

DRUCK MARKT

8. August 2013

impressions 69

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

Swiss Edition +

Überflieger Large Format Print?

20 x im Jahr!

Ergänzend zum Heft:
das PDF-Magazin
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Stabilisiert auf hohem Niveau. Seite 10.
Faltschachtel: Der 100-Millionen-Euro-Job. Seite 12.
Large Format Printing: Boom ohne Ende? Seite 16.
Print & Finishing: Ein neues Werkzeug namens Digitaldruck. Seite 26.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 34.

www.druckmarkt.ch





DIE Schlaumacher

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

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

www.druckmarkt.com



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

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Der Messe-Zirkus der LFP-Branche

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal: kreuz und quer
- 06 Nachrichten
- 07 Personalisierte Print-Mailings sind weiterhin beliebt
- 08 Flaschen statt Zeitschriften?
- 10 Stabilisiert auf hohem Niveau
- 12 Der 100-Millionen-Euro-Job
- 14 Partner globaler Markenartikler

Print & Finishing

- 16 Boom ohne Ende?
- 20 ›Druckmarkt‹ gratuliert
- 22 Nachrichten Large Format Printing
- 24 Der LFP-Jumbo
- 26 Ein neues Werkzeug namens Digitaldruck
- 29 Agfa Graphics mit LFP-Neuheiten
- 31 Inspiration für Großformatdrucker

Termine, Bildung & Events

- 34 Terminkalender
- 35 Nachrichten
- 39 Seminare & sonstige Veranstaltungen
- 41 Business to Business

Nein, wir haben die Fespa nicht verschlafen. Und wir verdrängen das Thema Large Format Printing auch nicht. Im Gegenteil haben wir diese Ausgabe schwerpunktmäßig dieser Technik gewidmet. Allerdings hat uns der PR-Rummel rund um die Fespa schon ein wenig irritiert. Zuerst die Ankündigung, dass Hersteller X ein neues Produkt hat. Dann die Meldung, dass der Hersteller diese Maschine auch auf dem Fespa-Stand zeigen würde und seit Ende Juni die Hurra-Meldungen, wie toll das alles war und wie sehr sich die Besucher für dieses Produkt interessiert haben. In wenigen Wochen oder Monaten kommt dann die Meldung, dass das Produkt jetzt endlich kommerziell verfügbar ist. Eigentlich ist es ja erst dann wirklich interessant.

Gut, das kennt man von anderen Messen auch. Aber es ist nicht besonders spektakulär, wenn Hersteller X eine neue Tinte oder eine neue Folie vorstellt. Wir müssen das einfach anders gewichten, als wenn es sich um eine neue Maschine oder eine bis dahin unbekannte Technologie handelt.

Deshalb werden wir die Fespa als Messe in unserer Berichterstattung auch nur relativ kurz anreißen und dann als zurückliegenden Event abhaken. Nicht zuletzt auch deshalb, weil die gleichen oder ähnliche Maschinen im September nach Brüssel gekarrt werden, um dort ihre Eignung für den Etikettendruck unter Beweis zu stellen. Parallel dazu werden die Drucker auf der Fachpack in Nürnberg noch demonstrieren, dass Karton auch geht.

Der Messe-Zirkus der LFP-Branche geht also in die nächste Runde. Und überall das gleiche Spektrum an Maschinen. Langweilig? Wenn es sich in der Berichterstattung wiederholt, sicherlich schon. Aus einem anderen Blickwinkel allerdings wird dies schon interessant, zeigt es doch die Vielseitigkeit der Maschinen und die Vielfalt an Tinten und Bedruckstoffen.

Deshalb ist für uns die Welt des Large- und Wide-Format-Drucks durchaus interessant. Und auch wenn wir LFP seit Jahren kennen, ist es für die Branche eine neue Dimension. Denn hier sind völlig neue Produkte entstanden, die es im Siebdruck oder Offsetdruck so nie gegeben hätte.



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

WOHIN MIT DEN FOTOS?

Reisezeit ist Fotozeit: 93% der Bevölkerung halten ihre Eindrücke in Bildern fest. 75% der Deutschen greifen dafür auf eine Fotokamera zurück. Aber auch Handyfotografie erfreut sich immer größerer Beliebtheit: 25% benutzen die im Mobiltelefon eingebaute Kamera. Doch was passiert mit den Bildern? 82% legen Fotos auf der Festplatte ab. 30% bestellen auf herkömmliche Weise Fotoabzüge, vor allem junge Menschen bevorzugen den Sofortdruck: 36% der 18- bis 29-Jährigen drucken ihre Bilder direkt in einem Geschäft aus. 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 Art der Präsentation. Cewe hat dabei auch auf den Trend zu Videos 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, die Cewe in Kooperation mit forsa bereits zum zweiten Mal durchführte.

› www.cewe.de



ERWEITERTE PRO-REIHE

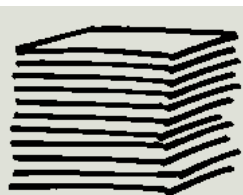
Ricoh erweitert sein Angebot für den Produktionsdruck um die beiden Einzelblatt-Systeme Ricoh Pro C5110S und Pro C5100S. Mit einer Ausgabegeschwindigkeit von bis zu 80 Seiten seien sie für die bedarfsgesteuerte Produktion geeignet, heißt es bei

Ricoh. Die

neue Toner-Rezeptur vergrößert den Farbraum der Modelle nach Angaben von Ricoh um 10%. Da der Toner für eine niedrigere Fixiertemperatur entwickelt worden sei, erfülle er das Ziel, die Umweltfreundlichkeit zu optimieren. Zudem verkürze sich die Vorwärmzeit, was die Produktivität erhöht. Die Modelle sind zudem die ersten Drucksysteme von Ricoh mit einer weiterentwickelten Tonertransfer-Technologie, die auf stark strukturiertem Material hochwertige Druckergebnisse bietet. Kennzeichen der Modelle ist ihre umfangreiche Medienunterstützung, da die neue Fixiereinheit die Daten der Medienbibliothek nutzt, um für jedes Substrat die Fixiertemperatur und den Walzen-

druck anzupassen. Eine weitere Anwendung ist das Drucken von Bannern bis zum Format von 1.260 mm. Die Systeme sind mit einigen Technologien ausgestattet, die für das Modell Pro C901 Graphic Arts + entwickelt wurden. Eine breite Palette an Weiterverarbeitungsoptionen wie Falzen, Booklet Finisher und Stanzen erhöht die Flexibilität.

› www.ricoh.de



PRINT

ist in Deutschland größter Werbeträger: Mit einem Anteil von 68% werden mehr als zwei Drittel des Netto-Werbevolmens, das 2012 18,42 Mrd. Euro betrug, in gedruckte Medien investiert. Das sind mehr als 12,5 Mrd. Euro. Die Online-Werbung kommt dagegen nur auf ein Volumen von rund 1 Mrd. Euro. Lesen Sie mehr dazu im Beitrag auf

Seite 9 in dieser Ausgabe.

INDIVIDUELLE BRAUSE

Erstmals in seiner Geschichte hat Coca-Cola den Schriftzug von den Flaschen genommen und ihn durch rund 150 Vornamen, Kosewörter und Jugendbegriffe ersetzt. Dazu produzierten HP Indigo Digitaldruckmaschinen rund 800 Millionen personalisierte Etiketten.

Mit der Kampagne ›Share a Coca-Cola‹, die am 1. Mai



startete und noch bis Oktober 2013 laufen soll, spricht Coca-Cola Konsumenten in 32 europäischen Ländern an. Das Coca-Cola-Logo auf den Flaschen der verschiedenen Produkte wird dabei mit 150 Vor-, Spitz- und Kosenamen des jeweiligen Landes kombiniert. Rund 70% der unterschiedlichen Flaschenetiketten sind mit Vornamen bedruckt, etwa 30% mit Kosenamen.

Um die 800 Millionen personalisierten Etiketten zu produzieren, wurden konventionelle Drucktechnologie und Digitaldruck kombiniert. Der statische Inhalt der Etiketten wurde zunächst konventionell auf 38-Mikrometer-Folie gedruckt. Anschließend wurden die Rundumetiketten mit den Namen personalisiert. Beteiligt waren acht Digitaldrucker in ganz Europa, die die personalisierten Etiketten auf zwölf Maschinen der Serie HP Indigo WS6000 herstellten.

Knapp drei Monate liefen die Maschinen rund um die Uhr. Mit einer durchschnittlichen Maschinenverfügbarkeit von 86% bewiesen die Maschinen während des Dauerdrucks hohe Zuverlässigkeit. Alle Digitaldruckmaschinen, die für das Projekt eingesetzt wurden, hatten identische Konfigurationen und Einstellungen, um deckungsgleiche Produktionsergebnisse zu



sichern. Und um die Einheitlichkeit der Markenfarbe auf allen Maschinen zu gewährleisten, gaben HP-Indigo-Experten die Farb Rezeptur für die rote Druckfarbe vor, die als Maßstab für die Analog- und Digitaldruck-Erzeugnisse der Kampagne diente. Die vorgegebene Rezeptur wird zukünftig als Referenzfarbe genutzt.

Coca-Cola begleitet die Kampagne darüber hinaus mit einem integrierten Marketingprogramm zur Online-Einbindung der Kunden. Zusammen mit den Verpackungen bietet ein Portal den Verbrauchern eine Online-Plattform, auf der sie Dosen online gestalten, personalisieren, anschließend virtuell verschicken oder sich ins Haus liefern lassen können.

› www.hp.com

› www.shareacocacola.com

LOOKBOOK

Mondi hat gemeinsam mit der Kreativagentur Say Say einen auf Bio Top 3 next gedruckten Kunst- und Designkatalog kreiert. Das »Lookbook« präsentiert eine Kollektion von Fotografie und Grafikdesign, geordnet nach Themen wie Fashion, Technologie, Kunst, Luxus, Architektur, Beauty, Design und Liebe. Mit Reproduktio-



nen in Schwarz-Weiß, Farbe, verschiedenen Typo-Designs sowie Veredelungen ist das »Lookbook« ein zeitloser Bildkatalog.

»Durch das Lookbook wird das Potenzial von Bio Top 3 next, Grafikdesign auf Papier zur Geltung zu bringen, greifbar und augenscheinlich. Die Naturweiße des Papiers verstärkt das zeitgemäße Design. Die Illustrationen werden nicht von den starken Kontrasten dominiert, die üblicherweise mit hochweißen Papieren erzielt werden. Die Bilder sprechen für sich – und das ist genau das, was wir mit dem Lookbook erreichen wollten. Einige der im Lookbook vertretenen Künstler verlangen seither, dass wir Bio Top 3 für ihre Ausstellungskataloge verwenden«, sagte Jutta Wacht von Say Say Say.

› www.mondigroup.com

KALENDER-SAISON

Sprintis hat die Kalendersaison eröffnet. Die ohnehin gut gefüllten Lager werden noch einmal zusätzlich mit Kalenderzubehör aufgestockt. Als Komplettanbieter bietet der Großhändler für Druckereibedarf eine beeindruckende Bandbreite in seinem Sortiment an. Der Datumsweiser, auch als Datumsschieber bekannt, besteht meist aus



einem transparenten Band und einem viereckigen Fenster, das horizontal bewegt wird. Er ist sowohl für 3-Monats-Kalender als auch für Tischkalender erhältlich. Über 50 Fenster stehen in



diversen Farben und Größen zur Auswahl. Statische Datumsweiser in verschiedenen Farben runden das Sortiment ab. Daneben zählen auch Drahtbinderücken und Kalenderaufhänger zum Einbinden, Plakatpieker, Datumsklammern und Plakataufhänger zum Sortiment des Würzburger Großhändlers.

› www.sprintis.de

MAILING-FIBEL

Eller hat mit der »Mailing.fibel« ein Nachschlagewerk aufgelegt, das sich ausschließlich den Themen Mailing und Dialogmarketing widmet. Das Buch im DIN-A4-Querformat vereint Informationen zu Konzeption, Gestaltung, technischer Umsetzung, rechtlichen Vorgaben sowie postalischen und versandtechnischen Aspekten, die für die Planung, Kalkulation und Durchführung von Mailingkampagnen wichtig sind. Im zweiten Teil sind Muster aller bei Eller verfügbaren Mailing-Formen, Papier-Alternativen sowie wichtige Informationen zu den Produkten und ihren Einsatzmöglichkeiten zu finden. Damit sind alle für den Mailingversender relevanten Informationen einfach und schnell



verfügbar. Eine innovative Spiralbindung ermöglicht es, Änderungen bei rechtlichen und postalischen Bestimmungen, aber auch bei den Produktmustern einfach auszutauschen.

Die »Mailing.fibel« ist im Webshop Eller-mailings.de für eine Schutzgebühr von 35 Euro erhältlich.

› www.eller-mailings.de

ACHIEVE CTP-SYSTEM

Nachdem der Markt für CtP-Systeme zumindest in unseren Breiten gesättigt scheint, gibt es erstmals seit längerer Zeit wieder neue CtP-Belichter. Mit den Achieve-Systemen T400 und T800 will Kodak die digitale Plattenbelichtung erschwinglicher 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. Die Achieve-Plattenbelichter sind mit

TH5-Thermoköpfen ausgerüstet, die einen präzisen Punkt belichten. Er hat keine beweglichen Teile, ist robust und lässt sich einfach warten. Mit einer möglichen Energieeinsparung von bis zu 40% gegenüber dem Trendsetter können die Achieve-Plattenbelichter ressourcenschonender produzieren. Zudem eignen sich die CtP-Systeme für die Bebilderung der prozessfreien Sonora-XP-Platte.

› www.graphics.kodak.com

WHAT'S NEXT

Sappi Fine Paper Europe hat die 6. Ausgabe des Kundenmagazins »What's Next« veröffentlicht. »What's Next« bietet Inhalte, mit denen Sappi die Bedeutung von Papier als Medium hervorhebt, soll Sappis Leidenschaft für den Druck zum Ausdruck bringen und reizt das Potenzial von Papier aus. Das Magazin wurde auf fünf Publi-



kationspapieren gedruckt: Galerie Fine, Galerie Fine Silk, Royal Roto Silk, Royal Press 400 und Galerie Art Silk. Dabei wird erklärt, warum bestimmte Papiersorten für bestimmte Zwecke gewählt wurden. Damit erhalten die Leser Informationen zur Unterscheidung der Papiereigenschaften.

In der Ausgabe dreht sich alles um das Thema Haptik. Das Magazin macht deutlich, wie die emotionale und taktile Erfahrung des Lesens auf Papier Anstöße zum Handeln geben kann und was Druck Unternehmen beim Erreichen von Umsatzzielen bringt.

› www.whatsnextmagazine.net



WEITERE AUSZEICHNUNGEN Schon mehrfach wurde der drupa report, das Magazin der Messe für die Druck- und Medienindustrie, in den letzten Jahren prämiert. Jetzt ist die zweisprachige Publikation um zwei weitere Auszeichnungen reicher. Beim diesjährigen BCP-Award, dem Wettbewerb für Corporate Publishing in Europa, gab es eine Silber-Auszeichnung in der Kategorie Druck und Innovation. Auch für sein Design wird der drupa report Nr. 4, der im März 2012 erschienen ist, ausgezeichnet: Der deutsche Rat für Formgebung (German Design Council) hat das Magazin für den German Design Award nominiert. ➤ www.drupa.de

KOOPERATION MIT SECURITY-SPEZIALIST Die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH und der IT-Security-Spezialist prae-mandatum aus Hannover kooperieren. Hiermit rückt Konica Minolta das immer wichtiger werdende Thema Datenschutz in den Fokus. Konica Minolta ist überzeugt, dass Beratung in dokumentenintensiven Prozessen eine ganzheitliche Betrachtung des Themas Security und Datenschutz sowie einen offenen Umgang damit erfordert. ➤ www.konicaminolta.de

MEHRHEIT AN CORE-LAB ÜBERNOMMEN Der Schweizer Systemintegrator A&F Computersysteme AG mit Sitz in Sursee baut seine Präsenz in Deutschland aus und hat den Prozess-Optimierer Core-Lab aus Hannover mehrheitlich übernommen. A&F ist als Systemintegrator spezialisiert auf die Informatik-Bereiche der Medienvorstufe. Als Tochterunternehmen der A&F soll sich Core-Lab im deutschen Markt weiter etablieren, wo sie sich bereits als Know-how-Träger und System- und Supportpartner einen Namen gemacht hat.

Nach eigenen Angaben gehört A&F im Bereich der Systemintegration Informatik/Medienvorstufe zu den Marktführern in Europa. Sowohl bei Publishingsystemen als auch im Digital Asset Management (DAM) besitzen die Schweizer höchsten Partner- und Zertifizierungsstatus. Für Urs Felber, Inhaber und Geschäftsführer der A&F Computersysteme AG, ist dieser Schritt eine Folge des nachhaltigen Erfolges in Deutschland. »A&F setzt seit vielen Jahren erfolgreich Projekte in Deutschland um. Mit Core-Lab kann unserer Präsenz und Kundennähe nochmals entscheidend verbessert werden.« ➤ www.a-f.ch

VON DER VISITENKARTE ZUR VERPACKUNG Vor wenigen Wochen beteiligte sich die Vorarlberger Rattpack Gruppe an der dvb Druck&Verpackungen Buch GmbH. Damit entstand ein Anbieter, der mit über 400 Mitarbeitern 62 Mio. € Umsatz erreicht. Als Kompetenzzentrum für kaschierte Wellenverpackungen und POS-Displays ergänzt dvb die bereits vorhandenen Rattpack-Zentren Lebensmittel, Pharma & Kosmetik, Industrie und Akzidenz. Diese Bandbreite an Produktionsmöglichkeiten deckt quasi alle Formate bis zum 6er-Format ab. ➤ www.rattpack.eu

20-JÄHRIGES JUBILÄUM Die CDS Copy & Digital Druck GmbH, Full-Service-Dienstleister für Digitaldruck, Scan, Plot, Lettershop und In-House-Lösungen in München, feierte am 1. Juli das 20-jährige Firmenjubiläum. 1993 als Plot- und Kopierdienstleister mit drei Personen gestartet, ist das Unternehmen heute mit seinem umfassenden Angebotsspektrum mit 75 Mitarbeitern an zwei Standorten vertreten. ➤ www.cdsdigital.de

Internet-Projekt Onlineshop

J. FOELLMER IN KÜRZE MIT EIGENEM SHOP

Seit 1947 Partner der grafischen Industrie, stellt sich die Josef Foellmer GmbH den Forderungen der Zeit. Ab dem 4. Quartal wird Foellmer nicht nur mit einer neuen Homepage, sondern auch mit einem eigenen Onlineshop im Internet zu finden sein. Einfach, schnell und bequem ordern und Zeit sparen – das verspricht Foellmer von dem Shop. Gestartet wird mit dem Papierbohrer-Programm, bis Jahresende soll der Shop kontinuierlich ausgebaut und auf alle Produktgruppen ausgedehnt werden. Alles zu den Themen Bohren, Nuten, Perforieren, Eckenrunden, Stanzen, Heften, Streifeneinschuss, Papierzählen, Gebrauchtmaschinen etc. soll dann rund um die Uhr abrufbar sein.



Die Abwicklung wird nach einer kurzen Registrierung einfach sein, Direktzahlung über PayPal oder per Vorkasse sind möglich und die Waren werden in ein bis zwei Werktagen geliefert. Nach der Registrierung sind die persönlichen Preise und Rabatte sofort einsehbar.

Mit dem Shop erspart Foellmer seinen Kunden das Durchblättern von Preislisten, das Anfragen von Angeboten und das Senden von Fax oder E-Mails.

Der persönliche telefonische Kontakt ist natürlich weiterhin zu den üblichen Geschäftszeiten möglich, auch die Hausausstellung bleibt für Interessenten und Kunden bestehen.

➤ www.foellmer.com

Xeikon-Übernahme

PUNCH TRENNT SICH VOM DIGITALDRUCKHERSTELLER

Die Eigentumsverhältnisse von Xeikon waren schon bisher kaum in einem Satz zu erklären (Tochter der Punch-Gruppe, Sitz in Belgien, aber eine niederländische Gesellschaft), jetzt aber wird es noch etwas verworrener. Mit sogenannten Investor Relations deutete Xeikon seit Jahresbeginn an, dass die Übernahme durch einen Finanzinvestor bevorstehe. Jetzt wurde bekannt, dass Punch International 65,68% seiner Xeikon-Beteiligungen an Bencis Capital Partners Belgien verkaufen will. Pro Aktie sollen dafür 5,85 € gezahlt werden, was deutlich über dem Durchschnittswert der Aktie in den letzten sechs Monaten liegt. Neben Bencis will auch der Gimv-XL-Fond eine indirekte Minderheitsbeteiligung von rund 20% erwerben. Bencis Capital Partners will mit Punch bis September 2013 eine Einigung über den Verkauf erzielen. Die Transaktion unterliegt bestimmten Bedingungen, die zu erläutern aber den Rahmen dieser Nachricht sprengen würde. Kern der Voraussetzungen ist jedoch, dass Punch und Xeikon ihre Geschäfte komplett voneinander trennen. Dies bezieht sich auch auf die Immobilie im belgischen Lier, wo sich Forschung, Entwicklung und Fertigung der Digitaldruckmaschinen befinden, und den Belichterbau in Ypern. Xeikon wurde 1988 gegründet und produziert Digitaldruckmaschinen, die BasysPrint CTP-Belichter, fertigt Agfas Zeitungsbelichter und ist seit 2012 Hersteller der Flexobelichter Thermoflexx. Xeikon erzielte 2012 einen Umsatz von etwa 130 Mio. €. Bencis hat bisher 16 Unternehmen in seinem Portfolio vom Pralinenhersteller bis zum Produzent von Sportbekleidung. Auch im Print-Geschäft ist Bencis vertreten: Stork Prints ist Hersteller von Verbrauchsmaterialien für den Etiketten- und Textildruck. Das zumindest könnte sogar Synergien mit Xeikon ergeben.

➤ www.xeikon.com

Europa-Zentrale**KODAK BEZIEHT MODERNEN
HAUPTSITZ IN EYSINS**

Kodak zieht in ein neues Firmen-gebäude in Eysins nahe Lausanne und führt seine Europa-Zentrale, Inkjet-Demoeinrichtungen und das bislang im belgischen La Hulpe angesiedelte Kodak EAMER Technology and Solutions Centre an einem Standort zusammen. Nach der Zusammenlegung dieser Bereiche in einem Gebäude müssen Partner und Kunden nur noch an einen Ort reisen, um das Kodak-Team zu treffen und die umfang-



reiche Produkt- und Lösungspalette des Unternehmens in Augenschein zu nehmen. Das neue Gebäude in Eysins wurde Ende Juni fertiggestellt und der Umzug der Kodak-Mitarbeiter erfolgte im Juli. Ab Anfang September wird der neue Standort für Geschäftsbesuche geöffnet sein.
 > www.kodak.com

Studie von Pitney Bowes**Personalisierte Print-Mailings sind weiterhin beliebt**

Eine Studie unter deutschen Marketing-Verantwortlichen zeigt, dass Telefon- und E-Mail-Kommunikation in vielen Marketingabteilungen derzeit zwar an erster Stelle steht, viele Befragte ihre Kunden jedoch personalisiert und zielgerichtet per Brief ansprechen möchten. Die Umfrage wurde im Juni 2013 unter 505 Marketing-Verantwortlichen unterschiedlicher Branchen vom Marktforschungsinstitut mfm durchgeführt.

Die Aussage »Briefe sind persönlicher als E-Mails« erhielt die meiste Zustimmung. E-Mails wurden eher als unerwünschte Werbung beurteilt. Eine häufig geäußerte Sorge ist zudem, dass E-Mails schnell ungeöffnet im Papierkorb des Kunden landen. 38% der Befragten wollen bei ihren Marketing-Aktivitäten auf Printmailings setzen.

Je größer die befragten Unternehmen, desto eher verfügen sie über eine interne Print-Mailing-Lösung. Unternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten nutzen hingegen überdurchschnittlich oft bedruckte Umschläge aus der Druckerei als Alternative.

Marketing-Verantwortliche legen großen Wert auf Flexibilität der Kundenansprache per Brief: Die Möglichkeit, Mailings und Umschläge individuell zu gestalten, sehen die Teilnehmer als größten positiven Einflussfaktor auf die Öffnungsrate eines Briefes. 70% betrachten die Möglichkeit, Texte oder Grafiken zu personalisieren und zu wechseln, als wichtig.

Die Einschätzung der Marketing-Fachleute deckt sich dabei mit dem Empfinden der Kunden: Erst kürzlich hatte eine Befragung von Pitney Bowes unter mehr als 1.000 Bundesbürgern ergeben, dass farbig bedruckte Umschläge eher geöffnet werden als schwarz-weiße. »Gezielt eingesetzt, erhöht Farbe das Potenzial von Print-Mailings. Zudem steckt in einem auf den Umschlag gedruckten QR-Code die Möglichkeit, den Empfänger schon vor dem Öffnen des Umschlags mit einem individuellen Angebot zu erreichen«, erklärt Stefan Huth, Director Tactical Marketing GMS Europe bei Pitney Bowes.

> www.pitneybowes.de/connectplus

Mitsubishi HiTec Paper**NEUES MITGLIED BEI****»WIRTSCHAFT PRO KLIMA«**

Mitsubishi HiTec Paper spart durch eine neue Maßnahme im Werk Flensburg 84% CO₂ ein. Damit ist der Hersteller gestrichener Spezialpapiere neues Mitglied der Initiative »Wirtschaft pro Klima«. Diese Initiative vereint Unternehmen, die sich aktiv für den Klimaschutz engagieren.

Im Zuge des ISO 50001 Energiemanagementsystems gehören Projekte der Energieeffizienz zur Firmenpolitik von Mitsubishi HiTec Paper. Die jetzt eingeführte chemische Flockung des Abwassers aus den Streichanlagen führte in Flensburg zu einer deutlichen Absenkung des spezifischen Stromverbrauchs von 8,5 auf 1,3 kWh/cbm. Die jährliche Ersparnis von 239.000 kWh entspricht in etwa dem Stromverbrauch von 70 deutschen Durchschnittshaushalten. Damit konnte der Spezialpapierhersteller den CO₂-Ausstoß um 84% senken (Basis: Deutscher Strommix 2012).

> www.wirtschaft-pro-klima.de

> www.mitsubishi-paper.com

RAPID
TRANS UT

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

Flaschen statt Zeitschriften?

KBA gibt mit der Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung an der Kammann Maschinenbau GmbH in Bad Oeynhausen eine Akquisition im anspruchsvollen Verpackungsdruck bekannt und setzt damit seine Nischenstrategie fort.

Mit dem Einstieg in den Bereich der flexiblen Verpackungen (KBA kündigte im Februar den Kauf des italienischen Druckmaschinenherstellers Flexotecnica an) und der Übernahme von Kammann baut KBA seine Präsenz im Verpackungsdruck aus. Damit, so heißt es in einer Mitteilung, steuere KBA der in den letzten Jahren erheblich zurückgegangenen Umsatzentwicklung bei

Mit steigendem Wohlstand gewinnen vor allem Premium-Verpackungen aus Glas auch in Schwellenländern wie China, Brasilien oder Russland als Differenzierungsmedium und als Statussymbol gegenüber billigeren Verpackungsalternativen stetig an Bedeutung. Marktprognosen erwarten ein überdurchschnittliches Wachstum in diesem Segment.



Bei Siebdruckanlagen für die Direktdekoration von Glasbehältern ist Kammann Weltmarktführer. Dieses aufwändige Verfahren kommt vor allem für Premium-Marken im Kosmetik- und Getränkebereich zum Einsatz. Auch Kunststoffbehälter werden mit Kammann-Anlagen direkt bedruckt.

Rotationsanlagen für den Publikationsdruck entgegen. Die Koenig & Bauer AG übernimmt Kammann zu 85% vom bisherigen Mehrheitseigentümer, dem Münchener Private Equity Unternehmen Perusa. 15% werden die beiden Kammann-Geschäftsführer halten. Zum Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Kammann liefert vorwiegend Maschinen zur Dekoration von Hohlkörpern aus Glas, Kunststoff und Metall. Neben dem vorherrschenden Siebdruckverfahren können auf den flexiblen Kammann-Transportsystemen optional auch Heißprägung, Digitaldruck und viele andere Dekorationsverfahren integriert werden. Hinzu kommt ein umfangreiches Servicegeschäft.

Bei Maschinen für die Glas-Direktdekoration ist Kammann nach Angaben von KBA Weltmarktführer. Direkt dekorierte Glasbehälter werden vorwiegend für Kosmetika, Parfüms und Spirituosen im oberen Preissegment eingesetzt. 2012 hat das 1955 gegründete Unternehmen mit 175 Mitarbeitern einen Umsatz von gut 30 Mio. € und einen positiven Jahresüberschuss erzielt.

Verfahrenstechnisch ist der Direktdruck im hochwertigen Siebdruckverfahren aufgrund des komplexen maschinellen Handlings der unterschiedlich geformten Glasbehälter die anspruchsvollste und teuerste Veredelungsform. Der technische Anspruch hindert deshalb auch mögliche Newcomer am Einstieg in dieses von nur ganz wenigen Herstellern beherrschte Luxus-Segment. Direkt bedruckte Glasbehälter teurer Parfüm-Marken oder Premium-Getränkemarken konkurrieren im Regal mit weniger aufwändig etikettierten, aber von anspruchsvollen Konsumenten auch als weniger wertig wahrgenommenen Behältern preisgünstigerer Marken.

Während der Behälter-Direktdruck für KBA ein gewisses Neuland ist, ist das Unternehmen in Teilbereichen des Etikettendrucks und bei anderen Verpackungsformen bereits gut vertreten. Die Akquisition stellt deshalb aus Sicht des KBA-Managements eine sinnvolle Ergänzung dar.

➤ www.kba.com

Cewe

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2012 VERÖFFENTLICHT

Marktespür, Innovationskraft und hohe Kundenzufriedenheit haben dazu beigetragen, Cewe als erfolgreiche Marke zu positionieren, teilt das Unternehmen mit. Die Mitarbeiteranzahl habe sich europaweit auf rund 3.300 erhöht. Mit zunehmendem Erfolg seien aber auch die Aufgaben des Koordinierungskreises Nachhaltigkeit gewachsen, der beim Foto- und Online-Druckservice vielfältige Themen vorantreibe. Nach der Zertifizierung des Oldenburger Betriebes wurden das Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001 auch an den Standorten Mönchenglöblich, Dresden, München und Eschbach implementiert.

Im Bereich Klimaschutz hat Cewe nach eigenen Angaben mehrere Ziele erreicht: Durch Optimierungen in der Logistik habe Cewe die hier entstandenen CO₂-Emissionen um 5% auf 19.169 t gesenkt. Das neue Rechenzentrum, das unter ökologischen Aspekten der Green IT entstanden sei, trug zu einer weiteren Reduktion um 3% bei. Auch der Bereich Wassereinsparung entwickle sich positiv: 2012 hat Cewe etwa 2,2 l Wasser pro m² Fotopapier verbraucht. Innerhalb der letzten zehn Jahre sei der Wasserverbrauch insgesamt um 60% gesenkt worden. Das liege zum einen am Rückgang der analogen Fotografie, da die Filmentwicklung prozessbedingt mehr Wasser pro Materialeinheit als Fotopapier verbraucht. Zum anderen habe Cewe einige Veränderungen im Produktionsprozess entwickelt und umgesetzt, die Wasser einsparende Auswirkungen zur Folge haben: Der absolute Wasserverbrauch sei 2012 um 12% gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Somit wurde die Zielsetzung, eine Reduktion um 10%, erreicht.

➤ www.cewecolor.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

Stabilisiert auf hohem Niveau

Zwei Jahre, von 2010 bis 2011, benötigte die deutsche Faltschachtelindustrie, um die Verluste aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise wieder auszugleichen. Nach einem ›Produktionswert-Allzeithoch‹ von 1,907 Mrd. Euro im Jahr 2011, ist es ihr gelungen, dieses hohe Niveau auch 2012 knapp zu halten.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der 2012 erzielte Produktionswert von 1,890 Mrd. € entspricht zwar einem Minus von 0,9% gegenüber 2011, was über einen mittelfristigen Zeitverlauf als normale Schwankung angesehen wird, doch wertet der Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI) diese Entwicklung vor dem Hintergrund des stagnierenden Produktionsvolumens von -0,1% bei 857.959 Tonnen als unerfreulich.

»Gemessen an der gesamten Branche repräsentieren die FFI-Mitglieder nach wie vor rund drei Viertel des Produktionswerts und zwei Drittel des Produktionsvolumens aller Faltschachtelhersteller«, bewertet



der Sprecher des FFI-Vorstands, **Steffen Schnizer**, die soliden Ergebnisse der 90 im FFI organisierten Unternehmen. Diese hätten 2012 einen Produktionswert von 1,402 Mrd. € (-0,9%) und eine Produktionsmenge von 566.094 Tonnen (-0,4% gegenüber 2011) erzielt. Damit betrage der Anteil des FFI an der Gesamtbranche wertmäßig unverändert 74,2% und mengenmäßig 66,0%.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Zahl der an das Statistische Bundesamt meldepflichtigen Faltschachtel-Unternehmen, also Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern, weiter rückläufig ist. Bei einer geschätzten Anzahl von 200 Herstellern von Faltschachteln in Deutschland weist die Bundesstatistik 2012 nur noch 98 Betriebe mit mehr als

20 Mitarbeitern aus. Die Konsolidierung setzt sich also auch in der Faltschachtelbranche fort.

Deutschland führend in Europa

Die vom europäischen Dachverband European Carton Makers Association (ECMA) ermittelten nationalen Anteile in Europa zeigen Deutschland mit einem stabilen Anteil von 25% als Marktführer, gefolgt von Italien und England mit jeweils 14% und Frankreich mit 12% EU-Marktanteil. Alle anderen Länder liegen im einstelligen Prozentbereich (siehe auch die Grafik auf Seite 11).

Steffen Schnizer wertet die starke Position der deutschen Faltschachtelindustrie als Zeichen dafür, dass

»gerade von den FFI-Mitgliedsunternehmen großer Wert auf die kontinuierliche Weiterentwicklung der Kompetenzen der Mitarbeiter gelegt wird.«

Wettbewerbsfähigkeit stärken

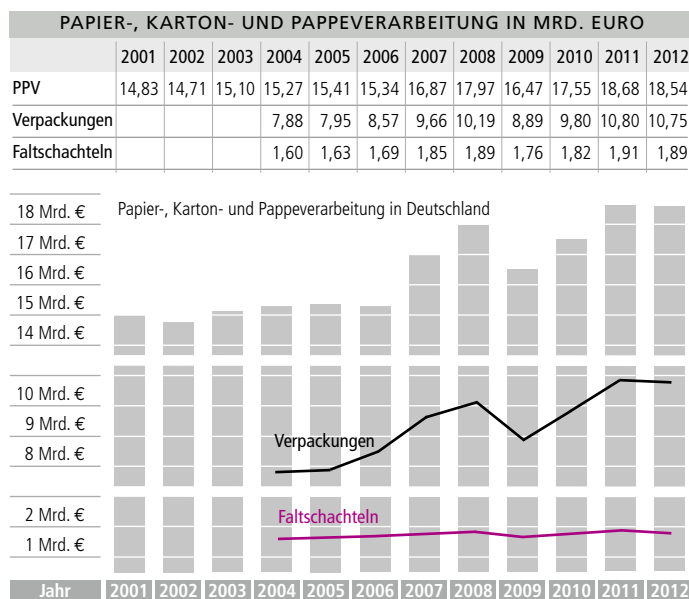
Die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit seiner Mitglieder ist dem FFI ein Anliegen. Deshalb stellt er übergreifende sowie fachspezifische Themen, die die Faltschachtelherstellung betreffen, ins Zentrum seiner Verbandsaktivitäten. In Ausschüssen und Arbeitskreisen werden Techniken, Personal- und Qualitätsmanagement, Betriebswirtschaft, Einkauf und Themen für Junioren behandelt.

Auszüge aus diesen Gremienarbeiten und Netzworkebildungen des FFI dokumentieren die Bandbreite der Produkte und Dienstleistungen für die Optimierung strategischer und operativer Maßnahmen der FFI-Mitgliedsunternehmen.

Da geht es beispielsweise um Lean Production oder optimierte Losgrößen für Faltschachteln, um die technische Abnahme von Druck- und Verarbeitungsmaschinen, um wirtschaftliche Vergleiche von Digital- und Offset sowie Anicolor, um die Zukunft des Digitaldrucks in der Verpackungsindustrie, um Stanzen mittels Lasertechnologie oder um Statusanalysen und Bewertungen von Verordnungen, Richtlinien etc. zu Faltschachteln für Lebensmittel, Kosmetika, Zigaretten und Pharma.

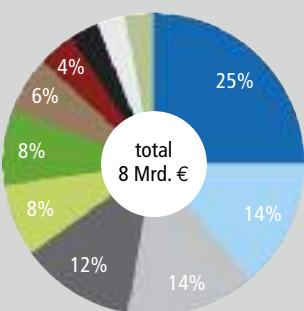
Mineralölverordnung

Auch das Thema der eingesetzten Verbrauchsmaterialien wird vom FFI genauestens analysiert und bei der Schaffung von Gesetzesvorhaben begleitet. Aufgrund seiner hohen Detailkenntnisse ist FFI-Geschäftsführer Christian Schiffers überzeugt, dass die deutsche Mineralölverordnung wegen unzureichender Analytik nicht vollziehbar sei. »Zudem schützt sie den Verbraucher nicht vor Mineralölen in Lebensmitteln, da sie nur auf Lebensmittelverpackungen aus Recyclingpapieren und -kartons abzielt, obwohl mittlerweile zahlreiche Quellen für Mineralölkohlenwasserstoffe in Lebensmitteln



Quelle: Statistisches Bundesamt, WPV (Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung), FFI, Druckmarkt-Archiv.
© Druckmarkt-Grafik 7/2013.

FALTSCHACHTELMÄRKTE 2011



Deutschland	25%
Italien	14%
Großbritannien	14%
Frankreich	12%
Türkei	8%
Spanien	8%
Niederlande	6%
Skandinavien	4%
Österreich	3%
Belgien	3%
Schweiz	3%

Tonnage gesamt 6 Mio. t.

Quelle: ECMA, FFI. © Druckmarkt-Grafik 7/2013.

bekannt sind. Mit dem Hinweis auf die Notwendigkeit von Barrieren propagiert die Mineralölverordnung eine End-of-Pipe-Technologie statt die Ursachen an den Quellen zu bekämpfen«, sagt Schiffers

Mehrwert schaffen

»Wie aus der Vielfalt der Themen, die in unseren Gremien bearbeitet werden, sichtbar wird, sind unsere Mitgliedsunternehmen sehr daran interessiert ihre Wettbewerbsfähigkeit durch Leistungen des FFI kontinuierlich zu verbessern«, stellt Steffen Schnizer fest.

»Faltschachteln können noch einmaliger und unverwechselbarer das Wertekapital einer Marke darstellen, als es bisher genutzt wird, was aufgrund der Konkurrenzsituationen in vielen Produktkategorien von erheblichem Vorteil wäre«, stellt Steffen Schnizer fest.

»Unsere Mitgliedsunternehmen können mit modernen Techniken funktionale und emotionale Aspekte von Marken und Produkten durch attraktive Faltschachteln visuell und haptisch erlebbar machen. Die Wissenschaft hat den Zusammenhang zwischen Verpackungsattraktivität und Kaufentscheidung mehrfach nachgewiesen. Wenn starke Faltschachteln mit klaren Markenbildern multisensuelle Emotionen, Impulse und schnelle Reaktionen für die Kaufentscheidung auslösen, sind sie integraler Bestandteil der Markenkommunikation und generieren einen erheblichen Mehrwert«, betont Schnizer. Der FFI sei fest entschlossen, die Wertschätzung für die Faltschachtel und die Leistungsvielfalt als Faltschachtelhersteller weiter zu steigern.

Dabei zeigt sich Schnizer optimistisch, mit entsprechenden Maßnahmen Aufmerksamkeit bei Entscheidern in Industrie, Handel und bei den Designagenturen zu finden. Zu einem Katalysator für den Wert von Faltschachteln könnten Ergebnisse einer Studie der Organisation Werbungtreibende im Markenverband OWM und McKinsey werden. Darin wird es als bedenklich angesehen, dass Vorstände zu wenig über die Kommunikations- und Medienstrategie ihres Unternehmens wissen. Nur 15% wissen, welche Erfolgsbeiträge einzelne Kanäle leisten. »Hier haben wir mit Faltschachteln gute Voraussetzungen, um ins Gespräch zu kommen«, resümiert Steffen Schnizer zuversichtlich.

➤ www.ffi.de



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER
ROSÉGOLD. STEINE: AQUAMARIN,
AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN,
TANSANIT, TURMALIN
DESIGN BY BARBARA HAUSER

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

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

Der 100-Millionen-Euro-Job

Viele sehen in der Verpackung nur den Zweck, das Produkt zu schützen und einen sicheren Transport zu leisten. Verpackungen können aber weit mehr, wie der Fachverband Faltschachtel-industrie (FFI) einmal mehr belegt. Faltschachteln sind ein Werbeträger erster Güte, dessen Wert bei Weitem unterschätzt wird.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Jährlich tauchen etwa 30.000 neue Produkte und Marken alleine im Lebensmitteleinzelhandel auf. 70% davon (21.000) sind ein Jahr später aus den Ordersätzen des Handels verschwunden. Warum eigentlich, wenn die Spielregeln für eine erfolgreiche Neueinführung bekannt und Standardwissen sein sollten?

Stufe 1: Mit hoher Attraktivität und einer schnellen Marktdurchdringung erzielt man eine hohe Käuferpenetration. Stufe 2: Der Verbraucher hat positive Erfahrungen mit dem Produkt und wird es deshalb akzeptieren, was zu einer hohen Wiederkauf-rate führt.

In einer solchen Kette kann und wird die Produktverpackung eine zentrale Rolle spielen und sich als »Hidden Champion« im Marketing-Mix profilieren können.

Alte Erkenntnisse mit neuen Perspektiven

Bereits 2004 kritisierte der Marketing-Experte Bernd M. Michael, dass Brand Manager oft an der Aufgabe scheitern, eine Produkt-Neueinführung mit einer aufmerksamkeitsstarken Packungsform oder einem exzellenten Packungsdesign zu begleiten. »Leider gilt auch heute noch, dass die Bedeutung der Packung für die Marke als nachrangig behandelt, nicht ausreichend gegen Fremdeinflüsse verteidigt oder gar erst als allerletztes Glied in der Kette von der Produktentwicklung bis zur Markteinführung betrachtet wird«,



Sieht gut aus, ist originell und erfüllt ihren schützenden Zweck als Verpackung. Wenn der Inhalt jetzt auch noch gut schmeckt, wird der Verbraucher sicherlich wieder zu dieser Marke greifen. Die Verpackung wurde von der österreichischen Schachner-Pack GmbH entwickelt. (Fotos: ProCarton)



erläutert **Dr. Michael Faller**, FFI-Vorstand und Geschäftsführer der August Faller AG. »Zum Repertoire jedes Markenartiklers

sollte jedoch gehören, wie Packung als Sinnbild einer Marke entscheidende Wettbewerbsvorteile verschafft und obendrein den Markenwert steigern kann.«

Dabei lässt Dr. Faller keinen Zweifel daran, dass das Marken-, Produkt- und Kommunikationsmanagement heute mit einer Fülle von Strategieansätzen und einem sich immer weiter differenzierenden Instrumentarium der Konsumentenansprache umgehen muss. Nur dann könnten Marken und Produkte in der Unübersichtlichkeit des Angebotes von Fast

Moving Consumer Goods treffsicher und effizient positioniert werden. »Dabei ist nicht allein die Macht des Budgets entscheidend, ob eine Marke, ein Produkt dauerhafte Wahrnehmung erfährt. Vielmehr sind Relevanz, Authentizität und die Bereitschaft zum Dialog die Erfolgsfaktoren – ebenso wie die Fähigkeit, Stärken und Potenziale der unterschiedlichen Kommunikationskanäle in einem integrierten Ansatz miteinander zu verknüpfen«, erläutert Dr. Faller. »Unter den heutigen Marktbedingungen kann keine Produktmarke auf die kompetitive Substanz verzichten, die in der Form oder im Design der Verpackung steckt. Gerade unter diesen Bedingungen wird sich jede Investition in ein eigenständiges Packaging rechnen.«

Einschränkungen brauche sich dabei kein Produktmanager oder Verpackungsdesigner aufzuerlegen, wenn es um Faltschachteln als Produktverpackung geht. Denn gerade die Mitgliedsunternehmen des FFI hätten eine so umfangreiche Kompetenz in der Faltschachtelentwicklung und Veredelung, dass realistische Perspektiven bestünden, die Kraft der Unverwechselbarkeit seines Produktes mit Hilfe der Verpackung zu realisieren, so Dr. Faller.

Werbewert: 100 Mio. Euro

Eine gut gestaltete und im Design außergewöhnliche Packung ist aber keine Übung um ihrer selbst Willen, sondern Mittel zum Zweck. Dem Zweck nämlich, die Verpackung über ihre physikalische Funktion des Schutzes hinaus als Werbeträger zu inszenieren.

Bereits letztes Jahr hatte der FFI eine Studie vorgestellt, die Faltschachteln in einem völlig neuen Licht erscheinen ließen. Die Studie von FFI und Pro Carton verglich Verpackungen für Güter des täglichen Bedarfs mit anderen Kommunikationskanälen wie Internet, Radio, TV, Zeitschriften und Zeitungen etc. und setzte sie in Relation zu zehn spezifischen Marketing-Aufgaben. Damit wurde erstmals die Bedeutung der Verpackung im Medien-Mix deutlich. Nunmehr stellte der FFI einen hoch interessanten Vergleich vor, den ein Kommunikationsberater für einen bedeutenden Markenartikler von Fast Moving



Consumer Goods kalkuliert hat. Dabei attestiert er Produktverpackungen einen Werbewert in Höhe von jährlich 100 Mio. €. Und das anhand einer einfachen, nachvollziehbaren Vergleichsrechnung zwischen Produktverpackung, Werbeanzeige und TV-Spot.

- Der Markenartikler verkauft jährlich 2,5 Mrd. Produkte an den Handel, die in Produktverpackungen am Point of Sale präsentiert werden. Jede dieser Produktverpackungen ist ein ›Touchpoint‹ beziehungsweise Kontakt.

- Im Durchschnitt hat jede Produktverpackungen mit dem Konsumenten drei (sicherlich aber mehr) visuelle und/oder haptische Kontakte: Einkaufen, wegstellen, konsumieren. Das können aber schon im Laden leicht mehr sein: am Regal, beim Zugriff selbst, beim Aus- und Einräumen des Einkaufswagens an der Kasse und schließlich beim Verladen ins Auto. Zu Hause wird das Produkt zunächst weggeräumt und vor dem Konsumieren abermals in die Hand genommen. Handelt es sich beispielsweise um ein Lebensmittel, das während des Konsums auf dem Frühstückstisch steht und nach dem nicht vollständigen Verzehr noch einmal weggeräumt wird, dürfte die Anzahl der Kontakte (von mindestens einer Person) dann noch weit aus höher liegen.

- Bleiben wir aber bei der konservativen Rechnung von drei Kontakten, ergibt dies bei insgesamt 2,5 Mrd. Packungen 7,5 Mrd. Kontakte.

- Vergleicht man diese Kontaktfrequenz mit der Anzeigenwerbung beispielsweise im ›Stern‹, ergibt sich folgende Situation: Eine Ausgabe der Zeitschrift hat circa 7,5 Mio. Leser, davon vielleicht etwa 3,75 Mio. Anzeigenleser. Eine ganzseitige Anzeige im ›Stern‹ kostet 47.000 €. Für 7,5 Mrd. Kontakte müssten also 2.000 Heftseiten und Schaltkosten von 94 Mio. € kalkuliert werden.

- Der Vergleich mit der TV-Werbung fällt dabei nicht viel anders aus. Die RTL-Sendung ›Wer wird Millionär‹ hat 10 Mio. Zuschauer, der Werbeblock wird von (höchstens) 7 Mio. Zuschauern gesehen, ein Werbespot kostet 90.000 €. Um 7,5 Mrd. Werbekontakte in der Sendung zu erreichen, müssten 1.071 Werbespots mit Kosten von 94,4 Mio. € geschaltet werden.

Überzeugungsarbeit

Die Produktverpackung ist also ein wirkungsstarkes und zudem kostengünstiges Medium, das in konzentrierter Form die Markenidee transportiert. Der ›Hidden Champion‹ im Marketing ist nachhaltiger Touchpoint im Kommunikations-Mix, bietet unverwechselbare Wiedererkennung im Regal für Millionen von Konsumenten und leistet damit die eigentliche Überzeugungsarbeit am Point of Sale.

➤ www.inspiration-verpackung.de

➤ www.ffi.de



: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.

Partner globaler Markenartikler

Edelmann feiert sein 100-jähriges Jubiläum. Die internationale Unternehmensgruppe mit Sitz in Heidenheim ist einer der führenden Hersteller von Verpackungslösungen. Nahezu alle großen Marken im HealthCare- und BeautyCare-Bereich haben sich bereits in Verpackungen von Edelmann präsentiert.

Den Grundstein für den Erfolg legte Carl Edelmann 1913 mit dem Kauf einer Steindruckerei in Heidenheim. 1924 stieg er in die Produktion von Faltschachteln für die aufkommenden Markenartikel ein. In den folgenden Jahrzehnten baute das Familienunternehmen das Verpackungsgeschäft aus und wandelte sich von einer einfachen Faltschachteldruckerei zu einem Hersteller hochwertiger Verpackungen für Süßwaren, Pharmazeutika und Kosmetikmarken. Edelmann war stets technologisch führend, verfügte beispielsweise in den 1970ern und 1980ern über die modernsten Druckvorstufen- und Veredelungskapazitäten unter Europas Faltschachtelherstellern. In dieser Zeit begann auch mit ersten Zukäufen das strategische Wachstum der Gruppe. 1995 konzentrierte sich Edelmann auf seine wichtigsten Geschäftsfelder HealthCare und BeautyCare: Es entstand die heutige Spartenorganisation, mit der das Unternehmen seine Kunden noch gezielter beliefern konnte. Mit dem Einstieg in die Produktion von Packungsbeilagen 2009 wurde Edelmann Systemhersteller.

Globales Produktionsnetzwerk

Ab 2002 forcierte Geschäftsführer Dierk Schröder den Ausbau zur internationalen Unternehmensgruppe. Heute verfügt Edelmann als einer der wenigen Verpackungshersteller über ein nahezu alle Kontinente um-

spannendes Netzwerk eigener Produktionsstätten: »Wir orientieren uns unmittelbar an den Anforderungen unserer Kunden – global agierenden Markenartiklern. Wir folgen



ihnen in ihre Märkte und sind dadurch ein verlässlicher Partner im Verpackungsprozess«, erklärt **Dierk Schröder**.

Durch gruppenweit einheitliche Produktions- und Technologiestandards garantiert Edelmann seinen Kunden weltweit eine einheitliche Qualität. Jede Verpackung, die einen der Produktionsstandorte auf dieser Welt verlässt, muss das Qualitätsversprechen »High Q Packaging« erfüllen. Im Laufe des 100-jährigen Bestehens hat Edelmann die Verpackungsbranche in vielen Belangen geprägt. Das Unternehmen schuf oft preisgekrönte Konstruktions- und Druckinnovationen. So stammen Lö-

sungen für kindersichere Arzneimittelverpackungen oder runde Faltschachteln aus der Innovationschmiede Edelmann. Insgesamt meldete die Gruppe über 25 nationale und internationale Patente, Geschmacks- und Gebrauchsmuster an und kann heute auf ein Ideenarchiv von 2.500 Verpackungskreationen zurückgreifen.

Für ihr Qualitätssicherungssystem erhielten die Heidenheimer 1985 als eines der ersten deutschen Unternehmen das RAL Gütezeichen Pharmaverpackungen und damit eine DIN-ISO-Zertifizierung. Das Unternehmen engagiert sich außerdem bei der Entwicklung und Einführung internationaler Produktionsstandards. So war Edelmann maßgeblich an den weltweiten und europäischen Normierungsverfahren zu den Themen Blindenschrift sowie Originalitätsschutz für Arzneimittelverpackungen beteiligt.



Edelmann feiert sein 100-jähriges Bestehen. Hauptsitz und Innovationszentrum der internationalen Unternehmensgruppe ist das Edelmann Service Centrum (ESC) in Heidenheim. Der Verpackungshersteller bietet heute an zwölf Produktionsstandorten in sechs Ländern auf drei Kontinenten High Q Packaging für Health Care und Beauty Care sowie für selektierte Premium-Marktsegmente.

Weiteres Wachstum nicht ausgeschlossen

Auch in Zukunft will die Edelmann Gruppe ihrem Erfolgskonzept treu bleiben: »Wir wollen noch stärker auf die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden eingehen«, erklärt Dierk Schröder. So geht er von einem weiter wachsenden Bedarf an innovativen Markenverpackungskonzepten aus – im Health- und BeautyCare-Bereich sowie in Premiumsegmenten wie beispielsweise Süßwaren.

Auch soll das Angebot für Systemlösungen weiter ausgebaut werden. Edelmann versteht sich als Partner für umfassende Verpackungsprojekte, das Lieferspektrum umfasst Faltschachteln, Packungsbeilagen, Liner, Produktbeigaben und Kunststoffeinsätze. Der Kunde erhält alles aus einer Hand.

Ein weiteres internationales Wachstum ist nicht ausgeschlossen. »Wir sind überzeugt, dass Edelmann auch in Zukunft eine wichtige Rolle im internationalen Verpackungsmarkt spielen wird«, sagt Geschäftsführer Dierk Schröder. »Das Engagement der globalen Markenhersteller und damit die Internationalität des Verpackungsgeschäfts wird durch die dynamische Konsumententwicklung neuer Wachstumsmärkte, allen voran in den Asean-Staaten, auch künftig zunehmen.«

» www.edelmann.de

Warum KBA?



Wenn jeder Bogen zählt... Warum dann KBA?

Die neue Rapida-Generation von KBA im Mittel- und Großformat hat die höchsten Produktionsgeschwindigkeiten, die schnellsten Jobwechsel dank simultaner Rüstprozesse, überlegene Systeme für die Inline-Qualitätskontrolle, eine Bogenanlage ohne Ziehmarke und weitere Alleinstellungsmerkmale.

Das alles bekommen Sie von einem finanziell gesunden und profitablen Hersteller und vom Technologieführer im Bogenoffset. Bleibt nur die Frage: Warum nicht KBA?





Mit Druckbreiten bis zu mehreren Metern sind LFP-Systeme in völlig neue Dimensionen vorgestoßen. Ob Innen- oder Außenwerbung, Poster, Plakate, Ausstattungen für Ausstellungen, Messen und andere Präsentationen, Banner, Teppiche, Fahrzeugverklebungen und weitere großformatige Drucksachen – Large Format Printing ist inzwischen überall dort präsent, wo bisher vor allem der Siebdruck zu Hause war. Dabei kommt die Vielfalt der zu bedruckenden Materialien dem Druck in kleinen Auflagen entgegen. Zwar war der Tintenstrahl Druck in seiner Anfangszeit noch ungeeignet für Außen-Anwendungen bei Wind und Wetter, doch entsprechende Substrate, Veredelungsmethoden und spezielle Tinten haben dazu beigetragen, dass sich Inkjet-Großformate etabliert haben.

Boom ohne Ende?

Der Digitaldruck hat in den letzten 20 Jahren eine unglaubliche Dynamik entwickelt, die völlig neue Anwendungen hervorgebracht hat. Eine der interessantesten Applikationen ist zweifellos das Large Format Printing, ein Markt, der technisch und qualitativ gesehen explodierte und einen fast grenzenlosen Boom erlebte.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Vergleichsweise niedrige Anschaffungskosten und einfache Handhabung haben es gleich zu Beginn der Ära des Digitaldrucks möglich gemacht, dass nicht nur hochspezialisierte Dienstleister aus der grafischen Industrie den großformatigen Druck einsetzen, sondern auch Werbeagenturen und -abteilungen in der Industrie die Möglichkeiten des Large Format Printing (LFP) nutzten. Zum Einsatz kamen dabei Systeme ab dem A3-Überformat.

Agenturen und Vorstufenabteilungen setzten diese zunächst im Proofbereich ein. Was für alle Beteiligten einen sehr diffizilen Umgang mit der neuen Technik, mit Color Management und Standardisierungsbestrebungen bedeutete. Inzwischen ist das Thema weitestgehend abgehakt und auch die Diskussion um Proofherstellung mit Rasterpunkt-Wiedergabe hat inzwischen an Brisanz verloren.

Noch immer werden LFP-Systeme für Inhouse-Proofs eingesetzt. Weitere Anwendungen sind großformatige Imposition- oder Standproofs, die, zum Teil mit Wendeeinrichtung ausgestattet, registerhaltige Formproofs für die Abstimmung mit den Kunden oder internen Abteilungen dienen.

Aber auch Siebdruckereien haben das Potenzial dieser Maschinen längst erkannt. So gibt es inzwischen eine Unzahl an »digitalen Siebdruckereien«, die nach und nach immer intensiver in den rein digitalen Markt wachsen.

Dynamische Entwicklung

Doch hätte der Markt des Large Format Printings mit Anwendungen ausschließlich in der Druckindustrie bei Weitem nicht die Dynamik entwickelt, wie wir sie kennengelernt haben. Schließlich wurden diese Systeme auch nicht für die grafische Branche entwickelt.

Large Format Printer, wie wir sie heute kennen, gibt es erst seit 1991. Diese Systeme waren zunächst für den CAD-Bereich konzipiert. Mit einem Farbdrucker für Strichzeichnungen läutete Encad (später Kodak) 1992 die Ablösung der Stiftplotter ein und ab 1994 kamen die ersten Systeme wie Encad Novajet II oder HP 650c auf den Markt, die farbige Drucke und damit den Einsatz für grafische Anwendungen ermöglichten.

Schon 1998 lag der weltweite Umsatz bei 1,5 Mrd. \$ und hatte sich bis 2000 mehr als verdoppelt. Nach Studien von Markets and Markets wächst der LFP-Markt seit 2011 noch immer um durchschnittlich 5,7% pro Jahr. Bis 2016 soll der weltweite Markt dann ein Volumen von 12,5 Mrd. \$ erreicht haben.

In Deutschland beträgt das Marktpotenzial nach verschiedenen Schätzungen etwa 100.000 Betriebe, die sich aus einer heterogenen Masse aus Fotografen, Messebauern, Copyshops, Agenturen, Inhouse-Produktionsabteilungen der Industrie, Architekten und der grafischen Industrie zusammensetzen. Einer Schät-

zung zufolge nutzen bereits 75% dieser Unternehmen und Abteilungen Large Format Printing. Davon produzieren etwa 65% im technischen Bereich in Ingenieur- oder Architekturbüros, 35% der Systeme kommen auf grafische Anwendungen, was jedoch mit der Druckindustrie nicht gleich zu setzen ist.

Weltweit wurden laut IDC 2012 je Quartal 73.000 LFP-Systeme verkauft, knapp 300.000 Systeme jährlich. Dabei zeigen die Zahlen jedoch, dass sich der Markt für die Hardware langsam einer gewissen Sättigung nähert. Allerdings stellt alleine das Austauschpotenzial von etwa 10% und Jahr ordentliche Umsätze für die Anbieter der Systeme in Aussicht. Dazu kommt natürlich noch der umsatzträchtige Markt der Verbrauchsmaterialien, der Tinten und Bedruckstoffe umfasst.

Vielfältige Märkte

Hersteller und Anbieter von LFP-Systemen schufen und forcierten in den zurückliegenden Jahren eine immer breiter werdende Anwendungspalette. Nischenanwendungen wurden »hoffähig« gemacht und zum festen Bestandteil des Repertoires. Gleichzeitig haben Hardware und die bedruckbaren Medien rasant an Vielfalt zugenommen.

So werden Large-Format-Lösungen heute in allen denkbaren Bereichen eingesetzt. Das reicht vom einfachen Banner über Plakate, den Messebau und den Display-Markt bis hin

zum industriellen Textildruck oder zu Fahrzeugverklebungen.

Auch im Corporate Design sind entsprechende Anwendungen zu finden. Da sich mit digitalen Großformatdruckern individuelle Sujets drucken lassen, können zum Beispiel Unternehmen oder Hotelketten Fußbodenbeläge, Teppiche und Tapeten inklusive des eigenen Logos und entsprechender Hausfarben fertigen lassen.

Fotografen und Künstler haben Large Format Printing als Technologie entdeckt, um ihre Kreationen auszudrucken. Dazu werden Druckmedien verwendet, die vom hochglänzenden Fotopapier über Aquarellpapier bis zu Textilien wie Leinwand oder Seide reichen.

Noch Potenzial vorhanden

Der Markt an sich bietet eine schier endlose Anwendungsvielfalt. Gerade neue, bislang weniger bekannte Applikationen haben noch ein großes Potenzial. Hier könnte LFP auch beispielsweise für den Verpackungsmarkt interessant werden. Auch bei Personalisierungen und Individualisierungen sind noch weitere Anwendungen denkbar.

Dennoch sind Large Format Printer in der klassischen Druckindustrie weit weniger anzutreffen als man annehmen könnte. Lediglich Siebdruckereien haben das Potenzial erkannt – nicht zuletzt deshalb, weil LFP in ihren Märkten professionell





Large Format Printing hat sich bei Fotografen als tägliches Arbeitsmittel etabliert. Digitale Fotos, Bildverarbeitungs-Software und LFP-Drucker samt den angepassten Materialien ersetzen die traditionelle Dunkelkammer. Für LFP-Dienstleister gehört das Weiterverarbeiten, Veredeln und Ausrüsten genauso zum Handwerk wie das Drucken selbst. Für das Finishing werden oftmals größere Räumlichkeiten benötigt als für den »Drucksaal« (siehe Abbildung unten).

eingesetzt werden kann. Damit kaufen sich die Siebdrucker gleichzeitig eine Vereinfachung bei der Formherstellung ein: die chemiebasierte Formenherstellung entfällt komplett. In den Markt der LFP-Applikationen einzusteigen, kann aber auch heute noch durchaus interessant sein, wenn man das eigene Angebot ausweiten und bisher extern vergebene Aufträge im eigenen Haus fertigen will. Zwar ist der Markt ziemlich besetzt und auch hier haben Preiskämpfe bereits eingesetzt, doch für clevere Lösungen ist noch immer ausreichend Platz.

Inkjet hat sich durchgesetzt

Die Anforderungen an die LFP-Systeme sind durch die Vielfalt der Applikationen so gewachsen, dass sich das Angebot an Large Format Printern immer weiter verzweigt. Und zwar im Hinblick auf Technologie, Qualität, Geschwindigkeit, Preis und Flexibilität.

Die Mehrheit der großformatigen Digitaldruckmaschinen sind heute Tintenstrahldrucker, die das Angebot

dominieren. Nur wenige Systeme basieren noch auf Elektrostaten-Technologie oder fotografischen Verfahrenstechniken. Maschinen für rein fotografische Anwendungen auf entsprechendes Material sind ebenso selten geworden.

Heute beherrschen zwei Typen den Markt: Flachbett- und Rollendrucker. Von dem einen oder anderen Hersteller gibt es auch hybride Systeme, die sowohl Rollen als auch starre Materialien verarbeiten, doch sind diese Maschinen eher im oberen Preissegment angesiedelt. Zudem lassen sich die Drucksysteme nach der Art des Inkjet-Verfahrens und vor allem durch den Einsatz der Tinten unterscheiden. Und vor allem durch ihre Größe, die bei bis zu 5 m Druckbreite liegt.

Die technischen Unterschiede werden wir in einem separaten Artikel noch ausführlich beleuchten.

Qualität und Geschwindigkeit

Aus dem Markt, auf dem sich ehemals vor allem kleinere und viele neue Unternehmen (vorwiegend aus

den USA und Israel) tummelten, ist inzwischen eine Industrie geworden, die längst auch große Industrieunternehmen angelockt hat. Interessant ist dabei, wie intensiv sich die ehemaligen Fotogrößen Agfa oder Fujifilm in diesen Markt eingemischt haben. Hier werden Gesamtlösungen aus Druckern (zum Teil OEM-Produkte oder modifizierte Geräte), Color Management Software, Tinten und Materialien in nahezu allen Qualitäten angeboten. Genauso bemerkenswert ist die Palette an Bedruckstoffen, die von Papierfabriken und deren Händlern angeboten werden. Schließlich haben die Materialien erheblichen Einfluss auf die Qualität der Ausdrucke.

Qualität spielt natürlich auch bei der Farbe eine Rolle. LFP-Drucker werden mit bis zu acht und mehr Druckköpfen angeboten für die vier Basisfarben Cyan, Magenta, Yellow, Black und weitere Farben wie Light Magenta und Cyan sowie Grautöne. Und Geschwindigkeit ist natürlich ein Thema. Verfeinerte und schnellere Mechanik sowie ein Trend zur Automatisierung sind festzustellen.

Auch der Einsatz mehrerer Druckköpfe für die Grundfarben bringt nicht nur eine rechnerische Vervielfachung der Leistung. Doch höhere Leistung hat auch ihren Preis.

Die Fronten sind geklärt

Aber auch das in anderen Bereichen längst übliche »Große Fressen« hatte sich vor einigen Jahren im LFP-Markt eingestellt. So beispielsweise akquirierte Gretag zunächst die Unternehmen Raster Graphics, Cymbolic Science und Onyx, wurde dann von Océ geschluckt und ist inzwischen in Canon eingegliedert. Auch HP hatte als prominenten Anbieter Scitex übernommen und auch Efl und andere hatten ordentlich zugekauft.

Entwicklungen dieser Art sind allerdings üblich in rapide wachsenden Märkten bei ersten Anzeichen einer Sättigung. Zumindest bei den Übernahmen gab es in jüngster Zeit keine spektakulären Meldungen mehr. Die Fronten scheinen also vorerst geklärt.



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

»Druckmarkt« gratuliert

Beim EDP-Award 2013 wurden am 26. Juni auf der Fespa in London 23 digitale Druck- und Imaging-Produktions-Tools mit EDP-Awards ausgezeichnet. In ihrem siebten Jahr hat die European Digital Press Association EDP an Stärke gewonnen und repräsentiert nun mit 20 Mitgliedszeitschriften 23 Länder in Europa und damit mehr als 1 Million Leser.

Jedes Jahr treffen sich die EDP-Mitglieder, zu denen seit Jahresbeginn 2013 auch der »Druckmarkt« gehört, um die neuesten Entwicklungen im Digitaldruck zu analysieren und zu diskutieren, um aus der großen Auswahl die besten und innovativsten Technologien und Produkte herauszufiltern. Nach einer Vorauswahl durch den Technischen Ausschuss der European Digital Press Association hat die Generalversammlung der EDP das letzte Wort für die Vergabe der Auszeichnungen.

Die EDP-Awards sind bei den Herstellern in hohem Maße anerkannt und die Trophäe mit dem blauen Logo ist eine angesehene und wertvolle Auszeichnung.

Neil Felton, Geschäftsführer der Fespa und Gastgeber der EDP Association Awards, stellte in seiner Rede die große Bedeutung der Fachzeitschriften und ihre Rolle heraus, die sie in der Kommunikation zwischen Lieferanten und ihren Nutzern ausüben. »Die 23 Preisträger haben gezeigt, dass durch Investitionen in Forschung und Entwicklung auch weiterhin innovative Produkte auf den Markt gebracht werden können. Wir gratulieren allen Gewinnern und Nominierten«, sagt Rudolf Messer, Präsident der EDP.

23 Gewinner

Zu den Gewinnern der diesjährigen Awards im Bereich Software gehören Agfa Graphics mit der Web-to-Print-Lösung Apogee StoreFront,



Die Repräsentanten der ausgezeichneten Unternehmen mit den EDP-Awards bei der Verleihung auf der Fespa 2013.

Hewlett Packard mit der WallArt Solution, Zünd mit Cut Center 2.0 und ColorGate mit dem VDP Creator als bester Software für den Einsatz variable Daten im Large Format Printing. Den Award des Technical Committee erhielt Adobe für die Creative Cloud.

Der EDP-Award ist eine begehrte und bei den Herstellern hoch angesehene Trophäe.



Als beste Tinten und Bedruckstoffe wurden Kyocera für den Biomass Toner, Roland DG für seine Eco-Sol MAX 2 Solvent-Ink-Technologie und 3M für die Envision Wrap Films ausgezeichnet.

Als Gewinner in der Kategorie Drucker (hier nur die Drucksysteme aus dem Bereich Large Format Printing) wurden Epson für das Wide-Format-Rollen-System (bis 1,60 m) SureColor SC-F 70600 ausgezeichnet, der Efi R3225 als das beste Wide-Format-Rollen-System (über 1,60 m), Mimaki erhielt einen Award für den UV-Flachbettdrucker JFX500-2131, Screen für die Truepress Jet 1632 UV und Durst für den Rho P10 250 als bester Hybrid-UV-Drucker der gehobenen Preisklasse (über 200.000 Euro). Bester Wide-Format-Textildrucker wurde der Mutoh ValueJet 1638 W. Ausgezeichnet wurden zudem Palis mit dem SP750 als spezielle industrielle Drucklösung sowie

Kornit Paradigm als beste Integrationslösung für den Siebdruck.

Im Bereich der Finishing-Lösungen wurde Highcon für seine Euclid mit einem Award geehrt und Zünd für die Flachbett-Lösung G3 Move-it. Weitere Auszeichnungen gingen an Digitaldrucksysteme von Xerox, Impika, Ricoh, Konica Minolta und HP Indigo für Systeme im Akzidenzdruck.

Für 2014 melden

Interessierte können sich auf der Internet-Seite der EDP die komplette Dokumentation mit allen Nominierten und Gewinnern downloaden. Ebenso sind dort Informationen zum Award zu finden, der auch im nächsten Jahr wieder vergeben werden soll.

» www.edp-awards.org



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

Diese Aussage der amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn trifft die Situation der grafischen Branche punktgenau. Während viele glaubten, die konjunkturelle Delle sei nur vorübergehend, hat sich das gesamte Umfeld verändert. Heute erwarten Kunden von einer modernen Druckerei, dass sie fit genug ist, sich den Anforderungen einer 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 Management von Druckereien Personen nötig, die als Generalisten administrativ, organisatorisch und mit viel Verständnis für Kreativität zeitgemäße Medien konzipieren, produzieren und kontrollieren können. Fachleute also, die von Betriebswirtschaft und Marketing ebensoviel verstehen wie von technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Studium zum/zur »Publikationsmanager/in« an der »gib« Zürich, der Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation. Mit einer derart qualifizierten Fachkraft sitzen Sie und Ihr Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der »Publikationsmanager« ist Synonym für Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

»gib« Zürich-Studium Publikationsmanager/in

3. Lehrgang PM03, Beginn 5. Oktober 2013

Informieren Sie sich eingehend, unverbindlich und persönlich auch über die Zugangsvoraussetzungen für Studenten aus EU-Ländern. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.



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



KAPAZITÄTEN ERWEITERT Zoo Printing hat seinen fünften und sechsten Efi Vutek-Drucker für das Super-Wide-Format – den UV-Rollendrucker GS3250r und einen LED-Flachbett-/Rollen-Hybriddrucker GS3250lx Pro mit UV-Härtung – in Commerce, Kalifornien, installiert. Der GS3250r mit einer Druckbreite von 3,20 m und einer Auflösung von 1.000 dpi kommt im Super-Wide-Format für Vinylbanner, statisch haftende Folien, Magnetfolien und Grafiken mit selbstklebender Rückseite zum Einsatz. Der Vutek GS3250lx Pro, ebenfalls mit einer Druckbreite von 3,20 m, wird in erster Linie für die Ausgabe starrer Bedruckstoffe eingesetzt, um die Nachfrage nach Werbetafeln und POS-Displays zu befriedigen. ➤ www.efi.com

DRUCKEN AUS LEIDENSCHAFT Mimaki hatte auf der Fespa 2013 einen speziellen, wie ein Aquarium konstruierten Ausstellungsraum für Design-demonstrationen eingerichtet. Hier wurden Entwürfe von Design-Studenten vor Ort produziert und ausgestellt. Zwei Mimaki Drucker (CJV30-60 und UJF3042) waren ausschließlich für die Drucke der Studenten reserviert. »Es war eine gute Gelegenheit, die Aufmerksamkeit der Besucher auf die Begabungen der Studenten zu lenken und der Branche zu zeigen, was mit den Druckern für das Großformat alles möglich ist«, resümiert Mike Horsten, General Manager Marketing von Mimaki EMEA (im Bild links). ➤ www.mimakieurope.com



THE BIGGER PICTURE Auf der Fespa 2013 zeigte Canon zum ersten Mal seit der Übernahme von Océ sein vollständiges Großformat-Portfolio an einem einzigen Stand. Nachdem die Expertise und Technologie von Océ jetzt Teil des Großformat-Portfolios bilden, ist Canon besser als jemals zuvor positioniert. ➤ www.canon.ch

3M ENVISION 3M hat das gesamte Produktsortiment der neuen 3M-Marke Envision vorgestellt. Von der individuellen Fahrzeugbeklebung über architektonische Folierung bis hin zum Branding von Schienenfahrzeugen und Flotten kann das Sortiment eingesetzt werden. Die Wrap-Folie zeichnet sich laut 3M durch ihre hohe Verformbarkeit aus. Zudem punktet die PVC-freie Folie, die teilweise unter Verwendung biologischer Inhaltsstoffe und mit 60% weniger Lösemittel hergestellt wird, in Sachen Nachhaltigkeit. Die 3M Envision transluzenten Folien 3730 und Diffuser-Folien 3735 sind die ersten Folien für die Lichtwerbung, die es ermöglichen, die gleiche Helligkeit mit weniger LEDs zu erzeugen. Sie leisten so einen realen Beitrag zum Energiesparen. ➤ www.3m.de

NEUE TROPFENGROSSE Die swissQprint AG hat für seine Inkjet-Systeme eine neue Tropfengröße von 9 Picolitern eingeführt. Dem Anwender steht damit ein zusätzlicher Produktionsmodus für anspruchsvolle Foto-drucke mit feinen Verlaufsstufen zur Verfügung. Dies sei ohne merklichen Geschwindigkeitsverlust gegenüber der bisher höchsten Qualitätsstufe möglich, meldet das Unternehmen. Werde ein Druckfile für eine Fine-Art-Anwendung gerippt, verwende die Software automatisch die 9-Picoliter-Tropfengröße. So bringe das System eine visuelle Auflösung von 2.160 dpi auf das Substrat. ➤ www.swissqprint.com

Sihl

NEUE ROLL-UP-, POP-UP- UND BACKLIT-MATERIALIEN

Sihl hat Ergänzung für den Roll-up- und Pop-up-Markt mit den Produkten Sihl DuraCure Roll-up 125 und Sihl DuraCure Pop-up 380 vorgestellt. Die neuen Druckmedien wurden für den Einsatz mit UV-Tinten ausgewählt, eignen sich aber auch für Solid-Ink-Systeme und den Offsetdruck. Der Aufbau der Materialien bietet alle Voraussetzungen für die Verwendung in Display- oder Rahmengittersystemen. Der neue Sihl LightCure Backlit Film 140 DS



ist eine doppelseitig bedruckbare Backlit-Folie mit besonderer Mattierung für brillante Farben und hohe Kontraste. Das Sihl DuraCure Roll-up 125 besitzt einen Blockout, der bei diesem nur 150 µm starken Material zu einer höheren Opazität führt. Mit dem Flächengewicht von 125 g/m² ist dieser Verbund von Papier und Folie leicht zu verarbeiten, ohne dabei zu steif oder zu dünn zu wirken. Das in den Breiten 914 mm und 1.067 mm (Länge 61 m) lieferbare Produkt ist aufgrund des Folienkerns dimensionsstabil und bietet auf der matten Oberfläche eine gute Tintenhaftung. Das ähnlich aufgebaute Sihl DuraCure Pop-up 380 – Flächengewicht 385 g/m² – offeriert dem Anwender eine hohe Einreißfestigkeit und Steifigkeit, ist aber gleichzeitig effektiv und wirtschaftlich in der Verarbeitung. Auch hier werden die typischen Breiten 914 mm und 1.067 mm (Länge 30,5 m) angeboten. Das deutlich dickere und steifere Material lässt sich in Rahmengitterdisplayssystemen optimal einsetzen. ➤ www.sihl-direct.de

Zünd Systemtechnik AG

ERFOLGREICH MESSEAUFTRIFF AUS DER FESPA

Über 650 Aussteller präsentierten auf der Fespa in London ihre neuesten Anlagen, Technologien und Verbrauchsmaterialien. Mit dabei war auch dieses Jahr wieder die Zünd Systemtechnik AG. Das Unternehmen präsentierte die neuesten Highlights aus dem Hause Zünd: unter anderem die neueste Version der Zünd Cut Center Software, das ZCC 2.0. Dieses innovative Produkt garantiert zusammen mit den Zünd Cuttersystemen einen



optimalen Arbeitsablauf, was sich in einer hohen Produktionsleistung und einer ausgezeichneten Qualität äußert. Schneiddaten aus allen gängigen RIP- und Nesting-Programmen können durch das ZCC 2.0 cuttergerecht aufbereitet werden. Die Auszeichnung des ZCC 2.0 durch die European Digital Press Association, kurz EDP, zur »Best workflow management solution« bestätigt ein weiteres Mal die Vorreiterrolle der Zünd Systemtechnik AG in Sachen innovativer Technologien. Als zweite Innovation wurde an der Fespa das Tandemvakuumsystem vorgestellt, welches während der Produktion eine effiziente Materialzuführung ermöglicht. Zeit wird gespart und die Produktivität wird erhöht indem das Bedienpersonal auf der einen Seite das Material platziert und der Cutter auf der gegenüberliegenden Seite arbeitet. ➤ www.zund.com

Mimaki UJV500-160**PREISWERTER UV-DRUCKER MIT SCHNELLEM DURCHSATZ**

Mimaki hat den UV-Drucker UJV500-160 erstmals in Europa präsentiert. Der Drucker bietet stromsparende LED-Trocknung mit langlebigen LED-Lampen, neue Tinten und einen Durchsatz von 60 m²/h.

»Einer der faszinierenden Aspekte dieses Druckers«, meint Mike Horsten, General Manager Marketing von Mimaki EMEA, »besteht darin, dass wir die neuen Tinten LUS-200UV gemeinsam mit 3M entwi-



ckelt haben. Wenn diese Tinten auf Medien von 3M eingesetzt werden, kommen sie in den Genuss der 3M MCS-Gewährleistung, die allgemein als die umfassendste Gewährleistung für Grafikprodukte gilt. Sie berücksichtigt das Ausbleichen, die Rissbildung, das Ablösen und weitere Mängel an Grafiken.« Der UJV500-160 gibt ein vollkommen trockenes Druckprodukt aus, das sofort weiterverarbeitet werden kann. Die Tinten LUS-200 sind flexibel und damit ideal für Anwendungen mit gekrümmten Oberflächen wie etwa Fahrzeugvollverklebungen, bei denen andere Tinten durch Dehnung reißen können.

➤ www.mimakieurope.com

**100 Jahre Heytex
NEUE MATERIALIEN
ZUM FIRMENJUBILÄUM**

Seit 100 Jahren bedient das deutsche Traditionsunternehmen Heytex den Weltmarkt mit beschichteten Geweben und Textilien für unterschiedliche Einsatzbereiche. Ergänzt wird das Portfolio durch laminierte Materialien. Im Kerngeschäft Sign-Medien für den digitalen Großformatdruck stellt Heytex im Jubiläumsjahr zwei Neuheiten vor. Heytex digitex decoflex ist ein dehnbare und reißfester Dekostoff auf Polyesterbasis: 200 g/m² leicht,



Das wohl beeindruckendste Heytex Fespa Exponat 2013 war ein 5 x 5 m großer Leuchtkasten, bestückt mit einem nahtlosen Digitex heylux Backlit Textil.

bis 3,05 m breit und schwer entflammbar nach Norm. Er wurde für das Bedrucken mit Dyesub-Tinten entwickelt und kann zusammengeklappt werden. Der Dekostoff überzeugt laut Heytex durch eine brillante Wiedergabe der Motive. Heytex digitex eclipse ist das erste Gewebe mit Schaumbeschichtung in 5 m Breite. Durch die matte und opake Oberflächenstruktur und einer Transluzenz von unter 2% bieten Drucke eine ganz besondere Eleganz. Ermöglicht wird dies durch die Verbindung von Schaumbeschichtung auf der Vorderseite und schwarzem Coating auf der Rückseite.

➤ www.heytex.com

**Xerox Wide Format IJP 2000
XEROX BESCHLEUNIGT
DEN GROSSFORMATDRUCK**

Die Nachfrage nach großformatigen Postern, Schildern sowie Plakaten und Bannern für den Point of Sale steigt. Xerox begegnet dieser Nachfrage jetzt mit dem neuen Großformatdrucker Xerox Wide Format IJP 2000. »Der IJP 2000 setzt neue Maßstäbe in Bezug auf Geschwindigkeit«, sagt Dustin Graupman, Vice President, Inkjet Business, Xerox. »Zu den Hindernissen bei Druckaufträgen im Großformat gehörte bislang, dass die Arbeits-



prozesse deutlich verlangsamen können und dadurch weniger rentabel sind. Deshalb haben wir unseren neuen Großformatdrucker auf einen ununterbrochenen Betrieb ausgelegt.«

Der IJP 2000 erledigt Druckjobs nach Angaben von Xerox mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 420 m²/h bei 1.600 dpi x 1.600 dpi. Das bedeutet, dass er farbige Schilder in fünf Sekunden druckt, neun Meter lange Banner in einer Minute und Produktionsdurchläufe mit 200 Drucken in rund 20 Minuten. Neben Standard- und gestrichenen Papieren gehören Materialien wie Bannerstoff, Fotoglanzpapier, Satin und transluzente Folien dazu.

➤ www.xerox.de

**Mutoh
GROSSFORMATDRUCKER
UND SCHNEIDEPLOTTERSERIE**

Mutoh hat sein Produktportfolio für den digitalen Großformatdruck und computergesteuerte Schneidelösungen mit drei neuen Druckern und einer neuen Schneideplotterserie erweitert.

Der ValueJet Hybrid VJ-1617H (Breite 162,5 cm) ist ein Drucker für den Druck auf starre Medien und von Rolle zu Rolle, der als erster Mutoh-Drucker mit weißer Tinte ausgerüstet ist. Beim ValueJet 1624W handelt es sich um einen Sublimationsdrucker (Breite 162,5 cm), der mit Piezo-Drop-on-Demand-Technologie mit 8 Tintenkanälen ausgestattet ist und Geschwindigkeiten von 9 m²/h bis 38 m²/h liefert.

Der kompakte Drucker DraftStation RJ-900X ist ein neuer 108-cm-breiter Sublimationsdrucker. Der Druckkopf verfügt über 8 Reihen mit jeweils 180 Düsen für variable Tropfen und ermöglicht Auflösungen zwischen 360 dpi x 360 dpi und 1.440 dpi x 1.440 dpi.

Die ValueCut-Serie als neue Schneideplotterreihe ist in den Breiten 610 mm, 1.320 mm und 1.830 mm erhältlich. Die Schneideplotter sind für Beschriftungsarbeiten, das Konturschneiden von vorgedruckten Aufklebern beziehungsweise das Durchschneiden bei der Erstellung von individuellen Aufklebern gedacht. Die Schneidegeräte lassen sich mit jedem Drucker auf dem Markt, der auf PVC-Folie drucken kann, kombinieren.

➤ www.mutoh.de

DRUCKMARKT
impressions

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

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

www.druckmarkt.com

Der LFP-Jumbo

Der Markt für Displays und Aufsteller am POP (Point of Purchase) wird aktuell noch immer von analogen Produktionsmethoden wie dem Offset- und Flexodruck dominiert. Die Nachfrage nach kleineren Auflagen und schnelleren Umschlagszeiten steigt nach Angaben von HP jedoch ständig.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Gerade bei kleinen Auflagen hätten Druckereien jedoch Schwierigkeiten, diese in den herkömmlichen Druckverfahren herzustellen. Andererseits erforderten einige Produkte, die traditionell im Offset-Verfahren hergestellt werden, eine hohe Druckqualität und Produktivität, die von digitalen Technologien bisher nicht erreicht werden konnten.

Industrieller Großformatdruck

Die jetzt vorgestellte Scitex FB10000 sei genau für diese Herausforderungen konzipiert worden, teilt HP mit, und könne Druckereien dabei helfen, sich einen größeren Anteil am Display-Markt zu sichern oder zu erschließen.

Das Drucksystem gewährleiste eine Kombination aus Schnelligkeit, Qualität und Vielseitigkeit und wird von HP als industrielle Digitaldruckmaschine klassifiziert. Druckereien profitierten von der Möglichkeit, kleinere Auflagen in kurzer Zeit herstellen zu können und könnten mit digitaler Technik den Wünschen ihrer Kunden entgegen kommen.

Das sechsfarbig arbeitende Drucksystem verfügt über die sogenannte High Dynamic Range (HDR) Printing-Technologie, die Herstellerangaben zufolge hohe Qualität und eine dynamische Kontrolle der Punktgrößen bietet. Die HDR-Technologie erzeuge je nach Bildmotiv unterschiedliche Tröpfchengrößen von 15, 30 oder 45 Picoliter. So sorgen in dunklen Bereichen große Tröpfchen für eine hohe



Gut 55 m² Stellfläche (11 m x 5 m) muss man für den HP Scitex FB10000 schon reservieren. Dafür bietet das industrielle Drucksystem auch eine Leistung von bis zu 625 m²/h.

Produktivität, während in Bereichen mit hoher Detailzeichnung kleine Tröpfchengrößen für die geforderte Qualität sorgen. Bei weichen Farbverläufen und -übergängen könnten Tintentröpfchen beider Größen gedruckt werden. Zudem sorgen die 16 Graustufen laut HP für einen größeren Farbumfang und weiche Farbverläufe.

Zum Einsatz kommen dabei die neuen HP-HDR-240-Tinten in den Prozessfarben CMYK plus Light Cyan und Light Magenta. Pro Farbe werden 52 Druckköpfe eingesetzt. Demnach besitzt die Maschine also 312 Druckköpfe. Die Tinten verfügen laut HP über eine exzellente Haftung auf einer großen Bandbreite von Bedruckstoffen.

Der Flachbettdrucker, der starre und flexible Medien in einem Format von bis zu 160 cm x 320 cm bedrucken kann, verarbeitet Substrate wie Acryl-, PVC-, Styropor-, Wellpappen- und Hartschaumplatten sowie Plat-

ten aus Polycarbonat, Polypropylen, PE oder synthetisches Papier. Die maximale Materialstärke darf dabei bis zu 25 mm betragen.

Spitzenauslastungen

Für das Materialhandling kann der Anwender zwischen manueller Bestückung oder optionalen halb- und 3/4-automatischen Anlegern wählen. Dabei könnte sich die manuelle Variante jedoch schnell als unterdimensioniert herausstellen.

Schließlich druckt die FB10000 im schnellsten Modus rund 125 Bogen im Format 160 cm x 320 cm je Stunde einschließlich komplettem Beladungs- und Entladungszyklus oder 625 m²/h. Das entspricht rein rechnerisch 750 B1-Bogen im Format 70 cm x 100 cm. Selbst bei der Produktionsgeschwindigkeit im sogenannten Sample-Modus von 312 m²/h produziert die Maschine noch 65 Vollformate. Diese Leistungen ent-

sprechen den technischen Spezifikationen des Drucksystems. Wie bei allen Druckmaschinen sind die Leistungen immer auch vom jeweiligen Bedruckstoff abhängig.

Dennoch: Mit dem Drucksystem HP Scitex FB10000 können Druckereien nun im Direktdruck durchaus Spitzenauslastungen mit hoher Druckqualität bewältigen.

Die automatisierte Maschinen-Kalibrierung ermöglicht dabei eine stabile Produktion, spart Zeit und erhöht die Effizienz, während der proaktive Wartungsplaner HP Scitex Print Care mit automatisierten Diagnosen und Warnmeldungen dafür sorgt, dass die Drucksysteme störungsfrei laufen.

Das neue Drucksystem wird voraussichtlich ab 1. November erhältlich sein.

➤ www.hp.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



Ein neues Werkzeug namens Digitaldruck

Eine neue Ära der Herstellung von Verpackungen ist eingeläutet. Die Model AG in Weinfelden, Schweizer Hersteller von Verpackungen, hat die digitale Verpackungs-Produktion mit einer Inca Onset S40 aufgenommen und arbeitet als Beta-Tester mit Fujifilm an der Entwicklung der neuen Uvjet-OC-Tinten für Wellpappe-Anwendungen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als kleine Pappenfabrik im Jahr 1882 gegründet, fand Model sehr bald seine Nische in der Produktion von Wellpappe und Industrieverpackungen. Heute ist die Model Group ein etabliertes, international agierendes Familienunternehmen mit Sitz im Schweizerischen Weinfelden und wird in der vierten Generation geführt.

16 Niederlassungen und Produktionsstätten verteilen sich auf acht weitere Länder in Europa. Insgesamt beschäftigt Model mehr als 3.000 Mitarbeiter, 550 davon am Stammsitz in Weinfelden. Im Jahr 2011 produzierte die Gruppe 619 Mio. m² Wellpappe, 26.300 Tonnen Kartonaugen und 284.200 Tonnen Vollpappe. Im Laufe der Jahre hat sich das Unternehmen einen guten Ruf in einer Vielzahl von Märkten wie der Lebensmittelbranche, der Kosmetik- und Automobilindustrie aufgebaut. Konzerne wie Unilever, L'Oreal, Nestle und Kraft vertrauen Model als kompetentem Anbieter, der auch die anspruchsvollsten Anforderungen annimmt und durch einen ganzheitlichen Ansatz löst.

Dienste rund um die Verpackung

Model bietet eine umfassende Palette von Dienstleistungen vom Entwurf bis zur Herstellung von Verpackungen, den Aufbau von Displays und Boxen einschließlich der Entsorgung und Verwertung von Karton- und Wellpappe-Abfällen. Durch die Kombination von Substraten, Druck-

und Veredelungstechniken werden einzigartige Produkte für spezifische Kundenanforderungen entwickelt. Dieses Know-how wird im Innovations- und Competence-Center (ICC) in der Firmenzentrale in Weinfelden gebündelt, wo zudem neue Verpackungen entwickelt werden.

Qualität hat oberste Priorität

Die Model-Gruppe produziert traditionell im Offsetdruck sowie mit Flexodruck-Maschinen. Vor etwa zehn Jahren startete Model im ICC in Weinfelden eine Untersuchung des Digitaldrucks für den Einsatz in der Verpackung und erkannte die Möglichkeiten als professionelles Herstellungsverfahren.

Nachdem zunächst mit einem Partner experimentiert wurde, installierte Model 2008 erste Inkjet-Flachbett-Systeme, um eigene Erfahrungen im Digitaldruck zu sammeln. »In den letzten Jahren ist die Bedeutung des Digitaldrucks stetig gewachsen. Es gibt eine zunehmende Nachfrage nach kurzfristig hergestellten und personalisierten Produkten sowie starken Druck, die Kosten zu reduzieren«, erläutert Edoardo Finotti, Leiter des Model ICC. »Der Digitaldruck ist die perfekte Antwort auf all diese Anforderungen.«

Model erwartet jedoch bei den neuen Entwicklungen im Digitaldruck Produktivität, hohe Qualität und zuverlässige Technologien, um die hohen Standards, die in der Verpa-

ckungsindustrie benötigt werden, erfüllen zu können. Diesen Anforderungen wird der Großformat-Flachbett-Inkjetdrucker Inca Onset S40 von Fujifilm offenbar gerecht.

»Qualität hat oberste Priorität für Model. Wir waren von der fotografischen Qualität, wie sie die Onset S40 liefert, beeindruckt. Doch mehr noch ist diese Druckmaschine ein Arbeitstier, das außerordentliche Produktivität garantiert und perfekt in unser Workflow passt«, sagt Edoardo Finotti. »Die Onset S40 hebt die sprichwörtliche Flexibilität des Digitaldrucks auf höchstes Niveau. Diese Maschine ermöglicht es uns, maßgeschneiderte Verpackungen und Displays mit mehr Effizienz abzuwickeln, da die Produktion nicht durch einen aufwändigen Prepress-Prozess bei Druckplatten und so weiter ausgebremst wird.«

Partnerschaft bei der Tintenentwicklung

Die Maschine druckt bis zu 470 m²/h und bietet Qualität und Flexibilität bei vergleichsweise niedrigen Kosten. Die Onset S40 kann direkt auf großformatige Bedruckstoffe bis zu 50 mm Stärke drucken und produziert Displays und Verpackungen mit einer Auflösung von 600 dpi in einem Druckdurchgang in vier oder sechs Farben.

Nach dem Kauf der Onset S40 im Mai 2012 hat Model eine eigene Abteilung für den Digitaldruck innerhalb seines Werks in Weinfelden



»Noch ist der Digitaldruck nur ein neues Werkzeug in unserem traditionellen Arbeitsumfeld. Doch wir sind zuversichtlich, dass die digitale Technologie wachsen wird, da sie ausgezeichnete Lösungen bietet, die uns in einem sich schnell ändernden Markt konkurrenzfähig macht«, erklärt Edoardo Finotti, Leiter des Innovations- und Competence-Centers bei Model in Weinfelden.



etabliert. Hier arbeiten vier Mitarbeiter im Drei-Schicht-Betrieb an der Onset S40 sowie einem digitalen Schneideplotter Zünd G3.

»Wir haben uns auf einen vollautomatischen Digital-Workflow konzentriert und arbeiten jetzt an der Feinabstimmung zwischen Druck und Weiterverarbeitung«, erläutert Edoardo Finotti. »Denn wir produzieren sowohl mit dem Zünd-Schneideplotter als auch mit traditionellen Stanzmaschinen, um die verschiedenen Anforderungen der Produktion abzudecken.«

In Zusammenarbeit mit Fujifilm begleitet Model als Partner zudem die Entwicklung der neuen Uvijet-OC-Tinten für Wellpappe-Anwendungen. »Wir freuen uns, an vorderster Front mit Fujifilm bei der Formulierung der am besten geeigneten Farben für den extrem anspruchsvollen Packaging- und Display-Markt mithelfen zu können«, erklärt Finotti. Die neuen Uvijet-OC-Tinten liefern nach seiner Ansicht hervorragende Ergebnisse für den sehr speziellen POS- und Display-Markt.

Eine digitale Zukunft

Noch macht der Digitaldruck erst einen sehr kleinen Prozentsatz des Geschäftes bei Model aus und ist nur ein neues Werkzeug in einem traditionellen Arbeitsumfeld. Dennoch zeigt sich Edoardo Finotti überzeugt: »Für uns ist das die Zukunft«.

Inca Onset SQ40i HOCHAUFLÖSENDERE VERSION DES INCA ONSET S40i

Inca Digital Printers und Fujifilm haben einen neuen Flachbett-UV-Tintenstrahldrucker vorgestellt: den Inca Onset Q40i. Das System ist nach Angaben des Herstellers eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach Flachbettdruckern hoher Qualität. Mit ihm lassen sich Medien bis zu einer Größe von 3,14 m x 1,60 m und in Dicken bis 50 mm bedrucken. Der mit den neuesten Spectra Dimatix QS10-Druckköpfen von Fujifilm ausgestattete



Inca Onset Q40i liefert eine Tropfengröße von 10 Pikolitern im Vergleich zu 27 Pikolitern beim S40i-Modell. Die daraus resultierende Auflösung von 1.200 dpi erzeugt extrem scharfe Bilder und Texte, feine Linien und weiche Farbabstufungen. Der hochauflösende Inca Onset Q40i druckt bis zu 310 m²/Stunde.

Mit der Einführung des Inca Onset Q40i mit vier und sechs Farben bietet die Inca Onset-Serie nun 20 verschiedene Konfigurationen. Dem Markt stehen damit eine Reihe von produktiven und qualitativ hochwertigen Geräten zur Verfügung, aus denen Unternehmen das passende Modell mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis wählen können.

➤ www.incadigital.com

Canon SCHNELLER OCÉ COLORWAVE 900 LFP-DRUCKER

Canon stellte das Océ ColorWave 900 System vor – einen digitalen Farbdruker, der wesentlich schneller druckt als andere Tintenstrahlsysteme. Die Besucher des Canon Stands auf der Fespa 2013 in London waren die ersten, die den Océ ColorWave 900 Drucker in Augenschein nehmen konnten. Durch die Memjet Drucktechnologie erreicht der Océ ColorWave 900 nach Angaben von Canon eine Druckgeschwindigkeit von mehr als

1.100 m²/h. Für einen Ausdruck, der in seiner Länge der Höhe des Eiffelturms entspricht, benötige er nur eine halbe Stunde. Mit 3,4 Mrd. Tropfen pro Sekunde, die aus jeweils 1,2 Picoliter wasserbasierter Tinte bestehen, erziele die Maschine eine Auflösung von 1.600 dpi x 1.600 dpi.

Der Großformatdrucker hat eine Druckbreite von 106,7 cm und bietet eine Medienkapazität mit sechs Materialrollen von bis zu maximal 1.200 m. Die Ausdrucke werden zugeschnitten und trocken in einer Stapelanlage mit hohem Fassungsvermögen gebrauchsfertig abgelegt. Die Stapleinheit verfügt über eine doppelte Papierablage, die das gleichzeitige Drucken und Entnehmen von Prints ermöglicht und damit sowohl die Maschinenlaufzeit als auch die Produktivität weiter erhöht.

Der Océ ColorWave 900 Drucker eignet sich für ein breites Spektrum von Anwendungen – beispielsweise für die Produktion von POS-, Ausstellungs- und Messematerialien, Thekendisplays, technische Zeichnungen und Landkarten.

➤ www.canon.de

Fespa 2013 GROSSARTIGE INTERNATIONALE MESSE FÜR ROLAND DG

Roland DG zog eine sehr erfolgreiche Bilanz der Fespa 2013, da der Stand gut besucht, zahlreiche Verkäufe getätigt und eine Reihe exzellenter internationaler Kontakte geknüpft wurde.

Eli Keersmaekers, President European Sales HQ: »Die Fespa 2013 war eine großartige Messe für Roland DG. Viele internationale Besucher interessierten sich in hohem Maße für unser gesamtes Sortiment. Die Neuzugänge der SolJet-



Pro4-Reihe, der XF-640-Drucker und der XR-640-Drucker/Schneideplotter, standen im Mittelpunkt des Interesses von sowohl Werbetechnikern als auch gewerblichen und digitalen Druckern aus aller Welt, die die Produktivität und Qualität dieser Geräte bewunderten.«

Der Pro 4 XF-640 ist Roland DGs neuer Hochgeschwindigkeitsdrucker. Er druckt bis zu 102 m²/h und ist sowohl für Anwendungen im Außen- als auch Innenbereich konstruiert. Der XF-640 ist das ideale Produktionsmittel für Schilder, Banner, Fahrzeuggrafiken, Fenstergrafiken, POP-Displays, Ausstellungsgrafiken, Poster usw.

Auch eine beeindruckende Auswahl von Kundenreferenzen aus aller Welt fesselte die Aufmerksamkeit der internationalen Besucher. Bei alldem zeichnete Rolands Hauskarakterist fleißig Kunden, Händler und Partner, während sie sich im Roland Café am Stand stärkten.

➤ www.rolanddg.de

MIMAKI MIT NEUER TINTE Mimaki hat die Verfügbarkeit einer neuen Latex-Tinte für seine Inkjetdrucker JV400-130/160LX bekanntgegeben. Durch die zusätzlichen Farben Orange und Grün lassen sich Sonderfarben noch exakter reproduzieren. Die neuen Tinten und der damit mögliche



Sechsfarbdruk, der von der RIP-Software RasterLink6 unterstützt wird, sind ab sofort erhältlich.

Die Tinten sind umweltfreundlicher als Lösemitteltinten, gewährleisten aber eine gleichwertige

Haltbarkeit bei Außenanwendungen und vereinen damit die Vorteile beider Tintenarten mit einer geringen Umweltbelastung. Die neuen Tinten erzeugen glänzendere und brillantere Farben als die aktuelle Tinte LX100 von Mimaki. > www.mimakieurope.com

NEUES PROOFPAPIER Tecco hat ein neues Papier für den Proofingmarkt vorgestellt. Das »Efi Offset Proof Paper 9140XF Semimatt« ist Nachfolger des 9100 Semimatt und mit 140 g/m² Gewicht das weltweit leichteste Proofpapier mit Fogra-Zertifizierung. Das bietet Vorteile bei Transport und Versand der Proofs bei der Gewichtsoptimierung und Knickfähigkeit. Das Material wurde speziell für die Simulation von Offsetdrucken entwickelt. Der große Farbraum und die Qualität decken die Papiertypen der Klasse eins und zwei ab. Die Anmutung entspricht einem Offset-Auflagenpapier. Es hat eine Stärke von 150 µ, eine Opazität von 90%, einen Glanz (Tappi 75) von 56%, LAB-Papierweiß von 97,30/0,90/-0,80. Das Efi Offset Proof Paper 9140XF ergänzt das 200 Gramm schwere Efi Offset Proof Paper 9200, ist lieferbar in Rollenbreiten von 10 bis 64 Zoll und in Blattformaten von DIN A4 bis DIN A1. > www.efi.com > www.tecco.de

SCHNELLSTER ROLAND-DRUCKER Roland DG präsentierte den SolJet PRO4 XF-640 mit 162,5 cm Druckbreite als schnellsten Großformatdrucker des Unternehmens. Er enthält die neueste Generation von Druckköpfen sowie ein neues Aufwickel- und Andruckrollsystem. Zusätzlich verfügt der XF-640 über eine



ganze Reihe an Funktionen für Drucke bei einer Geschwindigkeit bis zu 102 m²/h. Der für Indoor- und Outdooranwendungen konzipierte XF-640 ist geeignet für Schilder, Banner,

Fahrzeugverklebungen, Fenstergrafiken, POP-Displays, Messeanwendungen, Poster und mehr. Durch die gespiegelte CMYK-Tintenkonfiguration wird Streifenbildung eliminiert und bei der Verarbeitung großer Grafikdateien eine konsistente Farbwiedergabe erreicht. > www.rolanddg.de

ENTWICKLUNGSUNTERSTÜTZUNG Auf der Fespa präsentierte die Thieme GmbH ihr Konzept zur Entwicklungsunterstützung. Die Produktstrategie, individuelle Lösungen statt Standardmaschinen anzubieten, stieß nach einer Meldung des Herstellers auf großes Interesse. Schwerpunkte waren der Druck technischer Funktionen wie gedruckte Elektronik und Sensorik. Da jede technische Anwendung ihre Spezifika aufweist, bietet Thieme hierfür individuell konzipierte Maschinenkonzepte auf Basis bewährter Komponenten an. > www.thieme.eu

Just Normlicht Wall Illuminator NORMGERECHTE WANDAUSLEUCHTUNG

Just Normlicht nutzte die Fespa 2013 für die Weltpremiere seiner neuen Lösung der Wandausleuchtung: »Just Normlicht Wall Illuminator«. Diese macht es möglich, eine gesamte Wand normgerecht auszuleuchten und somit eine farbverbindliche Wiedergabe zu gewährleisten.

Just Normlicht bietet fünf vordefinierte Formate an, um eine vertikale Überprüfung von Large-Format-Drucken zu ermöglichen:



Weltneuheit Wall Illuminator sowie Multispektrale LED-Lichtquelle, Virtual Proof Station und Color Communicator auf der Fespa 2013 bei Just Normlicht.

Just Normlicht Wall Illuminator 5x5 (Fuß = 1,524 x 1,524 m) arbeitet mit einer Just 58W moduLight-Leuchte, welche im korrekten Winkel und im korrekten Abstand angebracht wird, um konform zu sein nach ISO 3664:2009 P1, ohne weitere Beleuchtung vom Boden zu benötigen.

Just Normlicht Wall Illuminator 5x10 (1,524 x 3,048 m) arbeitet mit zwei Just 36W moduLight-Leuchten, um eine Fläche zu beleuchten, die sich ideal eignet, um Wide-Format-Drucke zu beurteilen. Sobald zwei Leuchten zum Einsatz kommen, werden die moduLight-Leuchten als Master-Slave-Kombination geschaltet.

Just Normlicht Wall Illuminator 8x11 (2,4384 x 3,3528 m) nutzt zwei Just 58W moduLight-Leuchten und eignet sich sehr gut zur farblichen Untersuchung von Ausstellungsscheiben, Geschäftsbeschilderungen, Gebäudeverhüllungen, Reklametafeln und anderen Wide-Format-Anwendungen.

> www.just-normlicht.de

Sihl Prepasted WallpaperSol ALL-IN-ONE – DRUCKEN, EINWEICHEN, TAPEZIEREN

Mit dem neuen Sihl Prepasted WallpaperSol Persomural 225 ergänzt Sihl sein breites Sortiment an bedruckbaren Tapeten um ein »All-inclusive«-Produkt. Mit dieser hochwertigen Vliestapete ist der Weg von der Datei zur fertigen Tapete an der Wand noch kürzer. Der bereits integrierte, wasseraktivierbare Kleister vereinfacht die Verarbeitung nach dem Druck enorm. Bei Sihl Prepasted WallpaperSol Persomural 225 handelt es sich um



Das Sihl Prepasted WallpaperSol ist eine hochwertige bedruckbare Tapete mit integriertem, wasseraktivierbarem Kleister für eine einfache Druckverarbeitung.

eine hochwertige Vliestapete mit einer speziellen, seidenmatten Inkjetbeschichtung für Lösemitteltinten, die durch ihre glatte, satinierte Oberfläche einen sehr edlen Charakter aufweist. Aufgrund des großen darstellbaren Farbraums wirken fotografische und grafische aber auch künstlerische oder abstrakte Motive sehr realistisch. Optimal für die Verarbeitung sind dabei die besonders kurzen Trocknungszeiten mit Lösemitteltinten. Die fertig bedruckte Tapete braucht nur noch vor Ort in Wasser eingeweicht und an die Wand oder anderen Flächen aufgeklebt werden. Damit entfällt der lästige Arbeitsschritt des Kleisteranrührens. Vor allem aber befreit dies den Anwender vor der oftmals schwierigen Frage nach dem geeigneten Kleister.

> www.sihl.com

Esko**ERGEBNISSE, DIE FREUDE MACHEN**

Um straffere, effizientere Abläufe zur Produktion von Werbemitteln und Außenwerbung mit höherem Aufmerksamkeitswert – darum drehte sich der diesjährige Auftritt von Esko auf der Fespa 2013. Entsprechend vielfältig war das Angebot von Hard- und Softwarelösungen.

Vorteil der Lösungen ist laut Esko die nahtlose Eingliederung in jede denkbare Produktionskette in der Werbetechnik. Demonstriert wurde



dies anhand der Schneideanlage Kongsberg i-XP24, der i-cut Suite aus Prepress- und Workflow-Anwendungen sowie der Softwareprogramme ArtiosCAD für das Konstruktionsdesign und Studio für den 3D-Entwurf.

An drei Workstations zeigte Esko, wie das Softwareportfolio den Herausforderungen im Arbeitsablauf begegnen kann. Nachgelegt hat Esko insbesondere in Sachen Automatisierung. Workflow-Vorlagen für typische Umgebungen in der Werbetechnik beispielsweise erleichtern die Erstkonfiguration, während die Sammelformerstellung mit Warteschlangen ungeahnte Materialeinsparungen ermöglicht: Über Algorithmen werden die auszugebenden Nutzen möglichst eng verschachtelt und unter Berücksichtigung von Kriterien wie Substrat, Stückzahl und Liefertermin ausgegeben. Letztlich behält jedoch der Bediener das Sagen: Eine vorzeitige Ausgabe kann jederzeit veranlasst werden.

➤ www.esko.com

Agfa Graphics mit LFP-Neuheiten**Innovativer Ansatz für großformatige Drucksysteme**

Neben einer Reihe von Neuheiten bei den großformatigen UV-Drucksystemen Anapurna und Jeti stellte Agfa Graphics auf der Fespa 2013 auch den speziell für das Segment Sign & Display entwickelten PDF-Workflow Asanti vor.

Neu in der Anapurna-Familie ist die Anapurna M3200 RTR, ein professionelles UV-Rollendrucksystem der mittleren Preisklasse mit einer Druckbreite von 3,20 m für die Herstellung von Bannern und Displays zum Beispiel für Backlit-Displays. Mit einer neuen Generation von Druckköpfen liefert das System eine hohe Produktivität und Qualität bei Investitionskosten, wie sie in diesem Marktsegment bisher nicht denkbar waren. Ebenfalls neu ist die Anapurna M2500 mit der Vielseitigkeit der Anapurna M2050 mit sechs Far-



Die neue Anapurna 3200 RTR.

ben und hochdichtem Weiß auf einer größeren Plattform. Durch das spezielle Hybrid-Transportband unterstützt die Anapurna 2500 den Druck auf flexible und starre Materialien mit einer Breite von 2,50 m.

Als Erweiterung der Jeti Titan-Modellreihe, den modularen großformatigen Drucksysteme mit UV-trocknenden Drucktinten, brachte Agfa Graphics den Jeti TitanX auf den Markt, der ein Flachbett im Format 3,10 m x 2,00 m bietet. Der Drucktisch basiert auf einem robusten Stahlrahmen und verwendet eine lineare Transporttechnologie für hohe Genauigkeit. Durch die sogenannte Topologie-Optimierung wird der Einfluss mikroskopisch kleiner Schwankungen weiter verringert. Dabei tastet eine Kamera das Flachbett ab, um eine topografische Karte der Druckfläche zu erzeugen. Im Hintergrund führen die Algorithmen Geschwindigkeitsausgleichsberechnungen durch, um eine optimale Platzierung der Druckpunkte zu gewährleisten.

Der Jeti TitanX in seiner Flachbett-Technologie mit einem beweglichen Drucktisch ist als vielseitige Druck-Plattform für große Formate ausgelegt, die hohe Produktivität und Druckqualität mit Farbgenauigkeit kombiniert. Der Jeti TitanX erlaubt dem Bediener den schnellen Wechsel vom Vierfarbendruck auf den Sechsfarbedruck. In beiden Betriebsmodi bietet er die Vielseitigkeit von weißer Drucktinte mit acht speziellen Weißköpfen aus insgesamt 48 Druckköpfen.

Für höhere Produktivität nutzt der Jeti TitanX die schnell trocknenden UV-Drucktinten Anuvia von Agfa Graphics, die speziell für Highend-Produktionssysteme entwickelt wurden. Diese bieten hohe Beständigkeit gegen Chemikalien und Abrieb sowie eine gute Haftung auf den Bedruckstoffen. Ihre kräftigen, lebendigen Farben vereinen hohe Farbbeständigkeit und ausgezeichnete Lichtechtheit.

➤ www.agfagraphics.de

TexBanner white 135**NEUER VLIESBANNER****ALS ALTERNATIVE ZU TYVEK**

Sihi präsentiert mit dem neuen TexBanner white 135 Vliesbanner ein vielfältig für Werbezwecke aller Art einsetzbares, synthetisches Material mit matter Beschichtung für wässrige Tintensysteme. Es bietet damit alle Vorteile von Papier und Vlies zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis.

Die diesjährige Fespa in London war Schauplatz für den neuen Sihi TexBanner white 135, der eine kostengünstige Alternative zum bereits



Das Sihi TexBanner ist eine kostengünstige und umweltfreundliche Vliesbanner-Alternative zum im Markt befindlichen Tyvek.

im Markt befindlichen Tyvek darstellt. Das weiße Basismaterial aus 100% synthetischem Vlies ist mit einer hochwertigen, wasserfesten Inkjet-Beschichtung veredelt. Es ist sehr flexibel und leicht wie ein Textilmaterial. Haptik und die optische Anmutung fallen dabei sehr edel aus. Der TexBanner kann geheftet, genäht und geöst werden. So können die Drucke aufgrund der hohen Zug- und Reißfestigkeit universell weiterverarbeitet werden.

Er ist sowohl im Innen- als auch Außenbereich einsetzbar. Das 310 µm dicke Material lässt sich mit allen handelsüblichen Großformatdruckern verwenden und ist in den Breiten 610, 914, 1.067, 1.118, 1.270, 1.372 und 1.524 mm verfügbar.

➤ www.sihl.com

Canon

NEUE OCÉ ARIZONA UV-FLACHBETTDRUCKERSERIE

Canon hat die neue UV-Flachbettdruckerserie Océ Arizona 600 eingeführt. Gegenüber den Océ Arizona 550 Modellen, die durch die neuen Drucker ersetzt werden, bietet sie wichtige Verbesserungen und eine erhöhte Vielseitigkeit mit bis zu sechs unabhängigen Tintenkanälen, die so konfiguriert werden können, dass sie die jeweiligen besonderen Anforderungen der Druckdienstleister erfüllen.

Die vier neuen Modelle der Océ Arizona Serie – die Océ Arizona 640 GT, 640 XT, 660 GT und die Océ Arizona 660 XT – eignen sich sowohl für Druckdienstleister, die einen hohen Durchsatz in der Produktion benötigen, als auch für diejenigen, die sich mehr auf spezielle Projekte konzentrieren und zusätzliche Tintenkanäle benötigen, um die Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten zu erhöhen.

Die Modelle der Océ Arizona 600 GT Serie verfügen über Standard-Tischformate von 1,25 m x 2,50 m während die Drucker der Océ Arizona 600 XT Serie Tische in Übergröße im Format von 2,50 m x 3,05 m bieten. Beide Versionen können auf starre Materialien bis zu 50,8 mm Stärke drucken. Für alle Modelle ist eine Rollenmaterialoption erhältlich, um auf flexiblen Medien von bis 2,20 m Breite zu drucken. Alle Modelle nutzen die Océ Vario-Dot Bildherstellungstechnologie, die eine hohe Bildqualität ermöglicht. Zusätzlich bieten mehrere neue Funktionen eine höhere Anwendungsbandbreite und mehr Effizienz. So etwa die aktive Pixel-Platzierungskompensation – für optimale Schärfe, Dichte und Homogenität des Bildes über den gesamten Druckbereich – sowohl im Flachbettdruck als auch bei der Rollenmaterialoption oder vorkonfigurierten Vakuumzonen, um die manuelle Maskierung zu minimieren und so den Arbeitsaufwand zu verringern.

➤ www.canon.de

Mimaki

25 JAHRE KOMPETENZ IM SCHNEIDEN

Mimaki hat nach eigenen Angaben bei Schneideplottern inzwischen eine Erfahrung von mehr als 25 Jahren. Das Angebot der Mimaki Schneideplotter umfasst 60 cm breite Desktopmodelle und bis zu 160 cm breite Produktionsmaschinen. Die Schneidegeschwindigkeit liegt zwischen 60 cm/Sek. und 100 cm/Sek. Die Half-Cut-Funktion hält das Motiv nach dem Schneiden fest, damit die Aufkleber nicht auf den Boden fallen, und ermöglicht



somit die Herstellung perfekter Sticker und Aufkleber.

Jetzt hat Mimaki eine neue Generation von Schneideplottern, die Serie CG-SRIII vorgestellt. Die Serie arbeitet mit einer Geschwindigkeit von 70 cm/Sek. bis 100 cm/Sek. und verfügt über einen Anpressdruck von 500 g, was die Auswahl an zu verarbeitbaren Materialien erhöht. Doppelt so schnelle Kurvenroutinen erhöhen die Produktivität und erleichtern das Schneiden komplizierter Jobs. Maximal vier Schnittmarken werden automatisch erfasst, um den genauen Konturschnitt sicherzustellen. Darüber hinaus erkennt die Funktion Segmentausgleich die Zwischenschnittmarken und ermöglicht einen genauen Konturschnitt beim Schneiden von Überlängen.

Für die weitere Produktivitätssteigerung und den unbeaufsichtigten Betrieb sind die CG-SRIII-Plotter mit einer Fernüberwachung ausgestattet. Benachrichtigungen über den Arbeitsfortgang, Schneidestatus und mögliche Fehlermeldungen können an eine definierte E-Mail-Adresse geschickt werden

➤ www.mimakieurope.com

Höhn investiert in Digitaldruck DIGITALDRUCKMASCHINE FÜR DEN GROSSFORMATDRUCK

Höhn erweitert mit dieser Investition sein Leistungsspektrum bei der Herstellung von hochwertigen Displays und Verpackungen im Bereich der Kleinserienfertigung. Die neue Digitaldruckmaschine Fuji Acuity Advance 4006 kann Flächen mit Abmessungen von 1,25 x 2,50 m bedrucken. Materialstärken von bis zu 6 cm können ebenso verarbeitet werden wie Bedruckstoffe unterschiedlichster Art, darunter Kunststoffe, Metall, Holz oder kaschierte Materialien. Ermöglicht wird das durch die Verwendung von UV-härtenden Tinten. Höhn bietet damit seinen Kunden einen deutlich größeren Spielraum bei der Bestellmenge und Materialauswahl für Displays und Verpackungen. Aus-



schlaggebend für die Wahl dieser Digitaldruckmaschine war unter anderem die Möglichkeit zur partiellen UV-Lackierung und zum Weißdruck. Dabei werden 4 Tintenkanäle auf die Grundfarben CYMB konfiguriert und die beiden verbleibenden Kanäle auf Lack und/oder weiße Farbe.

Ergänzend zur Digitaldruckmaschine hat Höhn in die Druckveredelung investiert. Mit dem neuen Laminator EasyLam Expert können in Handanlage großformatige Drucke bis zu einer Breite von 1,64 m mit Glanz- oder Mattfolie kaschiert werden. Ein ebenfalls neuer Schneideplotter der Kongsberg XN-Reihe übernimmt das Schneiden, Rillen, Ritzen, Perforieren oder auch Fräsen der Bogen für die Weiterverarbeitung zu einem Display oder einer Verpackung.

➤ www.hoehn-gruppe.com

euromedia

FUJIFILMS MEDIENMARKE AUF DER FESPA

Als Medienmarke von Fujifilm Sericol bietet das Unternehmen euromedia stets neueste Medien und Displayprodukte.

Die hochwertige Unique-Line, die in Zusammenarbeit mit dem Partner



Mit hochwertiger Canvasstruktur: der euromedia DecoFrame XL canvas uv.

Bannermate entwickelt wurde, besteht zurzeit aus sechs Displays für unterschiedlichste Anwendungen. Diese neuen Display-Systeme im modernen Design bestechen durch hohe Qualität und Funktionalität und ergänzen das bestehende euromedia Display-Portfolio.

Der euromedia DecoFrame XL canvas uv ist Bild und Rahmen zugleich und mit einem Endmaß von 508 x 762 x 38 (Tiefe) mm eine größere Variante des erfolgreichen DecoFrame uv. Die nachgeahmte Canvas-Struktur lässt Grafiken in satten Farben erstrahlen. Mit digitalen UV Flachbettdruckern kann direkt auf den Karton gedruckt werden. Anschließend wird der vorperforierte und selbstklebend ausgerüstete DecoFrame XL canvas uv mit wenigen Handgriffen zum fertigen, dreidimensionalen Bild zusammengebaut. Drucken, Falten, Aufhängen – einfacher geht's nicht!

➤ www.euromedia.de

Inspiration für Großformatdrucker

Rund 120 Kunden und Interessenten folgten Ende April 2013 der Einladung ins Demo-Center der Durst Phototechnik AG nach Lienz. Im Rahmen der Fokus-Veranstaltung mit exklusiven Sprechern hatten sie auch Gelegenheit, die Neuheiten Rho 1012 und 1030 erstmals in Europa zu begutachten.

Text und Bilder: Durst

Inspiration und Innovation statt Marktgeschrei und Messehektik: So könnte man das inoffizielle Motto des exklusiven Einladungs-Events umschreiben, der am 17. und 18. April 2013 bei strahlendem Wetter in der Julius-Durst-Straße 11 stattfand. Aus ganz Europa waren insgesamt rund 120 Großkunden und Interessenten nach Lienz in Osttirol gekommen. Sie erwartete ein Programm, bei dem es nicht nur darum ging, die beiden auf der International Sign Expo ISA in Las Vegas (2. bis 5. April 2013) gezeigten UV-Modelle Rho 1012 und Rho 1030 vorzustellen: Anregende Vorträge und ein hochwertiges kulturelles und kulinarisches Programm vor eindrucksvoller Bergkulisse boten genau die richtige Mischung aus Information, Networking und Erholung, um sich abseits vom Tagesgeschäft über Zukunftsperspektiven der internationalen Druckbranche auszutauschen.

Wohin steuert der Inkjet-Druck?

Nach der Begrüßung durch den Durst-Geschäftsführer Dr. Richard Piock setzte Dr. Markus Lorenz, Partner und Managing Director The Boston Consulting Group München mit seinem faktenreichen Vortrag »The future of large-format digital printing: The Need to Innovate in an innovative Environment« den passenden Grundton für die englischsprachige Veranstaltung. Während Dr. Lorenz in seinen fundierten Aus-



Rund 120 Kunden und Interessenten kamen nach Lienz zu den Durst Inkjet Innovation Days 2013. Der Rho 1012 produziert bis zu 490 m²/h.

führungen vor allem breite Markt- und Zukunftstendenzen ansprach, wählte Matteo Rigamonti, Präsident des italienischen Web-to-Print-Pioniers Pixartprinting, für seine kurzweilige Präsentation einen sehr persönlichen Ansatz: »Wir machen es nur wegen des Geldes« lautete eine der provokativen Thesen, mit denen

sein nahe Venedig beheimatetes Unternehmen im jährlichen Mittel Zuwächse von über 30% erzielt. Bernd Payer von der PKF Consulting GmbH leitete vor seiner Tätigkeit als Consultant 15 Jahre lang eine erfolgreiche Druckerei in Österreich. »Eine Maschine ist eine wichtige Ressource für ein Business Modell – aber nicht selbst eines«, so lautete einer der Denkanstöße des Grazers.

PSD für mehr Prozess-Sicherheit

Berthold Oberhollenzer (Fogra) stellte im Vortrag »Printing the expected with PSD« das Fogra-Cert-Ökosystem und die Ansätze des Fogra Process Standard Digital (PSD) vor. Durst unterstützt die Initiative mit dem »Process Standard Verifier«, einer neuen Option in den Durst-Caldera-Rips: Anwender haben damit ohne großen Aufwand die Möglichkeit, zu überprüfen, ob ihre

Kombination aus Druckmedium und -modus die Zertifizierungsbedingungen von ISO und Fogra erreichen kann. Das Ergebnis wird als einprägsames Logo in Grün (Druckdatei und der Druckvorgang entsprechen den Standards), Gelb (einige Werte liegen außerhalb) oder Rot (keine standardkonformer Druck möglich) dargestellt und kann als Vorbereitung für den Einstieg in einem Zertifizierungsprozess dienen.

Vorgeschmack auf die Fespa

Zwischen den Vorträgen, die sich auf beide Tage verteilten, war jeweils Zeit für eine Besichtigung der Druckerproduktion sowie für Vorführungen im jüngst erweiterten Demo-center. Besonders die Neuheiten Rho 1012 und Rho 1030 stießen auf großes Interesse. Der Rho 2012 ist der erste 12-Picoliter Flachbett-Drucker seiner Klasse mit einer Produktivität von bis zu 490 m²/h. Beim Rho 1030 handelt es sich nach Angaben von Durst um den aktuell schnellsten vollautomatischen Flachbett-Drucker am Markt, der eine Produktivität von bis zu 1.000 m²/h ohne Einschränkungen bei der Druckqualität erreiche. Beide Maschinen wurden auch auf der Fespa in London gezeigt.

» www.durst-online.com



Am 17. und 18. April 2013 fanden die Durst Inkjet Innovation Days 2013 statt.

Mimaki JV400-SUV

DRUCKERPREMIERE AUF DER FESPA 2013

Mimaki hat den 2012 als Prototyp vorgestellten Drucker JV400-SUV auf den Markt gebracht. Der JV400-SUV ist das jüngste Mitglied der Produktfamilie JV400, arbeitet mit UV-härtenden Lösemittel- und bietet nach Aussage von Mike Horsten, General Manager Marketing von Mimaki EMEA, eine qualitativ hochwertige Ausgabe mit kräftigen Farben und einer ausgezeichneten Haltbarkeit bei Außenanwendungen aus.



Der JV400-130/160SUV druckt in vier Farben (CMYK) bei einer Geschwindigkeit von bis zu 18 m²/h im Entwurfsmodus und kombiniert die Vielseitigkeit von lösemittelhaltigen Tinten mit der Haltbarkeit von UV-härtenden Tinten. Während des Druckvorgangs wird die Lösemittel-Komponente von der Aufnahmeschicht des Mediums absorbiert und das Pigment fixiert. Anschließend wird die gedruckte Tinte in einem UV-Prozess ausgehärtet. So entsteht eine hochglänzende Oberfläche, die wie eine Lackschicht wirkt. Das Produkt verlässt den Drucker völlig trocken und kann sofort weiterverarbeitet werden.

➤ www.mimakieurope.com

Efi

UMFASSENDES SPEKTRUM UV-HÄRTENDER DRUCKSYSTEME

Mit einem spektakulären Auftritt auf der Fespa 2013 untermauerte Efi dieser Tage sein Ansehen als globaler Innovationsführer im Digitaldruck. Präsentiert wurde ein umfassendes Spektrum UV-härtender Drucksysteme aus den Vutek- und Wide-Format-Portfolios des Unternehmens – darunter Modelle mit mehreren Tonstufen und LED-UV-Härtung – im Verbund mit Workflowlösungen und Branchensoftware (MIS/ERP). Premiere vor britischem Publikum feierte das Drucksystem Vutek HS100 Pro, ein Flachbett- und Rolle-zu-Rolle-Hybriddrucker auf 3,20 m, der Kompromissen zwischen Qualität und Produktivität ein Ende bereitet.

Eine originelle Anwendung ist das Thermoformen mit hoher Ziehtiefe für den Direktdruck auf thermoplastische Halbzeuge. Erzeugt wird ein hochelastischer Farbfilm, der Erhitzen, Strecken, Stanzen und Schneiden unbeschadet übersteht. Abgerundet wurde der Fespa-Auftritt durch SmartSign Analytics, eine Analyselösung mit Webcam und Gesichtserkennungssoftware, die die Werbewirkung von Out-of-Home-Medien misst und dokumentiert. Erfasst und aufbereitet wird eine Fülle wertvoller Daten – von der Verweildauer des Blicks hin zu Geschlecht und Altersbereich des Betrachters.

➤ www.efi.com

Fujifilm

ACUITY ADVANCE SELECT HS HOCHGESCHWINDIGKEITS-UV-INKJETDRUCKANLAGE

Fujifilm kündigte das neueste Modell aus seiner Reihe Acuity Advance UV-Inkjet-Druckanlagen für den Großformatdruck an: die Acuity Advance Select HS. Die neue Acuity Advance Select HS 5000 Anlagenreihe baut auf den Anlagenvorteilen der erst kürzlich angekündigten Acuity Advance Select Plattform auf. Sie bietet die gleich hohe Druckqualität und Anwendungsflexibilität, wartet dabei jedoch noch mit zusätzlichen Eigenschaften wie einer wesentlich höheren Druckgeschwindigkeit von bis zu 49,7 m²/Stunde im sogenannten Production Squared Mode auf.

Eine der wichtigsten, in die neue Acuity Advance Select HS 5006/5226 integrierte Weiterentwicklung sind die sechs voneinander unabhängigen Tintenkanäle. Drucker, die ihren geschäftlichen Fokus auf den Signage-Markt und andere gängige Grafikanwendungen konzentrieren und höchsten Durchsatz erzielen müssen, können die Druckgeschwindigkeit durch verän-



derte Konfiguration der Tintenkanäle 6 und 7 auf zusätzliche Cyan- und Magentakapazitäten noch weiter erhöhen. Das Resultat: Druckbilder mit einheitlicher und glatter Oberfläche, wie sie normalerweise im Qualitätsmodus produziert werden. Anspruchsvollere Druckaufträge können somit ab sofort in einem schnelleren Druckmodus bearbeitet werden, womit sich die Netto-Produktivität erhöht. Acuity Advance Select HS 5006/ 5226 Druckanlagen können aber auch mit zusätzlichen Weiß- und Transparenttintenkanälen eingerichtet werden.

➤ www.fujifilm.eu

Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN

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

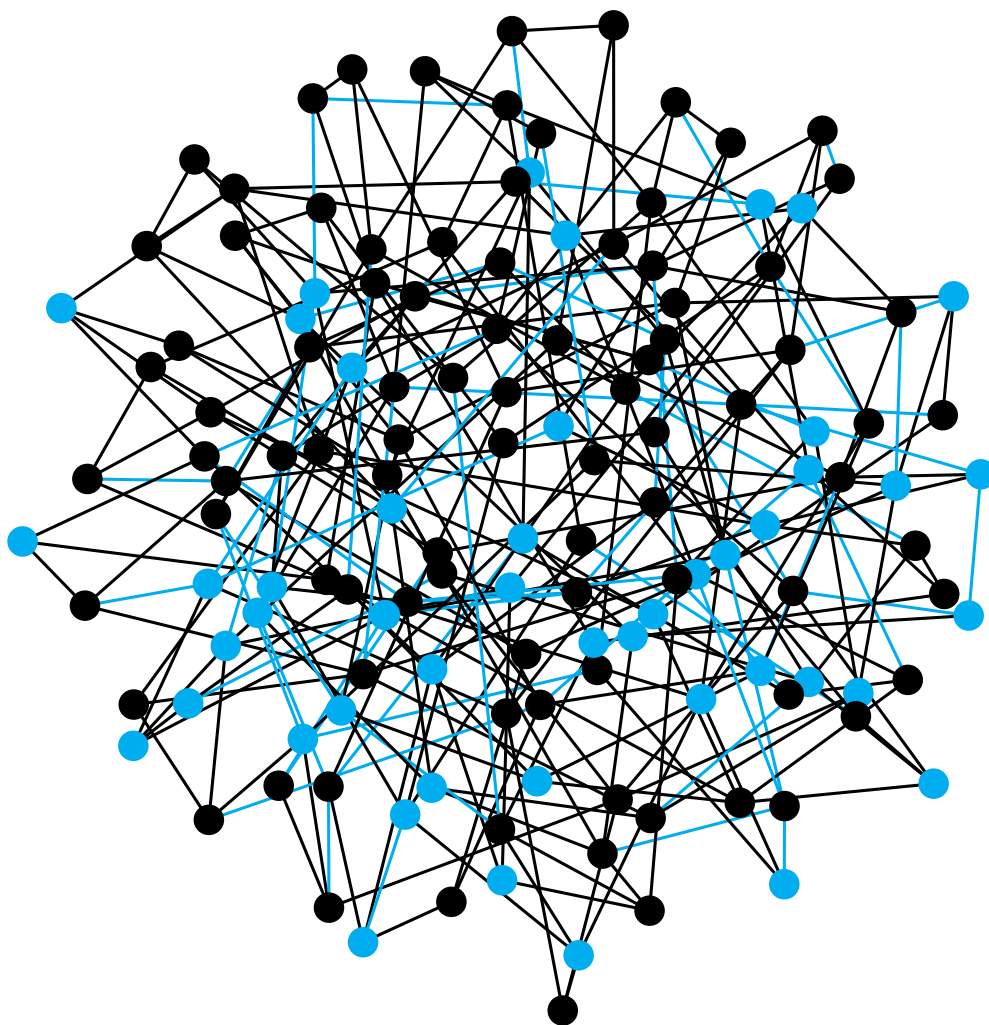
+49 (0) 26 71 - 38 36

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



Herbst & Winter 2013

Terminkalender



GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

5.9.2013

E-Book

Eine Einführung in den E-Book Markt

9.-13.10.2013

Studienreise nach Leipzig

TERMINE & EVENTS				
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse	
2013				
20. 08. - 22. 08. 2013	Swiss emex, Fachmesse & Kongress für Marketing	Zürich		www.suisse-emex.ch
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
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	Print Fair 13, Branchen-Marktplatz der Grafischen	Wien		www.printfair.at
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
23. 06. - 25. 06. 2014	DOXNET, 16. Fachtagung und Ausstellung	Baden-Baden		www.doxnet.eu
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
13. 10. - 15. 10. 2014	World Publishing Expo 2014, Messe der Zeitungsindustrie	Amsterdam		www.wan-ifra.org

 www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT

Perspektive Vertriebsmarketing DAS NEUE BASISSEMINAR DES F:MP.

Kunden professionell und gekonnt in Szene zu setzen, gehört für Druckdienstleister zum Alltag. Die eigenen Dienstleistungen, Produkte und Neuheiten zu kommunizieren, bleibt aber allzu oft auf der Strecke. In einem Markt, der durch hohen Wettbewerbsdruck gekennzeichnet ist, sind das aktive Marketing und der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen unerlässlich, um Unternehmen auch langfristig erfolgreich positionieren zu können. Mit dem neuen Basisseminar »Vertriebsmarketing für Digitaldruckdienstleister« bietet der f:mp. im



Rahmen seiner Brancheninitiative »go visual« eine kompakte Veranstaltung mit frischen Impulsen und aktiven Handlungsempfehlungen für das Vertriebswissen. Die Themen reichen von aktuellen Trends und Entwicklungen und deren Konsequenzen für Marketing und Vertrieb über die Aktivierung von Schläfer-Kunden und dem gezielten Ausbau der Stammkundschaft bis hin zur Web-to-Print-Strategie. Das Tagesseminar vermittelt viel Wissen aus der Praxis für die Praxis und bietet gleichzeitig Raum zum Austausch mit Kollegen und dem Referenten. Das Seminar findet am 13. November in Frankfurt, am 20. November in Düsseldorf sowie am 27. November in Hamburg statt.

➤ www.go-visual.org/seminare

GUA-Konferenz 2. BIS ZUM 5. OKTOBER IN GENÈVE

Zum ersten Mal in der Geschichte der Jahreskonferenz der Graphic Users Association of Kodak Solutions (GUA) wird es eine eigene Themenstrecke geben, die innovativen Inkjet- und Hybrid-Drucklösungen gewidmet ist, mit denen Anwender zukunftsorientiertes Wachstum und langfristigen Erfolg erzielen können.

In ihrem achten Jahr kehrt die Anwenderkonferenz zu ihrem ursprünglichen dreitägigen Veranstaltungsformat zurück. Sie bietet dieses Mal vier themenspezifische Präsentations- und Vortragsstrecken sowie zahlreiche praktische Demos »zum Anfassen«, die Gelegenheit zum Networking mit anderen Teilnehmern sowie Informationen über die neuesten Produkte und Dienstleistungen.

Die Veranstaltung bietet aus erster Hand Informationen zu neuen Produkten und Services sowie die Möglichkeit der Teilnahme an theoretischen Vorstellungen und interaktiven Demonstrationen der neuesten Workflow-, CtP- und Digitaldrucklösungen von Kodak.

Zu den Highlight-Themen der Anwenderkonferenz zählen neue Geschäftschancen im Verpackungsdruckbereich, die Auswirkungen des Hybriddrucks, Marktdatenanalyse mit dem Ziel der Geschäftserweiterung, Rationalisierung durch Automatisierung und Management der komplexen Produktion in einer digitalen Welt. Außerdem können die Konferenzteilnehmer in ausführlichen Präsentationen einen näheren Blick auf die erweiterten Kodak Prinergy Preflight-Funktionen, die Regelbasierte Kodak Prinergy Automatisierungssoftware, die Kodak Colorflow Software und das Kodak Insite Prepress Portal System werfen.

Führungen durch das Europäische Demozentrum und das Workflow-Lab von Kodak werden die geplanten Konferenzaktivitäten abrunden.

➤ www.gua-europe.com



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.



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

SEPOTY 2014 Selbst einer der etablierteste Druckwettbewerbe Europas hat nach fast 30 Jahren noch Verbesserungspotenzial bei der Abwicklung. 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 geht. 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

GEDRUCKT WIE GEWOLLT Eine Kernaufgabe der Druckproduktion ist es, kreative Ideen farbverbindlich und reproduzierbar in die Praxis umzusetzen. Dennoch stellen wiederholbare Druckergebnisse Agenturen,



Druck- und Mediendienstleister regelmäßig vor Herausforderungen. PDF/X, Farbmanagement, Druckdatenoptimierung, Pre-flight und Workflow-Automatisierung sind deshalb die Themen des f:mp.-Seminars »Gedruckt wie gewollt«. In der Diskussion

mit den Referenten und im Austausch untereinander können die Teilnehmer neue Möglichkeiten für die Workflowgestaltung erschließen. Das Seminar findet zu verschiedenen Terminen im August und September jeweils in Frankfurt, München, Stuttgart, Hamburg, Köln und Dortmund statt. ➤ www.f-mp.de

AUSTAUSCH MIT EXPERTEN Die 19. Druck+Form öffnet vom 9. bis 12. Oktober in Halle 6 der Messe Sinsheim ihre Pforten. Mit dabei ist auch die MediaLounge, die als Kommunikationsnetzwerk nach ihrem Start im vergangenen Jahr Besucher und Interessierte zum unkomplizierten Austausch mit Experten der Druck- und Medienbranche einlädt. Ziel ist es, aktuelle Themen aus dem Vortragsprogramm der Print Factory Academy ganztägig und ergänzend zu präsentieren. Mit Hilfe von Experten und vorbereiteten i-Pads werden Themen diskutiert wie »Muss eine Druckerei alles können?! Nein, sie braucht aber ein erfolgreiches Kollegennetzwerk«, »Grundlegende Veränderungen der Standardisierung«, »Maschinenabnahme – Mängel vermeiden, Investition schützen« und »Entwicklung der Printmedien zum Lifestyleprodukt«. ➤ www.druckform-messe.de

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/>

MfG-Award

EINSENDESCHLUSS WURDE VERLÄNGERT

Der Einsendeschluss für den MfG-Award 2013 – Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – wurde bis 30. August 2013 verlängert. Designer, Druckspezialisten und ihre Auftraggeber sowie Nachwuchsdesigner und Auszubildende können ihre besten Arbeiten einreichen.

Die Möglichkeiten gelungener Printkommunikation noch besser herauszustellen ist das Ziel des



Awards 2013, der in den fünf Kategorien »Raffinesse«, »Emotion«, »Umweltbewusstsein«, »Vereinfachung« und »Individualität« herausragende und unverwechselbare Printprodukte auszeichnet.

Gut vertreten sind bei den bisher eingereichten Arbeiten nach Informationen des bvdm Drucksachen aus den Bereichen »Raffinesse« und »Emotion«. In den weiteren Kategorie wünscht sich der Verband noch mehr Einreicher.

Mit dem MfG-Award für »Individualität« werden Drucksachen ausgezeichnet, die in hohem Maße auf den Nutzer zugeschnitten wurden. Der MfG-Award für »Vereinfachung« prämiiert Drucksachen, die bei der Bewältigung von Komplexität helfen. Darunter fallen beispielweise benutzerfreundliche Bedienungsanleitungen und Gebrauchsanweisungen, Broschüre mit Infografiken oder Wegepläne. Drucksachen, die Ressourcen schonen und sich durch einen rücksichtsvollen Umgang mit Farben, Chemikalien oder durch Materialeinsparung auszeichnen, können beim Award für »Umweltbewusstsein« eingereicht werden. ➤ 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

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



erstmalige 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

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.

WORKSHOP DEVICELINKS In Kooperation mit der printXmedia Consult Nord-Ost GmbH führt die Impressed GmbH am 25. September aufgrund der hohen Nachfrage wieder einen eintägigen Workshop über den Umgang mit DeviceLink-Profilen durch. Der Workshop findet in der Beuth Hochschule für Technik statt und widmet sich den Problemstellungen in der Druckpraxis. ➤ www.impressed.de ➤ www.pxmno.de

HYBRID UND MID-WEB Während der DFTA ProFlex, die am 10. und 11. September 2013 in Stuttgart stattfinden wird, präsentiert die Chromos GmbH zusammen mit dem Druckmaschinenhersteller Omet den Stand der Technik bei Hybrid-Druckanlagen für den Mid-Web-Verpackungsdruck. Die Besucher können sich über verschiedene Anwendungsbereiche in Segmenten wie Etiketten, Shrink-Sleeves, Wrap-around- und In-Mould-Labels sowie Aluminium-Deckel informieren. Entsprechende Maschinenmodelle sind in verschiedenen Bahnbreiten von 530 mm, 670 mm und 850 mm sowie mit den Druckverfahren Flexo-, Tief- und Offsetdruck in Sleeve-Technologie verfügbar. ➤ www.chromos.de ➤ www.omet.it

MESSETERMINE VORVERLEGT Der Messeveranstalter Mack Brooks Exhibitions gibt bekannt, dass die ICE Europe und die CCE International um zwei Wochen vorverlegt werden und nun vom 10. bis 12. März 2015 auf dem Messegelände in München stattfinden. »Mit der Terminvorverlegung konnten wir eine bessere Platzierung im internationalen Messekalender erzielen und dem Wunsch vieler Aussteller nachkommen, den Osterfeiertagen auszuweichen«, erklärt Messedirektorin Nicola Hamann. ➤ www.ice-x.de ➤ www.cce-international.com

PDF/X-JAHRESTREFFEN UND SEMINAR Das Jahrestreffen von PDFX-ready findet am 12. September im Rahmen der swiss publishing days in Winterthur statt. Das Programm besteht aus einem Referat von Georg Obermayr zum Thema »Agiles Publishing« und einem von Eddy Senn mit dem Titel »PDF/X-4-Workflows in der Praxis«.

Zudem wiederholt Stephan Jaeggi am 3. Oktober in Olten sein PDF/X-4 Seminar. Die Teilnehmer lernen in diesem Seminar, wie PDF/X-4 in der täglichen Druckvorlagen-Produktion sinnvoll eingesetzt werden kann und welche Funktionen man besser (noch) nicht verwenden sollte. Stephan Jaeggi (Leiter der Zertifizierung bei PDFX-ready) wird die neuen PDFX-ready-Zertifizierungen auf Basis von PDF/X-4 vorstellen. Exklusiv wird zudem über praktische Erfahrungen bei der globalen Einführung bei einem großen Pharma-Konzern berichtet. ➤ www.pdfx-ready.ch

DIGITAL-PUBLISHING-SUITE-CAMP Als fortgeschrittener Anwender lässt sich im »DPS-Camp« Experten-Know-how tanken. Tabletpublishing-Consultant Haeme Ulrich und seine Mitarbeiterin Cindy Gut teilen ihr Expertenwissen und ihre Projekterfahrung. Neben technischen Funktionen werden auch kreative Umsetzungen von Magazin-Apps diskutiert. Termine sind der 28. bis 29. November in Kemnat (Haus der Druckindustrie) und 12. bis 13. Dezember beim Verband Druck und Medien Hessen in Frankfurt. ➤ www.verband-druck-bw.de ➤ www.vdmh.de

Schutz von Unternehmens-Daten GRENZEN VON CLOUD

COMPUTING UND INTERNET

Der Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung (FMI) startet eine Aufklärung über Sicherheit im Cloud Computing und Internet.

Nach der stürmischen Entwicklung des Cloud Computing und dem damit verbundenen massiven Trend der deutschen Wirtschaft zur Auslagerung von Infrastruktur, Daten oder gar Anwendungen in externe und oft global betriebene Rechenzentren, fragen sich Verantwortliche in den Firmen, ob ihre Daten und Informationen auch sicher vor Ausspähung sind und Geschäftsgeheimnisse vertraulich behandelt werden. Dies betrifft die Auslagerung von E-Mail- oder Groupware-Systemen genauso wie ECM/DMS Anwendungen oder einfach nur die Nutzung von externem Storage wie DropBox, Google Drive und Co für den bequemen Datenaustausch auch großer Dateien und Dokumente. Was kann man nun gegen die Sammelwut ausländischer Organisationen tun? Wie kann man als Privatperson und insbesondere als Unternehmen seine Daten vertraulich behandeln, ohne auf die unbestreitbaren Vorzüge von Internet und Cloud Computing verzichten zu müssen? Eine Antwort versucht der renommierte Cloud-Experte Dr. Bernd Wild von Intarsys Consulting aus Karlsruhe zu geben.

Auf der FMI-Jahrestagung wird er am 4. Oktober 2013 in Leipzig über das Thema im Rahmen eines Vortrages informieren. Nach Angaben von FMI-Geschäftsführer Achim Carius aus Frankfurt am Main kommen im Rahmen der »Netzwerktag Print Scan Medienkommunikation« im Leipziger Westin-Hotel über 400 interessierte Dienstleister zusammen. Bereits im Vorfeld werde der Branchenverband FMI seine Mitglieder über den Stand der Diskussion informieren.

➤ www.fmi-ev.de

Digital Magazine Awards 2013 EINSENDEBEGINN HAT BEGONNEN

Die Digital Magazine Awards beginnen erneut. Hier werden die weltweit innovativsten Publishing-, Redaktions- und Werbeteams ausgezeichnet. Ende Juli hat der Einsendebeginn begonnen, und Zeitschriftenverlage, Einzelpersonen und Werbetreibende aus der Branche des digitalen Publishing sind aufgerufen, Nominierungen für eine Reihe von Award-Kategorien abzugeben.

Diese Kategorien reichen vom »Digital Magazine of the Year« und »Magazine Ad of the Year« bis hin zu speziellen Auszeichnungen für das »Magazine of the Year« in den Bereichen Mode, Unterhaltung, Lifestyle und mehr. Mit den Digital Magazine Awards werden Personen ausgezeichnet, die beim Erstellen von Inhalten für Web, Smartphones und Tablets am erfolgreichsten waren.

Bruce Hudson, Vorsitzender der Digital Magazine Awards: »Bei den Digital Magazine Awards geht es genauso sehr darum, Innovationen im digitalen Bereich zu präsentieren, wie darum, die Entwicklung des Zeitschriften-Publishing zu feiern. Die Awards erzählen die Geschichte, wie unsere Branche Jahr für Jahr an der digitalen Herausforderung gewachsen ist. Ich kann es kaum erwarten, die Nominierungen für dieses Jahr zu sehen, von den bekanntesten Marken der Welt bis hin zu kleineren Nischenpublikationen.«

Der Einsendeschluss für die Digital Magazine Awards 2013 ist der 27. September 2013, die Gewinner werden am 26. November 2013 bekanntgegeben.

➤ www.digitalmagazineawards.com

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

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
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
16. 10. - 17. 10.	cleverprinting, Photoshop High-End Bildbearbeitung und Compositings	München
18. 10.	tgm, Typografie intensiv 10	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

➤ www.cleverprinting.de

➤ www.doxnet.eu

➤ www.polar-mohr.com

➤ www.print-media-academy.de

➤ www.svi-verpackung.ch

➤ www.tgm-online.de

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.

›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

Redaktionsschulung

WAN-IFRA

AUF DEM ROADTRIP

Der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) und das World Editors Forum schicken ihre renommierten Redaktionsschulungsprogramme auf die Reise. Mit einer Roadshow im September kommt WAN-IFRAs Schulungsprogramm ›Strategies for Newsroom Transformation‹ (Strategien zur redaktionellen Veränderung) in vier deutsche Städte: Berlin am 2.-3. September, Hamburg am 4.-5. September, München am 23.-24. September und Darmstadt am 25.-26. September.

Die Schulungsprogramme im September werden von Jørgen la Cour-Harbo, einem Wegbereiter des modernen Medienworkflows, geleitet. Er ist Entwickler digitaler Tools für Medien und seit über 30 Jahren für Nordjyske Media in Dänemark tätig.

Im Mittelpunkt der Schulungssitzungen stehen die Übertragung von Strategien auf die tägliche Arbeit; die Aufgaben von Journalisten in einer Multimedia-Redaktion; die Entwicklung und Steigerung des Erfolgsbewusstseins im Veränderungsmanagement; die Entwicklung von Einzelmedien zu Multimedia; Workflow-Analysen sowie Möglichkeiten zur Verbesserung des Projektmanagements. Die Sitzungen finden auf Englisch statt. ➤

www.wan-ifra.org/yournewsroom

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

- Ausparungen 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
Wägen • Verleimen • Falzen • Blockieren
Bänderrollen • Nummerieren
Rollen • Handwalzen • Diverser Maschineneinsatz

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KULMBACHER STRASSE 8
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
BINDERHAUS FÜR DIGITALE DRUCKSYSTEME

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstraße 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 07141-35435-45 • Fax 07141-35435-20
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 wir schnell und präzise die Weiterverarbeitung einleiten.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer
JOSEF FOELLMER GmbH
KULMBACHER STRASSE 8
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

