Web-to-Print-System als BtB-Shop betrieben werden, ist es in Apogee StoreFront möglich, das Erscheinungsbild auf die Bedürfnisse der jeweiligen Kunden anzupassen oder nach deren CI anzulegen.

Über Apogee StoreFront können grundsätzlich Produkte für alle Anwendungen (also nicht nur für Drucksachen) vermarktet werden: vorproduzierte Drucke als Lagerware, Nachbestellungen, neue Dateien zum Druck, anpassbare Dokumente (Online-Editor) und Fremdprodukte wie Kugelschreiber, USB Sticks etc.). Der Online-Editor sorgt dafür, dass Druckereikunden in ihren eigenen Dokumenten Text- und Bildanpassungen vornehmen können. Diese Dokumente werden aus Adobe InDesign übernommen. Hier stehen Formulare zur Verfügung, mit denen definierte Visitenkarten, Briefköpfe oder andere Geschäftsdokumente personalisiert werden können. Erfahrenen Benutzern werden erweiterte Bearbeitungsfunktionen zum Erstellen oder Anpassen mehrseitiger Veröffentlichungen geboten.

Infrastruktur im Hintergrund

Cloud-basierte Lösungen haben den Vorteil, dass die Anwender keine Anfangsinvestitionen in Server, Internet-Bandbreite und Web-Know-how haben. Darüber hinaus steht via SaaS (Software as a Service) die Software allen Anwendern stets in der aktuellsten Version zur Verfügung und wird fortlaufend im Funktionsumfang erweitert.

Im Fall von Apogee StoreFront betreibt der Agfa-IT-Bereich ICS (Information and Communication Service) das Hosting. Die ICS-Rechenzentren sind nach Angaben von Agfa auf höchste Anforderungen bei Sicherheit, Durchsatz und Redundanz ausgelegt. Dem Apogee StoreFront Administrator steht der Online-Bereich StoreCenter zur Verfügung. Hier werden das Shopdesign individualisiert, die Produkte angelegt und deren Preise definiert. Dies kann aber auch vom Anwender selbst vorgenommen werden.

Vernetzung mit den Produktionssystemen

Bestellte Artikel werden in Apogee StoreFront als MJD-Datei (Mime Datei) mit PDF (für die Inhalte) und JDF (für die Bestelldaten) erzeugt und automatisch an Apogee PrePress übertragen. Hier wird ein Auftrag (JobTicket) anhand der vorgegebenen Informationen erzeugt. Apogee PrePress bietet alle Funktionen eines modernen Vorstufen-Workflows mit der Adobe Print Engine. Überfüllungen, Farbeinsparung, Preflight, Anbindung an Digitaldruckmaschinen und Versionierung mehrsprachiger Druckprodukte und die ganze Bandbreite der modernen Produktion werden damit angeboten. Die Anbindung von MIS-Systemen bis hin zu Schneidemaschinen erfolgt über den Marktstandard JDF. Hohe Produktivität wird durch das Ausschießmodul Apogee Impose erreicht. Hier wird neben dem klassischen Ausschießen für den Bogen- und Rollenoffset die Funktion der Sammelformen im Web-to-Print-Umfeld immer wichtiger.

In Apogee PrePress können Drucksachen, die sich aufgrund der Papierklasse und Farbigkeit gemeinsam produzieren lassen, in einem Auftrag zusammengeführt und in Apogee Impose als Sammelform zusammengestellt werden. Hierbei werden unterschiedliche Auflagenhöhen automatisch bei der Nutzenanzahl berücksichtigt. Die Bestellinformationen können von Apogee PrePress an ein vernetztes MIS per JDF übertragen werden, um die Bestellungen auch kaufmännisch zu verarbeiten. Bei fehlender JDF-Vernetzung ist dies aber auch auf Basis von Excel-Exporten möglich. Damit werden die Vorteile der beiden Welten Web-to-Print und automatisierte Vorstufen-Produktion miteinander verbunden. Eine Lieferverfolgung kann in Apogee StoreFront ebenfalls bereitgestellt werden.

nico

➤ www.agfa-grahics.com

VOLL Treffer

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

Das Glossar innerhalb der Reihe «Druckmarkt College» beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung

und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



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

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

Zu bestellen im Internet.
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
VERLAG ZÜRICH

Besser doch nicht in die Cloud?

Aus Anlass der aktuellen Spionage-Enthüllungen weist die paginaNet GmbH, Anbieter von MIS-Systemen für die Druckindustrie, auf die Risiken und Einschränkungen bei der Nutzung von Cloud-Lösungen hin. paginaNet empfiehlt, Betriebs- und Kundendaten besser nicht in Cloud-Lösungen zu speichern. Es seien noch zu viele Fragen offen.

Wie Sebastian Weyer, Geschäftsführer der paginaNet GmbH, deutlich macht, können die auch von einigen MIS-Anbietern propagierten Cloud-Lösungen erhebliche Schwierigkeiten beim Kundendatenschutz, bei der Einforderung von Schutzrechten sowie bei der Rechtsicherheit auslösen. Dies gelte besonders dann, wenn sich die Cloud außerhalb von Deutschland befinde. Hinzu käme, dass der Zugriff auf die Daten aufgrund fehlender Bandbreiten häufig gar nicht verlässlich möglich sei.

Die Dortmunder paginaNet GmbH, die in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland rund 500 Kunden betreut, regelt die Datenverwaltung bislang ausschließlich über Inhouse-Lösungen. Der Zugriff von außen erfolgt über VPN-Verbindungen. In Kombination mit einem Terminal-Server sei dies eine schnelle und sichere Lösung.

Berechtigte Vorbehalte

Der IT-Dienstleister sieht sich in seinen Vorbehalten gegenüber der Cloud durch Gespräche mit Unternehmen und Juristen, aber auch durch Aussagen des Bundesbeauftragten für den Datenschutz, Peter Schaar, bestätigt. Der hatte im Zusammenhang mit den Lausch- und Spähangriffen des englischen und amerikanischen Geheimdienstes unter anderem im ZDF darauf hingewiesen, dass sich Unternehmen gut überlegen sollten, Daten in der Cloud zu speichern, jedenfalls so-

weit sie sich außerhalb von Deutschland befindet.

»Unternehmen, die nach einem Ausflug in die Cloud wieder zur alten Inhouse Server-Lösung zurückkehren, haben uns geschildert, welche Sorgen die entsprechenden Varianten bei ihnen auslösten«, schildert Sebastian Weyer.

So hätte ein Unternehmen berichtet, dass die Firmen-Daten zunächst in Deutschland hinterlegt, später allerdings wohl ins Ausland transferiert worden seien. Es sei so ständig die Angst vorhanden gewesen, dass der Zugriff gekappt werden könne.

Rechtliche Kritik

Die Frage, in welchem Land die Daten gespeichert sind, bringt inzwischen auch mehr und mehr Anwälte gegen Cloud-Lösungen auf. Die Auf-

tragsdatenverwaltung, das heißt die Verarbeitung und Speicherung von Daten Dritter, setze laut deutschem Gesetz voraus, dass der Auftragnehmer jederzeit Herr über die Daten sein müsse und dass die Daten beim eingesetzten Dienstleister jederzeit überwacht werden könnten. Die Übermittlung von Daten in Länder außerhalb der EU sei aus diesem Grund überaus problematisch und in vielen Fällen ohne die ausdrückliche Zustimmung des Betroffenen nicht zulässig.

Hinzu komme, urteilen die Juristen, dass die Durchsetzung von geistigen und gewerblichen Schutzrechten schwierig sein könnte, schließlich gelte immer das Recht des Landes, in das die Daten ausgelagert sind.

Verfügbarkeit

Ein Risiko der Cloud-Lösung stellt nach Meinung der PaginaNet GmbH auch die Datenverfügbarkeit sowie die Geschwindigkeit der Datenübermittlung dar. Beispiele aus der Praxis zeigten, dass vor allem bei geringen Bandbreiten oder Schwankungen die Bearbeitung von Angeboten und Aufträgen zum Teil nur sehr schwer möglich sei. Dies gelte insbesondere dann, wenn viele Anwender gleichzeitig auf die Daten in der Cloud zugreifen würden, dafür aber womöglich nur eine Leitung zur Verfügung stehe.

»Unsere Erfahrungen mit Kunden zeigen, dass die Cloud-Lösung sehr gewöhnungsbedürftig sein kann, da

PAGINANET

Die PaginaNet GmbH ist Dienstleister für MIS-Systeme in Druck- und Medienunternehmen. 2009 als Management Buy-Out von den Beratungsgesellschaften der Landesverbände der Druckindustrie in Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen beziehungsweise dem Softwarebüro Dohmann gegründet, bietet das Unternehmen Beratung bei der Prozessoptimierung, der IT-gestützten Kalkulation, Angebotserstellung, Produktionslaufsteuerung sowie der Anbindung und Nutzung von Digitaldruck, JDF oder Web-to-Print. Des Weiteren ist das Unternehmen für die Entwicklung, den Vertrieb, die Implementierung und die Kundenbetreuung der MIS-Software pagina|net sowie aller ihrer Vorgängerprodukte zuständig.

durch die Internetverbindung Daten oftmals nur zeitverzögert einzugetrieben sind«, sagt Sebastian Weyer. »Mit solchen Nachteilen muss dann im ganzen Unternehmen gearbeitet werden, ganz unabhängig davon, ob der Vorteil des Zugriffs von überall genutzt wird oder nicht.« Unter dem Strich seien so viele Unternehmen aus Sicherheitsgründen und aus Anwendungsgründen wieder froh, eine klassische Desktop-Lösung anzuwenden.

➤ www.paginanet.de



**Lesen Sie alle 14 Tage
aktuellste Nachrichten und
Artikel im PDF-Magazin
»Druckmarkt impressions«.**

www.druckmarkt.com

Robust und ressourcenschonend

Nachdem der Markt für CtP-Systeme zumindest in unseren Breiten gesättigt scheint, gibt es erstmals seit längerer Zeit wieder neue CtP-Belichter-Modelle. Kodak will mit den Achieve-Belichtern die digitale Druckplattenbebilderung erschwinglicher machen und richtet sich mit den Plattenbelichtern an Akzidenzdruckereien.

Text und Bilder: Kodak

Mit der Einführung der Plattenbelichter Kodak Achieve T400 und T800 will Kodak die hochqualitative Druckplattenbebilderung Akzidenzdruckereien zugänglich machen. Die CtP-Systeme beruhen auf der Thermo-Technologie, mit der auch die Kodak Trendsetter arbeiten und bieten bei 2.400 dpi Auflösung einen Durchsatz von bis zu 28 Druckplatten pro Stunde.

»Größere Akzidenzdruckbetriebe und spezialisierte Druckereien profitieren seit Langem von CtP und den Vorteilen der Bebilderungstechnologie von Kodak. Jetzt steht auch kleineren Unternehmen eine Lösung zur Verfügung, die zum vergleichsweise günstigen Preis bewährte Qualität



bietet«, erklärt **Olivier Claude**, General Manager Print & Vice President Commercial Business EAMER, Kodak. »Angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Anforderungen des Marktes nach höherer Qualität zu niedrigeren Preisen benötigen diese Betriebe eine robuste Lösung, deren Zuverlässigkeit und Ausgabequalität zu gleichen Resultaten führt.«



Technologie seit 1995

Die Thermo-CtP-Technologie, die Kodak einsetzt, wurde im Jahr 1995 mit dem Ziel entwickelt, Anwenden eine höheres Qualitäts- und Stabilitätsniveau bei der Druckproduktion zu erschließen. Die praxisbewährte Technologie bietet nachgewiesenermaßen die Produktivität, Bildqualität und Stabilität, die Druckereien benötigen. Jeder Plattenbelichter, der mit der Squarespot-Bebildertechnologie ausgestattet ist,

bietet unabhängig von der Empfindlichkeit der Plattenschicht, Schwankungen bei der Druckplattenverarbeitung und Laserleistung eine verlässliche Genauigkeit.

Präzise Bebilderung

Die Achieve-Plattenbelichter sind mit einem neuen, preisgünstigeren TH5-Thermokopf ausgerüstet, während CtP-Systeme anderer Hersteller mit Gaußscher oder GLV-Technologie arbeiten. Der TH5-Thermokopf

gibt einen präziseren Punkt aus, was zu höherer Tonwertstabilität und Gleichmäßigkeit der Bebilderung führt. Er hat keine beweglichen Teile, zeichnet sich durch eine hervorragende Robustheit aus und lässt sich sehr einfach warten, wodurch Servicekosten minimiert werden.

Die leicht zugänglichen und einfach zu bedienenden Plattenbelichter werden nach Angaben von Kodak ergonomischen Anforderungen gerecht. Halbautomatisches Laden und Entladen der Platten trägt zum Erreichen einer größtmöglichen Produktivität bei reduzierten Arbeitskosten bei. Mit einer möglichen Energieeinsparung von bis zu 40% gegenüber dem Trendsetter Q800 helfen die Achieve-Plattenbelichter Druckereien, ressourcenschonender zu produzieren. Außerdem eignen sich die kompakten und platzsparenden CtP-Systeme für die Bebilderung der prozessfreien Sonora-XP-Platte, die die Plattenverarbeitungsanlage und Chemie sowie dafür anfallende Wartungskosten und Arbeitsaufwand eliminiert.

» www.graphics.kodak.com



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

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com



13 junge Teilnehmer aus Estland, Finnland, Kanada, Frankreich, Belgien, Österreich, der Schweiz, Deutschland, China, Japan, USA, Brasilien und Dänemark kämpften um die Medaillen des Druckwettbewerbs in Leipzig. Im Bild oben die Medaillengewinner (von links) Dongdong Wang (Bronze), Andrea Schmidheiny (Gold) und Elena Singer (Silber). (Bild: WorldSkills International).



Weltmeisterinnen ihres Fachs

Die 42. WorldSkills, die vom 2. bis 7. Juli in Leipzig stattfanden, gipfelten am 7. Juli 2013 in einer eindrucksvollen Schlussfeier in den Hallen der Messe Leipzig. Über 1.000 Teilnehmer aus 53 Ländern und aus 46 verschiedenen Berufszweigen ermittelten in vier Tagen ihre Weltmeister. Vor rund 205.000 Besuchern hatten die Teilnehmer um Medaillen und Plätze gekämpft.



Andrea Schmidheiny gewann für die Schweiz die Goldmedaille.



Die Silbermedaille ging an Elena Singer aus Deutschland.

Gold und Silber in der Disziplin Print Media Technology gingen wie vor zwei Jahren in London an zwei junge Frauen. Das Rennen machte Andrea Schmidheiny aus der Schweiz, die vor Elena Singer aus Deutschland gewann.

Andrea Schmidheiny arbeitete während ihrer Ausbildung zur Drucktechnologin bei der Rhy Druck AG in Diepoldsau und ist aktuell bei der Niedermann Druck AG in St. Gallen tätig. Elena Singer hat ihre Ausbildung Mitte 2012 beendet und arbeitet seitdem als Druckerin bei der Druckerei C.H. Beck in Nördlingen. Im Herbst dieses Jahres beginnt sie berufsbegleitend eine Weiterbildung zur Medienfachwirtin.

»Die Veranstaltung war ein beeindruckendes Erlebnis für mich; ich bin stolz, dass ich an den WorldSkills teilnehmen durfte. Die Aufgabenstellung war gut angelegt und die Experten haben größten Wert auf faire und objektive Beurteilung der

Leistung gelegt«, sagte Elena Singer. Dritter wurde in Leipzig Dongdong Wang aus China. Vier weitere Teilnehmer aus Finnland, Österreich, Japan und Frankreich wurden für ihre hervorragenden Leistungen mit der »Medallion for Excellence« ausgezeichnet.

Anspruchsvolle Aufgaben

Die weiblichen und männlichen Teilnehmer mussten an den vier Wettkampftagen verschiedene Aufgaben bearbeiten. So waren unter anderem an der Digitaldruckmaschine Linoprint C 751 Postkarten beidseitig zu bedrucken, danach eine 16-seitige Broschüre, die Inline gefalzt und geheftet wurde. An der Offsetdruckmaschine Speedmaster 52-4 wurden zwei verschiedene vierfarbige Poster in einer Auflage von 1.000 Exemplaren hergestellt – und das alles mit limitierten Papiermengen für das Einrichten und vorgegebener Bear-

beitungszeit. Als Ergänzung dazu waren verschiedene Aufgaben in einem Drucksimulationsprogramm auszuführen, Wartungsarbeiten wie Farbwalzenjustierung und Feuchtmittelprobenmessungen zu erledigen sowie Pantone-Farbtöne zu mischen.

Große Freude in Nördlingen

»Wir freuen uns über das tolle Abschneiden unserer Mitarbeiterin Elena Singer und sind sehr stolz darauf, eine solch engagierte, junge Druckerin bei uns im Unternehmen zu beschäftigen«, kommentierte Oliver Kranert, Druckereileiter der Druckerei C.H. Beck, die Vizeweltmeisterschaft von Elena Singer bei den WorldSkills-Berufsweltmeisterschaften. Elena Singer hat ihre Ausbildung bei der Druckerei C.H. Beck in Nördlingen Mitte 2012 beendet und arbeitet seitdem dort als Druckerin. Im Herbst dieses Jahres beginnt sie

berufsbegleitend eine Weiterbildung zur Medienfachwirtin.

In Nördlingen wurde die Vizeweltmeisterin von der Geschäftsleitung der Druckerei gebührend empfangen. »Wir haben eine tolle Mannschaft hier in Nördlingen. Jeden Tag werden hervorragende Leistungen erbracht. Dass dies in der Person von Elena Singer jetzt auch in einem Wettkampf bestätigt wurde, erfüllt den gesamten Standort mit Stolz«, fasst Kranert zusammen. Von der Druckerei erhielt Elena Singer als besondere Anerkennung einen zeitlich unbefristeten Arbeitsvertrag.

WorldSkills Germany e. V.

WorldSkills Germany, die Förderinitiative für nationale und internationale Berufswettbewerbe, vereint Engagement und Ideen von derzeit rund 60 Mitgliedern, Partnern, Förderern, Unternehmen, Verbänden oder Privatpersonen. ►

Der 2006 gegründete Verband WorldSkills Germany ist die national und international anerkannte Mitgliedsorganisation des Weltverband WorldSkills International und dem europäischen Verband WorldSkills Europa. WorldSkills Germany fördert Spitzenleistung und schafft mit der Ausrichtung von nationalen und internationalen Berufswettbewerben eine geeignete Benchmarking-Plattform für den zukünftigen beruflichen Erfolg junger Menschen. Der nationalen Skills-Organisation war es am Vorabend der WorldSkills 2009 in Calgary gelungen, sich in



der Finalrunde gegen den Favoriten Paris durchzusetzen. Damit wurde der weltweit größte Bildungsevent 2013 erstmals nach 40 Jahren wieder in Deutschland ausgetragen.

Heidelberg ist Gründungsmitglied von WorldSkills Germany e. V. und unterstützte sowohl die Vorentscheidung in Deutschland als auch den internationalen Wettbewerb in Leipzig. Dort stellte Heidelberg für das Finale zwei Offsetdruckmaschinen vom Typ Speedmaster SM 52-4, zwei Linoprint C-Digitaldrucksysteme sowie eine Polar Schneidanlage. Zudem war Heidelberg in diesem Jahr »Skill Presenter« für den Bereich Print Media Technology.

➤ www.worldskillsleipzig2013.com

Nexpress Gold-Lösung

Druckaufträge in edlem Glanz

Auf der drupa 2012 präsentierte Kodak einen Ausblick auf die Nexpress Gold Lösung und hat die Lösung seitdem in Zusammenarbeit mit Beta-testanwendern auf der ganzen Welt perfektioniert. Inzwischen wurde bereits eine große Anzahl von Aufträgen und Sonderprojekten mit der Gold Dry Ink produziert, die sich als aufmerksamkeitsförderndes Merkmal erwiesen hat.

Jetzt ist die Gold-Digitaldrucklösung verfügbar und könnte vielleicht einen »Goldtausch« auslösen. »Wir konnten schon viele Projekte mit der Gold Dry Ink produzieren«, sagt Ken Dunn, Leiter Digitaldruck bei West-america Graphics, einem der ersten Beta-Kunden mit Sitz in Foothill Ranch, Kalifornien. »Einige Kunden haben Gold zum Bestandteil ihrer



markenspezifischen Farben gemacht oder setzen es bei bestimmten Projekten gezielt zur Hervorhebung ein. Von der Möglichkeit, Digitaldruckaufträge mit Gold zu produzieren, haben sie unmittelbar profitiert, angefangen beim wirtschaftlichen Druck von Kleinauflagen in kurzen Produktionszeiten bis hin zu den Einsparungen, die sie dadurch erhalten, dass wir die Auflagen nicht zur Veredelung mit Goldfolie außer Haus geben müssen. Die Mailings, Urkunden und sonstigen Projekte, die wir bisher produziert haben, haben eine fantastische Anmutung.«

Die für den Einsatz im Foto- und Akzidenzbereich konzipierte Gold-Lösung ist eine Option für das fünfte Druckwerk der Nexpress, die es ermöglicht, einen Gold-Metalliceffekt als fünfte Farbe zu drucken. Anwender, die an dem Testprogramm teilgenommen haben, sind der Meinung, dass die Kombination von Goldeffekten mit der Druckqualität der Kodak Nexpress völlig neue Möglichkeiten eröffnet, um die Wertigkeit von Digitaldruck-Erzeugnissen zu steigern.

Mit der Golddrucklösung auf einer Bogen-Digitaldruckmaschine ist die Nexpress alleine am Markt und beherrscht den Golddruck bei Drucklängen bis optional 914 mm sowie auf mehr als 800 verschiedenen Bedruckstoffen. Damit können Drucker externe Veredelungsprozesse ersetzen, sodass ihnen mehr Umsatz und Gewinn verbleiben. Anwenderbetriebe gewinnen mit den Möglichkeiten des Golddrucks auch neuartige Aufträge und neue Kunden.

Zu den ersten Anwendungen gehören unter anderem Urkunden, Direktmailings, Werbematerialien, Fotobücher, Einladungen und Grußkarten.

➤ www.kodak.com/go/gold

Neuer bvdM-Ratgeber

ELEKTROSTATIK-PROBLEME VERMEIDEN

Elektrostatische Aufladungen verursachen im Sieb- und Tampondruck Störungen. Die Folge sind Qualitätsmängel, Zeit- und Materialverluste. Der Bundesverband Druck und Medien (bvdM) hält mit dem 36-seitigen Ratgeber »Elektrostatische Probleme im Sieb- und Tampondruck« ab sofort eine Veröffentlichung bereit, die Ursachen des ungeliebten Phänomens nennt und Möglichkeiten zur Abhilfe aufzeigt.

Die Autoren Helmut Wordel und Jürgen Gemeinhardt von der Fogra erklären, was elektrostatische Aufladung ist, welche Faktoren zu ihrer Entstehung beitragen und wie sie sich messen lässt. Typische Fehlerbilder und Gefahren, die aus statischer Aufladung resultieren, werden beschrieben und erläutert. Den Abschluss bilden hilfreiche Tipps, wie elektrostatische Aufladungen bei Maschinen, Material und Personen im Produktionsalltag beseitigt oder vermieden werden können. Ein umfangreicher Anhang verweist auf zahlreiche weitere Informationsquellen zum Thema.

Die als PDF-Dokument erhältliche Veröffentlichung ist das Ergebnis einer Studie der Fogra, in der die beiden Autoren Forschungsergebnisse und Anwendungserfahrungen zusammentrugen und verständlich aufbereiteten. Die Arbeiten wurden vom Fachbereich Siebdruck des bvdM beauftragt und durch die Gruppe Siebdruck des Deutschen Instituts Druck (DID) gefördert. Die Publikation kann für 25 € plus MwSt. bestellt werden. Für Mitglieder der Druck- und Medienverbände ist das Werk kostenlos.

➤ www.point-online.de

»Food Safe Packaging«

Neue Wissensplattform von Henkel

In einer Vielzahl von Lebensmittelverpackungen stecken Klebstoffe und auch das Expertenwissen des Klebstoffherstellers Henkel. Das gebe Kunden in der Lebensmittelbranche und damit auch den Verbrauchern Sicherheit, ist Henkel überzeugt. Über die neue Wissensplattform »Food Safe Packaging« sollen sich nun Entscheider in der Branche zu dem Thema informieren können.

Vom Frühstücksflocken-Karton über die Getränkeflaschenetikettierung bis hin zu glänzenden Chipstüten und Folienverpackungen für Wurst und Käse reicht das Einsatzspektrum der Henkel-Klebstoffe alleine bei Lebensmittelverpackungen.



Die jetzt gestartete Initiative richtet sich an Verantwortliche für Lebensmittelsicherheit, Qualitätsmanager, Verpackungsentwickler, Einkäufer und andere Interessenten in der Lebensmittelindustrie, die mehr erfahren wollen zu dem aktuellen Thema

sicherer Nahrungsmittelverpackung. Dabei bietet Henkel Informationen auf mehreren Kanälen an. Im Zentrum steht eine neu geschaffene Webpräsenz.

Hier werden unter anderem Webinare, White Papers und Videos rund um das Thema angeboten. Auch ein umfassendes Glossar steht zur Verfügung. Grundinformationen gibt es sofort mit ein paar Klicks. Wer sich weiter informieren möchte,

kann sich registrieren und erhält Zugang zum Premium-Bereich. Ergänzt wird der Internetauftritt durch die Präsenz von Henkel auf zahlreichen Fachausstellungen und den Food Safety Foren. Dies sind Kongressveranstaltungen, an denen bereits zahlreiche Kunden sowie Vertreter aus Forschung, Fachpresse und dem Einzelhandel teilnahmen, um sich von Experten über neueste Trends bei der Klebstoffentwicklung informieren zu lassen. Weitere Foren sind in Planung.

Henkel setzt mit der Initiative auf den Erfahrungsaustausch und die Kooperation mit allen Partnern entlang der Wertschöpfungskette. Henkel baut hierbei auf Kompetenz, die eine zentrale Analytik, Toxikologie und Produktentwicklung einschließt sowie ein Spezialistenteam für regulatorische Fragen.

➤ www.henkel.com/foodsafety

>

INVESTIEREN SIE
IN IHRE ZUKUNFT!

DIPLOMKURS Unternehmensführung

Ihr Nutzen: Vorurteilslose Überprüfung Ihrer Führungsarbeit, umfassende Analyse der eigenen Unternehmung, Analyse und Vergleich der Marketing- und Verkaufstätigkeiten, Begleitung bei der Formulierung der eigenen Unternehmensstrategie, Instrumente für die Finanz-, Marketing-, Verkaufs- und Beschaffungsplanung und individuelle Begleitung der Kursteilnehmer.

Teilnehmerkreis: UnternehmerInnen, GeschäftsführerInnen, ProfitcenterleiterInnen, Marketing- und VerkaufsleiterInnen, GeschäftsnachfolgerInnen, Oberstes Kader

Kursbeginn: 08. – 10. Oktober 2013; 48,5 Tage verteilt auf 15 Kursblocks

DIPLOMKURS oberes & mittleres Kader

Ihr Nutzen: Vorurteilslose Überprüfung Ihrer Führungsarbeit, umfassende Analyse der eigenen Unternehmung, Förderung der Zusammenarbeit unter den Führungskadern der Unternehmung, Vertrautmachen mit den modernen Grundlagen der Unternehmungsführung

Teilnehmerkreis: Obere Führungskräfte aus Technik, AVOR, Verkauf, Administration

Kursbeginn: 08. – 10. Oktober 2013; 37 Tage verteilt auf 11 Kursblocks

SKUGRA SEGRA
KURSANGEBOTE

Workshop Toscana

01. - 06. September 2013

Führungs-und Verkaufskurs 1

16. - 17. Oktober 2013

Professionelles Beschaffungsmanagement

19. November 2013 und 20. März 2014

Innovationsmanagement

29. Oktober 2013

Anmeldungen und Auskünfte unter:

SKUGRA-SEGRA AG

Oberdorfstrasse 2, 6340 Baar

Telefon 041 763 20 30

ISO-STANDARD FÜR CO₂-BILANZIERUNG Die International Organization for Standardization (ISO) veröffentlicht den Standard 16759, der alle Erfordernisse für die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks für Druckprodukte aufführt. Die Norm beinhaltet detaillierte Vorgaben für die Berechnungsmethoden, auch für webbasierte CO₂-Rechner. Die Entwicklung der Norm startete 2010 unter Beteiligung von Experten aus der gesamten grafischen Industrie, darunter Agfa, Kodak, Mondi Paper oder der Bundesverband Druck und Medien (bvdn). »Die Norm ist essentiell, um klimaneutrale Druckprodukte in unterschiedlichen Märkten und von verschiedenen Dienstleistern vergleichen zu können«, kommentiert Moritz Lehmkuhl, Gründer und Geschäftsführer von ClimatePartner. Der bvdn weist im Zusammenhang mit der Norm darauf hin, dass inzwischen mehr als 400 Druckereien in Deutschland und Österreich den CO₂-Rechner des Verbandes einsetzen.

PROZESSBERATUNG Die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH erweitert unter dem Dach von Optimized Print Services (OPS) mit dem Angebot »Prozessberatung« ihre Dienstleistungen. Im Fokus stehen alle mit Dokumenten verbundenen Geschäftsprozesse, wobei Informationsflüsse abteilungs- und herstellerübergreifend optimiert werden sollen. ➤ www.konicaminolta.de

VSOP-MASCHINE FÜR SHRINK SLEEVES Weil das jährliche Wachstum von Shrink Sleeves zwischen 6% und 8% beträgt, investierte Hammer Packaging in Rochester im amerikanischen Bundesstaat New York in eine



VSOP-Rollenoffset-Druckmaschine von Müller Martini mit neun Druckwerken und einem zusätzlichen Flexo-Werk. Zuvor absolvierten Experten von Hammer ausführliche Tests auf der Maschine im Training Center in

Maulburg. Im Gepäck hatten sie eine spezielle Anforderungsliste an die neue Druckmaschine mit über 20 Punkten. ➤ www.mullermartini.com

STECKBRIEF GESCHÄFTSAUSSTATTUNGSPAPIERE Anfang Juni startete Papyrus Deutschland eine Informationskampagne für Geschäftsausstattungspapiere. Aus Sicht des Papiergroßhändlers bleiben auf diesem Gebiet noch große Potenziale ungenutzt. Dabei bietet Geschäftsausstattungspapier aus einem Guss Unternehmen echten Mehrwert für den Aufbau eines professionellen Auftritts. Ein hierfür erstellter »Steckbrief Geschäftsausstattungspapiere« liefert einen schnellen und umfassenden Einblick. ➤ www.papyrus.com

BREITES ETIKETTENANGEBOT Der Spezialpapierhersteller Mitsubishi HiTec Paper zeigt auf der Lebelexpo die Breite seiner Produktpalette. Medien aus den Bereichen Thermopapiere thermoscript, Inkjetpapiere jet-



script, Selbstdurchschreibepapiere giroform und gussgestrichene Etikettenpapiere supercote bieten vielfältige Anwendungsmöglichkeiten und können in unterschiedlichen Druckverfahren eingesetzt werden. Die Etikettenpa-

papiere von Mitsubishi sind auf Anwendungen wie Kennzeichnungs-, Identifizierungs-, Preisauszeichnungs-, Sicherheits-, Schmuck- oder Sicherheitsetiketten abgestimmt. ➤ www.mitsubishi-paper.com

Stora Enso Ensocoat

MAUBOUSSIN POUR LUI KOMMT IN EINER NEUEN VERPACKUNG

Wenn man mit Luxusprodukten Eindruck machen will, ist der erste Schritt die Wahl des richtigen Verpackungskartons. Ein gutes Beispiel für eine gelungene Luxusartikelverpackung lieferte unlängst der französische Verpackungshersteller Norther Emballages. Seine Empfehlung, für die Verpackung des Parfüms Mauboussin Pour Lui die Kartonsorte Ensocoat 2S zu verwenden, führte zu einer raffinierten Verpackungslösung, die auch vom Techni-



schen her eine Meisterleistung darstellt.

Typisch für Mauboussin Pour Lui ist ein auf dem Flaschendeckel stehender Ring. Bei den Pour Lui-Produkten findet sich die Ringform als Einbuchtung auf der Vorderseite der Flasche wieder. Die Flasche selbst ist würfelförmig maskulin, und der »Ringabdruck« trägt das Markenzeichen. Die Kartonverpackung lässt ahnen, wie der Inhalt in Sachen Farbe und Flaschenaufmachung aussieht. Der Kontrast zwischen der matten, dunkelbraunen Oberfläche und dem spiegelartigen Glanz des gürtelartigen Markenzeichens verleiht der Verpackung maskuline Power. Der Karton ist beidseitig mit einer silbernen metallisierten Polyesterfolie kaschiert. Wenn der Kunde die Verpackung öffnet, sieht er auf der glatten, spiegelblanken Verpackungsinnenseite sowohl das Markenzeichen als auch sein eigenes Spiegelbild.

➤ www.storaenso.com/ensocoat

Mediengruppe Main-Post

HANDFESTE ARGUMENTE FÜR EINEN SYSTEMWECHSEL

Zwischen 2006 und 2010 wurde das Druckzentrum der Mediengruppe Main-Post in drei Stufen mit zwei KBA-Commander-CT-Rotationen modernisiert. »Spätestens mit der Inbetriebnahme der zweiten Commander-CT-Rotation entwickelte sich der Versandraum immer mehr zu einem Flaschenhals«, schildert der technische Leiter, Andreas Kunzemann.

Ursprünglich wollte das Management durch ein Retrofit-Projekt die



In Verbindung mit den beiden Versandraumlinien ist der Einstieg in die Regionalisierung geglückt.

Effizienz im Versandraum steigern.

Die Ferag konnte jedoch darstellen, dass es wirtschaftlicher ist, zwei der drei Versandraumlinien komplett auszutauschen. Darüber hinaus überzeugte das Konzept mit der erzielbaren Nettoleistung, der hohen Zuverlässigkeit, der Bedienerfreundlichkeit, der geringen Lärmentwicklung sowie des flexiblen Anlagenlayouts.

Durch die Übernahme von zwei Produkten pro Klammer im 2:1-Modus bewältigen die UTR-Universaltransporteure diese Volumina spielend, wie Andreas Kunzemann bestätigt, und er untermauert das auch mit Zahlen: »Durch die zuverlässige Übernahme im 2:1-Modus konnten wir unsere Nettoleistung um 30 Prozent steigern.«

Um das wachsende Beilagenvolumen effizient zu verarbeiten, wurden zwei MultiSertDrum-Einstecktrommeln installiert, denen jeweils ein RollStream-Vorsammelsystem mit acht Anlegern zuarbeitet.

➤ www.ferag.com

ppi InkReduction**OPTIMIERTER FARBAUFTRAG BEI SÜDOSTSCHWEIZ PARTNER**

Weniger Farbauftrag bei gleicher Druckqualität: Seit dem 10. Mai 2013 reduziert ppi InkReduction den Farbauftrag von Buntfarben für rund 1,7 Mrd. Zeitungsseiten, die jährlich bei der Südostschweiz Partner AG gedruckt werden. Nach nur drei Tagen Aufwand von der Installation bis zur Inbetriebnahme erfolgte der Go-Live direkt für die komplette Produktion.

Wirtschaftlichkeit beginnt bereits bei der Investition, denn das Skalieren der Lösung an Leistungs- und Sicherheitsanforderungen ist ohne den Erwerb weiterer Lizenzen möglich. Dies bestätigt auch Urs Zieri, Geschäftsführer der Südostschweiz Partner AG: »Auch bei hohem Durchsatz und großen Datenvolumen bedarf es keiner weiteren Rechner und Software. Wir erweitern die Hardware lediglich, um Produktionspeaks aufzufangen.« Die ppi InkReduction läuft in einer virtualisierten Umgebung (VMware) und ist daher absolut ausfallsicher. Einen Anteil am Erfolg des Projekts zur Qualitätssteigerung im Druck hat Oswald Grütter von der Firma quality&more. Auf Basis standardisierter Test-Charts und Messungen im Druckprozess nahm der Schweizer Berater die Parametrisierung von ppi InkReduction sowie die Konfiguration der Druckmaschine vor.

➤ www.ppimedia.de

Neuer Kataloganleger**MULTIFORMAT-KUVERTIER-SYSTEM AUTOSET B4**

Die Kuvertiermaschinenbaureihe autoSet B4 von MB Bäuerle bietet hohe Variabilität. Durch die modulare Bauweise ist es möglich, die Kuvertieranlage an die individuellen Anforderungen anzupassen. Als Beilagenanleger können – abhängig von der Beschaffenheit der Beilagen – verschiedene Anlegertypen wie Sauganleger, Friktionsanleger oder Rotationsanleger eingesetzt werden. Mit dem neuen Kataloganleger lassen sich außerdem auch



Der neue autoSet B4 Kataloganleger verarbeitet Beilagen mit einer Produktdicke von bis zu 15 mm. Auf Kundenwunsch wird das Kuvertiersystem auch in einer Sonderfarbe lackiert, wie hier in einem auffallenden Grün.

Beilagen mit einer Produktdicke von bis zu 15 mm verarbeiten. Damit wird gewährleistet, dass ein breites Materialspektrum verarbeitet werden kann. Optional kann der Kataloganleger außerdem noch mit einem Loader ausgestattet werden, sodass eine kontinuierliche und störungsfreie Materialbeschickung gewährleistet ist.

➤ www.mb-baerle.de

Toshiba TEC**A4-FARB-MULTIFUNKTIONSSYSTEME MIT E-BRIDGE**

Die e-Studio287cs, e-Studio347cs und e-Studio407cs arbeiten mit Druckgeschwindigkeiten von 28, 34 und 40 Seiten pro Minute. Die bereits bei den A3-Systemen von Toshiba TEC verwendete e-Bridge Technologie ermöglicht eine einfache Integration in vorhandene Netzwerke und Arbeitsabläufe. Durch die einheitliche Technologie erfolgen Bedienung, Administration sowie Netzwerk- und Workflow-Integration dieser Modelle in derselben Weise wie bei der A3-Produktpalette von Toshiba TEC. Dadurch eignen sich die e-Studio287cs, e-Studio347cs und e-Studio407cs gut für die Einbindung in e-Concept-Projekte.

Die Modelle bieten durch die LED-Technologie Qualität und brillante Farben bei kompakter Bauweise. Die Papierkapazität beträgt max. 2.630 Blatt. Alle drei Systeme sind standardmäßig mit automatischem Vorlagenwender, Festplatte, Duplexeinheit und zwei Papierzuführungen ausgestattet. Optional stehen unter anderem die Faxfunktion und ein platzsparender, innenliegender Finisher zur Verfügung. Hierdurch bieten sich die Systeme für den Einsatz in kleinen bis mittleren Arbeitsgruppen oder Abteilungen an.

Die Bedienung der e-Studio407cs-Serie erfolgt über ein Touch Panel. Die integrierte Sicherheitsfestplatte »Secure HDD« von Toshiba TEC schützt sensible Daten sicher vor unberechtigtem Zugriff.

➤ www.toshiba.de

Flexcel NX Systeme**KODAK STARTET WELTWEITES ZERTIFIZIERUNGSPROGRAMM**

Das Kodak Flexcel NX System wurde vor fast fünf Jahren im Markt eingeführt und erschloss dem Flexodruck eine höhere Effizienz, Konstanz und Qualität. Das neue Zertifizierungsprogramm von Kodak soll den Erfolg des Flexcel NX Systems festigen.

Um die Zertifizierung zu erreichen und die Berechtigung zur Nutzung des Zertifizierungszeichens zu erwerben, müssen die Unternehmen nachweisen, dass die Platten, die sie herstellen beziehungsweise mit denen sie drucken, konstant unter Einhaltung einer weltweiten Standardspezifikation gefertigt werden. Der Zertifizierungsprozess wird von umfangreichen Datenmessreihen und Empfehlungen anderer Kunden unterstützt.

Das Flexcel NX System ermöglicht Anwendern mehr mit weniger zu erreichen, indem es durch schnelleres Einrichten, weniger Makulatur, eine längere Standzeit der Platten und die Verringerung der pro Auftrag erforderlichen Farben beziehungsweise Druckwerke eine höhere Effizienz im Druck ermöglicht. Außerdem versetzen ein breiter Tonwertumfang, ein hoher Kontrast sowie die ausgezeichnete Farbproduktion Druckvorstufendienstleister und Verpackungsdruckereien in die Lage, Aufträge anzunehmen, die traditionell über die Möglichkeiten des Flexodrucks hinausgehen.

➤ www.kodak.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*



Heider Verlag

MIT Q.I. PRESS CONTROLS AUF NUMMER SICHER

Druckunternehmen stellt sich zunehmend die Frage, wie sie ihre existierenden Produktionsanlagen hinsichtlich Qualität und Produktivität auf einen zeitgemäßen Stand bringen können. Neben dem Schutz von Investitionen besteht das Ziel darin, aus vorhandenen Maschinen mehr herauszuholen zu können. Entsprechende Überlegungen führten bei der Joh. Heider Verlag GmbH in Bergisch Gladbach zur Investition in neue Systemlösungen von Q.I. Press Controls. Das 1889 gegründete Familienunternehmen mit 90 Mitarbeitern ist im Akzidenz-Bogenoffsetdruck und Zeitungs-offsetdruck aktiv. Im Coldset-Rollenoffset produziert das Unternehmen vorwiegend Lohnaufträge, darunter Wochenzeitungen, Anzeigenblätter, Verbandszeitungen und katalogähnliche Produkte. Die Auflagen bewegen sich zwischen 5.000 und einigen Hunderttausend Exemplaren. Gedruckt werden sie auf einer 32-Seiten-Rotation des Typs KBA Journal, die aus zwei Achtertürmen besteht, und einer 16-seitigen KBA Colora mit einem Achterturm. Die in einer Linie installierten Maschinen aus den Jahren 2002 und 2006 haben je einen Falzapparat und sind für die Herstellung von 48-seitigen Produkten aus drei Papierbahnen koppelbar. Für beide Rotationen hat Heider bei Q.I. Press Controls neue vollautomatische Regelsysteme bestellt. Neben mRC-3D-Farb- und Schnittregisterregelsystemen werden die Maschinen mit dem Fan-out-Korrektursystem ABD ausgestattet.

➤ www.qipc.com

Rotoman HiPrint

TOPPAN LEEFUNG ORDERT WEITERE ROTOMAN

Hochglanz ist man bei Toppan Leefung im chinesischen Shenzhen gewohnt, produziert man doch Modezeitschriften höchster Güte wie die chinesische »Vogue«. Zusätzlichen Glanz brachten im April 2013 die Geschäftsführer und Manager von rund 20 Rollendruckereien in das Druckhaus. Sie waren Gäste eines Open House rund um die Rotoman HiPrint.

Beim Event, unterstützt von manroland web systems und dem Papier-



Qualitätscheck am Leitstand der Rotoman HiPrint. Gedruckt wurden Signaturen der Modezeitschrift »Marie Claire«.

hersteller UPM, druckte die Rotoman HiPrint vor den Augen chinesischer und koreanischer Gäste die Signaturen einer aktuellen Ausgabe der Modezeitschrift »Marie Claire«, ein Hochglanzprodukt mit wertigen Fotos und Werbeanzeigen.

Dr. Frank Tietsche, Vice President Sales manroland web systems, betonte auf dem Open House: »Die Werbekunden in China, sei es aus Mode, Lifestyle oder im Automobilbereich, haben internationale und damit hohe Anforderungen an die Druckdienstleister. Das verlangt nach neuen technischen Lösungen, die Performance und Qualität gewährleisten.«

Wie eine Bestätigung kommt die Neuigkeit daher, die manroland web systems verkünden durfte: Toppan Leefung orderte für den Standort in Shanghai eine weitere Rotoman HiPrint, die in der zweiten Jahreshälfte geliefert wird.

➤ www.manroland-web.com

Trend zu mehr Veredelung und Doppellack-Anwendungen

Speedmaster für industrielle und wirtschaftliche Produktion

Viele Druckereien, die im 7B-Format (121 x 162 cm) arbeiten, sehen sich heute mit den gleichen Anforderungen konfrontiert wie Anbieter in den kleineren Bogenformaten: Die Produktivität muss steigen, ohne dass es bei der Qualität oder den Veredelungsansprüchen zu Abstrichen kommen darf. Um in diesem Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigen Druckereien nach



Kunden nutzen Heidelberg Speedmaster XL 162 für industrielle und wirtschaftliche Produktion.

einer Trendeinschätzung von Heidelberg Maschinen der neuesten Generation. So gehe der Trend im Verpackungsdruck auch im 7B-Format zu Sieben-Farben-Maschinen für mehr Sonderfarben. Hinzu kämen steigende Veredelungsansprüche im Lackbereich, wo über Matt-Glanz-Effekte (Primer-UV) und die Kombination unterschiedlicher Oberflächen-Strukturen die Differenzierung am Point of Sale gesucht werde. Doppellackmaschinen hätten dadurch wieder stark an Bedeutung gewonnen. Für diese Anforderungen bietet die zur drupa 2008 erstmals vorgestellte Speedmaster XL 162 laut Heidelberg die passenden Lösungen.

In Italien haben gleich zwei renommierte Faltschachtelhersteller eine Speedmaster XL 162 beziehungsweise eine XL 145 in Doppellackkonfiguration in Betrieb genommen. Einer der Betriebe, das Verpackungsunternehmen Imballi in Castelfranco Veneto, hat sich für eine XL 162-6+LYYL entschieden. Der Entscheidung gingen intensive Anwendungstests im Bereich der

Inline-Veredelung mit Primer-UV-Applikationen voraus. Imballi produziert aktuell mit drei Großformat-Maschinen anderer Hersteller und wird die Speedmaster XL 162 sowohl für Displays als auch für Faltschachtel-Aufträge einsetzen.

Eine weitere Speedmaster mit sieben Druckwerken und Doppellack-Technologie im 145er-Format ging zeitgleich beim Verpackungsunternehmen Ival in Mantua in Betrieb. Ival produziert unter anderem Lebensmittelverpackungen für den Nudelhersteller Barilla.

Auch in den Vereinigten Staaten gingen nach Informationen von Heidelberg in den letzten Monaten zwei nahezu baugleiche SM XL 162 Siebenfarben mit Doppellack-Technologie in Produktion. Da die Auflagen in den USA deutlich höher als im europäischen Durchschnitt sind, war die hohe Druckgeschwindigkeit ein entscheidender Faktor für die XL 162. Aufgrund der soliden Konstruktion und hohen Laufruhe steht die maximale Produktionsgeschwindigkeit von 15.000 Bogen auch bei Maschinen mit elf Druckwerken ohne mechanische Einschränkungen zur Verfügung. Eines der beiden Unternehmen hat sich nach dem erfolgreichen Anlauf seiner XL 162-7+LYYL bereits für die nächste Großformat-Maschine von Heidelberg entschieden: eine Speedmaster XL 145-7+L UV.

➤ www.heidelberg.com

Druckzone schafft neue Kapazitäten

Ende vergangenen Jahres installierte die Druckzone in Cottbus eine KBA Rapida 106 mit acht Druckwerken und Bogenwendung. Bei dem Nachfolgemodell der bisher eingesetzten Rapida 105 ergibt sich ein deutliches Mehr an Druckkapazität. Sie produziert mit höherer Leistung und verfügt über Automatisierungslösungen für wesentlich kürzere Rüstzeiten.

Von MARTIN DÄNHARDT

Die Druckzone wurde 1990 in Cottbus gegründet. Das vollstufige Akzidenzunternehmen mit 44 Beschäftigten hat seinen Sitz seit 2001 in einem modernen Druck- und Logistikzentrum. Von Satz- und Layout-Arbeiten bis zur Lagerung fertiger Druckprodukte bietet die Druckzone ein breites Leistungsspektrum sowie eine hohe Fertigungstiefe. Broschüren, Produkteinleger, Faltblätter, Bedienungsanleitungen, Bücher sowie vielfältige Drucksachen für die Industrie bilden die Produktionsschwerpunkte. Hinzu kommen Office-Produkte wie Ordnungsmappen. Seit 20 Jahren unterhält das Unternehmen eine Partnerschaft mit dem Fußball-Zweitligisten Energie Cottbus, für den die Druckzone auch produziert. Darüber hinaus stehen 3.000 weitere Unternehmen, darunter Energieversorger, Verlage, Theater und Kunstmuseen in der Kundenliste.

Mehr Automatisierung

An der Rapida 106 wird in drei Schichten gearbeitet. Daneben laufen zwei kleinere Bogenoffsetmaschinen zwei- oder dreischichtig. Da 4-über-4-Aufträge 80% der Produktion ausmachen, ersetzte Geschäftsführer Andreas Czentarra im Jahr 2006 zwei Mittelformatmaschinen durch eine Achtfarbenanlage. Die Rapida 105 war damals die erste KBA-Maschine in dem noch jungen Unternehmen und lief bisher souverän im Dreischichtbetrieb. Da lag es nahe, erneut auf eine Mittelformat-



Geschäftsführer Andreas Czentarra mit Produktionsmustern der Druckzone. Im Drucksaal dahinter ist die Rapida 106 zu erkennen. Die neue Achtfarbenmaschine ist der Mittelpunkt in den Produktionshallen der Druckzone.



Rapida der neuesten Generation mit noch höherer Automatisierung zu setzen. So verfügt die neue Rapida 106 über die ziehmarkenfreie Anlage DriveTronic SIS und Plattenzylinder-Einzelantriebe DriveTronic SPC. Besonders der simultane Druckplattenwechsel und die höhere Fortdruckgeschwindigkeit haben die Produktivität nochmals gesteigert. Die Qualitätsüberwachung und -regelung auf Bogenvorder- und Rückseiten mit QualiTronic ColorControl sorgt für geprüfte Druckprodukte. Im Schnitt läuft auf der neuen Rapida 106 pro Produktionsstunde eine Form mehr als bisher. Die höhere

Produktivität bietet einen ruhigeren Produktionsablauf, mehr Flexibilität und Kostenreduzierung. Hohe Qualität zu vernünftigen Preisen und der persönliche Kundenkontakt mit individueller Beratung sind Leistungen, auf die man bei der Druckzone besonderen Wert legt.

Nachhaltige Produktion

In besonderem Maße setzt sich die Druckzone auch für die nachhaltige Produktion ein. Das Engagement reicht von der Reststoffentsorgung bei zertifizierten Dienstleistern über die Wärmerückgewinnung (Nutzung

der Abwärme aus den Druckmaschinen zum Beheizen aller Produktions- und Lagerräume) bis hin zum Stromlastmanagement. Zur Vermeidung von Stromspitzen und der Nivellierung der Abnahme wird in einem definierten Lastbereich gearbeitet. So spart das Unternehmen Energie und Kosten. Daneben ist die Druckzone seit 2007 zertifiziertes Mitglied im FSC und PEFC.

Neben der KBA Rapida 106 nahm Druckzone im vergangenen Jahr ein neues CtP-System und eine Falzmaschine in Betrieb. Die Investitionen von rund 2,5 Mio. € sollen die Zukunft des seit 20 Jahren tätigen Unternehmens sichern. Eine schlanke Struktur und hohes soziales Bewusstsein zeichnen den Betrieb aus. Dafür steht die Nominierung zum »Großen Preis des Mittelstandes« sowie eine Auszeichnung als »Familienfreundliches Unternehmen«.

➤ www.kba.com



Das moderne Gebäude der Druckzone wurde 2002 beim Architekturpreis der WestHyp mit dem 2. Platz ausgezeichnet.

flyeralarm erweitert Sortiment ONLINE-DRUCKEREI FÜHRT STEINPAPIER EIN

flyeralarm erweitert das Papierportfolio: Ab sofort haben die Kunden des Würzburger Unternehmens die Gelegenheit, Flyer, Faltblätter, Visitenkarten, Postkarten, Mappen und Speise- beziehungsweise Getränke-karten auf Steinpapier drucken zu lassen. Damit ist flyeralarm eine der wenigen deutschen Druckereien, die diesen Schritt gegangen ist. Kein Baum muss dafür sterben, kein Tropfen Wasser ist zur Herstellung nötig. Steinpapier, das Papier aus Kalkstein, ist extrem umweltfreundlich, seine Oberfläche fühlt sich an wie Samt und Seide, lässt sich wunderbar beschreiben, ist abwaschbar, schwer entflammbar und strapazierfähiger beziehungsweise reißfester als viele andere Papiersorten. Steinpapier besteht zu etwa 80% aus Kalkstein und zu rund 20% aus Bio-Polyethylen, das wiederum aus organischen Abfällen besteht. Hergestellt wird das Papier nach dem sogenannten Cradle-to-Cradle Prinzip – also dem Vorbild der Natur, wo Abfall nicht unbrauchbarer Müll, sondern Nahrung für den ewigen Kreislauf ist. Landet das Papier auf dem Müll, kann es über zwei Wege abgebaut werden, die bei der Entsorgung jeweils keine Abfallprodukte hinterlassen: Bakterien und Pilze zerlegen Steinpapier im Rahmen des biologischen Abbaus in den Grundstoff Kalk, welcher gefahrlos in den Naturkreislauf zurückgeführt werden kann. Zudem wird Steinpapier durch Licht abgebaut.

➤ www.flyeralarm.com

Kolbe-Coloco und Robos mit HP Indigo Vielfältiger Einsatz im Etikettendruck

Hohe Druckqualität, die einzigartige Flüssigfarbe HP ElectroInk sowie die Möglichkeit, verschiedenste Bedruckstoffe zu nutzen und auch kleine Auflagen nach Kundenwunsch anzufertigen, sind Gründe, warum sich das Versmolder Traditionsunternehmen Kolbe-Coloco für die HP Indigo WS6600 entschieden hat. Kolbe-Coloco ist bereits seit 1828 im Geschäft; vor circa 20 Jahren erfolgte der Einstieg in den Etikettendruck, wobei sich das Unternehmen vor allem auf den Bereich Rollenetiketten spezialisiert hat. Inzwischen macht der Bereich Etikettendruck rund 50% des Geschäfts aus.

Ursprünglich als Muster- beziehungsweise Andruckmaschine geplant, ist die HP Indigo in Versmold inzwischen als Auflagendruckmaschine für Etiketten im Dauereinsatz. Grund für diese Entwicklung ist nicht zuletzt der Trend zu



kleineren Auflagen und schneller, kurzfristiger Produktion mit kurzen Durchlaufzeiten. Dadurch ist die Maschine fast zweischichtig ausgelastet.

Die Entscheidung zur Installation der HP Indigo WS6600 fiel auf der drupa 2012. Dort überzeugte sich der Druckdienstleister von der Druckqualität und Siebenfarben-Ausstattung für Farbraumerweiterung oder Schmuckfarben. Ein weiterer Punkt waren Funktionen wie Color Management und VDP für die Verarbeitung variabler Daten. So kann das Unternehmen nun Etiketten auch in kleinen Auflagen sowie mit Sonderfarben und -materialien in bestechender Qualität drucken.

Auch die die Robos GmbH & Co. KG, Zulieferer für Produkte aus dem Kennzeichnungssektor, setzt bei der Herstellung von Haftetiketten auf die HP Indigo WS6600 Digital Press mit einer vergleichbaren Ausstattung wie Kolbe Coloco. Zudem überzeugte die Qualität und Zuverlässigkeit genauso wie die Bedruckstoffvielfalt und Produktivität.

Neben der WS6600 hat der Betrieb noch eine HP Indigo WS6000 in Betrieb. Die neue Maschine wurde in den Gesamtworkflow integriert. Robos erhält dabei via Web-to-Print größere Flexibilität und wird durch die Option der VDP bei der Neukundengewinnung unterstützt. Größere Aufträge auch mit variablen Datenanforderungen wie etwa Barcodes oder Nummerierungen können so schneller abgewickelt werden. Die konventionellen Techniken wie Buchdruck, Siebdruck oder Flexodruck sollen nach und nach durch den Digitaldruck ersetzt werden.

➤ www.hp.com

Druckhaus Cramer UMFANGREICHER NACHHALTIGKEITSBERICHT

Die vom Bundesverband unterstützte Umweltinitiative der Druck- und Medienbranche setzt auf eine umweltgerechte Druckproduktion und eine klimaneutrale Herstellung von Print durch Kompensation. Im Druckhaus Cramer jedoch erhält der Kunde auf Wunsch nicht nur umweltbewusste Print-Produkte, sondern wählt mit Cramer zudem einen nachhaltigen Partner. In Sachen Ökologie, Ökonomie sowie soziale Verantwortung ist das



familiengeführte Unternehmen im Münsterland Vorreiter in der Branche. Der aktuell veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht zeigt alle wesentlichen Maßnahmen sowie die Philosophie des Unternehmens auf. Einen derartig ausführlichen Bericht, der auf der Unternehmens-Homepage unter »Natürlich Cramer!« einsehbar ist, können von den ca. 10.000 existierenden Druckbetrieben in Deutschland derzeit nur sehr wenige Unternehmen in der Branche vorweisen.

➤ www.cramer.de

KURZ & BÜNDIG

Ricoh Schweiz meldet eine Erfolgsserie bei der Auslieferung von Produktionsdruckern. In Kürze wird bei der **Media-Center Uster AG** bereits der 100. Farb-Produktionsdrucker vom Typ Ricoh Pro C901 Graphics Arts+ in Betrieb genommen. • Das in der drittgrößten saudischen Stadt Dammam am Persischen Golf ansässige **Al-Yaum Media House** hat auf der Wan-Ifra Middle East Conference in Dubai den Ausbau seiner Continent-Großanlage bei **KBA** in Auftrag gegeben. • **Kyocera Document Solutions** hat sieben neue DIN-A3-Multifunktionssysteme (MFP) der TASKalfa-Serie auf den Markt gebracht. Neben einer Vielzahl neuer Funktionen überzeugen die Systeme insbesondere mit einem um bis zu 50% geringeren Stromverbrauch. • **5Sept Étiquette**, ein Flexo- und Offsetdruck-Etikettenveredler in Courthézon, Südfrankreich, hat mit der Installation der Dosieranlage Colorsat Match und der CERM-Integrationssoftware von **GSE Dispensing** seine Lieferzeiten verkürzt und den Druckfarbenverbrauch verringert.

Unternehmens-Philosophie kreativer Druck

Nach Anwendern in Österreich, Italien und Frankreich hat Fujifilm nun auch eine Jet Press 720 in Norwegen installiert. Print House AS in Oslo bezeichnet sich selbst als kreative Druckerei, in der die Inkjet-Druckmaschine im B2-Format eine Reihe von bestehenden Offset- und Digitaldruckmaschinen samt dazugehöriger Weiterverarbeitung ergänzt.

Text und Bild: Fujifilm

»Wir hatten uns für die Entscheidung für Fujifilms Jet Press 720 zu nächst Zeit genommen. Aber unsere Kunden waren von der Druckqualität so beeindruckt, dass die Entscheidung dann doch schnell getroffen wurde«, erklärt Stian Mørk, Direktor des Unternehmens. »Wir nennen es ›High Definition Druck‹ – und das passt zu unserem Ethos vom kreativen Druck in höchster Qualität.«

Print House AS wurde 1971 von Odd Mørk, dem Vater von Stian Mørk, mit einer Einfarben-Offsetmaschine von Heidelberg, die heute noch genutzt wird, gegründet. Das Unternehmen wuchs dank der Effizienz, mit der Odd Mørk den Betrieb leitete. Die Einfarben-Maschine wurde optimal genutzt und später um eine Zweifarben-GTO und eine Vierfarben-Speedmaster ergänzt.

Gut bestückt

Ein separates Unternehmen, das Stian Mørk und sein Bruder Patrick gegründet hatten, fusionierte schließlich mit dem Betrieb des Vaters, als man sich zu Beginn des neuen Jahrtausends den Herausforderungen der digitalen Technik gegenüber sah. Das führte 2006 zum Kauf einer HP Indigo 5000 sowie zusätzlicher Anlagen zur Weiterverarbeitung. Zeitlich fiel dies mit einem Umzug in die derzeitigen Räumlichkeiten zusammen, wo man als Print House AS weiter wachsen wollte, was durch ergänzende Investitionen in eine HP



»Wir nennen die Drucke der Jet Press 720 ›High Definition Druck‹ – und das passt zu unserem Ethos vom kreativen Druck in höchster Qualität«, erklärt Stian Mørk, Direktor von Print House AS.

Indigo 7000 und einen Esko i-XE10 Flachbettschneidplotter im Jahr 2009 begleitet wurde. Ein Jahr später folgte eine digitale Veredelungsmaschine Scodix S75.

Heute beschäftigt das Unternehmen 16 Personen und machte im vergangenen Jahr einen Umsatz von fast vier Millionen Euro.

»Dank dieser Anschaffungen konnten wir eine größere Vielfalt von individuellen Aufträgen mit kleinen Auflagen kurzfristig realisieren, was zu einer weiteren Expansion geführt hat. Rund 50% unserer Bestellungen kommen von anspruchsvollen und kreativen Design-Agenturen, sodass wir auch mit neuesten digitalen Druck- und Finishing-Technologien ständig an die Grenzen des Machba-

ren stießen, wenn wir deren Ideen umsetzen wollten«, erläutert Stian Mørk. »Dies hat uns zwar erlaubt, erstaunliche Drucke umzusetzen, uns wurde dabei aber auch unweigerlich bewusst, dass wir uns nach einer Druckmaschine in einem größeren Format umschauen mussten.«

Höchster Schwierigkeitsgrad

Die ersten Marktrecherchen nach digitalen Drucklösungen im B2-Format begannen auf der drupa 2012. Projektleiter Steven Widlic berichtet von den weiteren Schritten: »Nach einem Besuch bei Fujifilm baten wir um die Produktion einiger äußerst anspruchsvoller Aufgaben auf der Jet Press 720. Uns war der Schwierigkeitsgrad bei einer digitalen Umsetzung durchaus bewusst. Die Ergebnisse zeigten wir unseren Kunden, die nicht glauben konnten, dass die Muster digital gedruckt worden waren. Ohne Zweifel: Die Jet Press 720 produziert die beste Druckqualität, die wir je gesehen haben, besser noch als der Offsetdruck, weshalb wir von ›High Definition Print‹ reden. Obwohl die Maschine nur geradeaus druckt, die meisten unserer Aufträge aber doppelseitig sind, war die Qualität der Druckergebnisse der entscheidende Faktor.« Die Leistung und das größere Format der Maschine führten dazu, dass Print House nun Aufträge durchführen kann, die bisher extern gefertigt wurden. »Aber noch viel wichtiger ist, unseren Kunden eine

noch breitere Palette maßgeschneiderter Lösungen in sehr hoher Qualität anbieten zu können«, ergänzt Stian Mørk. »Als zusätzlichen Service können wir unseren Auftraggebern Andrucke zwischen zehn und 100 Exemplaren auf dem gewünschten Auflagenpapier präsentieren.« Print House fertigt auf seinen Maschinen eine Vielzahl unterschiedlicher Anwendungen einschließlich maßgeschneiderter Event-Einladungen, Direktwerbung, Immobilien-Broschüren und Plakate etc. »Die Immobilien-Broschüren zum Beispiel sind für hochwertige Objekte bestimmt und sind perfekt gebundene Bücher mit 100 Seiten, die mit einer Auflage von 20 oder 50 Exemplaren erstellt werden. Da gibt es keine andere Wahl als sie digital zu drucken – und die Jet Press 720 erlaubt uns, viel flexibler zu agieren«, sagt Steven Widlic.

»Dies ist die größte Investition, die wir je getätigt haben. Die Jet Press 720 ist das perfekte Werkzeug für unser kreatives und auf Qualität ausgerichtetes effizientes Arbeiten. Unsere Erwartungen wurden mehr als übertroffen«, fasst Stian Mørk zusammen, der die Hilfe von Fujifilm als Geschäftspartner bei der Umsetzung der neuesten Entwicklung in seinem Unternehmen ausdrücklich lobt. »Wir sind zuversichtlich, dass es für unser Unternehmen die richtige Entscheidung war.«

➤ www.fujifilm.de

Igepa Select

Kodak beteiligt sich am ›ganz großen Kino‹

Kodak beteiligte sich in diesem Jahr erstmals als Aussteller an der Igepa Select, die Mitte Juni im Filmpark Babelsberg, Potsdam, stattfand. Die vom Kodak Handelspartner Igepa ausgerichtete Veranstaltung stand unter dem treffenden Motto ›Ganz großes Kino‹.

Neben den etablierten Schwerpunkten Werbetechnik, Large Format Printing, zugehörige Software und Materialien wurde die vierte Ausgabe des Messe-Events um die Themen Druckvorstufe und digitaler Produktionsdruck erweitert. Offenbar das richtige Konzept, denn pro Tag wurden in dem zur Messehalle umfunktionierten Studiokomplex bis zu 1.000 Besucher gezählt. Sie nutzen die Gelegenheit, sich auf den rund 4.000 m² Ausstellungsfläche über technologische Innovationen sowie neueste Anwendungstrends zu informieren und auch das persönliche Networking zu pflegen.

Kodak setzte mit der Live-Demo von Offset-CtP- und innovativer Druckplattentechnik sowie der Präsentation der Inline-Veredelungsmöglichkeiten im digitalen Farbdruck Akzente.

Auf einem Kodak Trendsetter 800 Plattenbelichter, einem Außentrommel-CtP-System im 8-Seiten-Format, wurde die hochqualitative thermische Bebilderung von Offsetdruckplatten demonstriert. Dabei kam die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte zum Einsatz, die die Plattenverarbeitungsanlage und Verarbeitungsschritte überflüssig macht. Einfach nur bebildern, in der Druckmaschine einspannen und drucken – mit diesem Profil kommt die Sonora XP Platte den Bedürfnissen von Offsetdruckern entgegen, die eine ressourcenschonende, schnelle und von weniger Variablen abhängige Druck-

formherstellung realisieren wollen. Der digitale Produktionsfarbdruck auf Kodak Nexpress Druckmaschinen und der hochproduktive Hybrid-Druck mit Kodak Prosper S Eindrucksystemen waren in Form einer umfangreichen Druckmusterkollektion vertreten.

Die Produktionsbeispiele stießen bei Druckfachleuten und Besuchern aus dem Kreativ- und Werbesektor auf



Ursula Voss-Eiden, Kodak Marketing Manager, Graphic Communications Group, präsentiert Druckmuster mit diversen Inline-Veredelungsmöglichkeiten der Kodak Nexpress.

enormes Interesse. Dabei standen vor allem die zahlreichen Inline-Veredelungsmöglichkeiten im Blickpunkt, die das fünfte Druckwerk der Kodak Nexpress Druckmaschinen in einem Produktionsgang mit dem CMYK-Druck erlaubt.

Durch digitale Veredelungseffekte wie Dimensional Printing, Hochglanzveredelung oder den Einsatz der neuen Kodak Nexpress Gold Dry Ink entstehen Druckprodukte mit außergewöhnlicher Wertigkeit und Aufmerksamkeitswirkung.

Für Kodak hat sich der Auftritt im Rahmen der Igepa Select 2013 gelohnt – aufgrund einer Vielzahl an Demos und persönlichen Kontakten, nicht zuletzt aber auch aufgrund konkreter Verkaufsabschlüsse über CtP-Technik und Druckplatten.

› www.graphics.kodak.com

Druckhaus Ulm-Oberschwaben

Neue Technik für eine marktkonforme Kostenstruktur

Die Investition von 40 Mio. € in die neue Druck- und Versandraumtechnik hat dem Druckhaus Ulm-Oberschwaben (DUO) wieder zu einer marktkonformen Kostenstruktur und zur notwendigen Wettbewerbsfähigkeit verholfen. Allein im Druck konnten so die Personalkosten um mehr als 50% gesenkt, und auch bei den laufenden Kosten konnten beachtliche Einsparungen erzielt

Druck von 50.000 Exemplaren in der Stunde mithalten können. Ferag war hier der einzige Hersteller, der das geforderte Leistungsprofil der Rotation abdecken konnte. Da sich die Leistung im Versandraum im Wesentlichen aus der Qualität und Anzahl der Beilagen ergibt, hat das DUO mit einem Pufferlager DiscPool Druck und Versandraum entkoppelt und kann so völlig losgelöst von der



Mit einem Pufferlager DiscPool wurden beim Druckhaus Ulm-Oberschwaben Druck und Versandraum entkoppelt und können völlig losgelöst voneinander produzieren. Das Einstecken der Beilagen übernimmt eine MSD2-C-Einstecktrommel (rechts), die in Kombination mit dem Vorsammelsystem RollStream sechs Beilagen verarbeiten kann.



werden. Das DUO wurde 1992 von den Verlagen Schwäbische Zeitung in Leutkirch und Südwest Presse in Ulm gegründet. Beide Verlagshäuser sind mit je 50% an der Gesellschaft beteiligt und betreiben die Druckstandorte Ulm und Weingarten. An sechs Tagen der Woche sind die ›Schwäbische Zeitung‹ mit 22 Lokalausgaben und zwölf Lokalausgaben des Partnerverbands der ›Südwest Presse‹ mit einer Gesamtauflage von rund 360.000 Exemplaren zu drucken.

Um von der gewonnenen Produktivität im Druck auch in den nachgelagerten Prozessen zu profitieren, muss die Versandraumtechnik mit der maximalen Geschwindigkeit im

Rotation produzieren. Das Einstecken der Beilagen übernimmt eine MSD2-C-Einstecktrommel, die mit dem Vorsammelsystem RollStream sechs Beilagen verarbeiten kann. Somit wird die Regionalisierung der Tageszeitungen und Anzeigenblätter wesentlich effizienter umgesetzt.

Eine Versandraumlinie in Ulm ist mit dem Inline-Heftsysteem StreamStitch und einer Schneidetrommel SNT-U ausgestattet, um verlageseigene Sonderproduktionen selbst herzustellen. Die Arbeiten in Ulm sind abgeschlossen, die Produktion läuft auf vollen Touren. Die neue Technik in Weingarten wird Ende 2013 mit zwei Linien in Betrieb gehen.

› www.ferag.com



DER Evaluator

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

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



Investitionskompass

Digitaldruck

Rolle, Bogen, Farbe und Schwarz-Weiß: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.

Dezember 2012.

44 Seiten, A4.

15,00 € / 18.00 CHF

Zu bestellen im Internet:

www.druckmarkt.com

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

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Drukkerij en Uitgeverij Halewijn INVESTITION IN HOCH- LEISTUNGS-INKJET-DRUCKER

Canon installiert beim belgischen Druckerei- und Verlagsbetrieb Drukkerij en Uitgeverij Halewijn NV den neuesten Hochleistungs-Inkjet-Drucker Océ ColorStream 3900 und zeigt so einmal mehr auf, wie sich die Zeitungslandschaft durch die neuen digitalen Möglichkeiten verändern lässt.

Mit der neuen ColorStream 3900 werden 300.000 Exemplare der Wochenzeitung ›Kerk en Leven‹ (Kirche und Leben) produziert. Diese Zei-



tung wird mit 500 Variationen erstellt, wobei manchmal lediglich 200 Exemplare pro Druckvorgang produziert werden.

Die ColorStream 3900 ist das neue Hochgeschwindigkeitsmodell der ColorStream 3000 Familie und eignet sich ideal für Zeitungen mit geringer Auflage und Bücher (S/W- und Farbdruk), Transaktionsdokumente und Werbesendungen. Bei einer Auflösung von 600 x 480 dpi im Multilevel-Modus weist dieses System eine Druckgeschwindigkeit von 127 m/Min. und produziert bei dieser Geschwindigkeit in hoher Qualität.

Halewijn bezieht von Canon aber nicht nur die ColorStream 3900, sondern auch die Software Océ Prisma für die Steuerung der Arbeitsabläufe zur schlankeren Gestaltung der Produktion von der Vorbereitung über die Weiterverarbeitung und Archivierung bis hin zur Auslieferung.

➤ www.canon.ch

Felix Schoeller Digital Media LAUNCHT ZWEI NEUE PAPIERE DER E-PHOTO-SERIE

Felix Schoeller Digital Media erweitert sein Produktportfolio der E-Photo-Papiere um zwei weitere attraktive Medien: E-Photo Metallic Silver 210 D und E-Photo Lustre 135 D. Bereits auf der Photokina 2012 wurde ein E-Photo-Papier mit metallischem Glanz vorgestellt, das E-Photo Metallic Silver 280 D. Nun ist dieses Papier auch mit einer Grammatur von 210 g/m² erhältlich. Beide Papiere sind beidseitig bedruckbar und aufgrund ihres bril-



lantent Metallic-Effekts und der dadurch erzielten Tiefenwirkung besonders gut für Fotobücher, Kochbücher, Fotokalender und hochwertige Produktbroschüren einsetzbar. Mit E-Photo Lustre 135 D erweitert Felix Schoeller sein Angebot der E-Photo Lustre-Papiere. Aufgrund seiner guten Opazität ist es besonders für die Herstellung umfangreicher Fotobücher und Broschüren geeignet, darüber hinaus für Kochbücher, Geschäftsberichte, Flyer und Produktbroschüren. Das Papier ist beidseitig bedruckbar. Bei gleicher Buchdicke können deutlich mehr Seiten und Erinnerungen in einem Fotobuch festgehalten werden. Wie alle E-Photo-Papiere sind auch diese neuen Produkte aus dem Hause Felix Schoeller wasser- sowie schmutzresistent und FSC-, PEFC- und HP Indigo-zertifiziert. Sie werden im Standardformat 32 x 46 cm (Schmalbahn) angeboten.

➤ www.felix-schoeller.com

Packaging Days bei Heidelberg

Wer gewinnt am Point of Sale?

Schön und schnell: Wie sich faszinierend veredelte Faltschachteln effizienter und trotzdem sicher produzieren lassen, erlebten rund 150 Besucher Mitte April bei den Packaging Days der Heidelberger Druckmaschinen AG. Beim elften Event dieser Art ging es diesmal vor allem um Verpackungen für die Pharma- und Lebensmittelindustrie. Heidelberg zeigte den Teilnehmern, wie



HEI End: Heidelberg zeigte auf den Packaging Days industrialisierte Faltschachtelproduktion für Pharma- und Lebensmittelanwendungen.

Workflow, Equipment, Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen in einem effizienten Gesamtprozess zusammenwirken. Wissensaustausch und Diskussionen gab es reichlich zu Themen wie Low Migration Quality – also Verpackungen zum Beispiel für Lebensmittel so herzustellen, dass keine schädlichen Stoffe an das eigentlich Produkt gelangen.

Für die Pharmaindustrie ist vor allem der Schutz vor Produktfälschungen wichtig. Aber auch die Differenzierung der Verpackungen am Point of Sale ist oft für die Kaufentscheidung der Konsumenten ausschlaggebend. Wie sich Pharmafaltschachteln mit Sicherheitsmerkmalen und Veredelungen effizient produzieren lassen, zeigte die Kombination einer Bogenoffset-Druckmaschine mit Flexodruckwerk zusammen mit einer Stanze in einer Live-Demo (Speedmaster XL 75 Duo und Varimatrix 82 CS). Dieses Teamwork schöpft das Druckformat voll aus und bietet so erheblich mehr Produktivität. Ein weiteres Technologie-Highlights der Packaging Days war die Bogen-

stanze Dymatrix 106 Pro CSB. Neuartige Schnellspannsysteme in Ausbrech- und Nutzentrennstation bieten kürzeste Rüstzeiten und absolute Wiederholgenauigkeit bei jedem Jobwechsel.

Prozesssicherheit bei Höchstgeschwindigkeit und kurze Rüstzeiten begeisterten die Teilnehmer auch bei der Faltschachtelklebemaschine Diana X 80. Faltschachtelhersteller



wie Chesapeake nutzen das Braille Modul und das Inline-Prüfsystem Inspection Control: Mit dem Braille Modul für das Inline-Prägen im Klebprozess werden Pharma-Faltschachteln effizienter und flexibler produziert. Das Inline-Prüfsystem Diana Inspection Control schleust fehlerhafte Verpackungen mit höchster Sicherheit automatisch aus und ermöglicht so zum Beispiel die Lieferung von Chargen, in denen alle Faltschachteln zu 100% fehlerfrei sind – ohne das sonst dafür notwendige und aufwändige, manuelle Sortieren.

➤ www.heidelberg.com

Gewinn auf ganzer Linie

Um eine hohe Qualität in der Klebebindung jederzeit selbst unter Kontrolle zu haben, hat Samson Druck in St. Margarethen erstmals in einen Klebebinder investiert. Ausgezahlt hat sich dies schon jetzt: Samson Druck gewann mit einer klebegebundenen Broschüre Gold beim österreichischen Werbe Grand Prix.

Text und Bild: Müller Martini

»Erstens hat die Zahl der Aufträge zugenommen. Zweitens wollen wir die Wertschöpfung im eigenen Haus behalten. Drittens können wir so für eine optimale Qualität sorgen. Und viertens haben wir damit auch die Logistik besser unter Kontrolle.« Kurz und knapp begründet Gerhard Aichhorn, Eigentümer und Geschäftsführer der 1978 von seinem Vater Erich Aichhorn gegründeten Samson Druck, warum sein rund 100 Mitarbeiter zählendes Unternehmen im letzten Herbst nach jahrzehntelanger Erfahrung in der Sammelheftung sein Angebot in der Weiterverarbeitung erweitert hat und in die Klebebindung eingestiegen ist.

Dass Samson Druck dank der Softcover-Produktion im eigenen Haus nun auf jährlich 220 Lkw-Fahrten mit einer Totaldistanz von 60.000 km verzichten kann, ist nur ein (nicht zuletzt auch ökologischer) Nebenaspekt. Viel mehr fällt ins Gewicht, dass die im Bereich des hochqualitativen Bogendrucks tätige österreichische Druckerei in St. Margarethen im österreichischen Bundesland Salzburg mit dem Verzicht auf externe Fertigung nun im eigenen Haus den gesamte Herstellungsprozess von klebegebundenen Printprodukten unter Kontrolle hat.

Deshalb werden bei Samson auch im Sinne der Qualitätssicherung ausschließlich im eigenen Haus auf zwei Achtfarben-Druckmaschinen mit Lack und einer Zehnfarben-Maschine gedruckte Bogen weiterverarbeitet.



Freut sich über den Award beim Werbe Grand Prix der österreichischen Tourismusbranche: Gerhard Aichhorn, Eigentümer von Samson Druck. »Wir sind sehr stolz, dass die Tourismus-Experten neben Design und Inhalt auch unsere Druckqualität so hoch schätzen.«

Trend Klebebindung

Samson Druck ist seit Jahrzehnten auf qualitative hochstehende, oft mit Oberflächen-Veredelungen versehene Image-Broschüren, Kunden-Magazine und Prospekte für internationale Marken aus der Automobil-, Mode- und Schmuckbranche spezialisiert. »Damit heben wir uns von der Konkurrenz ab«, betont Gerhard Aichhorn. Bei diesen Produkten, deren Auflagen sich zwischen 500 bis 150.000 Exemplaren bewegen, geht der Trend laut Gerhard Aichhorn klar Richtung Klebebindung. Bei den meisten klebegebundenen Aufträgen liegt die Auflage jedoch unter 10.000 Exemplaren. Gleichzeitig stellt Samson Druck, deren Leistungsspektrum neben Druck und Weiterverarbeitung auch Vorstufe, Adressverwaltung, Mailservice

und den Versand als postzertifizierter Lettershop umfasst, einen zweiten Trend fest: Die Auflagen pro Titel sinken, während die Sprachenvielfalt und wegen der elektronischen (Werbe-)Konkurrenz nicht selten auch Periodizität steigt. Zudem müssen (mehr eine wirtschaftliche Notwendigkeiten denn ein Trend) wegen der stetig kürzeren werdenden Terminfenster die Produktionsprozesse optimiert werden.

Drei Alegro-Highlights

So waren es für Gerhard Aichhorn drei wichtige technische Features, die ihn nach der drupa 2012 bewogen, in die Klebebindelinie Alegro mit 15-Stationen-Zusammentragmaschine, PUR-Leimverfahren, Dreischneider Solit und Buchzählstapler CB 18 zu investieren.

Erstens der in der Zusammentragmaschine eine korrekte Reihenfolge der Bogen garantierende AsirCode (»für uns wegen der Sprachenvielfalt unverzichtbar«). Zweitens das alle relevanten Buchmessdaten für die Bindelinie erfassende Book Data Center (»ohne dieses hätte ich die Maschine nicht gekauft«). Und Drittens die Motion-Control-Technologie, die beim Alegro alle Stationen direkt antreibt und einzeln ansteuert (»für mich das Highlight der gesamten Steuerung, denn kurze Rüstzeiten sind bei unserer Auftragsstruktur entscheidend«).

Zudem hat Samson den Alegro ins Daten- und Prozessmanagement-System Connex integriert, mit dem sich sämtliche Müller-Martini-Systeme automatisieren lassen. So können alle Maschinen miteinander und via Connex auch mit einem Management-Informationssystem kommunizieren.

Doch neben Wirtschaftlichkeit zählt auch Qualität. Die auf dem Alegro gefertigte Imagebroschüre für den Tourismusverband Goldegg wurde kürzlich beim renommierten österreichischen TAI Werbe Grand Prix von der Fachjury mit der Goldmedaille »Signum Laudis« ausgezeichnet. Der 92 Seiten starke, hochwertige Katalog mit PUR-Klebebindung und UV-Lackierung gewann den Preis in der Kategorie Printwerbung Tourismusverbände.

➤ www.mullermartini.com

Wasserlos statt digital

Seit fünf Jahren bereits druckt flyeralarm mit der Genius 52UV der KBA MePrint AG. Inzwischen sind fünf Maschinen dieses Modells im Einsatz. Produziert werden darauf Karten, Aufkleber und Etiketten auf zum Teil ungewöhnlichen Materialien. Und das auch in Auflagen von nur 100 Exemplaren.

Von ANTONIO MORATA

flyeralarm, eine der bekanntesten und größten Onlinedruckereien Europas mit Stammsitz in Unterfrankens Hauptstadt Würzburg, produziert vom Flyer über Magazine, Plakate, Fahnen, Planen bis hin zu Getränkedosen oder Büchern an bundesweit sechs Produktionsstätten durchschnittlich 10.000 Aufträge am Tag und bringt etwa 15.000 Pakete auf den Weg. Was vor zehn Jahren als ein Einmann-Betrieb begann, ist noch immer ein inhabergeführtes Unternehmen, allerdings mit inzwischen etwa 1.500 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von 260 Mio. € (2012).

In der obersten Liga

»Die flyeralarm Gruppe ist ein europäischer Player«, fügt Ulrich Stetter, Geschäftsführer des Druckhaus Mainfranken, einem der Druck- und Verarbeitungsbetriebe von flyeralarm, hinzu. Seit einigen Jahren liefern wir auch ins europäische Ausland und sind zum Beispiel in Österreich, Spanien, Italien oder Großbritannien mit eigenen Stores vertreten. Diese haben wir eingerichtet, um Kunden vor Ort beraten zu können.« In den Stores gibt es Papier- und Produktmuster. Das ist nach den Worten von Ulrich Stetter wichtig, um Lacke und Grammaturen kennen zu lernen, sich von der Qualität zu überzeugen oder sich von Neuem inspirieren zu lassen. Die Produktion aller Druckprodukte erfolgt aber ausschließlich in Deutschland.



Zwei von fünf Genius-52UV-Maschinen bei flyeralarm. Bei größeren Aufträgen operiert meist nur ein einziger Drucker an zwei Maschinen gleichzeitig. Das ist nur durch die einfache Bedienbarkeit machbar.

Damit spielt die flyeralarm-Gruppe in der Druckbranche in der obersten Liga. Ganz vorne mit dabei: die wasserlose Bogenoffsetdruckmaschine Genius 52UV. Seit 2007 gibt es diese Maschine, gleich die erste erwarb flyeralarm. Durch ihre Materialvielfalt bietet die Genius 52UV ein breit aufgestelltes Produktportfolio und kann dank Kurzfarbwerk und UV-Technologie auch Schnellschüsse realisieren. Bis heute wurden insgesamt fünf Genius 52UV Druckmaschinen an flyeralarm geliefert – die Jüngste zum Jahreswechsel 2013.

»Damit wir die Kunden kurzfristig bedienen können, legen wir sehr viel Wert auf schnelle Produktions- und Lieferzeiten. Die Genius 52UV ist dafür ideal geeignet«, führt Ulrich Stetter aus. »Keine andere Maschine bietet uns derzeit eine solche Flexibilität. Wir nutzen die wasserlose Bogenoffsetmaschine schon bei Kleinauflagen und das zum Teil so-

gar kosteneffizienter als bei unseren Digitaldrucksystemen.«

Grundsätzlich wird ein Auftrag innerhalb einer Woche bestellt, gedruckt und fix und fertig ausgeliefert. Bei der enormen Auftragsmenge kann sich flyeralarm keine langen



Ulrich Stetter, Geschäftsführer Druckhaus Mainfranken, Sandra Ulsamer, Gebietsverkaufsleiterin KBA-MePrint und Jürgen Winkler, Bereichsleiter bei Druckhaus Mainfranken (von links).

Rüst-, Lager- oder Trocknungszeiten erlauben.

Wasserlos statt digital

Viele Druckereien setzen heute auf Digitaldrucksysteme, um sich damit besser den gegebenen Marktanforderungen anpassen zu können und kleine Auftragsgrößen schnell, einfach, in hoher Qualität und preiswert zu produzieren. Warum aber setzt dann flyeralarm auf die wasserlose Offsettechnik?

»Unsere Kunden wünschen ein umfassendes Produktsortiment. Deshalb produzieren wir auch Kunststoffanwendungen wie Aufkleber, Etiketten und so weiter in einer großen Auswahl an Materialien und Grammaturen. Mit unseren Genius können wir vom 80-Gramm-Papier bis zur 0,8 mm PVC-Folie alles kostengünstig anbieten. Auch bei Auflagen von nur 100 Exemplaren. Das ist mit anderen Digitaldrucksystemen in unserem Haus nicht möglich«, erläutert Ulrich Stetter.

»Pluspunkte der Genius 52UV sind auch kurze Plattenwechselzeiten, geringe Anlaufmakulatur und die bei unseren Druckern beliebte leichte Bedienung, die in diesem Business entscheidend für Erfolg und Expansion sind. Man muss sich auf eine Maschine eben verlassen können«, schließt Ulrich Stetter.

» www.flyeralarm.com

» www.kba-meprint.com

Viscom | 2013

Umweltforum
grafische Industrie

21. November 2013

Umwelt Arena Spreitenbach

Das Viscom-Umweltforum findet 2013 in der Umwelt Arena in Spreitenbach statt. Unterstützt wird die Konferenz von myclimate als NGO-Partner sowie den Magazinen viscom print & communication, Papier & Umwelt und Druckmarkt Schweiz.

Acht Referate bieten Einblick in neue Welten und geben den Teilnehmern Praxistipps mit auf den Weg. Die Klimawerkstatt, die Mineralölmigration oder der Wasserfussabdruck sind dabei nur drei Highlights aus dem Kongressprogramm.

Weitere Informationen, Programm, Anmeldung

www.nachhaltig-drucken.ch

Medienpartner



Partner



Koordinationsstelle
VOC-Reduktion in der Druckindustrie



RECYCLING PAPIER + KARTON



Olin Evolution von Antalis ZUWACHS IN DIGITAL UND RECYCLING

Antalis erweitert das Sortiment Olin um Olin Digital und präsentiert damit ihr Feinstpapiersortiment, das sich sowohl für den Offset- als auch Digitaldruck eignet. Gleichzeitig erhält Olin Recycled eine zusätzliche Farbe High White.

Im Rahmen der d2b-Initiative präsentiert Antalis Olin Digital und erweitert damit sein umfangreiches Sortiment an Digitaldruckpapieren. Olin Digital gibt es in zwei Ausführungen: speziell für HP-Indigo Druckmaschinen Olin Digital HP und für die Trockentoner-Technologie Olin Digital DT. Olin Digital HP steht in den Qualitäten Regular und der superglatte Ausführung Smooth zur Verfügung. Das HP Indigo-zertifizierte Feinstpapier ist bereits beschichtet und im Format 32 x 46 cm vorgeschnitten, was einen direkten Einsatz auf der Maschine ermöglicht. Für Verwender von gängigen Trockentonerdigitaldrucksystemen bietet der Papiergroßhändler das neue Olin Digital DT in der Variante Smooth an, das im Format 32 x 45 cm vorliegt. Beide Segmente umfassen eine Grammaturvialität von 90 bis 300 g/m² in den Farben High White und Cream. Applikationen wie personalisierte Einladungskarten, Mailings oder Fotobücher erhalten durch das aus Eukalyptus bestehende Qualitätspapier ihre ganz persönliche Note.

Für den umweltbewussten Einsatz wird das schon bestehende Sortiment Olin Recycled durch eine weitere Farbe High White ergänzt. Die Recyclingqualität besteht aus 70% Premium-Altpapierfaseranteil und eignet sich perfekt für Geschäftsberichte, Broschüren oder Kalender. Das komplette Sortiment umfasst eine große Auswahl an Oberflächen in Regular, Smooth und Rough, diverse Weiß- als auch Cremetöne und Grammaturen von 40 bis 400 g/m². Passende Umschläge in diversen Formaten und Grammaturen runden das Sortiment ab.

➤ www.antal.de

Fly.edition No. 3 FLY.DESIGN.PAPIER PRÄSENTIERT SUPER-MAMIKA

Wenn Kreativität auf Inspiration trifft, entsteht Außergewöhnliches. Und aus einer einsamen Großmutter wird eine Superheldin und Werbeikone, an deren Lebensgeschichte Hollywood Interesse zeigt. In der dritten Ausgabe ihrer ›fly.edition‹ stellt die Papier Union Frederika und Sacha Goldberger vor – das Oma-Enkel-Team, das mit der ›Super-Mamika‹ einer alten Frau neuen Lebensmut gab und Menschen in der ganzen Welt begeisterte.



Selbstverständlich bietet auch dieser Band der fly.edition Kreativen wieder ›FlyRaum‹ für ihre Ideen. Fast 200 Seiten Platz für große Kampagnen-Entwürfe, inspirierende Briefing-Notizen, geniale Skribbles und Visionen.

Fly.design.papier ist ein Natur-Papier mit einer rückgeglätteten, samtig schimmernden Oberfläche und überzeugt selbst bei vollflächigen Bildmotiven durch kontrastreiche Bildwiedergabe – vor allem aber brillante Farben. Das alles bei 1,2-fachem Volumen und der besonderen Haptik und Griffbarkeit von ungestrichenem Papier.

Fly.design.papier ist das leistungsstärkste Sortiment im Bereich Natur-Papiere: drei Farben (creme, weiß und extra-weiß), zehn Flächengewichte zwischen 80 und 300 g/m², mit Preprint-Garantie bis einschließlich 115 g/m², FSC-zertifiziert in Format oder Rolle, mit Briefumschlägen in DIN Lang, C4 und quadratisch in 22 x 22 cm. So bietet es für anspruchsvolle Geschäfts-Drucksachen ebenso unendliche Möglichkeiten wie für innovatives Design.

➤ www.papierunion.de

ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

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



Der Frühling und Frühsommer 2013 brachten eine derartige Fülle an Informationen, Nachrichten, neuen Produkten und Wissenswerten, dass wir diese weder in unseren gedruckten Ausgaben, noch in den etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben von ›DRUCKMARKT impressions‹ alle zeitnah unterbringen konnten. Und schon wieder gibt es weitere Ankündigungen für Messen wie etwa die LabelExpo, FachPack, Druck + Form oder die Ifra-Nachfolgeveranstaltung World Publishing Expo.

Deshalb werden wir für die nächsten Ausgaben schwerpunktmäßig Themen aufbereiten, die das Geschehen in einen Zusammenhang stellen. Geplant sind für die Ausgaben, die in den nächsten Wochen erscheinen werden, folgenden Schwerpunkt-Themen:

- Large Format Printing
- Retrofit im Rotationsdruck
- Verpackungs- und Etikettendruck
- Zeitungstechnik

Und natürlich gibt es in den Ausgaben stets aktuelle News. Das macht ›DRUCKMARKT impressions‹ zu einem noch interessanteren und lebendigeren Medium.

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

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

TERMINE & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
08. 09. - 12. 09. 2013	Print Chicago	Chicago	 www.gasc.org
11. 09. - 12. 09. 2013	Swiss Publishing Days	Winterthus	 www.swiss-publishing-days.ch
20. 09. - 22. 09. 2013	Tÿpo St. Gallen	St. Gallen	 www.typo-stgallen.ch
24. 09. - 26. 09. 2013	FachPack	Nürnberg	 www.fachpack.de
24. 09. - 27. 09. 2013	Labelexpo Europe	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
07. 10. - 09. 10. 2013	World Publishing Expo 2013, Messe der Zeitungsindustrie	Berlin	 www.wan-ifra.org
08. 10. - 09. 10. 2013	EcoPrint Europe	Berlin	 www.ecoprintshow.com
09. 10. - 12. 10. 2013	19. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
09. 10. - 13. 10. 2013	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 www.buchmesse.de
23. 10. - 24. 10. 2013	Fogra Symposium, Verpackungsdruck	München	 www.fogra.org
07. 11. - 09. 11. 2013	Viscom, neue Perspektiven erleben	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
2014			
22. 01. - 23. 01. 2014	Packaging Innovations Fachmesse für Verpackungsdesign	Hamburg	 www.easyfairs.com
23. 01. - 06. 02. 2014	Druckforum des Verbandes Druck und Medien	Filderstadt	 www.verband-druck-bw.de
06. 02. - 07. 02. 2014	Fogra Symposium, Colour Management	München	 www.fogra.org
13. 03. 2014	Skugra-Kongress	Luzern	 www.skugra.ch
24. 03. - 29. 03. 2014	Ipex 2014	London	 www.ipex.org
26. 03. - 27. 03. 2014	Verpackung 2014, Innovationen in der Verpackungstechnologie	Zürich	 www.easyfairs.com
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
24. 06. - 26. 06. 2014	Zellcheming, Jahrestagung und Expo	Frankfurt	 www.zellcheming.de
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2012, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de



COLLIER | GRÜNER BERNSTEIN
DESIGN BY BARBARA HAUSER

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

NACH VEREINBARUNG

»Publishing der Zukunft«

REICHT PRINT ALLEINE NOCH AUS?

Print ist und bleibt ein starkes Medium: reichweitenstark, glaubwürdig, werbewirksam. 82% der Bevölkerung sind printaffin, bestätigt das Institut für Demoskopie Allensbach. Aber reicht Print alleine noch aus? Dieser Frage geht der vierte Fachkongress »Publishing der Zukunft« am 19. September 2013 nach. Unter dem Titel »Digitalisierung – Chance für Print und E-Medien« diskutieren und referieren Fachleute, Experten und Branchenkenner aus Agenturen, Druckereien, Verlagen, Beratungsgesellschaften und Content-Anbietern.

»Wir werden bewusster und relevanter publizieren. Dazu muss der Medienmix weiter verzahnt werden. Dann können wir mit den neuen Möglichkeiten des Publizierens neue Märkte erschließen«, ist Simon Betsch überzeugt. Der Director Brand Consulting der KMS Team GmbH ist einer von zwei renommierten Keynote-Speakern für den Kongress. Doch wohin genau geht die Reise? Welche Bedürfnisse stecken hinter den Entwicklungen? Wie können diese Bedürfnisse für Produktentwicklungen und Innovationen nutzbar gemacht werden? Antworten auf diese und weitere Fragen wird Dirk Steffen, stellvertretender Geschäftsführer von TNS Infratest, in seiner Keynote beantworten.

Der Fachkongress ist eine Kooperationsveranstaltung des Cluster Druck und Printmedien Bayern, der Typographischen Gesellschaft München, des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels und des Verbands Druck und Medien Bayern. »Der Fachkongress hat sich zur Leitveranstaltung für Zukunftsthemen im Publishing entwickelt. Jeder, der sich schon heute über das Publizieren von morgen informieren will, sollte hier dabei sein«, betont Clustersprecher Holger Busch die Breitenwirkung des Kongresses.

➤ www.cluster-print.de

Viscom-Umweltforum 2013

WACHSENDER MARKT UMWELT- UND NACHHALTIGKEIT

Der Schweizer Verband Viscom veranstaltet am 21. November 2013 in Spreitenbach in der Umwelt Arena sein drittes Umweltforum. Es beleuchtet den stetig wachsenden Markt der Umwelt- und Nachhaltigkeitsdienstleistungen.

Praktiker, Experten aus Forschung und Anbieter aus allen Bereichen werden in Fachvorträgen über die neusten Entwicklungen aus dem Umfeld der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes berichten und Trends vorstellen.

Das Hauptaugenmerk der Veranstaltung liegt auf Angeboten für KMU. Hierzu zählen insbesondere Programme, die mit einfachen Mitteln im eigenen Betrieb umgesetzt werden können. Umweltprogramme wie klimaneutrales Drucken, das Arbeiten mit FSC-Papieren, Drucken nach swissPSO oder auch das VOC-Reduktionskonzept voc-arm-drucken.ch sind gut verankert in der Industrie. Das Viscom-Umweltforum stellt neue Konzepte, Themen und Projekte vor. Es soll dazu anregen, sich auch im Umweltbereich weiterzuentwickeln. Acht Referate bieten Einblick in neue Welten und geben den Teilnehmern Praxistipps mit auf den Weg. Die Klimawerkstatt, die Mineralölmigration oder der Wasserfußabdruck sind dabei nur drei Themen des Kongressprogramms. Das Umweltforum richtet sich an alle, die an aktuellen und fundierten Informationen zu Umweltthemen interessiert sind.

Der Tagungsort ist nicht zufällig gewählt. Die Umwelt Arena ist eine Ausstellungsplattform für Themen der Nachhaltigkeit in den Bereichen Natur und Leben, Energie und Mobilität, Bauen und Modernisieren sowie erneuerbare Energien. Sie bietet damit die besten Voraussetzungen für die Austragung des Umweltforums.

Nähere Informationen unter nachfolgendem Link. Anmeldungen sind ab sofort möglich.

➤ www.nachhaltig-drucken.ch



Karrieretipp: Qualifizierung



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, berufsbegleitenden Studium zur Druckkauffrau 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 auch 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 sowie Karrieren und ist die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management.

Vier Semester, zwei Studienjahre machen fit für diese Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist.

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

85. Lehrgang DK85, Beginn am 2. 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

ERWEITERTE AUSSTELLUNGSFLÄCHEN Die beiden zeitgleich stattfindenden Jahrestagungen der Fachverbände WKM und FMI vom 3. bis 6. Oktober 2013 im Westin-Hotel Leipzig erweitern die Räumlichkeiten für weitere Lieferfirmen. Gezeigt werden Profi-Scanner, Hochleistungs-Inkjet- und Laserprinter, Großformat-Faltmaschinen und andere Weiterverarbeitungssysteme, Papiere und Materialien, Branchensoftware, LFP-Anwendungen und Plattendruck. ➤ www.reprografie.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 zwei Seminar-Typen werden Teilnehmer in Themen rund um die UV-Technologie eingeführt: »Seminar UV-Grundlagen« am 27. November und »Seminar UV-Härtung mit LEDs« am 8. Oktober. Veranstaltungsort ist Gräfelfing bei München bei der Dr. Hönle AG. ➤ www.hoenle.de

SEPOTY 2014 Selbst einer der etabliertesten Druckwettbewerbe Europas hat nach fast 30 Jahren noch Verbesserungspotenzial bei der Abwicklung von tausenden von Einreichungen in jeder Auflage. Mit der neuen Online-Registrierungsplattform soll es noch einfacher werden, Arbeiten für den SEPOTY (Sappi European Printers of the Year)-Award einzureichen. Teilnehmer müssen nur die Award-Homepage aufrufen, ihre Sprache auswählen und auf »Teilnehmen« klicken. Danach sind einige Felder auszufüllen und schon kann das Formular einfach über das Netz verschickt werden. Eine Kopie wird ausgedruckt und dem eingereichten Druckmuster beigelegt, das an das lokale Sappi-Verkaufsbüro geschickt wird. Deadline für den SEPOTY 2014 ist der 31. Januar 2014; Publikationen für diese Runde müssen zwischen Januar 2012 und Dezember 2013 gedruckt worden sein. ➤ www.sappi.com/printersoftheyear

ABSCHIED VON WIESBADEN Vom 12. bis 14. Juni 2013 fand in Wiesbaden die 108. Zellcheming-Jahrestagung und Expo statt. Mit 2.783 Fachbesuchern aus 23 Nationen verabschiedete sich die Veranstaltung aus Wiesbaden. Ab nächstem Jahr findet die Zellcheming Expo auf dem Messegelände in Frankfurt statt. Termin ist der 24. bis 26. Juni 2014.

PHOTOPRAKTIKA 2013 Galileo Press lässt live und hautnah 25 der bekanntesten Profi-Fotografen und Photoshop-Künstler Deutschlands auf zwei Hauptbühnen in Live-Shootings und zusätzlich in 18 Workshops erleben. Dabei erfahren die Teilnehmer alles über die Möglichkeiten und Techniken der verschiedenen Genre wie Porträt-, Natur-, Objekt-, Akt- oder Streetfotografie. Zudem kommen die Bildgestaltung und das Foto-finish nicht zu kurz: Die Besucher erwarten Tipps und Tricks rund um Photoshop, Lightroom und Camera RAW in Vorträgen und Seminaren. Die photopraktika findet am 13. und 14. September 2013 im Forum Leverkusen statt. Aussteller wie Adobe, Fotolia und andere laden ein, sich über die neuesten Entwicklungen zu informieren. Das Ticket kostet pro Konferenztage 149 €, das Kombi-Ticket 249 €. Workshops bucht man für 69 € dazu. ➤ <http://2013.photopraktika.de/>

RADTECH EUROPE 13 RadTech Europe (RTE), der Industrieverband zur Förderung der UV- und ES-Strahlungshärtung, hat das Tagungsprogramm der RadTech Europe 13 bekannt gegeben. Die Tagung und Ausstellung, die mit dem 25-jährigen Verbandsjubiläum zusammenfällt, findet vom 15. bis 17. Oktober 2013 in Basel statt. Flankiert wird die Tagung von der RTE-Ausstellung, der Leistungsschau für UV/ES-Härtung.

Designwettbewerb MfG-Award NEUE KATEGORIEN BETONEN DIE STÄRKEN VON PRINT

Der MfG-Award 2013 – Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – startet mit neuer Ausrichtung und neuen Einsendekategorien. Bis zum 16. August 2013 können Designer, Druckspezialisten und ihre Auftraggeber sowie Nachwuchsdesigner und Auszubildende ihre besten Arbeiten einreichen. Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung, Emotion und Indivi-



dualität – so lauten die offenen Kategorien, mit denen die Stärken gelungener Druck-Erzeugnisse betont werden. Der Nachwuchs wird über die Kategorie »Debütanten« angesprochen. Nach dem großen Erfolg des Relaunchs im vergangenen Jahr und den neuen Kategorien, die stärker auf die besondere Wirkung und Stärken von Print zielen, bauen die Veranstalter diese in 2013 aus. In der neuen Kategorie »Individualität« werden auf den Nutzer bezogene Printprodukte ausgezeichnet. Wesentliche Kriterien für die Bewertung in allen Kategorien sind Designqualität und anspruchsvolle Verarbeitung.

Durch die günstigen Teilnahmegebühren (Profis: ab 125 Euro zzgl. MwSt., Nachwuchs: 25 Euro zzgl. MwSt.) können sich auch kleinere Designbüros und Unternehmen eine Beteiligung am MfG-Award leisten. Nachwuchsgestalter, die sich in der Kategorie »Debütanten« beteiligen können, werden gesondert bewertet und mit Förderbeziehungsweise Sachpreisen ausgezeichnet. Die Preisverleihung findet Anfang Oktober 2013 statt.

➤ www.mfg-award.de

Museum für Druckkunst FASZINATION HOLZSTICH UND BUCHILLUSTRATION

Noch bis 25. August 2013 läuft im Leipziger Museum für Druckkunst die Sonderausstellung »Karl-Georg Hirsch und Andreas Brylka – Faszination Holzstich und Buchillustration«. Anlässlich des 75. Geburtstages von Karl-Georg Hirsch zeigt die Ausstellung eine Retrospektive seines künstlerischen Schaffens. Neben Hirschs Arbeiten werden Werke seines Zeitgenossen und Künstlerkollegen Andreas Brylka aus Hamburg präsentiert. Die erst-

A. Brylka, Holzstich zu Alphonse Daudet »Tartarin von Tarascon«. Unten: handkolorierter Holzstich von K.-G. Hirsch.



malige gemeinsame Schau der beiden deutschen Illustratoren des 20. und 21. Jahrhunderts zeigt zwei unterschiedliche Lebenswerke und damit einen Überblick über 50 Jahre deutsche Buchillustration.

➤ www.druckkunst-museum.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

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

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

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



POLAR LABELDAYS 2013 Parallel zur LabelExpo in Brüssel veranstaltet Polar seine LabelDays 2013. Vom 23. bis 27. September können sich Kunden über die neuen Lösungen vor Ort in Hofheim informieren. Gezeigt werden dabei sowohl Systeme für Schnitt- und Stanzetiketten als auch den Wertpapier- und Sicherheitsdruck. ➤ www.polar-mohr.com

AGFA-FORUM Wer nach Lösungen zum Ausbau digitaler Geschäftsfelder sucht, kann sich ab September bei einem der zehn Termine des Agfa-Forum informieren. Web-to-print und App-Lösungen sind zukunftsweisende Möglichkeiten, um Kundenbindungen zu festigen und neue Anwender und Kunden zu gewinnen: multimedial, flexibel und wirtschaftlich. An einem interessanten Nachmittag präsentiert Agfa Graphics zwei Online-Lösungen für E-Commerce und E-Publishing und stellt die cloud-basierten Lösungen Arkitex Eversify und Apogee StoreFront vor. Die Termine: 3. September 2013 in Hamburg, 4. September in Hannover, 10. September in Düsseldorf, 11. September in Leipzig, 17. September in Wien, 18. September in Nürnberg, 24. September in Solothurn, 25. September in Stuttgart, 26. September in München und 1. Oktober 2013 in Wiesbaden. ➤ www.agfagraphics.de

SYMPOSIUM VERPACKUNGSDRUCK Die Fogra veranstaltet am 23. und 24. Oktober 2013 das dritte Verpackungsdruck-Symposium in München. Drei Probleme für Faltschachtelhersteller, ihre Zulieferer und Kunden werden aufgegriffen: Mineralölrückstände in Faltschachteln und damit verbundene Produkthaftungsaspekte, Druckfarbenregulierung für Lebensmittelverpackungen in Deutschland und Europa sowie Anforderungen an den Erstöffnungsschutz. Darüber hinaus werden Entwicklungs- und Forschungsergebnisse aus der Farbmessung, Veredelung und Drucktechnik vorgestellt. Das ausführliche Programm zum Symposium ›Verpackungsdruck – die Faltschachtel‹ findet sich im Internet. ➤ www.fogra.org

›PRINT COCKTAIL‹ Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet gemeinsam mit seinen Handelsmitgliedern und Industriepartnern deutschlandweit seinen Branchentreff ›Print Cocktail‹. Bisher gab es Veranstaltungen in Erfurt, Karlsruhe und Krefeld. Der nächste Termin findet im Allgäu (Mindelheim) vom 26. bis 27. September 2013 statt. Der RGF etabliert dabei ein neues Konzept, um Industriepartnern und Fachhandelsmitgliedern eine Möglichkeit zu



geben, Kunden und Interessenten zu überschaubaren Kosten zu erreichen. Zielsetzung ist es, das breite Lösungsspektrum vor Ort aufzuzeigen. Weitere Aufwertung erfahren die Veranstaltungen durch Symposien und Vorträge zu aktuellen Themen. ➤ www.printcocktail.de

DEHNBERGER FORUM Bald wird sich der Vorhang des Dehnberger Hoftheaters zum 8. Mal heben. Seit Beginn vor sieben Jahren bekam das Dehnberger Forum stets Bestnoten der Besucher. Es wird auch 2013 wieder ein Programm zur Inspiration geben mit exzellenten Rednern voller Ideen und Geschäftssinn und Menschen, die Meinungen haben, Klartext reden und Denkanstöße geben. Es sollen Zukunftsperspektiven unserer Branche diskutiert und auch über deren Tellerrand hinausgeschaut werden. Das historische Juwel, das Dehnberger Hoftheater, erwartet die Gäste am 19. September 2013.

Schulzentrum Alois Senefelder TECHNIKERAUSBILDUNG ERFOLGREICH BEENDET

In Anwesenheit zahlreicher Ehrengäste und Firmenvertreter von der Heidelberger Druckmaschinen AG, KBA und manroland wurden wieder 18 Papiertechniker und 19 Druck- und Medientechniker an der Städtischen Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung am Beruflichen Schulzentrum Alois Senefelder in München von Schulleiter Karl Heinz Schmid geehrt und verabschiedet.

Der Schulleiter lobte die außerordentliche Leistung der Absolventen, die vor zwei Jahren mit dem Entschluss, einen guten Job aufzugeben und diese Fortbildungsmaßnahme durchzuführen, Mut bewiesen hätten. Schmid wünscht den Absolventen, dass sie die gewonnene Souveränität nicht verlieren. Er betonte, dass der Technikerabschluss nach EQR mit dem Bachelorabschluss in Stufe 6 gleichgestellt ist. Die Studierenden erwarben zusätzlich die Ausbilderberechtigung nach AEVO (Ausbilder-Eignungs-Verordnung), zehn Absolventen haben durch eine Zusatzprüfung die Fachhochschulreife erlangt.

Die besten des Drucktechniker-Jahrgangs, Angelika Majewski und Martin Fischer, erhielten von Herrn Hosemann, Verband Druck und Medien, den Preis der Ludwig-Gundlinger-Stiftung. Herr Foldenauer von den Bayerischen Papierverbänden überreichte den besten Absolventen der Papiertechniker, Bastian Ment und Dominik Barth, Geldpreise für hervorragende Leistungen.

Die Absolventen bedankten sich bei den Lehrkräften und der Schulleitung für die fundierte Ausbildung sowie für Geduld und Ausdauer. Es sei sicherlich richtig gewesen, die Herausforderungen der Techniker-ausbildung anzunehmen, da dadurch viel Neues dazugelernt, die Teamfähigkeit ausgebaut und Zusatzqualifikationen erworben wurden.

Finanztag Druckindustrie STRATEGIEN FÜR ERFOLGREICHE BANKGESPRÄCHE

Hatten Sie nicht auch schon oft das Gefühl, Ihr Berater – sei es von der Hausbank oder vom externen Dienstleister – ist besser auf das Gespräch vorbereitet und verfolgt eine klarere Strategie? Waren Sie nicht schon einmal der Meinung, da wäre mehr drin gewesen?

»Unser Finanztag am 24. Juli 2013 soll Entscheider in Druckunternehmen mit den Instrumenten vertraut machen, um im Wettbewerb um Konditionen und Finanzierungen besser bestehen zu können. Eine gute Standortbestimmung, die strukturierte Vorbereitung auf das Bankgespräch und die Sicherheit in der Verhandlung können der entscheidende Vorteil sein auf dem Weg zu guten Konditionen. Unser Finanztag ist hart an der Praxis konzipiert und bietet das Rüstzeug, um besser zu werden«, erklärt Jens Meyer, Geschäftsführer der print Xmedia Süd GmbH.

Der Finanztag ist Teil der Veranstaltungsreihe ›Schwerpunkttag Druckindustrie‹ des Verbands Druck und Medien Bayern. Nächste Veranstaltung dieses exklusiven Formats ist am 24. Oktober 2013 der ›Kooperationstag Druckindustrie‹ in Zusammenarbeit mit Graphic Consult. Für 2014 sind ein ›Energietag Druckindustrie‹ und ein Umwelt- und/oder Techniktag Druckindustrie mit Partnern geplant.

➤ www.vdmb.de

Týpo St.Gallen

Stelldichein der internationalen Typografie-Szene

Die zweite Týpo St.Gallen, die vom 20. bis 22. September 2013 unter der Ägide der Schule für Gestaltung St.Gallen stattfindet, befasst sich mit der Fläche zwischen den einzelnen Buchstaben – dem Weißraum. 19 Redner werden am dreitägigen Symposium für intelligente Unterhaltung sorgen. Erwartet werden rund 300 Typografie-interessierte aus den Bereichen Gestaltung und Design. Ziel des Kongresses, an dem sich Fachexperten, Unternehmer sowie Lernende und Studierende treffen, ist der Austausch von fachspezifischen Informationen, die Vermittlung von Know-how und Erfahrungen aus der Praxis sowie die Pflege und der Ausbau des persönlichen Netzwerkes. Letzteres kann in der Týpo Lounge in die Tat umgesetzt werden.

Für unterschiedliche Betrachtungsweisen rund um das Thema Weißraum und für ein Stelldichein der internationalen Typografie-Experten sorgen 19 Fachreferenten aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, England, Tschechien, den Niederlanden und den USA. Für Inspiration wird beispielsweise Jonas Voegeli sorgen, Typomane Erik Spiekermann überzeugt mit viel Fachwissen, leichtverdaulich präsentiert. Angekündigt haben sich des Weiteren der Blogger John Boardley von www.ilovetypography.com sowie

die erfolgreiche Tschechische Type Designerin Veronika Burian. Intelligente Unterhaltung darf man von Manuel Stahlberger erwarten. Ein sonntagmorgendlicher Buchstaben-spaziergang mit Lexikonwissen durch die Buchstadt St.Gallen macht Florian Hardwig von Myfonts. Auch wird der Schweizer Typograf und Buchgestalter Jost Hochuli die Týpo St.Gallen bereits zum wiederholten Male beehren. So vielfältig wie die referierenden Persönlichkeiten, so vielfältig zeigt sich auch das Leitmotiv der Schweizer Typografie Veranstaltung. Denn Weißraum beschreibt nicht nur einfach eine Fläche zwischen einzelnen Buchstaben. Das leere Blatt, auf dem ein Gestalter mit seiner Arbeit beginnt und Ideen entwickelt, kann ebenfalls als Weißraum interpretiert werden. Weißraum ist ebenso unberührter Raum, mit dem noch alles möglich ist. Weißraum ist leer, leicht, schafft Ruhe und Übersicht sowie ein angenehmes Klima. Weißraum wird vom Betrachter aber auch meist nicht bewusst wahrgenommen und ist damit umso einflussreicher. Und schlussendlich kann gar konstatiert werden, dass es ohne Weißraum keine Typografie gibt.

➤ www.typo-stgallen.ch

Ausstellung ›Gut zum Druck‹

Kunst und Werbung bei Wolfensberger

Johann Edwin Wolfensberger (1873 bis 1944) setzte im grafischen Gewerbe neue Maßstäbe und gab der modernen Schweizer Kunst eine frische Plattform. 1911 vereint der gelernte Steindrucker in einem imposanten Jugendstilbau an der Belderstrasse 109 in Zürich Geschäfts- und Wohnräume, Druckerei, Steindruckatelier und Kunstgalerie unter einem Dach.



Der Schaffhauser Maler Hans Sturzenegger und ein Atelierlithograf beim Probedruck eines Kunstblattes im Maschinensaal der Graphischen Anstalt J. E. Wolfensberger 1915.

In- und ausländische Künstler, unter ihnen Ferdinand Hodler, Cuno Amiet und Oskar Kokoschka, entwerfen die Plakate zu ihren Ausstellungen im ›Wolfsberg‹ selbst direkt auf den Stein. Otto Baumberger, Emil Cardinaux, Burkhard Mangold und andere Pioniere der Schweizer Werbegrafik gehören zu den Mitarbeitern der ersten Stunde.

Die Ausstellung, die vom 25. Oktober 2013 bis zum 2. März 2014 im Landesmuseum Zürich besucht werden kann, gibt Einblicke in den Be-

trieb eines am Schnittpunkt von Gebrauchsgrafik, Kunst und Kommerz gelegenen Unternehmens, veranschaulicht die Technik des



Steindrucks und zeigt eine breite Palette an erstklassigen Steindrucken von kleinformater Reklame über Originalgrafik und Kunstreproduktionen bis zum Plakat. Die Mehrzahl der gezeigten Drucke stammt aus dem Fundus einer durch die Swiss Graphic Design Foundation vermittelten Schenkung der Nachfahren von J. E. Wolfensberger an das Schweizerische Nationalmuseum.

➤ www.nationalmuseum.ch

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

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

+49 (0) 26 71 - 38 36



»Gedruckt wie gewollt«

**EINE NEUE SEMINARREIHE
DES F:MP.**

Eine Kernaufgabe der Druckproduktion ist es, kreative Ideen farbverbindlich und reproduzierbar in die Praxis umzusetzen. Dennoch stellen wiederholbare Druckergebnisse Agenturen, Druck- und Medienleistungsbetriebe regelmäßig vor einige Herausforderungen. »Für den Erfolg gedruckter Kommunikation ist von entscheidender Bedeutung, sich in den vielfältigen Aspekten der Prozesskette zu Hause zu fühlen«, erklärt Rüdiger Maaß, Ge-



schaftsführer des f:mp. »Für das standardisierte Arbeiten sind fundierte Kenntnisse zur professionellen Workflowgestaltung unerlässlich.«

PDF/X, Farbmanagement, Druckdatenoptimierung, Preflight und Workflow-Automatismen sind deshalb die Themen des Seminars »Gedruckt wie gewollt«. In der Diskussion mit den Referenten und im Austausch untereinander können die Teilnehmer neue Möglichkeiten für die Workflowgestaltung erschließen. Das notwendige Wissen wird entsprechend des bewährten Konzepts der Weiterbildungen unter dem Dach des f:mp.-Campus praxisorientiert auf den Punkt gebracht. So können die Teilnehmer nach Abschluss des Seminars ihren eigenen Workflow bewerten und einen auf ihre Situation angepassten medienneutralen PDF-Workflow einführen.

Das Seminar findet zu verschiedenen Terminen im August und September jeweils in Frankfurt, München, Stuttgart, Hamburg, Köln und Dortmund statt.

» www.f-mp.de

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
29. 07. - 01. 08.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 100	Heidelberg
12. 08. - 13. 08.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
19. 08. - 23. 08.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 450 Basis	Heidelberg
21. 08.	SVI, Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Bülach
26. 08. - 27. 08.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
27. 08.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Hamburg
28. 08.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Hamburg
29. 08.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	Hamburg
30. 08.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	Hamburg
02. 09. - 03. 09.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
02. 09. - 06. 09.	Print Media Academy, Falzen Basis (Modul 1)	Heidelberg
04. 09. - 05. 09.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
09. 09.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	Düsseldorf
09. 09. - 13. 09.	Print Media Academy, Falzen Aufbau (Modul 2)	Heidelberg
10. 09.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	Düsseldorf
11. 09.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	Düsseldorf
11. 09.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung mit RGB- und RAW-Daten	Hamburg
12. 09.	cleverprinting, Photoshop Expertentag	Hamburg
12. 09.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	Düsseldorf
13. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	Düsseldorf
16. 09.	cleverprinting, Update CS6 – alles, was wichtig ist	Frankfurt
16. 09. - 20. 09.	Print Media Academy, EB Pro	Heidelberg
16. 09. - 20. 09.	Print Media Academy, Speedmaster SM 74	Heidelberg
17. 09. - 19. 09.	Print Media Academy, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 (Modul 1)	Heidelberg
17. 09.	cleverprinting, Kompaktkurs Colormanagement und PDF/X	Frankfurt
18. 09.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	Frankfurt
18. 09. - 19. 09.	cleverprinting, Redaktionelle Zusammenarbeit mit Adobe InDesign und InCopy	Düsseldorf
23. 09. - 24. 09.	Print Media Academy, Die grafische Druckvorstufe	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, Speedmaster CX 102	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Heidelberg
23. 09. - 27. 09.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 200 Basis	Heidelberg
24. 09.	Doxnet, Round Table auf der DMS Expo	Stuttgart
25. 09.	Print Media Academy, Der Offsetdruck im Überblick	Heidelberg
25. 09. - 26. 09.	cleverprinting, Social Media-Marketing auf Facebook, Twitter und co.	Hannover
27. 09.	Print Media Academy, Die Weiterverarbeitung zum Endprodukt	Heidelberg
07. 10.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Photo und Prepress	München
08. 10.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X	München
08. 10. - 09. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	München
09. 10.	cleverprinting, InDesign – Next Generation Publishing	München
10. 10.	cleverprinting, Photoshop – Next Generation Publishing	München
10. 10. - 11. 10.	Fogra, Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
14. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München
14. 10. - 15. 10.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
14. 10. - 18. 10.	Print Media Academy, Speedmaster XL 106 Basis	Heidelberg

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

» www.cleverprinting.de

» www.doxnet.eu

» www.fogra.org

» www.polar-mohr.com

» www.print-media-academy.de

» www.svi-verpackung.ch

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



→ 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

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

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



NESSMANN GMBH
Lackierplatten Produktion

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

DRUCKEREIBEDARF

Streifeneinschussgeräte
für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zerkleinern • Streifen ausschneiden
Wegens • Versäubern • Falzen • Blockieren
Bänderrollen • Nummerieren
Rollen • Handwalzen • Diverser Maschinell

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KULMBACHERSTRASSE 9
D-78056 VELLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 30 12 0 • Fax 0 77 20 30 12 50

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

Heftmechaniken
selbstklebend, mit Abheftvorrichtung

über 1.200 weitere Artikel im Onlineshop!
Fordern Sie unseren aktuellen Katalog an!
Komplettangebot Konfektionierungsartikel

WWW.SPRINTS.DE TEL. (09 31) 40 41 60

WEITERVERARBEITUNG

FKS Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG
GRAFISCHE MASCHINEN ALLES NACH DEM DRUCK
T: +49 (0)40 736077-0
E: info@fks-hamburg.de

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

- Broschürenfertigen
- Sammelheften
- Zusammentragen
- Klebebinden
- Rillen
- Schneiden
- Perforieren
- Falzen
- Laminieren
- UV-Lackieren

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
BÜCHERBINDEREI FÜR INDIVIDUELLE BEDÜRFNISSE

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Fährstraße 17 • 75796 Friesenfeld
Tel. 0711-35435-45 • Fax 0711-35435-20
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie unser „knowhow“

Mit unserem Papiergefällen Hochleistungs-Papierrollen in verschiedenen und Beschichtungen. Kreiselmaschinen-Fabrikate werden als Spezialanfertiger der Weltverpackungswirtschaft.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KULMBACHERSTRASSE 9
D-78056 VELLINGEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 30 12 0 • Fax 0 77 20 30 12 50

VERSCHIEDENES

Tausend Dank.
Für 10 Jahre Engagement.

SOS-KINDERDORF STIFTUNG



Jubiläum! Seit zehn Jahren gibt uns die SOS-Kinderdorf-Stiftung eine nachhaltige Perspektive für unser Leben: Mit Bildung und Ausbildung. Ein riesiges Dankeschön dafür und an alle, die an uns junge Menschen glauben und sich für unsere Zukunft engagieren.

Gestalten Sie dauerhaft Zukunft. Setzen auch Sie sich ein.

SOS-Kinderdorf-Stiftung
Renatastraße 77 • 80639 München
Tel. 089 12606-109
stiftung@sos-kinderdorf.de

Bankverbindung:
DAB-Bank, Filiale München
Konto Nr. 307 065 4003 • BLZ 701 204 00

VERSCHIEDENES

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK MARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

DA BIST DU JA!

Meron, 5 Jahre

Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe. **WERDE PATE!**

World Vision
Zukunft für Kinder!
WORLDVISION.DE



DRUCKMARKT impressions

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Alle 14 Tage.

www.druckmarkt.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

